

DRUCK MARKT

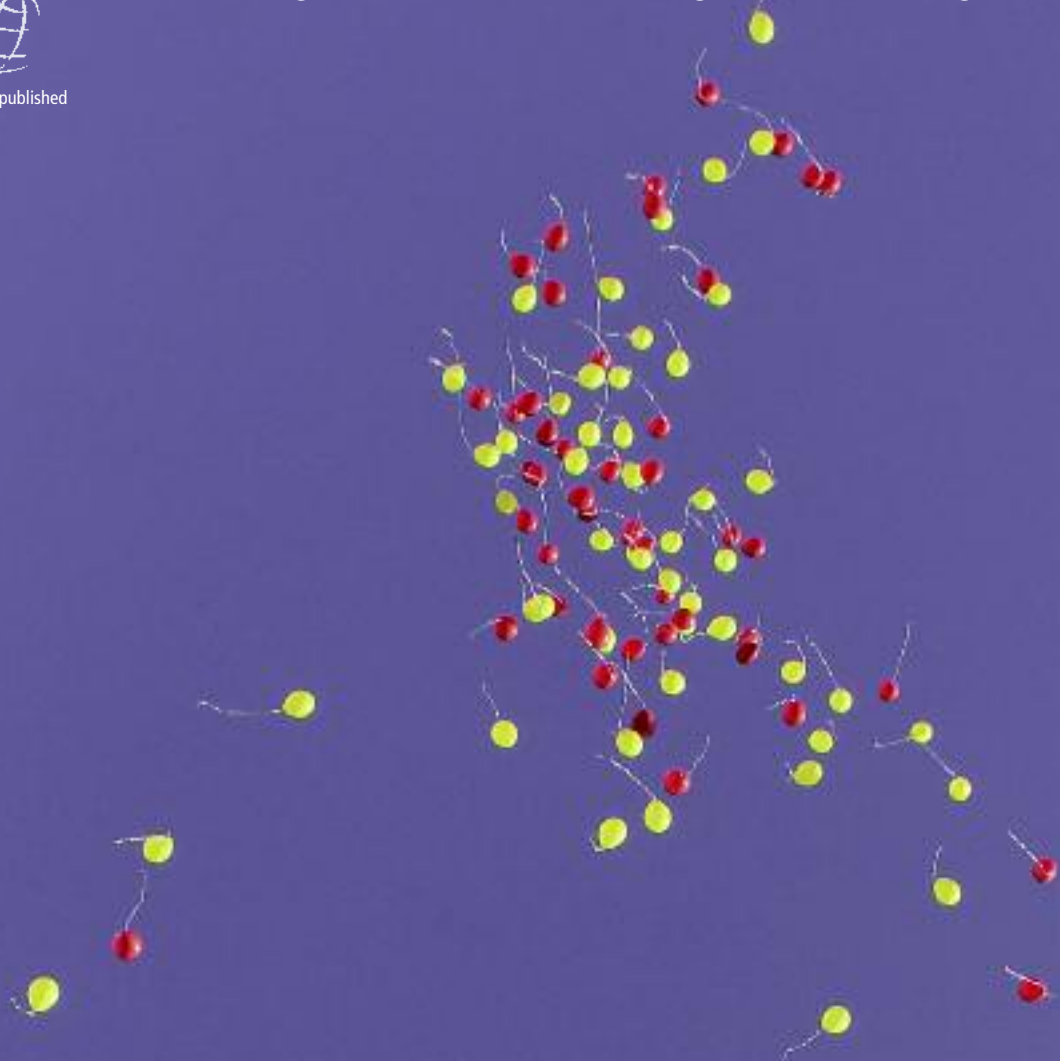
8. November 2013

impressions 74

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



worldwide published



Guten Flug: Die »neue Kodak« ist am Start

Immer aktuell:

Ergänzend zum Heft – das
PDF-Magazin im Internet.
Druckmarkt impressions.



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Unternehmen: Branchengrößen bündeln ihre Kräfte. Seite 6.
Markt & Zahlen: Rollenoffsetmarkt schmiert weiter ab. Seite 16.
Zeitung: Ein starkes Commitment für Print. Seite 20.
Print & Finishing: Flaschenhals beseitigt. Seite 30.
Termine, Bildung und Events: Veranstaltungs-Kalender. Seite 36.

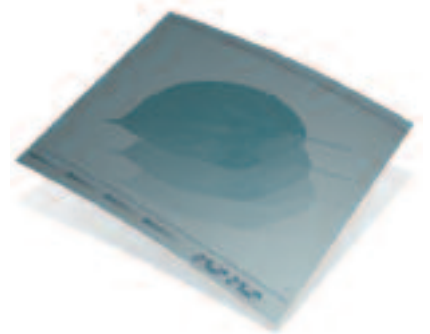


Der Weg zum Erfolg

Nutzen Sie die Vorteile unserer umweltfreundlichen Lösungen!

Dank hochmoderner Druckplatten, Chemie und Software in den Entwicklungsmaschinen definieren lo-chem Lösungen von Fujifilm neue Standards bei der Fertigung von Druckformen für den Akzidenzdruck.

Durch die Optimierung aller Prozessschritte erreichen Sie mit den leistungsfähigen lo-chem Systemen die geringsten Chemieverbräuche der Branche sowie zusätzlich eine Reduzierung des Wasserbedarfs und der notwendigen Servicezeiten.



Weitere Informationen zu unseren chemiesparenden Druckplatten-Systemen schicken wir Ihnen auf Wunsch gerne zu.
grafische_systeme@fujifilm.de

POWER TO SUCCEED

FUJIFILM

Cleverer Schachzug

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Branchengrößen bündeln ihre Kräfte
- 07 Nachrichten
- 07 Heidelberg steigert Profitabilität
- 12 Gute Stimmung bei den Ausstellern und Besuchern in Sinsheim
- 13 Menschen & Karrieren
- 14 Die ›neue Kodak‹ ist am Start
- 16 Rollenoffsetmarkt schmiert weiter ab
- 18 Veränderung und Risikobereitschaft sind entscheidend

Print & Finishing

- 20 Ein starkes Commitment für Print
- 22 Nachrichten
- 26 Achtfarben erweitert die Kapazität
- 29 Verlängerter Maschineneinsatz
- 30 Flaschenhals beseitigt
- 32 Flugsicherheit dank zwei Xeikon 8500
- 34 Schweizer Bogenoffset-Tag

Termine, Bildung & Events

- 36 Terminkalender
- 37 Nachrichten
- 41 Seminare & Veranstaltungen

Business to Business

Impressum

So ruhig, fast schon lethargisch, wie sich das Jahr 2013 aus Branchensicht dahinschleppte, umso stürmischer ist es jetzt im Herbst geworden. Plötzlich häufen sich die Nachrichten, die in ihren Dimensionen noch längst nicht absehbar sind. Nur ein paar Schlagworte: Neustart für Kodak unter völlig neuen Vorzeichen (wir berichten auf Seite 14), Landa verspätet sich mit seiner Technologie (was viele erwartet haben) und lässt die Maschinen bei Komori bauen, die Verkäufe im Rollenoffset-Maschinenbau schmieren weiter ab (siehe Seite 16), Koenig & Bauer reduziert seine Erwartungen bei Umsatz und Ergebnis (KBA wird entsprechende Zahlen nächste Woche veröffentlichen), Heidelberg erholt sich finanziell und geht mit Fujifilm eine Partnerschaft ein (siehe Seite 6).

Da spekulierte alle Welt, dass KBA und Heidelberg in der einen oder anderen Form miteinander kooperieren könnten und nun geht Heidelberg stattdessen mit Fujifilm eine laut Firmeninformation ›umfassende Allianz‹ ein. Für uns ein cleverer Schachzug, der fast schon Sensations-Charakter hat, weil damit der gesamte Markt durcheinander gewirbelt werden könnte.

Auch wenn in der Meldung der gemeinsame Bau von Digitaldruckmaschinen besonders in den Vordergrund gestellt wird, lässt der Hinweis darauf, dass sich die beiden Partner auch in der Druckvorstufe gegenseitigen Zugang zu den jeweiligen Technologien eröffnen, aufhorchen. Da geht es wohl weniger um Software oder Workflows, sondern um Hardware. Heidelberg beispielsweise hat eine eigene Produktion für CtP-Systeme (Fujifilm kauft seine Systeme bei Screen ein), Fujifilm hat eine beachtliche Produktionskapazität für Druckplatten, die Heidelberg bisher bei Agfa, Fuji, Kodak & Co. für sein Saphira-Programm kaufte. Fujifilm produziert zudem Klebstoffe, Lacke und Drucksaalbedarf, was ebenfalls ins Programm mit den Consumables passen könnte und hat schließlich Zugang zu verschiedenen Inkjet-Technologien. Darüber hinaus hält Fujifilm die Mehrheit von 75% am Digitaldruckmaschinenhersteller FujiXerox, dessen Produkte hierzulande von Xerox vertrieben werden. Heidelberg wiederum baut Bogenoffsetmaschinen und Maschinen für die Weiterverarbeitung, das Finishing und den Verpackungsmarkt.

Sieht man also einmal vom Bau von Akzidenz- und Zeitungsrollenoffsetmaschinen ab (einem Markt, in dem ja offensichtlich kein Geld mehr zu verdienen ist), haben die beiden Unternehmen alles zu bieten, was in der Branche an Software, Hardware, Maschinen, Gerät und Verbrauchsmaterial benötigt wird. Und wenn Fujifilm und Heidelberg nunmehr von ihrer jeweiligen Marktmacht Gebrauch machen, könnte das für einige Wettbewerber und Händler unangenehm werden. Aber warten wir ab.

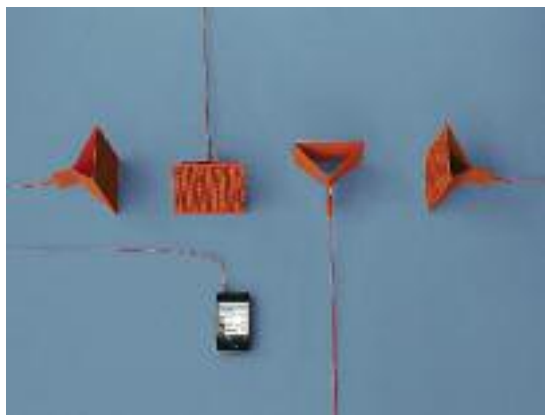


Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

FYLM LAUTSPRECHER

Ein faltbarer Lautsprecher, der durch den Einsatz einer Folie gut aussieht und auch gut klingen soll – das Studio-Projekt Fylm von design-affairs hat damit zumindest die Jury des German Design Award 2014 überzeugt und ist mit dem Premiumpreis des Rat für Formgebung in der Kategorie Communication Design ausgezeichnet worden. Fylm ist ein faltbarer Lautsprecher, der in jede Tasche passt und der ideale Begleiter für unterwegs ist. Der Lautsprecher muss zum Gebrauch nur entfaltet und



mit einem magnetischen Verschluss arretiert werden. Der dünne Lautsprecher ist formflexibel, wesentlich leichter und kleiner als herkömmliche tragbare Lautsprecher. Durch das Informationalfalten wird ein hochwertiger Klang ermöglicht. Und auch die Energiefrage ist clever gelöst: Fylm braucht keine eigene Batterie, sondern wird über eine Standard-Kopfhörer-Buchse mit Strom versorgt.
 › www.designaffairs.com



INTERESSE UND POSITIVES FEEDBACK

Ein halbes Jahr nach dem Start der Kampagne ›Die Zukunft wird gedruckt‹ zieht Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien eine positive Bilanz der Aktion der deutschen Druck- und Medienverbände. »Nicht nur in unserer Branche wird die Frage nach der Neuausrichtung der gedruckten Medien intensiv diskutiert. Die Digitalisierung hat Print verändert und wird Print weiter verändern. Mit unserer Kampagne ist es gelungen, die Stärken der Printmedien zu verdeutlichen.« Die Internetseite der Kampagne wurde in sechs Monaten fast 15.000 Mal besucht, die Vorlage für die Plakate wurde 11.000 Mal heruntergeladen (die Unterlagen können heruntergeladen, mit dem eigenen Logo versehen und für die Vertriebsarbeit genutzt werden). Dazu kommen einige Tausend Downloads der Präsentationen. »Die Zahlen zeigen, dass die Kampagne angekommen ist«, freut sich Deimel.
 › www.die-zukunft-wird-gedruckt.de

SCHIRMSTÄNDER?

Oder gar Bodenvase? Nichts von dem. Es ist der neue Apple Mac Pro, der im De-



zember für einen Preis ab 2.999 Euro in den Handel kommen soll. Er ist noch nicht einmal so hoch wie ein Blatt DIN A4, ist aber dennoch der leistungsfähigste Rechner, den Apple bisher auf den Markt gebracht hat. In der nächsten Ausgabe von ›Druckmarkt impressions‹ werden wir uns etwas näher mit dem außergewöhnlichen Computer beschäftigen, der nicht nur beim Design für Aufsehen sorgt.

FARBENFROH DURCH 2014

Kalender gibt es viele. Kalender aber, die auch noch einen Neubenutzen bieten, sind jedoch eher selten: Der Verlag Hermann Schmidt Mainz hat einen solchen Kalender jetzt vorgestellt: den C|M|Y|K Farbfächer-Kalender 2014. Für jede Woche des Jahres hat Peter von Freyhold ein ›Farb-Septett‹ gestaltet, das durch tägliches Abreißen eines Farbstreifens lebt, denn jeder ›abgerissene‹ Tag gibt den Blick frei auf eine neue Farbe und damit eine neue Farbkomposition. Und jeder abgerissene Farbstreifen lädt zum Komponieren von Farbklängen ein. Alle Streifen zeigen ihre Farbwirkung auf zweiseitigem Chromokarton (vorn gestrichen und rückseitig ungestrichen) und verraten die genauen Prozentwerte von der Prozessfarben Cyan, Magenta, Yellow und Black, die für die Reproduktion der jeweiligen Farbe wichtig sind.



Mit der im Kalenderkopf versteckten Buchschraube lassen sich eigene Farbwelten zusammenstellen und fixieren. Und während die Kalenderblätter fallen, füllt sich das Farbschatzkästchen, wobei immer neue eigene Farbfächer frischen Wind in die Farbgestaltung bringen können (weitere Buchschrauben gibt's auf typografie.de). Natürlich lassen sich die Farbstreifen auch als Lesezeichen, Notizzettel oder für analoge Short Messages verwenden.



Wer Farbklänge liebt und gerne neue komponiert, wer auf der Suche nach Farb-Inspiration ist, wer seinen Pantonefächer leid ist, wer die Farbwirkungen auf gestrichenem und ungestrichenem Papier vergleichen will und dabei die Sicherheit der CMYK-Werte braucht, ist mit diesem Kalender bestens bedient. Und wem die Farbmischungen von Peter von Freyhold zu schade zum Zerreißen sind – der Verlag hat unseren Informationen zufolge mehr als einen Kalender gedruckt!

C|M|Y|K Farbfächer-Kalender 2014.
 Ein Wochenkalender zum Aufhängen oder Aufstellen mit 371 Tages-Farbstreifen, beidseitig bedruckt auf zweiseitigem Chromokarton.
 Format 11 x 24 cm.
 Euro 39,80.
 EAN 4260172810449.
 › www.typografie.de

›GUT ZUM DRUCK‹

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

Die Ausstellung ›Gut zum Druck‹, die vom 25. Oktober 2013 bis zum 2. März 2014 im Landesmuseum Zürich besucht werden kann, gibt Einblicke in den Betrieb eines am Schnittpunkt von Gebrauchsgrafik, Kunst und Kommerz gelegenen Unternehmens, veranschaulicht die Technik des Steindrucks und zeigt eine breite Palette an Steindrucken von kleinformatiger Reklame über Originalgrafik und Kunstreproduktionen bis zum Plakat.



Die Mehrzahl der gezeigten Drucke stammt aus dem Fundus einer durch die Swiss Graphic Design Foundation vermittelten Schenkung der Nachfahren von J. E. Wolfensberger an das Schweizerische Nationalmuseum.

› www.nationalmuseum.ch

INTERIOR-DESIGN?

Kahle Wände sind out, dagegen seien großzügige Bildmotive als Wandtapete, Canvas-Bild oder als Folie für Glasflächen angesagt. Der Digitaldruck hat inzwischen also auch alle Bereiche des Innenraumdesigns erobert. Mit dem Resultat, dass das, was man früher einmal als



Fototapete bezeichnete, heute mit dem hochtrabenden Begriff Digital-Interior-Design daherkommt. Es sind auch keine Tapeten mehr, sondern Wallpapers, die optisch und haptisch Individualisierungen möglich machen sollen. Das zumindest erklärt der Hersteller Sihl, dessen Produktschwerpunkt auf der gerade laufenden Viscom 2013 in Düsseldorf (7. bis 9. November) sein Sortiment an Vlies-tapeten ist. Mehr zu den Neuheiten der Messe und zum Thema Large Format Printing gibt es in einer der nächsten Ausgaben von ›Druckmarkt impressions‹.



BELIEBTE BÜCHER

54% der Deutschen greifen in ihrer Freizeit gerne zum Buch. Damit gehört das Lesen von Büchern zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen.

(Quelle: GfK)

DRACHENFABRIK

Henkel hat kürzlich in Shanghai die nach Aussagen des Konzerns weltweit größte Klebstofffabrik eröffnet. Die Anlage, die Henkel auch ›Dragon Plant‹ nennt, ist 150.000 m² groß und die zentrale Produktionsstätte für Industrie-Klebstoffe in China und der Region Asien/Pazifik. Jährlich sollen dort bis zu 428.000 Tonnen Klebstoffe produziert werden. Henkel hat in das Werk mehr als 50 Mio. Euro investiert und wird dort etwa 600 Mitarbeiter beschäftigen.



Die ›Dragon Plant‹ ist nach Informationen des Herstellers wegweisend bei Nachhaltigkeit und Effizienz. Im Vergleich zu traditionellen Produktionsstätten werde der Wasserverbrauch durch Kondenswasserrückgewinnung halbiert, rund 60% der Verpackungsmaterialien durch Recycling eingespart und der Stromverbrauch für die Beleuchtung dank lichtdurchlässiger Dächer um 90% reduziert. Zudem gebe es ein System, durch das Abwärme zurückgewonnen werde, und innovative Abfüllanlagen verhinderten Leckagen und das Verschütten von Klebstoff.

› www.henkel.de



Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen können oder die News, die nicht auf das nächste Heft warten sollen, finden Sie im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹, das etwa alle zwei Wochen auf der Internet-Seite des ›Druckmarkt‹ publiziert wird.

›Druckmarkt impressions‹ ist kein gewöhnlicher Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin im gleichen Layout wie die gedruckte Ausgabe im PDF-Format, das zeitversetzt oder parallel zu den Print-Versionen des ›Druckmarkt‹ und ›Druckmarkt Schweiz‹ erscheint.

›Druckmarkt impressions‹ bietet neben aktuellen Nachrichten, Basisartikeln, Anwenderreportagen, Termintabellen für die nächsten Monate und aktuelle Termine Themenschwerpunkte oder ganze Schwerpunktausgaben zu ausgesuchten Themen samt ergänzenden Informationen.

Links zu weiterführenden Informationen oder zurückliegenden Meldungen machen ›Druckmarkt impressions‹ zu einem lebendigen Medium, das die gedruckten Ausgaben des ›Druckmarkt‹ aktuell und zeitgemäß ergänzt.

Mit diesem Format bietet der ›Druckmarkt‹ Anzeigenkunden die Möglichkeit, crossmedial in Print und Internet mit werbenden Informationen präsent zu sein.

www.druckmarkt.com

Branchengrößen bündeln ihre Kräfte

Wie am 5. November 2013 bekannt wurde, haben Heidelberg und Fujifilm im Oktober eine strategische Partnerschaft vereinbart. Heidelberg, einer der größten Anbieter in der Printmedien-Industrie, und Fujifilm, führender Hersteller und Lieferant von Druckplatten, bilden dabei künftig eine umfassende Allianz.

Nach Informationen von Heidelberg soll sich die Zusammenarbeit vor allem darauf konzentrieren, neue Produkte für den Digitaldruck zu entwickeln und entsprechende Lösungen für den industriellen Verpackungs- und Werbedruck anzubieten. Darüber hinaus ermögliche die Partnerschaft der beiden Unternehmen gegenseitigen Zugang zu den neuesten Technologien, die Heidelberg und Fujifilm im Bereich der Druckvorstufe anzubieten haben.

»Wir sehen strategische Kooperationen als effizienten und schnellen Weg, um Zugang zu neuen Technologien und Wachstumssegmenten zu erhalten«, wird Heidelberg-Chef



Dr. Gerold Linzbach in einer Mitteilung von Heidelberg zitiert. »Mit der Inkjet-Technologie von Fujifilm werden wir unser Digitalgeschäft ausbauen und unser Angebotsportfolio optimieren. Unseren Kunden wollen wir damit künftig Offset- und Digitaldrucklösungen für ein breites Anwendungsspektrum mit umfassendem Service anbieten.«

Heidelberg erhält demnach Zugang zur Inkjet-Technologie von Fujifilm und Fujifilm wiederum könnte von Heidelberg Erfahrung in der Entwicklung und Produktion im Präzisionsmaschinenbau profitieren. Beide Unternehmen sehen zudem erhebliche Synergien durch ihre weltweiten Vertriebs- und Serviceorganisationen.

Neue Märkte ...

»Wir wollen neue Märkte für unsere Spitzentechnologie erschließen«, sagt der Vorsitzende und CEO der



Fujifilm Corporation, **Shigetaka Komori**.

»Beide Unternehmen sind in ihrem jeweiligen Kerngeschäft führend. Heidelberg's Reputation in der Printmedien-Industrie ist weltweit einzigartig«, erklärte Komori. »Das weltweite Vertriebsnetz von Heidelberg öffnet neue Möglichkeiten für unsere Inkjet-Technologien. Durch die globale Marktpräsenz von Heidelberg können wir mit unseren Produkten neue Kundengruppen ansprechen und ihnen zusätzliches Geschäftspotenzial bieten. Heidelberg's Produktions-Know-how gibt uns die Möglichkeit, Innovationen zu verbessern und Technologien zu entwickeln, die den Digitaldruck noch erfolgreicher machen. Das verschafft unserer Spitzentechnologie im Inkjet-Druck, darunter der Jet Press 720, neue Möglichkeiten«, wird Komori weiter zitiert.

... und neue Geschäftsfelder

»Mit Fujifilm haben wir einen international renommierten Partner gefunden, dessen Stärken in für uns zukunftsrelevanten Bereichen liegen – sowohl bei Verbrauchsmaterialien als auch bei Inkjet-Technologien. Dies ist ein wichtiger Meilen-

stein in unserer künftigen Unternehmensstrategie«, sagte Gerold Linzbach, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg.

»Mit den Fähigkeiten und Technologien von Fujifilm in der Druckvorstufe können wir unser bestehendes Geschäft stärken und neue Geschäftsfelder erschließen. Durch die Inkjet-Technologie von Fujifilm können wir auf unseren Erfahrungen im Digitaldruck aufbauen und so schnell in das High-End-Segment vorstoßen. Unser Ziel ist es, auch im wachsenden Digitaldruckmarkt ein Global Player zu werden. Zusammen mit Fujifilm wollen wir die Bedürfnisse der Kunden effizienter und schneller erfüllen«, führte Gerold Linzbach aus.

Dabei hätten die Kundenanforderungen beider Partner höchste Priorität, da beide Unternehmen ihre Produktportfolios weiterhin auf Marktsegmente mit dem größten Margen- und Wachstumspotenzial ausrichten würden.

»Wir schätzen das Umsatzpotenzial für Heidelberg im Digitalgeschäft in den nächsten drei Jahren auf über 200 Millionen Euro«, glaubt Gerold Linzbach.

› www.heidelberg.com

› www.fujifilm.eu

TRAUMPAAR?

Die Tatsache, dass Fujifilm und Heidelberg eine Allianz eingegangen sind, hat fast schon Sensations-Charakter. Wird diese Partnerschaft professionell umgesetzt (und daran besteht kein Zweifel), dürften beide Unternehmen und auch deren Kunden davon profitieren. Zugleich hat diese Allianz erhebliche Brisanz für die Wettbewerber der beiden Branchengrößen von der Druckvorstufe bis zum Finishing. Denn hier ergänzen sich zwei Unternehmen, auch wenn sie von ihrer unternehmerischen Größe noch so unterschiedlich sind (Fujifilm ist mit etwa 16 Mrd. Euro Umsatz gut fünf mal größer als Heidelberg).

Was das jetzt konkret bedeutet, ist noch nicht abzuschätzen. Selbst wenn es nur um den Bau neuer Digitaldruckmaschinen geht, wäre das schon beachtlich, da die Inkjet-Technologie von Fujifilm erhebliches Potenzial hat. Fließt dazu das Heidelberg-Know-how in Sachen Maschinenbau ein, dürften bemerkenswerte Maschinen entstehen. Zudem könnte Fujifilm über seine Mehrheitsbeteiligung FujiXerox tonerbasierte Bogenmaschinen zur Verfügung stellen.

Das könnte das Aus für die Kooperation Heidelberg und Ricoh (seit Anfang 2011) bedeuten. Das könnte zudem auch ein Hinweis darauf sein, dass Heidelberg nicht an die Landa-Nanotechnologie glaubt (zur drupa 2012 hatten die Unternehmen eine Kooperation vereinbart) und dass man stattdessen auf die heute schon greifbare Fujifilm-Technologie setzt.

Was diese Allianz zudem für die Druckvorstufe, das Geschäft mit Verbrauchsmaterial wie Druckplatten, Drucksaal-Chemie etc. bedeutet, lässt sich leicht ausmalen. In dieser Konsequenz hat der Partnerschafts-Schachzug mehr als die Dimension ›Digitaldruck‹.

Klaus-Peter Nicolay

manroland Sheetfed INTEGRATION IN LANGLEY- GRUPPE ABGESCHLOSSEN

Die manroland Sheetfed GmbH, im Februar 2012 als Nachfolgeunternehmen des ehemaligen Offenbacher Bogenoffsetbereichs der manroland AG von Tony Langley übernommen und neu gegründet, hat die rechtlichen Formalitäten zur Integration als Tochterunternehmen der Langley Holdings PLC abgeschlossen. Im Halbjahresbericht der Langley-Gruppe bis 30. Juni 2013 werden die Ergebnisse des Druckmaschinenbauers erwähnt, der ein ausgeglichenes Ergebnis erreicht haben soll. Die 1975 gegründete Langley-Gruppe mit etwas mehr als 4.000 Mitarbeitern weltweit (etwa die Hälfte davon in Deutschland) rechnet mit einem Jahresumsatz von etwa 850 Mio. €, zu dem der Druckmaschinenbau 320 Mio. € beitragen soll.

Im Gespräch mit der ›Offenbach Post‹ schätzt Rafael Penuela, Geschäftsführer der manroland Sheetfed GmbH den Umsatz für dieses Jahr auf 350 Mio. €. Mit Druckmaschinen würden etwa 150 Mio. € erzielt, ein Plus von 12%. 2013 würden rund 120 Maschinen mit 600 Druckwerken verkauft, im vergangenen Jahr seien es 100 Maschinen mit 500 Druckwerken gewesen. Der Umsatz, den manroland Sheetfed mit Serviceleistungen und Ersatzteilen verdient, stagniere bei rund 120 Mio. €, wird Penuela zitiert, und beim Verkauf von Verbrauchsmaterialien würden 2013 rund 80 Mio. € erwirtschaftet. Unter dem Strich wird nach Penuelas Erwartungen ein Gewinn von 2 Mio. € stehen, wobei das Offenbacher Werk ein negatives Ergebnis einfährt. Dem Minus von 2 Mio. € stünde aber ein Gewinn der Tochtergesellschaften in 40 Ländern von 4 Mio. € gegenüber, sagte Penuela der Offenbacher Tageszeitung. Für das nächste Jahr plane man beim Umsatz, den Aufträgen und dem Personal mit dem gleichen Volumen wie in diesem Jahr.

› www.manroland-sheetfed.com

Koenig & Bauer-Gruppe UMSATZ- UND ERGEBNISZIEL NICHT ERREICHBAR

Aufgrund des absehbaren 3. Quartalsergebnisses hat der Vorstand der Koenig & Bauer AG seine bisherigen Erwartungen an Umsatz und Ergebnis für das Jahr 2013 revidiert. Angesichts der in den beiden Geschäftsbereichen Bogen- und Rollenoffsetdruck markt- und konjunkturbedingt deutlich hinter der Planung liegenden Umsatzentwicklung wird der Druckmaschinenhersteller nach eigenen Angaben den für das laufende Geschäftsjahr ursprünglich angestrebten Konzernumsatz von etwa 1,3 Mrd. € nicht erreichen und schätzt diesen jetzt auf etwa 1,1 Mrd. €. Aufgrund des geringeren Umsatzes, zu erwartender Sonderaufwendungen für Bewertungsanpassungen und Restrukturierungsmaßnahmen geht KBA von einem Verlust für das Jahr 2013 aus. Ohne die Sonderaufwendungen erwarte das Management weiterhin ein positives Betriebsergebnis und ein ausgeglichenes Konzernergebnis vor Steuern. Den Bericht zum 3. Quartal will KBA nächste Woche veröffentlichen.

› www.kba.com



Lesen Sie mehr im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹ im Internet. Monatlich mit Bildstrecken, Hintergrundberichten und Nachrichten.

www.druckmarkt.com

Jahresüberschuss angestrebt Heidelberg steigert Profitabilität

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat im 2. Quartal des Geschäftsjahres 2013/2014 (Juli bis September) die Profitabilität gesteigert. So lag das operative Ergebnis nach Angaben des Unternehmens signifikant über dem Vorjahreswert. »Wir



liegen dabei sogar über Plan«, sagte **Gerold Linzbach**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg.

»Damit haben wir zum Erreichen unseres Jahresziels – einem Nettogewinn – einen erheblichen Schritt unternommen. Unsere Zuversicht, im Folgejahr nochmals deutlich zulegen zu können, wächst angesichts der Verbesserungen auf allen Ebenen.«

Im 2. Quartal betrug der Konzernumsatz 593 Mio. € (697 Mio. € im von der drupa beeinflussten Vorjahresquartal). Gegenüber dem 1. Vierteljahr (504 Mio. €) stieg der Umsatz um rund 18 % an. Damit wurden im ersten Halbjahr 2013/2014 mit 1.097 Mio. € rund 10% weniger Umsatz als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum (1.217 Mio. €) erzielt. Aufgrund der Abwertung einzelner wichtiger Auslandswährungen (insbesondere des Yen und Dollars) seien im 1. Halbjahr negative Währungseffekte in Höhe von 42 Mio. € angefallen. Gleichzeitig habe diese Währungsschwäche in Regionen wie Brasilien zu einer Investitionszurückhaltung geführt, die voraussichtlich auch im 2. Halbjahr anhalten wird.

Verbesserte Kennzahlen

Sämtliche Kennzahlen haben sich laut Heidelberg im 2. Quartal gegenüber dem Vorjahreszeitraum aufgrund nachhaltiger Einsparmaßnahmen und Maßnahmen zur Erhöhung der Margen verbessert. Das operative Ergebnis stieg nach sechs Monaten auf 31 Mio. € (–34 Mio. €

im Vorjahreszeitraum). Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) im 1. Halbjahr wurde von –75 Mio. € im Vorjahr auf –7 Mio. € reduziert. Zudem verbesserte sich im 1. Halbjahr das Ergebnis vor Steuern von –120 Mio. € auf –36 Mio. €. Kumuliert liegt das Ergebnis nach Steuern im laufenden Geschäftsjahr bei –47 Mio. €, nach –108 Mio. € im Vorjahr. Insgesamt wurden in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2013/2014 Auftrags-eingänge von 1.257 Mio. € erzielt. Der Auftragsbestand blieb zum 30. September 2013 mit 598 Mio. € im Vergleich zum Vorquartal stabil. Die Mitarbeiterzahl ist zum 30. September 2013 gegenüber dem Vorjahr um mehr als 1.100 auf 13.616 zurückgegangen.

Ausblick unverändert

Heidelberg hat seine Strategie stärker auf die Verbesserung der Profitabilität ausgerichtet, um unabhängiger von konjunkturellen Rahmenbedingungen zu werden, teilt das Unternehmen mit. Die Kennzahlen zeigten, dass man dabei gut vorankomme. Die Gewinnschwelle soll jedoch weiter gesenkt werden. Daher setze Heidelberg auf Flexibilisierung der Arbeitszeit und eine Verbesserung der produktspezifischen Deckungsbeiträge. Die Umsatzerwartung berücksichtigt zudem mögliche Volumenreduzierungen aus dem sukzessiven Abbau marginsschwacher Geschäfte.

Angesichts des positiven Trends in den ersten beiden Quartalen, strebt Heidelberg im Geschäftsjahr 2013/2014 einen Konzern-Jahresüberschuss an. Weitere Klarheit werden die Zahlen zum 3. Quartal geben, deren Veröffentlichung für Februar 2014 vorgesehen sind.

› www.heidelberg.com

GESCHÄFTSLAGE MIT LEICHTEM PLUS Beim bvdM-Konjunkturtelegramm Oktober 2013 haben nach Angaben des Verbandes 82% der Druckunternehmer ihre Geschäftslage als befriedigend oder besser eingeschätzt. 18% beurteilen die aktuelle Situation als schlecht. Gegenüber dem Vormonat bedeutet dies eine Verbesserung um 2%, im Vergleich zum Oktober 2012 jedoch eine Verschlechterung um 5%. Dennoch hat die Druckindustrie damit den Abstand zur Gesamtindustrie reduziert. Die Differenz ist auf nunmehr 6% geschrumpft.

Die Aussichten für das kommende Quartal haben sich jedoch etwas eingetrübt. Gegenüber September dieses Jahres und Oktober des Vorjahres gingen die Erwartungen um jeweils 4% zurück. Auch die Aussichten für das kommende Halbjahr werden im Vergleich zum vergangenen Monat weniger gut beurteilt. 9% der Druckunternehmer erwarten eine Verbesserung in den kommenden sechs Monaten. Diesen stehen 22% gegenüber, die eine Verschlechterung für wahrscheinlich halten. Im Oktober 2012 wurde die künftige Geschäftslage allerdings auch nur geringfügig besser eingeschätzt. > www.bvdm-online.de

BERBERICH WIRD SUPPORTER Cluster Druck und Printmedien Bayern hat die Carl Berberich GmbH als neuen Supporter gewonnen. Der Papiergroßhändler wird im nächsten Jahr den »Innovationsmanager Print 2014« unterstützen. Bereits 35 Unternehmen unterstützen das Innovationsnetzwerk der Druck- und Medienbranche. > www.cluster-print.de

GEWINN GEHT ZURÜCK Apple hat im 4. Quartal seines Geschäftsjahres, das am 28. September endete, 37,5 Mrd. US-\$ umgesetzt (Vorjahr 36 Mrd. \$). Der Nettogewinn blieb mit 7,5 Mrd. \$ jedoch unter dem Vorjahr (8,2 Mrd. \$) zurück. Im zurückliegenden Quartal hat Apple 33,8 Mio. iPhones verkauft, ein Rekordwert für ein September-Quartal (26,9 Mio. im Vorjahresquartal). Zudem wurden 14,1 Mio. iPads verkauft und 4,6 Mio. Macs. Für das 1. Quartal des nächsten Geschäftsjahrs strebt Apple einen Umsatz zwischen 55 und 58 Mrd. \$ an. Apple hatte erst jüngst neue Hard- und Software vorgestellt und will auch mit den neuen Mac Pros punkten (siehe auch Rubrik »Premedia & Prepress«).

ISO 16759-ZERTIFIZIERUNG Aufgrund seines Engagements für umweltverträgliches Drucken hat Ricoh Europe die Zertifizierung für die Einhaltung des neuen weltweiten Standards ISO 16759 »Nachweis und Kommunikation der Berechnung der CO₂-Emissionen von Druckprodukten« erhalten. Diese Zertifizierung würdigt die Genauigkeit des Carbon Calculator von Ricoh, der im Carbon Balanced Printing Programme des Unternehmens verfügbar ist. > www.ricoh.de

XEROX VERTRAGSPARTNER WIRD TEIL DER IGEPA GROUP Der seit 1998 bestehende Xerox Vertragspartner Hans-Peter Schmitz e.K., Hamburg, wurde zum 1. Juli 2013 mit der SI DigiPower GmbH, Hemmingen, zusammengelegt. Mit dieser Zusammenlegung sind die Igepa-group Unternehmen E. Michaelis und vph gleichberechtigte Gesellschafter der HP Schmitz X Digital GmbH mit Sitz in Hemmingen und einer Niederlassung in Hamburg. Geschäftsführer ist Hans-Peter Schmitz. HP Schmitz Digital ist damit der größte Xerox-Vertragspartner Norddeutschlands mit über 3.000 installierten Druck- und Office-Lösungen und Erfahrung im Umfeld der grafischen Industrie. > www.igepagroup.com

Lizenzabkommen mit Landa **KOMORI BAUT NANOGRAFISCHE DRUCKMASCHINEN FÜR LANDA**

Landa und der Druckmaschinenhersteller Komori bauen ihre Partnerschaft weiter aus. So meldet Landa, dass Komori die Plattform für Landas Bogendruckmaschinen liefern werde, während Landa seine nanografische Drucktechnologie sowie die Nano-Inks an den japanischen Hersteller für die Integration in Komori-gebrandete nanografische Druckmaschinen weitergeben werde. Dazu hätten Komori und Landa ein Lizenzabkommen geschlossen. Wie Landa in der Mitteilung erklärt, wurden die führenden Maschinenhersteller aus Europa und Asien für die Lieferung der Druckmaschinen evaluiert. Dabei seien besonders Kriterien wie Konstruktion, Robustheit, Automation, Ausfallsicherheit sowie Kosteneffizienz geprüft worden. Weitere Punkte der Untersuchungen seien die Innovationskultur der Hersteller, die technischen Ressourcen, der kommerzielle Erfolg sowie deren finanzielle Stabilität gewesen.

Nach einjähriger Evaluierung sei die Entscheidung zugunsten Komoris gefallen. Zunächst sollen Landas S10-Druckmaschinen ausgeliefert werden, deren Verkaufsstart sich um gut ein Jahr verzögert hat und für das vierte Quartal 2014 geplant ist.

Print Allianz **PESCHKE UND AUMÜLLER: KOOPERATION**

Um ihre Technologie- und Marktführerschaft am Standort München zu sichern und auszubauen, hat die G. Peschke Druckerei GmbH zwei strategisch entscheidende Maßnahmen beschlossen: die Kooperation mit der Aumüller Druck Regensburg – einem der leistungsfähigsten Bogendrucker Deutschlands – und die Errichtung eines Neubaus auf einem neu erworbenen Areal im Osten der Bayernmetropole München.

Im Zuge der »PrintAllianz« getauften Kooperation erwirbt Aumüller eine Minderheitsbeteiligung an Peschke. Dazu Geschäftsführer Stefan Aumüller: »Wir erhalten damit einen direkten Zugang zum wichtigen Münchner Markt. Zugleich erweitern wir unser Portfolio um Bereiche, in denen Peschke besonders stark ist – vor allem Digitaldruck und Siebdruck.«

Für Peschke steht der Zugewinn an Produktionskapazitäten im Vordergrund. Geschäftsführer Thomas Kirschner: »Mit den 52 top-modernen Heidelberger Druckwerken von Aumüller zusätzlich zu unseren 21 bereits vorhandenen können wir Aufträge annehmen, die bislang selbst für uns zu groß waren. Von der PrintAllianz profitieren ganz klar beide Seiten.«

Der Neubau von Peschke in München-Parsdorf wird nicht nur durch seine Größe von über 8.200 m² Maßstäbe setzen, sondern auch durch den hohen technologischen Standard. Im Druck wie in der Vorstufe und Weiterverarbeitung halten modernste Verfahren Einzug. Der Baubeginn ist noch für dieses Jahr geplant, die Produktion soll Ende 2014 aufgenommen werden. »Nur in einem Punkt«, so Kirschner, »wird alles bleiben wie bisher: Wir werden weiterhin viel Zeit und Know-how in die intensive, individuelle Beratung investieren. Damit sind unsere Kunden und wir selbst immer gut gefahren.«

> www.peschkedruck.de



flyeralarm**START-UP FÜR DEN ENDKUNDENBEREICH GEGRÜNDET**

Das Würzburger Unternehmen hat »my flyeralarm« eigens für den Bereich Fotobücher gegründet. flyeralarm will über das neu gegründete Unternehmen eine weitere Zielgruppe ansprechen. Während sich flyeralarm auf Printartikel für Geschäftskunden (B2B) konzentriert, richtet my flyeralarm die Produkte am Endkunden (B2C) aus. Seit September werden Fotoprodukte angeboten, wobei individuell gestaltbare und hochwertig gedruckte Fotobücher den Schwerpunkt des Sortiments bilden.

Die Fotobuch-Vorlagen werden für unterschiedliche Themenwelten und in verschiedenen Stilrichtungen angeboten: Von klassisch bis modern, von puristisch bis romantisch, von ethno bis retro, von trendy bis vintage – für jeden Geschmack ist etwas dabei. Alle Vorlagen sind aufwändig gestaltet und wurden von Grafikdesignern exklusiv für das Unternehmen entwickelt. Das Angebot ist zu einem attraktiven Preis-Leistungsverhältnis erhältlich und soll stetig ausgebaut werden.

➤ www.myflyeralarm.de

Mitsubishi HiTec Paper**INVESTIERT 5 MILLIONEN EURO IN DIE ZUKUNFT**

Mitsubishi HiTec Paper investiert knapp 5 Mio. € in die produktionstechnische Ausstattung sowie die Optimierung energetischer Prozesse. Gleichzeitig wurden Forschung und Entwicklung sowie der Vertriebspersonell verstärkt. Damit verfolgt der deutsche Hersteller beschichteter Spezialpapiere seinen Weg der Optimierung bestehender Produktlinien, der Ausrichtung auf innovative Produkte und der Marktnähe. Ziele der Investition sind zudem



3,2 Mio. Euro der Investitionen fließen in die Optimierungen der Streichmaschinen am Standort Bielefeld.

Verbesserungen der Qualität und der Produktivität als auch eine flexiblere Belegung der Streichanlagen. Die Optimierung energetischer Prozesse wird durch Investitionen in neue Kältesysteme erreicht.

➤ www.mitsubishi-paper.com

MedienPrintPartner eG**DRUCK- UND MEDIENGENOSSENSCHAFT GEGRÜNDET**

Im Juni 2013 wurde von neun grafischen Unternehmen die Genossenschaft MedienPrintPartner eG (MPP) gegründet. Gründungsmitglieder sind das Druckhaus Humburg (Berlin und Bremen), Conceptform (Niederfischbach), Wpp Offsetdruck (Garching), HPP (Arnsberg), Druckerei Hellendoorn (Bad Bentheim), Baldauf Daten I Medien I Druck (Albstadt), WDS Pertermann (Dresden) und Jens Wahren (Markkleeberg).

Die MPP versteht sich als unabhängiges Netzwerk mittelständischer Firmen, deren Partner und Lieferanten sowie als Verbund für Beratung, Weiterentwicklung, Einkauf, effektive Produktion und Innovation. Gleichzeitig soll die Genossenschaft Grundlage für eine ertragsreichere Geschäftsentwicklung der Mitglieder sein. Die MPP verfolgt das Ziel, gemeinsam große Dinge leichter zu bewegen und schwierige Aufgaben besser zu bewältigen. Erwirtschaftete Gewinne werden für die Weiterentwicklung des Portfolios genutzt oder an die Mitglieder ausgeschüttet.

»Gerade in dieser Zeit, in der sich unsere Branche in einem massiven Wandel befindet, ist eine Koopera-

tion wie die MPP ein Fundament, auf dem sich Chancen entwickeln und umsetzen lassen. Kurz gesagt geht es darum, die Zukunft zu gestalten«, sagt Aufsichtsrat Wolf-Eberhardt Hain. »Auftraggebern bietet die Genossenschaft mehrere Vorteile«, betont Vorstand Benjamin Wutz. »Sie haben ihren regionalen Partner mit persönlicher Beratung und den gewohnten Ansprechpartnern vor Ort und können darüber hinaus auf ein bundesweites Netzwerk von Dienstleistern zugreifen.«

Die Mitglieder der MPP genießen Vorteile wie die inhaltliche Produktion einer periodisch erscheinenden Kundenzeitschrift, Rahmenvereinbarungen mit Lieferanten der Branche, Beteiligung am Web-to-Print-Portal und regelmäßigem Erfahrungsaustausch und Coaching. Die Wertebasis der Zusammenarbeit sind nach Aussage von Vorstand Jens Wahren Vertrauen, Verbindlichkeit und Teamgeist. »Neue Mitglieder, die sich mit den Werten und Zielen identifizieren sind jederzeit willkommen«.

➤ www.medienprintpartner.de

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex



www.mkwgbh.de

**Graphische
Maschinen**

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

Elanders Germany

DIE MAUS IM HAUS UND 120 KINDER

Am 3. Oktober 2013 hatte Elanders die Pforten für 120 wissbegierige Kinder und deren Eltern weit aufgemacht. Was war da los? Das Unternehmen nahm am Türöffner-Tag



2013, der Initiative des WDR und der Sendung mit der Maus, teil. Die Lach- und Sachgeschichten sind bekannt als Infotainment erster Güte – und viel zu lachen und zu staunen gab es auch beim Türöffner-Tag.

Die Kinder hatten schon beim Foto-shooting mit Maus und Co einen Riesenspaß. Und beim Rundgang durch die Produktion staunten sie nicht schlecht, als sie sich selbst samt Maus auf einmal durch die Druckmaschinen laufen sahen – natürlich gedruckt auf Papier. So schnell? Man konnte die Überraschung auf den Gesichtern ablesen. Natürlich waren alle neugierig, was daraus werden würde. Die Kinder hatten sichtlich Spaß beim Rundgang durch die Produktion bis zum fertigen, personalisierten Notizbuch, auf dessen Cover das Foto eines jeden Kindes prangte.

Spannend auch, wie die Drucktechnik bei den Kindern auf großes Interesse stieß. »Wie kommt mein Foto auf ein Kissen?« »Wie kann die Maschine so viele unterschiedliche Bilder drucken?« Und: »Wow, da steht ja mein Name auf der Schokoladenpackung!« Wo immer Fragen rund ums Thema Fotografie, Produkte und das Unternehmen auftauchten waren Elanders-Mitarbeiter zur Stelle und sorgten zum Ausklang mit Kaffee, Kuchen und Gewinnspielen für eine Super-Stimmung. Manche der kleinen Gäste, die neben vielfältigen neuen Eindrücken ihr persönliches Notizbuch und weitere Geschenke mit nach Hause nehmen durften, wollten am liebsten bleiben.

➤ www.elanders-germany.com

Drewsen Spezialpapiere

475JÄHRIGES FIRMEN-JUBILÄUM

Mit vielen Jahren Erfahrung in der Herstellung von hochwertigen Spezialpapieren feiert Drewsen Spezialpapiere dieses Jahr sein 475. Gründungsjubiläum. Herzog Ernst der Bekenner gründete die jetzige Drewsen Spezialpapiere GmbH & Co. KG im Jahre 1538. Die Verbreitung der Reformationsgedanken Martin Luthers war für ihn Motivation, mit der Papierherstellung zu beginnen. In der Gründungszeit in der Renaissance kamen die Papiere überwiegend in der Region Braunschweig und Lüneburg zum Einsatz. Heute werden die Spezialpapiere »Made in Lachendorf« an Kunden in der ganze Welt geliefert. Gelebte Werte, wie langfristige Zukunftsorientierung familiärer Um-



Das Drewsen Spezialpapiere Werk in Lachendorf.

gang miteinander und zuverlässige Zusammenarbeit mit den Kunden prägen die Unternehmenskultur. Der Devise »Tradition und Innovation« folgend, entwickelt Drewsen Sicherheitspapiere, technische Spezialpapiere und Informationspapiere gemeinsam mit den Kunden konsequent weiter. Innovative Papiere bei Drewsen folgen dem Leitgedanken »Vom Informationsträger zum Funktionsträger«. Die neueste Produktentwicklung sind Barrierepapiere, die das Durchdringen von Fett oder Wasser verhindern. Sie tragen das Markenzeichen Probarrier und können zum Beispiel zum Schutz von Lebensmitteln oder in der Verpackungsindustrie eingesetzt werden. Drewsen verzichtet bei Probarrier-Papieren auf biologisch nicht abbaubare Kunststoffe oder Fluorpolymere.

➤ www.drewsen.com

Krupp Druck reduziert CO₂-Ausstoß**›Blick aktuell« wird mit Naturstrom produziert**

Das Familienunternehmen Krupp Druck aus Sinzig am Rhein hat sich Ende 2012 für den Einkauf natürlich erzeugter Energie entschieden, wohl wissend, dass der Naturstrom teurer als konventionell erzeugter Strom ist. Seit Anfang des Jahres deckt das Druck- und Verlagshaus den Strombedarf für die Herstellung seiner Zeitungen, Prospekte und Geschäftsdrucksachen mit Naturstrom. Die zur



Michael Unger, Kundenberater der RWE Vertrieb AG (rechts), überreicht die Urkunde für den Nachweis, dass der Strom vollständig aus Wasserkraft erzeugt wird, an Peter Krupp, Geschäftsführer von Krupp Druck in Sinzig.

Produktion benötigte Energie liefert der langjährige Versorger RWE. Obwohl bereits ein langfristiger Abnahmevertrag mit dem Lieferanten bestand, wurde während der Vertragslaufzeit im Januar 2013 auf Naturstrom gewechselt.

Durch Maßnahmen im Rahmen der Mitgliedschaft bei den bundesweiten »30-Pilot-Netzwerke« zur Verbesserung der Energieeffizienz steht bereits nach wenigen Monaten fest, dass die Mehrkosten über dauerhafte Einspareffekte in der Produktion kompensiert werden.

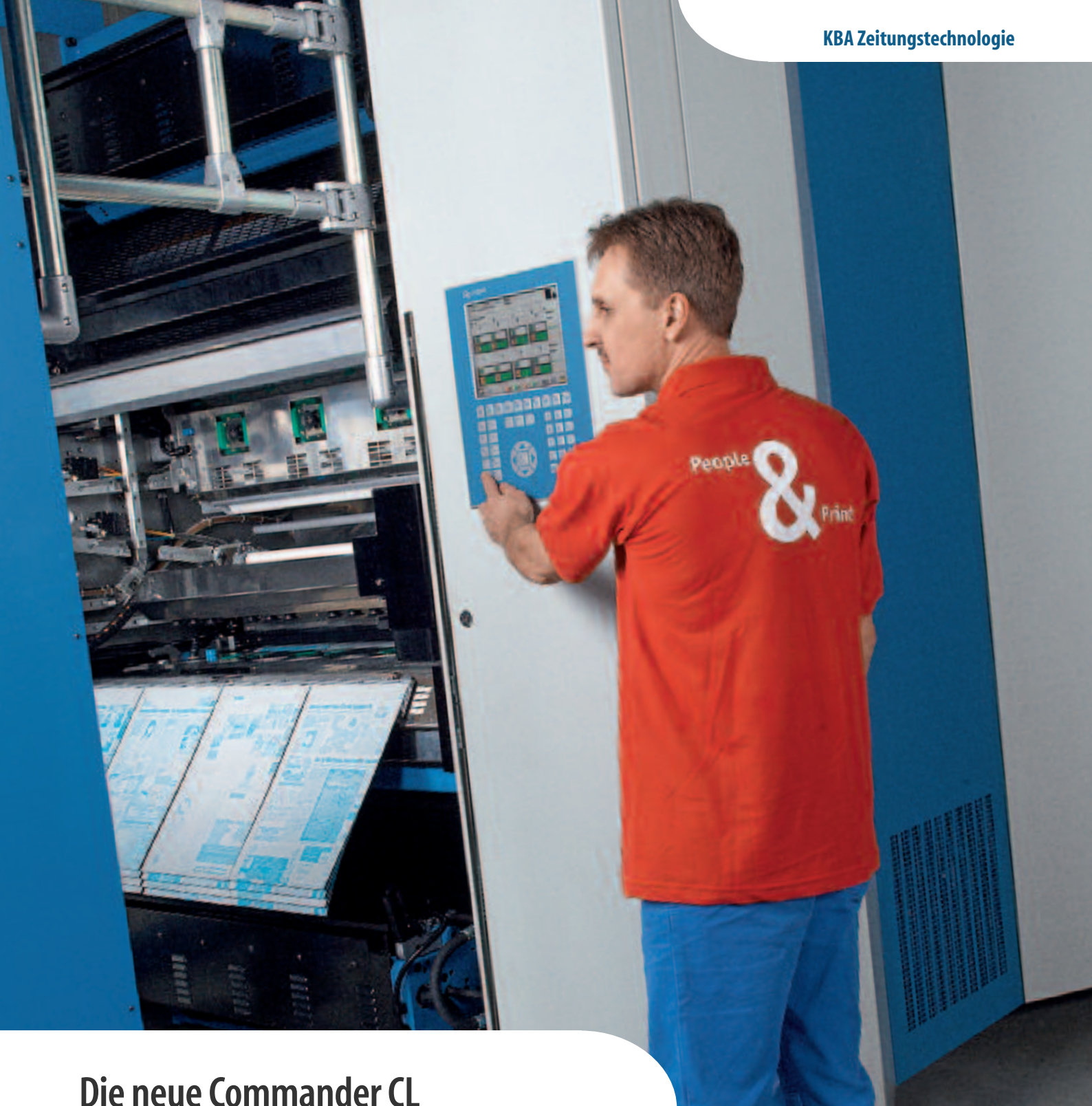
In den letzten Jahren hat Krupp zur Reduzierung des Stromverbrauchs erhebliche Summen investiert. So wurde beispielsweise eine frequenzgeregelte Kompressor-Anlage zur Erzeugung der benötigten Druckluft angeschafft. Mehrere Tests wurden mit LED-Lampen zur Beleuchtung der Hallenarbeitsplätze durchgeführt, die allerdings noch nicht zu überzeugenden Ergebnissen führten. Seit einigen Wochen trägt die

warme Abluft aus dem Kompressoren-Raum durch eine temperaturregelte Weiche zur Unterstützung der Hallenheizung bei. Bis Ende des Jahres wird der Umbau der Kühlung für Produktionswasser abgeschlossen sein. Diese Anlage nutzt kühle Außenluft und ersetzt beziehungsweise unterstützt eine strombetriebene Kältemaschine in der Rollendruckmaschine. Mit diesen Maßnahmen können weitere Energie-Einspareffekte erzielt werden und der CO₂-Ausstoß neben den bereits eingesparten jährlich 1.200 t CO₂ nochmals signifikant reduziert werden.

Stromzusatzkosten belasten

Sorgen bereiten den Inhabern der Druckerei die unaufhaltsam steigenden Kosten des Energiebezuges. Obwohl seit 2007 zahlreiche Einspar- und Optimierungsmaßnahmen umgesetzt wurden, steigen die Kosten je verbrauchter kWh weiter dramatisch an. Wie fast alle mittelständischen Unternehmen zahlt auch die Druckerei im Sinziger Industriegebiet die Strompreis-Zulagen für EEG, KWKG, Offshore-, §19-Umlage, die Netznutzungsentgelte sowie Stromsteuer. Selbst der an der Strombörse fallende Einkaufspreis bringt kaum Entlastung beim Energieeinkauf. Daher fordert Krupp, wie viele betroffene mittelständische Unternehmen, dass die durch die Energiewende entstehenden Kosten auf ein erträgliches Maß reduziert werden.

➤ www.kruppverlag.de



Die neue Commander CL Flexibilität und Qualität vom Marktführer

Mit den hoch automatisierten Kompaktrotationen Cortina und Commander CT hat KBA vor Jahren die Richtung für den modernen Zeitungsdruck vorgegeben. Die kompakte Commander CL Achterturmmaschine ergänzt das erfolgreiche Duo. Mit den Farbwerken und vielen anderen Innovationen der Commander CT, mit nachrüstbaren Modulen für den halb- oder vollautomatischen Plattenwechsel, mit intelligenten Lösungen für die flexible Zeitungs- und Semi-commercialproduktion sowie einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis. Mehr Infos? Anruf genügt.

Besuchen Sie uns auf der World
Publishing Expo in Berlin vom 07.-09.10.
Halle 1.2, Stand 420

 **KBA**
People & Print

Druck + Form 2013

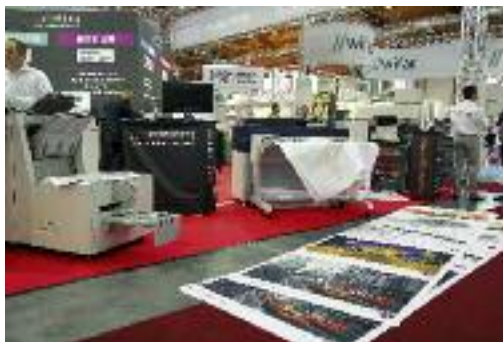
Gute Stimmung bei den Ausstellern und Besuchern in Sinsheim

Zum 19. Mal fand in der Messe Sinsheim vom 9. bis 12. Oktober 2013 die Fachmesse Druck + Form statt. 104 Aussteller repräsentierten nach Angaben des Veranstalters die Bereiche Druckvorstufe, Druck, Weiterverarbeitung, Software und Dienstleistungen. Damit sei die Ausstellerzahl auf dem Niveau des Vorjahres gehalten worden. Zudem spricht die Messe Sinsheim von

Therapie« gehabt. Ergänzend zu den Vorträgen in der Print Factory Academy konnten die Besucher in der MediaLounge die Referenten persönlich kennen lernen und die wichtigsten Themen der Print Factory Academy in lockerer Atmosphäre vertiefen.

Rege Teilnahme habe auch das neue Angebot der Druck + Form, die Print Factory Tour, gefunden. Bei

diesem Jahr mehrere Branchentagen abgesagt. Wir wollten der Druckbranche auch weiterhin eine gute Plattform bieten und haben deshalb unsere Anstrengungen für die Druck + Form mit breit angelegten Marketingmaßnahmen deutlich erhöht. Unsere Bemühungen haben sich gelohnt«, zeigt sich der Prokurist der Messe Sinsheim GmbH, Andreas Wittur, mit dem



einer einer hohen Besucherqualität: Von den knapp 4.000 Besuchern an den vier Messetagen seien 73% Geschäftsführer und Entscheidungsträger gewesen. Großen Anklang habe auch das umfangreiche Weiterbildungsangebot der Druck + Form gefunden. Viele der Vorträge und Workshops in der Print Factory Academy seien bis auf den letzten Platz belegt gewesen. Besondere Zugkraft hätte beispielsweise der Erfolgstrainer Klaus-J. Fink mit seinen »Schlüsselfaktoren für den erfolgreichen Verkauf von Druck-Erzeugnissen« und Bestsellerautor Slatco Sterzenbach mit dem Vortrag »Lebenskraft schlägt Burnout – Prävention statt

den geführten Touren wurden die Fachbesucher mehrmals am Tag an ausgewählte Messestände begleitet, wo ihnen ganzheitliche Lösungsansätze präsentiert wurden. Ihren Abschluss fanden die Touren jeweils mit einer Barkeeper-Show und Lieblingscocktail in der Media Lounge.

Nach Auffassung der Aussteller wurde die Druck + Form auch in diesem Jahr ihrem Ruf als Branchenplattform und Ordermesse gerecht. Hervorgehoben wurden die hohe Besucherqualität und die große Zahl vielversprechender Kundenkontakte.

»Aufgrund der schwierigen Situation in der Druckbranche wurden in

Verlauf der Druck + Form zufrieden. »Wir konnten die Aussteller- und auch die Besucherzahlen stabilisieren und damit dem Trend entgegenwirken. Und was noch wichtiger ist: Die Aussteller sind mit dem Messerverlauf sehr zufrieden. Auch von den Besuchern haben wir eine durchweg positive Resonanz erhalten. Sie haben das breite Weiterbildungsangebot der Messe sehr gut angenommen und bewusst genutzt. Auf dieser Basis sind wir auch für die Zukunft mit der Druck + Form auf einem sehr guten Weg.« Die Druck + Form 2014 findet vom 8. bis 11. Oktober 2014 in der Halle.6 der Messe Sinsheim statt.

➤ www.druckform-messe.de

Neschen

VON US-TOCHTERGESELLSCHAFTEN GETRENNT

Am 1. Oktober 2013 hat der Neschen-Konzern wesentliche Vermögensgegenstände seiner US-Töchter an einen US-amerikanischen Käufer veräußert. Dazu zählen unter anderem die Produktionsstätten in Elkridge und Wisconsin, der SEAL-Markennamen und das Geschäft mit Medien und Laminatoren in den USA. Über den Käufer wie auch die Konditionen wurde Stillschweigen vereinbart.

Die Neschen AG hatte wesentliche Teile des US-Geschäftes im Jahr 2001 von dem Wettbewerber Hunt Corporation (USA) erworben. Darin enthalten waren unter anderem die Marke SEAL sowie mehrere Vertriebs- und Produktionsstandorte weltweit. Die US-Töchter trugen zuletzt rund 20% zum Konzernumsatz bei.

Durch den Verkauf der bislang defizitären US-Tochtergesellschaften entfällt zukünftig die Finanzierung der Verluste durch die Muttergesellschaften Neschen AG und Neschen Benelux in Höhe von 1,5 bis 2,0 Mio. € pro Jahr. Die dadurch freigewordenen Mittel sollen in das Kerngeschäft der Neschen AG investiert werden.

Der Verkauf soll jedoch nicht nur Finanzierungslücken schließen. So hat die Neschen AG mit dem Käufer eine Kooperationsvereinbarung über die zukünftige Belieferung von Laminatoren unter der Marke SEAL abgeschlossen. Im Gegenzug wird das USA-Geschäft weiter mit Material aus dem Hause Neschen vom Käufer betrieben.

➤ www.neschen.com

KURZ & BÜNDIG

Die **NZZ-Mediengruppe** fokussiert sich auf ihr Kerngeschäft und trennte sich zum 1. Oktober 2013 von der **Prisma Medienservice AG**, die von der **Direct Mail Company AG**, einer Konzerngesellschaft der **Schweizerischen Post**, übernommen wurde. • Mit der Übernahme der Mehrheitsanteile an der bisherigen Vertretung **Deltagraf Representações Comerciais Ltda.** in São Paulo, Brasilien, unterhält **KBA** seit Anfang September 2013 auch eine eigene Vertriebs- und Servicegesellschaft im größten Markt Lateinamerikas. • Der Spezialchemiekonzern **Altana** übernimmt das europäische Geschäft für wasserbasierte und UV-Überdrucklacke von **The Valspar (France) Corporation**. Der Umsatz dieses Geschäftsteils belief sich 2012 auf knapp 8 Mio. €. Das Geschäft wird in die Altana-Tochtergesellschaft **Actega Terra** integriert. • **Metsä Board** hat die Preise für Faltschachtelkarton in Europa Mitte Oktober um 70,00 € pro Tonne erhöht.

Menschen & Karrieren



Nach fast 30 Jahren kündigte **Martin Ruhle** seinen Rückzug aus der Geschäftsführung des Hamburger Softwareherstellers ppi Media zum 31. Dezember 2013 an. Nachfolger von Ruhle in der Geschäftsführung von ppi Media an der Seite von **Norbert Ohl** wird zum 1. Januar 2014 **JAN KASTEN**. Der Leiter des

Produktmanagements ist bereits seit vielen Jahren für ppi Media tätig und gilt als ausgewiesener Branchenexperte. • Die Druckstudio Gruppe hat ihr Team weiter ausgebaut: **GUDRUN BREUER**

ist seit dem 1. Juni die neue kaufmännische Leiterin des Düsseldorfer Druck- und Mediendienstleisters. Die Diplom-Kauffrau und Master of Laws bringt über 20 Jahre Berufserfahrung aus dem kaufmännischen Bereich, der Finanzbuchhaltung und dem Controlling bei



mittelständischen Unternehmen mit. • **MARCUS**

GABLOWSKI hat bei Herma die Leitung der Entwicklung Haftklebstoffe und Silikone übernommen. Gablowski, der an der Hochschule Esslingen Chemieingenieurwesen studiert hat, ist seit 2004 bei Herma vor allem in den Bereichen Verfahrenstechnik und Entwicklung tätig. • **KARL-MICHAEL LOLEIT** hat für Antalis in Deutschland und Österreich die Position des

Human Resources Directors übernommen. Für Deutschland begleitet er in dieser Funktion unter anderem die Neuausrichtung ›Antalis Refresh 2014‹. Im Fokus steht für ihn ganz besonders die Mitarbeiterförderung sowie die Führungskräfte- und Organisationsentwicklung. • Nachdem **Dieter Rampl**, langjähriges Mitglied und seit 2006 amtierender Vorsitzender des Aufsichtsrats bei KBA, am 26.



September aus privaten Gründen von beiden Ämtern zurückgetreten ist, wählte der Aufsichtsrat **HEINZ-JOACHIM NEUBÜRGER** zum neuen Vorsitzenden.

Der erfahrene Wirtschaftsprüfer ist ehemaliges Vorstandsmitglied der KPMG Deutschland und hält diverse Aufsichtsratsmandate bei mittelständischen Unternehmen. • **Martin Schmaußer** ist seit Oktober neuer Chief Financial Officer der Planatol Holding GmbH. Der Diplom-Betriebswirt verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in leitender Funktion in internationalem Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, HR und IT. • Seit 1. September 2013 leitet **NATASHA TANDON** das weltweite Marketing und Produktmanagement von manroland web systems in Augsburg. Ihr Vorgänger **Robert Wiedemann** übernimmt neue Aufgaben innerhalb des Unternehmens und widmet sich schwerpunktmäßig dem Ausbau der Geschäftsfelder der manroland web systems GmbH. • Die Ricoh Schweiz AG ernannte **MICHAEL HECKNER** am 1. November 2013 zum Head of Channel. Heckner kommt von Hewlett-Packard und war hier überwiegend im Bereich Imaging and Printing mit verschiedenen Aufgaben im Channel betraut. Ein Schwerpunkt war das erfolgreiche Etablieren einer Managed Printing-Strategie für den Fachhandel. In Zukunft wird er die Ricoh Schweiz AG im Fachhandelsbereich stärken.

Der erfahrene Wirtschaftsprüfer ist ehemaliges Vorstandsmitglied der KPMG Deutschland und hält diverse Aufsichtsratsmandate bei mittelständischen Unternehmen. • **Martin Schmaußer** ist seit Oktober neuer Chief Financial Officer der Planatol Holding GmbH. Der Diplom-Betriebswirt verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in leitender Funktion in internationalem Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, HR und IT. • Seit 1. September 2013 leitet **NATASHA TANDON** das weltweite Marketing und Produktmanagement von manroland web systems in Augsburg. Ihr Vorgänger **Robert Wiedemann** übernimmt neue Aufgaben innerhalb des Unternehmens und widmet sich schwerpunktmäßig dem Ausbau der Geschäftsfelder der manroland web systems GmbH. • Die Ricoh Schweiz AG ernannte **MICHAEL HECKNER** am 1. November 2013 zum Head of Channel. Heckner kommt von Hewlett-Packard und war hier überwiegend im Bereich Imaging and Printing mit verschiedenen Aufgaben im Channel betraut. Ein Schwerpunkt war das erfolgreiche Etablieren einer Managed Printing-Strategie für den Fachhandel. In Zukunft wird er die Ricoh Schweiz AG im Fachhandelsbereich stärken.

Der erfahrene Wirtschaftsprüfer ist ehemaliges Vorstandsmitglied der KPMG Deutschland und hält diverse Aufsichtsratsmandate bei mittelständischen Unternehmen. • **Martin Schmaußer** ist seit Oktober neuer Chief Financial Officer der Planatol Holding GmbH. Der Diplom-Betriebswirt verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in leitender Funktion in internationalem Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, HR und IT. • Seit 1. September 2013 leitet **NATASHA TANDON** das weltweite Marketing und Produktmanagement von manroland web systems in Augsburg. Ihr Vorgänger **Robert Wiedemann** übernimmt neue Aufgaben innerhalb des Unternehmens und widmet sich schwerpunktmäßig dem Ausbau der Geschäftsfelder der manroland web systems GmbH. • Die Ricoh Schweiz AG ernannte **MICHAEL HECKNER** am 1. November 2013 zum Head of Channel. Heckner kommt von Hewlett-Packard und war hier überwiegend im Bereich Imaging and Printing mit verschiedenen Aufgaben im Channel betraut. Ein Schwerpunkt war das erfolgreiche Etablieren einer Managed Printing-Strategie für den Fachhandel. In Zukunft wird er die Ricoh Schweiz AG im Fachhandelsbereich stärken.

Der erfahrene Wirtschaftsprüfer ist ehemaliges Vorstandsmitglied der KPMG Deutschland und hält diverse Aufsichtsratsmandate bei mittelständischen Unternehmen. • **Martin Schmaußer** ist seit Oktober neuer Chief Financial Officer der Planatol Holding GmbH. Der Diplom-Betriebswirt verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in leitender Funktion in internationalem Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, HR und IT. • Seit 1. September 2013 leitet **NATASHA TANDON** das weltweite Marketing und Produktmanagement von manroland web systems in Augsburg. Ihr Vorgänger **Robert Wiedemann** übernimmt neue Aufgaben innerhalb des Unternehmens und widmet sich schwerpunktmäßig dem Ausbau der Geschäftsfelder der manroland web systems GmbH. • Die Ricoh Schweiz AG ernannte **MICHAEL HECKNER** am 1. November 2013 zum Head of Channel. Heckner kommt von Hewlett-Packard und war hier überwiegend im Bereich Imaging and Printing mit verschiedenen Aufgaben im Channel betraut. Ein Schwerpunkt war das erfolgreiche Etablieren einer Managed Printing-Strategie für den Fachhandel. In Zukunft wird er die Ricoh Schweiz AG im Fachhandelsbereich stärken.

Der erfahrene Wirtschaftsprüfer ist ehemaliges Vorstandsmitglied der KPMG Deutschland und hält diverse Aufsichtsratsmandate bei mittelständischen Unternehmen. • **Martin Schmaußer** ist seit Oktober neuer Chief Financial Officer der Planatol Holding GmbH. Der Diplom-Betriebswirt verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in leitender Funktion in internationalem Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, HR und IT. • Seit 1. September 2013 leitet **NATASHA TANDON** das weltweite Marketing und Produktmanagement von manroland web systems in Augsburg. Ihr Vorgänger **Robert Wiedemann** übernimmt neue Aufgaben innerhalb des Unternehmens und widmet sich schwerpunktmäßig dem Ausbau der Geschäftsfelder der manroland web systems GmbH. • Die Ricoh Schweiz AG ernannte **MICHAEL HECKNER** am 1. November 2013 zum Head of Channel. Heckner kommt von Hewlett-Packard und war hier überwiegend im Bereich Imaging and Printing mit verschiedenen Aufgaben im Channel betraut. Ein Schwerpunkt war das erfolgreiche Etablieren einer Managed Printing-Strategie für den Fachhandel. In Zukunft wird er die Ricoh Schweiz AG im Fachhandelsbereich stärken.



: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.

Am 17. Oktober hat Kodak den neuen Hauptsitz für Europa, Afrika und den Mittleren Osten (EMEA) in Eysins in der Nähe von Genf offiziell eingeweiht. Mit dem Umzug führt Kodak in Eysins seine Europa-Zentrale und Inkjet-Demoeinrichtungen zusammen, die sich bisher im Nachbarort Gland und im belgischen La Hulpe befanden.

Kodak-CEO Antonio Perez zerschneidet das symbolische rote Band zur offiziellen Eröffnung in Eysins und erläuterte die Strategie und die Ziele des nach der Insolvenz neu aufgestellten Unternehmens Kodak.



Im Technologiezentrum in Eysins, zu dessen Eröffnung Kodak Ballons in den Unternehmensfarben aufsteigen ließ, können sich Interessenten die verschiedenen Kodak-Produkte ansehen und vorführen lassen. Dafür stehen die aktuellen Digitaldrucksysteme, CtP- und Vorstufenlösungen sowie sämtliche Software und Workflow-Systeme zur Verfügung.



Die ›neue Kodak‹ ist am Start

Kodak konzentriert sich nach seiner Reorganisation auf Produkte und Lösungen für B2B-Märkte. Dazu zählen Verpackungsproduktion, die grafische Kommunikation und funktionales Drucken. Damit stellt sich Kodak heute so dar, wie wir das Unternehmen aus Sicht der grafischen Industrie immer wahrgenommen haben.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

»Wir schlagen einen Aufwärtstrend zu profitablen Wachstum ein«, sagte Antonio M. Perez, Kodak Chief Executive Officer, im Rahmen der Eröffnungsfeier der neuen Zentrale im Schweizerischen Eysins am Genfer See, als er die ›neue Kodak‹ vorstellte. »Wir verfügen über die richtigen Technologien zur richtigen Zeit, da die Druckmärkte zu digitalen Verfahren übergehen. Unser Programm an Lösungen für den Offset-, Hybrid- und Digitaldruck erlaubt Kunden, diesen Übergang mit unseren Technologien in der von ihnen gewünschten Weise und Geschwindigkeit zu vollziehen.«

Im Zuge des US-amerikanischen Insolvenzverfahrens Chapter-11 hatte sich Kodak zwischen Anfang 2012 und September 2013 komplett von seinem Consumer-Geschäft getrennt und konzentriert sich nunmehr ausschließlich auf den Profibereich. Für die nächsten Jahre sieht Perez das Unternehmen in der jetzigen Form gut aufgestellt: »Wir sind aus dem Prozess als Technologieunternehmen hervorgegangen, das Imaging-Lösungen für Märkte wie die Verpackungsherstellung, den funktionalen Druck und die Druckindustrie anbietet.« Außerdem hat Kodak noch Produkte rund um Entertainment Imaging und Commercial Films im Angebot.

Damit ist die ›neue Kodak‹ eigentlich genau so, wie wir Kodak aus Sicht der grafischen Branche schon immer wahrgenommen haben. Es bleibt bei Software und Workflows,

bei Druckplatten für den Offsetdruck und verstärkt auch für den Flexodruck und Verpackungen, es gibt die Digitaldruckmaschine Nexpress, die mit Toner arbeitet, und die Inkjet-Maschinen sowie Eindrucksysteme der Prosper-Reihe und Controller, die zudem als Creo-Frontends Drucksysteme anderer Anbieter ansteuern.

Kodak hat sich also vom Chemie-Konzern zur Drucker-Company gewandelt, wie es Antonio Perez formuliert. »Wir wurden durch unsere Transformation revitalisiert, haben uns restrukturiert und wollen als bedeutender Wettbewerber am Markt agieren – schlanker, mit einer starken Kapitalstruktur, einer gesunden Bilanz und den besten Technologien der Branche«, versprach Perez.

Drei Kernsegmente

Dabei wolle Kodak den Fokus auf die aktive Gestaltung der Zukunft von Print legen und sich zugleich auf Märkte konzentrieren, die hohes Wachstumspotenzial böten. Dazu zählt Perez den Verpackungsmarkt, die klassische Druckindustrie und funktionales Drucken.

Mit den Flexcel- und Stream-Inkjet-Lösungen will Kodak im Verpackungsmarkt zu mehr Effizienz beitragen. Gleichzeitig soll im Markt der Verpackung, der von Kodak auf knapp 250 Mrd. US-Dollar beziffert wird, der Digitaldruck bei Smart-Packaging-Lösungen und bei Lösungen für den Markenschutz intensiver genutzt werden.

Im Markt der grafischen Kommunikation, also der klassischen Druckindustrie, der von Kodak als etwa 450 Mrd. \$ großer Markt weltweit definiert wird, soll der Wert gedruckter Seiten durch Hybrid-Technologien (Inkjet) gesteigert werden und produktive und nachhaltige Druckplatten wie die Sonora sollen den Druckereien eine höhere Rendite liefern.

Im Markt des funktionalen Druckens (nach Schätzung von Kodak derzeit etwa 28 Mrd. \$ groß) will Kodak seine Druck- und Laser-Imaging-Technologien (Squarespot) mit seiner Kompetenz im Umgang mit extrem dünnen Schichten (wie ehemals beim fotografischen Film) sowie speziellen Materialien kombinieren, um industrielle Lösungen in diesem Markt zu schaffen. Perez nannte als Beispiel Anwendungen im Bereich der Touch-Panel-Displays.

Disruptive Technologien

Nun kann man geteilter Meinung sein, ob dies alles so ›bahnbrechend‹ ist, wie es Antonio Perez darstellt, oder ob dies nicht der ganz normale Weg ist, wie sich der Markt entwickeln könnte. Auch wenn Kodak nur spezielle Segmente der einzelnen Märkte adressiert, wird es wichtig für den Erfolg sein, die vorhandenen Technologien interdisziplinär zu nutzen. Dennoch nannte Perez in diesem Zusammenhang sogenannte disruptive Technologien, die eine bestehende Technologie, ein

existierendes Produkt oder eine Dienstleistung möglicherweise vollständig verdrängen könnten. Allerdings sind solche Technologien etablierten Produkten zumindest anfangs unterlegen – wie man vom Digitaldruck weiß.

Vielleicht wird der Digitaldruck irgendwann einmal den Offset verdrängen, doch bis dahin muss Kodak existierende Technik nutzen (zum Beispiel Offsetdruckplatten) und in bare Münze umsetzen. Denn das nunmehr deutlich reduzierte Unternehmen Kodak, das mit 8.500 Mitarbeitern etwa 3 Mrd. \$ Umsatz erzielen will, kann sich keinen weiteren Ausrutscher leisten.

Wichtige Partnerschaften

Von großer Bedeutung für Kodaks künftigen Erfolg sind nach Einschätzung von Philip Cullimore, Managing Director der Region EAMER, deshalb die Partnerschaften mit anderen Herstellern zur gemeinsamen Entwicklung von Lösungen: zum Beispiel für die Herstellung von flexiblen Verpackungen, Faltschachteln und Verpackungen aus Wellpappe. Dazu gehören aber auch Partnerschaften von Kodak mit Kunden, die den Produkten von Kodak gegenüber aufgeschlossen sind.

Davon dürfte Kodak ausgehen können. Denn auch während der Insolvenz sind viele Unternehmen treue Kodak-Kunden geblieben.

› www.kodak.com

Rollenoffsetmarkt schmiert weiter ab

KBA hat eigenen Angaben zufolge 2012 knapp 40% und im laufenden Jahr über 40% der von der Zeitungsindustrie vergebenen Aufträge für neue Zeitungsrotationen erhalten. Die bittere Pille aber ist, dass das Volumen der Neuinvestitionen in Zeitungsdrucktechnik seit 2006 um über 70% auf unter 300 Mio. Euro geschrumpft ist.

Trotz des hohen Marktanteils, über den sich KBA freuen kann, reichen die aktuellen Investitionen in Zeitungsdrucktechnik aber nicht aus, die bereits deutlich reduzierten Kapazitäten von KBA zu füllen. In einer Pressekonferenz des Unternehmens zur World Publishing Expo (WPE) in



Berlin wies der KBA-Vorstandsvorsitzende **Claus Bolza-Schünemann** darauf hin, dass die im Jahr 2010 noch erwartete Bele-

bung des Marktes für neue Zeitungstechnik aus strukturellen und konjunkturellen Gründen nicht eingetreten ist und man sich angesichts des Strukturwandels bei den Medien, der Konzentrationstendenzen bei Verlagen und Druckereien und der Neuorientierung in der Zeitungsbranche mittelfristig eher auf einen weiteren Rückgang bei den Investitionen in neue Offsetrotationen, Vorstufen- und Versandraumtechnik als auf eine signifikante Erholung einstellen sollte.

Nach neuesten Marktanalysen erreichten die Umsätze der Lieferindustrie mit neuen Akzidenz- und Zeitungsrotationen (ohne Gebrauchtmaschinen, Service und Verbrauchsmaterialien) nach knapp 1,7 Mrd. € im Jahr 2007 mit 620 Mio. € im Krisenjahr 2009 einen Tiefpunkt und gingen nach einem kurzzeitigen Anstieg im Jahr 2010 in den beiden zurückliegenden Jahren wieder zurück. Für 2013 erwartet KBA einen weiteren Rückgang und geht davon

aus, dass die Talsohle 2015 erreicht sei. Dann lägen die jährlichen Investitionen in neue Rollenoffsettechnik gerade noch bei etwa 400 Mio. €. Vor diesem Hintergrund hält Klaus Bolza-Schünemann die bisherige Kapazitätsreduzierung auf der Anbieterseite noch nicht für ausreichend und marktkonform.

Neben einer weiteren Kapazitätsanpassung will KBA den geringeren Umsatz mit neuen Rollenoffsetmaschinen soweit wie möglich durch mehr Servicegeschäft, ein breiteres

Portfolio für den Verpackungsdruck und das neue Geschäftsfeld Digitaldruck kompensieren.

Zusätzliches Geschäft

Deshalb hat KBA sein Offset-Programm für die Zeitungsindustrie um die Digitaldruckanlage KBA RotaJET erweitert. Laut Bolza-Schünemann wurden inzwischen zwei Anlagen dieses Typs verkauft – allerdings in andere Marktsegmente als in den Zeitungsdruck. KBA registriert

nach eigenen Angaben neben dem zunächst adressierten Bücher-, Mail- und Werbedruck inzwischen jedoch auch zunehmendes Interesse aus der Zeitungsindustrie. »Die RotaJET ist die einzige Inkjet-Rotation eines klassischen Offsetmaschinenbauers. Wir sind seit fast 200 Jahren in der Zeitungsindustrie aktiv und kennen die Anforderungen besser als andere Digitaldruck-Lieferanten, die vorwiegend im Office-Bereich groß geworden sind«, sagte Bolza-Schünemann. »Das uns entgegengebrachte Vertrauen wollen wir nutzen, um der Branche neue Geschäftsmöglichkeiten aufzuzeigen. Da wir Offset- und Digitaldruck anbieten, können wir dies mit Objektivität tun.«

Die RotaJET lässt sich nach Einschätzung von KBA für stark lokalisierte Produktionsszenarien (Microzoning) in der Zeitung sowie formatflexible zusätzliche Printprodukte auf unterschiedlichen einsetzen. Klassische Geschäftsmodelle der Zeitungsbranche ließen sich so erweitern. Auch die Nachrüstung von Inkjet-Eindrucksystemen wie die Kodak Prosper S30 in Offsetrotationen, wie sie KBA bereits realisiert hat, sind eine weitere Option, im Zeitungsdruck neue Wege zu gehen.

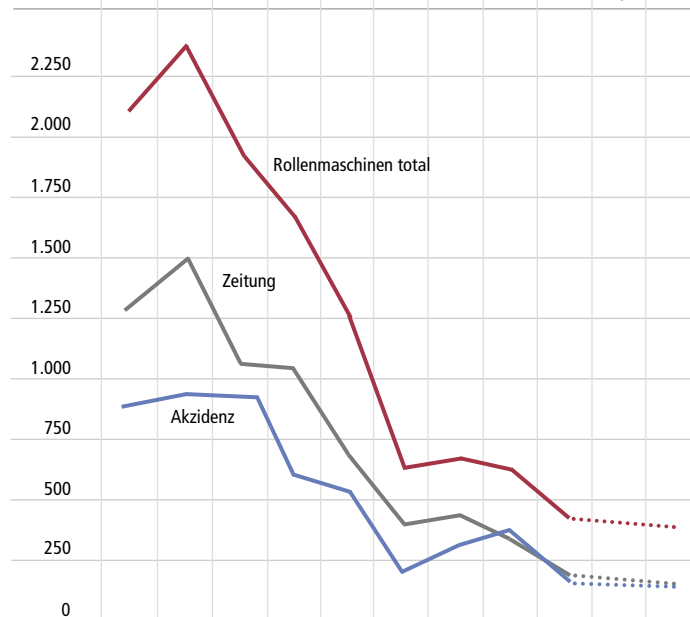
➤ www.kba.com

LESE-TIPP

Weiterführende Informationen finden Sie in der Ausgabe »Druckmarkt impressions 71« und in Heft »Druckmarkt 87«.

UMSÄTZE ROLLENMASCHINEN WELTWEIT*

in Tsd. €	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2015
Zeitung	1.323	1.498	1.050	1.027	700	400	420	300	220	Prognose 200
Akzidenz	807	860	857	648	550	220	270	330	210	Prognose 200
total	2.130	2.358	1.907	1.675	1.250	620	690	630	430	Prognose 400



* ohne Japan. Quelle: KBA Koenig & Bauer AG; © Druckmarkt-Grafik 2013

ICH BIN

EIN

SEHR

STARKER

ANREIZ

ZUM

HANDELN

I am the power of print.

Im Durchschnitt werden mit jedem Euro der in Direct Mails investiert wird, 14 € generiert - mit manchen Kampagnen sogar bis zu 40 €. Ob Akquise, Kundenbindung oder Up-Selling - der Erfolg von Direct Mails ist direkt messbar.

Entdecken Sie mehr unter www.print-power.info



Fotografieren Sie den Code mit Ihrem Mobiltelefon, um die Broschüre online zu bestellen.
Den Code-Reader können Sie kostenlos unter www.upcode.fi herunterladen.

**PRINT
POWER**

ADD PRINT, ADD POWER

Veränderung und Risikobereitschaft sind entscheidend

Unternehmen dürfen Veränderungen nicht hinterher laufen, sondern aktiv gestalten. Das ›Dehnberger Forum‹ wollte den mehr als 150 Unternehmern und Geschäftsführern die Plattform für neue Denkanstöße bieten. Beim Branchentreff von manroland web systems konnten sie eine kontroverse Diskussion zur Medienbranche verfolgen.

Text und Bild: manroland websystems

»Was auch immer wir heute hören, es hat etwas mit Zukunft und der Förderung von Innovation zu tun«, begrüßte Moderator Michael Dömer das Publikum im restlos gefüllten Dehnberger Hoftheater. Die Branche verändert sich weitreichend, doch an Erfahrung in diesem Prozess mangelt es logischerweise. »Keiner weiß genau, wohin die Reise geht. Darum ist es jetzt wichtiger denn je, Mut zu haben und die nötige Risikobereitschaft, um mit mehr Konsequenz Veränderungen in Ihren Unternehmen umzusetzen«, sagte Dömer vor der uralten Dehnberger Kullisse. Die diente zum achten Mal als das Gegengewicht zu dem Spannungsbogen zwischen aktuellen Branchenthemen aus den Bereichen Zeitung, Magazin und Buch bis hin zu dynamischen Themen aus der digitalen Kommunikationswelt. Das Thema ›Veränderung‹ zog sich in diesem Jahr wie ein roter Faden durch das Bühnenprogramm mit hochkarätigen Akteuren und sechs Hauptvorträgen. Vertreter aus unterschiedlichen Branchen stellten dabei ihre individuelle Sichtweise und Veränderungs-Erfahrung vor.

Mut zur Veränderung

Die Perspektive der Lieferanten beleuchtete Stefan Peter, Geschäftsführer der Papyrus Deutschland GmbH & Co KG. Er berichtete, wie die Papierindustrie erhebliche Veränderungen bewältigt, die eine Erneuerung der Lieferkette erfordern.

Lars Reinecke stellte seine Veränderungsstrategie aus dem Blickwinkel als Produktionsdirektor bei der Condé Nast Verlag GmbH vor. Er erzählte aus der Praxis, wie Printtitel verändert, weiterentwickelt und mit pfiffigen Ideen tragfähige Geschäftsmodelle entwickelt werden. Gespannt darf man auf das in Kürze erscheinende Print-Projekt ›Shokunin‹ von Condé Nast sein, an dem verschiedene Chefredaktionen und Partner der Wertschöpfungskette beteiligt sind. Erfrischend auch der kurze Auftritt und die Gedanken der 23-jährigen Verlegerin Ricarda Messner. Sie erklärte, was junge Menschen an der gedruckten Zeitschrift faszinieren kann und warum sie das Stadtmagazin ›Flaneur‹ publiziert.

Die Sicht der Druckdienstleister vertraten Axel Hentrei, Geschäftsführer von der Mohn Media Mohndruck GmbH, und Dr. Klemens Berkold, Geschäftsführer der Funke Mediengruppe. Beide halten die Berichterstattung über eine vermeintlich niedergehende Zeitungs- und auch Zeitschriftenbranche für schädlich und nicht angemessen. Hentrei sieht für sein Unternehmen sogar ein steigendes Printvolumen, auch wenn die Umsätze nicht adäquat wachsen würden. Er erwartet künftig Veränderungen beim Service und sieht Entwicklungsbedarf im Bereich Mitarbeiterqualifikation, speziell auch im Vertrieb. Dr. Berkold zeigte auf, wie die Funke Mediengruppe die strukturelle, logistische und verlags-



Moderator Michael Dömer im Gespräch mit Eckhard Hörner-Maraß, Geschäftsführer manroland web systems, der Fragen zur Marktsituation des Unternehmens beantwortete: »Die Auftragslage ist stabil.«

übergreifende Zusammenlegung von Kapazitäten und Prozessen bewältigt. Außerdem beschrieb er den Weg des Unternehmens zur angestrebten industriellen Fertigung von standardisierten Produkten. Dr. Berkold weiß, dass sich auch im Drucksaal die Kompetenzen ändern: »Aus dem Druckereileiter wird zunehmend ein Multichannel-Printmanager.«

Nicht alle geben dem Drucken eine Zukunft

Durchaus das Publikum herausfordernd waren die Ausführungen von Christian Hoffmeister, Geschäftsführer der Bulletproof Media GmbH. Er nahm die Gäste auf eine digitale Reise mit und stellte fest, dass viele

Manager keine neuen, sondern kopierfähige Geschäftsmodelle suchen. Das besitze in der Regel allerdings weniger Erfolgspotenzial als neue Mehrwertangebote. »Schauen Sie sich Ihre Prozesse genauer an und verändern Sie Ihre Sichtweise«, empfahl er den Zuhörern.

Natürlich fehlte auch der branchenfremde und übergeordnete Seitenblick am Ende der Vortragsreihe nicht. Prof. Dr. Gunter Dueck übernahm die Aufgabe des Provokateurs. Der ehemalige IBM-Manager ist der Meinung, dass das Geschäftsmodell Print, so wie es heute besteht, keine Zukunft habe.

Das konnte Eckhard Hörner-Maraß, Geschäftsführer manroland web systems, naturgemäß wenig schockieren, fördern kontroverse Sichtweisen doch das Denken und die Entwicklung. Vor einem Jahr hatte sich Hörner-Maraß der Medienbranche in Dehnberg vorgestellt. Auch heute fühlt er sich überaus wohl in der Druckindustrie und stellte für manroland web systems fest: »Die Auftragslage ist stabil und wir erwarten ein stabiles, positives Ergebnis.«

› www.manroland-web.com



DIE Schlaumacher

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

Die »Druckmarkt COLLECTION« ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, 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 künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündelt die »Druckmarkt COLLECTION« 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

Ein starkes Commitment für Print

Parallel zur Forcierung neuer digitaler Angebote investiert die Schweizer AZ Medien AG zur Stärkung ihres Printgeschäfts in eine hoch automatisierte 80-Seiten-Kompaktrotation KBA Commander CT. Das Medienunternehmen setzt damit ein deutliches Zeichen im umkämpften Zeitungsmarkt.

Text und Bilder: KBA

»Wir glauben an das gedruckte Produkt in einem Miteinander mit Online und Mobile. Im Zuge der Zentralisierung unserer Zeitungsdruckaktivitäten in Aarau wollen wir mit der Modernisierung des dortigen Maschinenparks unsere Printprodukte stärken und zusätzliche externe Aufträge gewinnen«, erläutert Peter Wanner, Verleger und Verwaltungsratspräsident der AZ Medien AG, die Beweggründe, weshalb das Medienhaus in neue Rollenoffsettechnik investiert.

Vielfalt an Zeitungsprodukten

»Wir werden uns verstärkt um neue Aufträge von lokalen Anzeigern und kleineren Regionalzeitungen bemühen, da wir mit der neuen Druckmaschine eine Vielfalt an Zeitungsprodukten anbieten können«, ergänzt Roland Tschudi, Finanzchef der AZ Medien AG und Leiter des Bereichs Druck und Logistik. Darüber hinaus will sich das Druckhaus im kommenden Jahr um die anspruchsvollen, qualitativ hochstehenden Druckaufträge der beiden Detailhändler Coop und Migros bewerben, die mit Auflagen von 2,5 Mio. beziehungsweise 2,1 Mio. die größten Printtitel der Schweiz herausgeben.

»Die Investitionen mit einem Gesamtvolumen von rund 20 Millionen Franken für Druck, Weiterverarbeitung, Versand und andere Prozessschritte rechnen sich durch Kosteneinsparungen in Verbindung mit der Konzentration der Druckkapazitäten



Peter Wanner (Verleger und Verwaltungsratspräsident der AZ Medien AG, links) und Axel Wüstmann (CEO der AZ Medien AG) glauben an das gedruckte Produkt, in einem Miteinander mit Online und Mobile. Roland Tschudi (Finanzchef der AZ Medien AG und Leiter des Bereichs Druck und Logistik, rechts) und Urs Binkert (Geschäftsführer der Mittelland Zeitungsdruck AG) wollen mit dem Produktionsstart der neuen KBA Commander CT verstärkt Lohnaufträge akquirieren.



in Aarau sowie durch die mit dem Einsatz modernster Technologie verbundenen Effizienzsteigerungen«, sagt Axel Wüstmann, Geschäftsführer der AZ Medien AG.

Bedeutendes Medienhaus

Im Geschäftsjahr 2012 erzielte die AZ Medien AG mit ihren rund 800 Mitarbeitern einen Umsatz von über 250 Mio. CHF. Neben dem Zeitungsverband »Die Nordwestschweiz« mit den sechs Titeln »az Aargauer Zeitung«, »bz Basellandschaftliche Zeitung«, »bz Basel«, »az Limmattaler Zeitung«, »az Solothurner Zeitung« und »az Grenchner Tagblatt« ist die AZ Medien AG auch Herausgeberin der nationalen Sonntagszeitung »Schweiz am Sonntag«. Das Verbreitungsgebiet der regionalen Tageszeitungen deckt die Region zwischen Zürich, Bern und Basel ab. Die Printprodukte sind multimedial vernetzt mit regionalen Online-Newsportalen, E-Paper, iPad- und Mobile-Applikationen. Zum Portfolio gehören zusätzlich zehn auflagenstarke Wochenzeitungen und Anzeiger, elf Special-Interest- und Fachzeitschriften, die TV-Sender TeleZürli, Tele M1, TeleBärn, der AT Buchverlag, die Akzidenz-Druckereien Vogt-Schild Druck und Weiss Medien sowie die für den Zeitungsdruck zuständige Mittelland Zeitungsdruck AG. Mit internen und externen Aufträgen werden im Zeitungsdruck mehr als 40 Mio. CHF umgesetzt.



Die KBA Commander CT für die Schweizer Mittelland Zeitungsdruck AG in Aarau.

Hoch automatisierte Technik für flexible Produktionen

Die beim Würzburger Druckmaschinenhersteller in Auftrag gegebene 80-Seiten-Anlage wird die ältere der beiden in Aarau betriebenen Wifag-Maschinen ersetzen. »Im September 2014 beginnt die Produktionsaufnahme der Commander CT, ab Okto-

ber soll sie für den Druck unserer eigenen Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen, diverser Fremdaufträge und anspruchsvoller Beilagen eingesetzt werden«, sagt Urs Binkert, Geschäftsführer der Mittelland Zeitungsdruck AG. Das Unternehmen, die Zeitungsleser und Anzeigenkunden sollen davon profitieren. »Die neue Maschine druckt effizien-

ter, in einer besseren Qualität und mit flexiblen Produktionsmöglichkeiten«, sagt Urs Binkert. Bei variablen Bahnbreiten von 1.140 bis 1.280 mm und einer Abschnittlänge von 470 mm können 45.000 Zeitungen in der Stunde mit bis zu 80 vierfarbigen Seiten gedruckt werden. Für die recht unterschiedlichen Produktumfänge kann der Umfangswchsel komfortabel an den fünf Pastomat-Rollenwechslern ausgelöst werden.

Die mit vollautomatischen Plattenwechselsystemen und automatisierten Walzenschlössern ausgestatteten Drucktürme sind auf beiden Seiten über Lifte ergonomisch bedienbar und für eine optimale Zugänglichkeit bei Wartungsarbeiten in der Mitte auseinander fahrbar. Gesteuert wird die Anlage über KBA ErgoTronic-Leitstände mit den Modulen EasyStart und EasyClean-up für das automatische Hochlaufen beziehungsweise Abrüsten.

Über eine Prime-Schnittstelle erfolgt die Integration in das vorhandene Produktionsplanungs- und Voreinstellsystem ABB MPS. Zur hohen Automatisierung tragen Farb- und Schnittregisterregelungen, Farb-, Feuchtwerk- und Gummituchwaschanlagen sowie Bahnlaufregeleinrichtungen bei. Der Überbau des KF 5-Klappenfalzwerkes wird mit zwei Trichtern ausgestattet. Fünf Wendeeinrichtungen, Half-Cover-Führungen und ein Lagenhefter erhöhen die Produktflexibilität. Zusätzlich wird die Rotation so konfiguriert, dass mittels 3/8- und 7/8-Bahnbreiten auch innovative Werbeformen produziert werden können. Optional nachrüstbar sind eine Einrichtung für die Superpanorama-Produktion, Skip Slitter, Stranghefter etc. Mit diesem Auftrag baut KBA seine starke Marktposition im Schweizer Zeitungsdruck weiter aus.

› www.kba.com

DIE NEUE WELT DES OFFSETDRUCKS

NACHHALTIG ZU MEHR GEWINN UND DRUCKQUALITÄT

Natürlich möchten Sie das Richtige für die Umwelt tun. Sie müssen aber auch tun, was für Ihr Geschäft das Richtige ist. Mit der prozessfreien **Kodak Sonora XP** Platte schaffen Sie beides. Sie eliminiert Plattenverarbeitung und Chemie und eignet sich für die meisten Anwendungen im Offsetdruck. Besser für Ihr Geschäft. Besser für unseren Planeten. Das ist die Zukunft, an der wir arbeiten.

Erkunden Sie die neue Welt des Offsetdrucks unter kodak.com/go/sonora

Kodak

YELLOW CHANGES EVERYTHING

TRUEPRESS NACH POLEN Die in Stettin, Polen, ansässige Books Factory hat eine Inkjet-Rollendruckmaschine Screen Truepress Jet520 mit Schneide- und Stapelsystem gekauft, um dem Trend der Books-on-Demand-Produktion zu folgen. Vor der Installation war die Digitalproduktion bei Books Factory auf Bogendruckmaschinen beschränkt. Angesichts der steigenden Nachfrage nach Kleinauflagen entschied sich das Unternehmen für ein flexibleres und produktiveres Inkjet-Drucksystem. > www.screeneurope.com

»NEW STYLE OF IT« Bis zum Jahr 2015 sollen nach einer Prognose von IDC weltweit 37% der Arbeitnehmer mobil sein. Deshalb müssten Unternehmen überlegen, wie sie ihre Geschäfte künftig führen wollen und die Daten verwalten. Mit neuen Lösungen will sich HP dieser Herausforderung stellen und mit Drucktechnologien unter dem Namen »New Style of IT« die Produktivität in einer hybriden Digital- und Papierwelt beschleunigen. Neue Single-Funktions-Drucker, Multifunktionsgeräte, Scanner, »Touch-to-print«-Lösungen und ein aktualisiertes LaserJet-Portfolio sollen den Workflow verbessern und die Produktivität erhöhen. > www.hp.com

UPGRADE BEI STYRIA Seit diesem Jahr ist manroland web systems in drei Zeitungsdruckhäusern von print group Styria mit einem umfangreichen Retrofit betraut, das 2014 abgeschlossen sein soll. Im österreichischen Graz und St. Veit sowie im kroatischen Zagreb wird jeweils ein Retrofit mit den zuverlässigen PECOM-Leitstandsystemen durchgeführt. Darüber hinaus stehen zahlreiche weitere Nachrüstungen der Colorman, Geoman und Uniset-Systeme an, um die Produktionsstabilität langfristig zu sichern. > www.manroland-web.com

VERTRIEBSPARTNERSCHAFT INTENSIVIERT Auf der China Print 2013 gaben KBA und MBO eine Kooperation beim Vertrieb von MBO-Falzmaschinen bekannt. Am Bogenoffset-Standort Radebeul ist die Zusammenarbeit beider Unternehmen jetzt sichtbar. Im KBA-Kundenzentrum steht ein M80-Falzsystem für Demonstrationen und Schulungen bereit. Das KBA-Vertriebspersonal wurde ausgiebig in die moderne Falztechnik eingewiesen, um künftig auch Produkte für die Weiterverarbeitung anbieten zu können. In ausgewählten Ländern wird KBA den Exklusivvertrieb und Service der MBO-Anlagen übernehmen und in anderen die MBO-Vertriebsorganisation bei geeigneten Projekten ergänzen. > www.kba.com

200 DRUCKSYSTEME Über eine europaweite Ausschreibung suchte die Stadt Singen einen Partner für die Erneuerung ihrer gesamten Druckinfrastruktur. Den Zuschlag bekam das Xerox Premier Partner Team Harant aus Villingen-Schwenningen. Mit einer Vielzahl an Standorten, die neben den Stadtwerken auch kommunale Einrichtungen wie Feuerwehr, Schulen und Touristeninformation umfasst, war der Großauftrag eine logistische Herausforderung: Innerhalb von acht Tagen wurden 200 Druck- und Kopiergeräte angeliefert, installiert und in ein Netzwerk mit FollowMe Print-Technologie und einer Kostenabrechnungssoftware von Equitrac integriert. > www.xerox.de

Wie grün muss die weiße Weste sein?

Papyrus inn Events mit durchschlagendem Erfolg in 2013

Mit fünf einzigartigen Abenden, zwei hoch brisanten Themenblöcken und mehr als 1.000 Besuchern waren die Papyrus inn Events im Jahr 2013 ein durchschlagender Erfolg. Ihren abschließenden Höhepunkt fanden die kommunikativen After-Work-Abende mit Fachvorträgen hochkarätiger Referenten am 24. Oktober in Ettlingen. Über 200 Werbetreibende, Kommunika-

verschiedene Unternehmensbereiche Ressourcen gemeinsam nutzen. Für einen Stopp der Papierverschwendung setzte sich Johannes Zahnen vom WWF Deutschland ein. Carina Uhl, Stephanie Strassburger und Axel Schreiner von der Büttenspapierfabrik Gmund, zeigten wie Nachhaltigkeit zum Mehrwert für die Kunden wird. Der ausschließliche Einsatz erstklassiger und



tionsverantwortliche und Vertreter der grafischen Branche trafen sich in der entspannt anregenden Industrielatmosphäre des Papyrus Deutschland Hochregallagers. Drehte sich auf den Veranstaltungen in Ettlingen, Kelkheim bei Frankfurt und Heimstetten bei München alles um die »Erfolgschance Digitaldruck?!«, so stand in Köln und auf dem Abschlussevent die Frage »Grünes Image, weiße Weste?« im Zentrum der Aufmerksamkeit. Zum Auftakt der beiden Veranstaltungen forderten Geschäftsführer Papyrus Deutschland, Stefan Peter, und Marketingleiter Frank Prath, die Beteiligten der Papierbranche dazu auf, Nachhaltigkeit als Partner gemeinsam voranzutreiben. Anschließend erklärte Fachreferent Ernst Brunbauer von Lenzing Papier, Papier sei schon aufgrund seiner Wiederverwendbarkeit nachhaltig. Wichtig sei beim Recycling, dass man Papier möglichst auf der gleichen Qualitätsebene verwerte und ein sogenanntes Downsizing vermeide. Unternehmen der Papierindustrie könnten auf effiziente Weise nachhaltig handeln, indem

nachhaltig hergestellter Rohstoffe wertvolle Papierprodukte spürbar auf. Beste Qualität schaffe haptische, optische und emotionale Ergebnisse, die nachhaltig wirkten und Rücklaufquoten unter anderem bei Mailings und Einladungen erhöhten. Dass Klimaschutz durch Einbindung in die Wertschöpfung zum Erfolgsfaktor aufsteigen kann, betonte Moritz Lehmkuhl von ClimatePartner. Eine echte Chance biete sich Unternehmen dabei im Bereich des klimaneutralen Drucks. Druckereien könnten allein schon durch die richtige Papierauswahl ihren Carbon Footprint um bis zu 50% reduzieren und den Kohlendioxidverbrauch mit Hilfe von Emissionszertifikaten neutralisieren. Ein wirkungsvolles Instrument auf dem Weg zu gesenkten CO₂-Emissionen seien eigens hierfür entworfene Reduktionspläne. Abschließend diskutierten die Fachreferenten das Thema des Abends im Rahmen einer Podiumsdiskussion zusammen mit Vertretern lokaler Agenturen und Druckereien. > www.papyrus.com

Kodak und Konica Minolta VOLLINTEGRIERTE WORKFLOW- UND FRONT-END-LÖSUNGEN

Kodak und Konica Minolta demonstrieren anlässlich der Print'13 komplett verwaltete Schwarz-Weiß- und Farb-Digitaldrucklösungen für den Akzidenzdruck.

Der IC-309 Creo Farbserver steuert die demnächst verfügbaren bizhub Press Farbsysteme von Konica Minolta, die bizhub Press C1060 und C1070 Modelle an, während der IC-312 Creo Farbserver die Modelle bizhub Press C1100 und C1085 steuert. Zusätzlich zeigten beide Firmen den ersten Creo-Server für Schwarz-Weiß-Produktionssysteme. Der IC-309M steuert die bizhub Pro 951, bizhub Press 1052 und 1250 Schwarz-Weiß-Systeme.

Diese Zusammenarbeit ermöglicht unabhängig von den Farbfähigkeiten des einzelnen Digitaldrucksystems einen einheitlichen Workflow-Prozess.

Kodak demonstrierte seinen Prinergy Workflow 6 auf dem Stand von Konica Minolta. Dieser repräsentiert die jüngste Weiterentwicklung des Druckvorstufen-Workflows und trägt die Automatisierung der Produktion mit zwei Benutzeroberflächen in den Fertigungsprozess. Die neue, auf dem Stand von Konica Minolta präsentierte Workspace-Benutzeroberfläche bietet Job-Management über drei Ansichten (Verwalten, Planen, Verfolgen). Dies erlaubt ein schnelles Erstellen von Jobs, einfache Intent-gesteuerte Workflow-Prozesse sowie die Echtzeit-Überwachung von Ausgabesystemen.

Funke Zeitungsdruckereien INNOVATIVE WEGE EINSCHLAGEN

Über 30 Mio. Euro haben die Funke Zeitungsdruckereien in das Druckzentrum Braunschweig investiert. Bei der Konzeption der Druckerei wurde besonderer Wert auf die Energieeffizienz und die Nachhaltigkeit gelegt, um so zuverlässig, kostengünstig und schnell ›State-of-the-Art‹-Printprodukte herzustellen. Die Ferag erfüllt diesen Anspruch mit ihren modularen Versandraumlösungen. Im Druckzentrum Braunschweig werden täglich rund 160.000 Exemplare der ›Braunschweiger Zeitung‹ davon ca. 20.000 Exemplare des ›Harz-Kuriers‹ gedruckt. Hinzu kommen wöchentlich ca. 1,1 Mio. Anzeigenblätter.

Die Falzapparate der zwei 48-Seiten-Zeitungsrotationen werden über zwei Versandraumlinien der Ferag entsorgt, wobei ein DiscPool 2 für die Entkoppelung der Produktion im Druck und im Versandraum sorgt. Vom DiscPool aus gehen die Haupt- und Vorprodukte auf jeweils eine Einstecktrommel RollSert und werden dort über das Vorsammelsystem FlyStream mit Beilagen ergänzt. Um Produktionsspitzen bei der Herstellung der Anzeigenblätter abzufangen, wurde zusätzlich ein EasySert mit 16 Anlegern installiert. Das Thema Sonderwerbformen ist im Druckzentrum Braunschweig auch im Versandraum angekommen und wird dort erfolgreich mit MemoStick für die Titelseitenwerbung umgesetzt. Die Produktion an den drei Versandraumlinien wird über die Navigator-Steuerung gefahren.

➤ www.ferag.com

1adruck auf Expansionskurs INVESTITION IN EINE HP INDIGO 7600-7C

Die 1. Aichfelder Druck GmbH hat sich in den letzten Jahren einen hervorragenden Ruf weit über die Region hinaus erarbeitet. Stetig wurde in neue Technologien investiert. Dieses Jahr setzt die 1adruckerei ihren Expansionskurs fort und investierte in eine HP Indigo 7600-7c. Bereits vor acht Jahren war die Druckerei in den Digitaldruck eingestiegen. Nun werden die beiden alten Systeme durch eine HP Indigo ersetzt und der Digitaldruck



Von links: Wolfgang Michelmayr (Verkauf HP Indigo, Chromos AG), Uwe Sannemann (Geschäftsführer und Inhaber 1adruck) und Adrian Meyer (Mitglied der Geschäftsleitung Chromos AG).

im höheren qualitativen Segment ausgebaut. Die Maschine ist mit allen verfügbaren Optionen ausgerüstet. So können künftig Pantonefarben, Deckweiß, Blindprägung, Konturendruck, Mattlackeffekte und Wasserzeichendruck digital produziert werden. Für Uwe Sannemann, Geschäftsführer und Inhaber, waren die herausragende Druckqualität, neue Veredelungsmöglichkeiten und die Materialvielfalt ausschlaggebend für die Entscheidung.

➤ www.1adruck.at

Uchida AeroCut Quatro RATIONELLE WEITERVERARBEITUNG IM DIGITALDRUCK

Krug & Priester vertreibt über ausgewählte Fachhandelspartner exklusiv den Print-Finisher Uchida AeroCut. Neu im Programm ist jetzt das Modell ›Uchida AeroCut Quatro‹, ein weiterer Vollautomat für die rationelle Weiterverarbeitung im Digitaldruck. Gegenüber dem Aero Cut in der Standardversion bietet der neue Vollautomat zum Schneiden, Rillen und Perforieren eine höhere Geschwindigkeit, eine größere Anzahl an Programmvorlagen



und eine Reihe zusätzlicher Optionen. Verarbeitet werden können die gängigen Formate DIN A4, A3 und A3+ bis zu einem maximalen Format von 365 x 520 mm. Dabei schneidet der AeroCut Quatro bis zu 365 Visitenkarten/Min. von SRA3-Bögen (25 Visitenkarten pro Bogen) mit optionaler Schneideeinheit und verarbeitet Papiergewichte bis zu 350 g/m². Mit Hilfe des 5-Zoll-Touchscreens ist eine einfache Bedienung möglich.

➤ www.aerocut.de

➤ www.krug-priester.com

KURZ & BÜNDIG

Die Digitaldrucker **Ricoh Pro C901** und **Pro C901S Graphic Arts+** wurden während der 7. **European Digital Press Association (EDP) Awards** als ›Beste Einzelblatt-Produktionsdrucker in der Kategorie Light Production‹ ausgezeichnet. • **ColorGate** erweitert die Liste unterstützter Drucksysteme. Mit mehreren hundert Druckertreibern gehört ColorGate nach eigenen Angaben zu den führenden Unternehmen für die Treiberentwicklung. • Der **Epson**-Handelspartner **Bechtel AG** hat die Ausschreibung des Landesamt für Steuern in Bayern gewonnen und wird 12.000 Tintenstrahldrucker des Modells **Epson WorkForce WP-M4095DN** liefern. • Die **Mewa Textil-Service AG** qualifizierte sich für den **Deutschen Nachhaltigkeitspreis**. Die Jury wählte den Dienstleister für Betriebstextilien wie Putztücher und Berufskleidung unter die Top 3 in der Kategorie ›Deutschlands nachhaltigste Produkte/Dienstleistungen‹. • Im Rahmen einer unlängst abgeschlossenen Kooperation hat **Efi** sein integriertes digitales Fiery-Frontend an zwei neue Produktionsdrucker der **Sharp Corporation** angepasst.

AUSGEZEICHNETE SPEEDMASTER Die Heidelberg Speedmaster XL 145/162 erhält den InterTech Technology Award 2013. Die Jury überzeugte besonders die Doppelgreifer-Technologie sowie die motorische Papierdehnungskompensation und das damit verbundene Kostensenkungspotenzial in Bezug auf den Papierverbrauch und sinkende Rüstzeiten. Damit erhält zum ersten Mal in der Geschichte des Awards eine Maschinenteknologie dieser Formatklasse die Auszeichnung. Insgesamt erhält zum 32. Mal eine Neuheit von Heidelberg einen InterTech Technology Award. > www.heidelberg.com

MIT ANTALIS ZUR COPACABANA Der Papiergroßhändler Antalis hat sein Angebot um die Sorte Image Impact Plus erweitert, die sich für Digitaldruck- und Officeanwendungen eignet. Das Papier ist in Flächengewichten von 80 bis 300 g/m², den Formaten A4, A3, SRA3 und auf Anfrage im Großformat verfügbar. Zudem ist es mit dem FSC- und dem EU-Ecolabel zertifiziert. Mit einer bis Mai 2014 laufenden Kampagne will Antalis seinen Kunden das Papier näherbringen. Ein Gewinnspiel lockt dabei mit einer Reise zum Fußball-WM-Finale in Brasilien. > www.antalıs.de



KLIMARECHNER AM MIS Der Klimarechner der Druck- und Medienverbände kann ab sofort an Management-Informationssysteme angebunden werden. Auf der Druck + Form stellten die printXmedia Süd GmbH und PaginaNet das Pilotprojekt der Öffentlichkeit vor. »Mit der Anbindung können CO₂-Emissionen ohne weitere Eingaben direkt aus der Auftragskalkulation ermittelt werden. Effizienter kann die Ermittlung von CO₂-Emissionen nicht erfolgen«, erklären Jens Meyer, Geschäftsführer der printXmedia Süd GmbH, und Sebastian Weyer, Geschäftsführer von PaginaNet. Die Anbindungsmöglichkeiten an weitere MIS sollen in nächster Zeit folgen. > www.klima-druck.de > www.pxm-sued.de

POSITIV ÜBERRASCHT Die Druck + Form in Sinsheim war im Vorfeld nicht gerade von Euphorie geprägt, die Veranstalter mussten ihr Konzept in Hinblick auf Vermarktung und Ausstellerstruktur anpassen, um weiterhin attraktiv zu sein. Umso erfreuter zeigt sich Horizon sowohl von den



Besucherzahlen als auch deren Investitionsbereitschaft im Vergleich zur Vergangenheit. Horizon konnte an den vier Messetagen Systeme für mehr als eine halbe Million Euro verkaufen – und dokumentierte damit auch mit konkreten Zahlen den Erfolg

des Messeauftritts. Die Spezialisten für Druckweiterverarbeitung lagen in allen Disziplinen deutlich über dem Vorjahresergebnis und konnten mit den Themen Broschürenfertigung und Falzen punkten, wo jeweils mehrere Systeme verkauft wurden. > www.horizon.de

MOBILES DRUCKEN Toshiba TEC weitet die Aktivitäten im Bereich mobiles Drucken aus. Ab sofort unterstützen die Modelle der neuesten Farb-Multifunktionsserie die Apple-Technologie AirPrint. Damit können Dokumente, Bilder, Fotos etc. direkt vom iPad, iPhone, und iPod auf Toshiba-Multifunktionssystemen gedruckt werden, wenn diese in dasselbe Netzwerk eingebunden sind. Eine Software oder ein Druckertreiber muss nicht installiert werden. > www.toshiba.de

Polar Schnellschneider

DE LA RUE NIMMT DREI N 115 PRO TWINCLAMP IN BETRIEB

Die weltweit größte Banknoten-Druckerei De La Rue hat an ihrem britischen Standort Gateshead drei neue Polar Schnellschneider N 115 Pro in Betrieb genommen. De La Rue ersetzt damit vier Maschinen von Schneider Senator.

»Wir waren beeindruckt, dass die Polar Schneidemaschinen vernetzt werden und so die Rüstzeiten minimiert werden können. Zudem wird der Austausch von Schneidprogrammen zwischen den Maschinen



erleichtert«, erläutert ein Sprecher von De La Rue. »Die Herausforderung beim Schneiden von Banknoten sind die Unebenheiten innerhalb der Schneidlage. Speziell dafür ist TwinClamp inklusive Drehsattel die ideale Lösung, da auch kleinste Korrekturen für verschiedenste Materialien vorgenommen werden können.«

Die Option TwinClamp erlaubt es den Anwendern, die Höhe der Schneidlage und damit auch die Leistung zu steigern. Gleichzeitig wird die Qualität durch eine gleichmäßigere Pressung verbessert und die manuellen Eingriffe reduziert. Die Schnittbreite von 115 cm passt sehr gut zu den größten Bogenformaten, die in diesem De La Rue Standort bedruckt werden. Die Funktion OptiKnife der N-Generation von Polar erlaubt einen schnellen und sicheren Messerwechsel. Den Bedienern gefällt vor allem die einfache Bedienung der Polar Maschinen über Touch-Screen. Sie äußern sich auch sehr positiv über die praktische Einweisung durch Heidelberg.

> www.polar-mohr.com

Russische KBA-Tochter

KULTUR UND PRINT AUS SACHSEN ZUM 10. GEBURTSTAG

Vom 23. bis 25. Oktober feierte KBA RUS, die russische Vertriebs- und Servicetochter von KBA, den 10. Jahrestag ihres Bestehens. Zum Jubiläum lud KBA RUS 70 Vertreter aus Druckbetrieben in Russland in die Residenzstadt Dresden und ins KBA-Werk nach Radebeul ein. Der eigentliche Festakt fand im Dresdner Lingerschloss hoch über der Elbe statt. Neben den Schönheiten Dresdens lernten die Teilnehmer auch das moderne Bogenoffset-Pro-



gramm von KBA direkt im Herstellerwerk kennen. Bei diversen Druckdemos wurden verschiedene Inline-Veredelungsvarianten im UV- und Hybridverfahren auf einer Rapida 75, die Rekord-Fortdruckleistung von 20.000 Bg/h an einer Rapida 106 und der fliegende Jobwechsel mit DriveTronic SPC an einer Zehnfarbenmaschine dieser Baureihe demonstriert.

An einer Achtfarben-Rapida 105 lief auf Vorder- und Rückseite ein identisches Postermotiv, einmal mit HR-UV-Skala und einmal mit LED-UV-Skala inklusive der zugehörigen Trockner. So konnten die russischen Fachleute das Druckergebnis dieser Verfahren direkt vergleichen. Zum Abschluss präsentierte KBA an einer Rapida 106 mit Doppellack-Ausstattung die hochwertige Kaltfolien-Veredelung. Vor Antritt der Heimreise besichtigten die russischen Gäste bei der benachbarten Ellerhold AG noch die Bogenoffset-Produktion im Supergroßformat mit zwei Rapida 205-Anlagen und das beeindruckende Jagdschloss Moritzburg am Rande von Dresden.

> www.kba.com

Berberich**DIGITALDRUCKPAPIERANGEBOT ERWEITERT**

Die Carl Berberich GmbH hat mit Experia Digi ein neues gestrichenes Digitaldruckpapier im Angebot. Die Sorte ist als glänzende und halbmatte Variante erhältlich. Alle Produkte des Experia Digi Sortiments seien speziell für die HP-Indigo-Technologie und alle wichtigen Modelle an Trockentonermaschinen entwickelt worden, teilt Berberich mit. Experia Digi Papiere erfüllten dabei hohe Qualitätsanforderungen und seien FSC-zertifiziert.



Das neue Papier, das vom Hersteller Burgo stammt, bietet laut Berberich perfektes Laufverhalten und eine lebendige Farbwiedergabe. Die Papierentwickler hätten für das Digitaldruckpapier eine spezifische Zusammensetzung von Fasern und Strich entwickelt und großen Wert auf einen optimalen Feuchtigkeitsgrad gelegt.

Berberich bietet Experia Digi in den Grammaturen 115, 130, 150, 170, 200, 250, 300 und 350 g/m² an. Sie sind in den Formaten 32 x 45 cm für Trockentoner und 32 x 46 cm für HP Indigo erhältlich.

➤ www.berberich.de

Produktivitätssprung**GRÖSSTE VERLAGSDRUCKEREI DER TSCHECHISCHEN REPUBLIK**

Finidr, die größte Verlagsdruckerei in der Tschechischen Republik mit Sitz in Cesky Tesin, hat soeben eine zweite Speedmaster XL 106 der Heidelberger Druckmaschinen AG in Betrieb genommen. Die beiden Maschinen produzieren in der Konfiguration mit jeweils acht Druckwerken und einer Wendeinrichtung insgesamt rund 70 Mio. Bogen pro Jahr. Zudem sind sie mit dem Inline-Farbmes- und Regelsystem Prinect Inpress Control sowie mit einem voll-



Bei Finidr, der größten Verlagsdruckerei in der Tschechischen Republik, sind zwei Speedmaster XL 106 Maschinen von Heidelberg die Flaggschiffe in der Produktion qualitativ hochwertiger Buch-Erzeugnisse.

automatischen Druckplattenwechsler AutoPlate XL ausgestattet. Ein Rollenquerschneider CutStar befindet sich ebenfalls im Einsatz und versorgt eine der Maschinen mit dem benötigten Papiervolumen.

»Aufgrund der positiven Praxiserfahrungen haben wir uns sehr bald für eine zweite Maschine entschieden und konnten unsere Produktivität damit um rund 40 Prozent steigern«, fasst Jaroslav Drahos, Eigentümer von Finidr, zusammen.

➤ www.heidelberg.com

Produktionsdruckern von Xerox NEUE PRODUKTIVITÄT IN SCHWARZWEISS

Mit dem D136 Kopier- und Drucksystem und dem D136 Drucker erweitert Xerox die D-Serie um zwei Schwarz-Weiß-Modelle. Anwender können zwischen drei Servern und vielen Verarbeitungsmöglichkeiten auswählen.

Mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 136 Seiten pro Minute können höhere Druckvolumen bewältigt werden und durch den Großraumbehälter und einer Zufuhr für übergroße Formate können die Sys-



teme auch kundenspezifische Formate fassen und zusätzliche 4.000 Blatt für einen unterbrechungsfreien Druck vorhalten. Die Systeme drucken mit einer Auflösung von 2.400 dpi x 2.400 dpi und verwenden den matteren EA-Toner.

Die Auswahl an Verarbeitungsoptionen bietet Wickel- und Leporellofalz und Broschüren mit Squarefold-Rücken. Mit dem Xerox Tape Binder, der bis zu 125 Seiten mit einer Grammaturn von 75 g/m² bindet, lässt sich das Geschäft im Bereich der Thermoklebebindung ausbauen. Der Binder ist kompatibel mit dem Plockmatic Pro 50/35 Booklet Maker, der die Broschüreneerstellung von bis zu 50 Blatt ermöglicht.

➤ www.xerox.de

Neuer xposeprint designer WERBEMITTEL IM INTERNET GESTALTEN

Die Online-Druckerei xposeprint.de bietet ein innovatives Design-Tool im Internet. Mit dem xposeprint designer können Werbemittel einfach selbst gestaltet werden. Unter designer.xposeprint.de stehen für fast 350 Branchen zahlreiche Vorlagen zur Verfügung, aus denen Geschäfts- und Werbetrucksachen ausgesucht und nach individuellen Wünschen angepasst und gestaltet werden können. xposeprint.de bietet mit dem designer ein ganzes

Portfolio an lizenzierten Bildern, Texten und Logos, mit denen Unternehmer ihre Werbung optimieren können. Eine Millionen Vorlagen insgesamt stehen nach Angaben der Onlinedruckerei zur Verfügung. Zudem können verschiedene Papiersorten und Grammaturn gewählt werden.

Das designer-Tool ist damit eine ideale Ergänzung zum bisherigen Angebot der Onlinedruckerei, die mit mehr als 30.000 Artikeln das gesamte Spektrum der Druckwelt im Business-Bereich abdeckt.

➤ www.designer.xposeprint.de

Michael Mittelhaus

Prepress Consultant
Strotwiesen 14
D-49599 Voltlage

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

www.mittelhaus.com

Michael Mittelhaus

prepress consultant

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

Den aktuellen Newsletter lesen Sie unter
www.mittelhaus.com



Achtfarben erweitert die Kapazität

Mit Investitionen von über drei Millionen Euro wurde die Produktion des international tätigen Online-Druckdienstleisters Onlineprinters am deutschen Firmensitz weiter ausgebaut. Die Druckkapazitäten im Offsetdruck wurden im September mit einer Heidelberg Speedmaster XL 106-8P inklusive einer neuen CtP-Anlage zur digitalen Druckplattenbelichtung erweitert.

»Durch den Einsatz der neuesten Drucktechnologien können wir unsere Kunden noch schneller, effektiver und kostengünstiger bei der Produktion ihrer Drucksachen bedienen«, freut sich Walter Meyer, Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH, über die neuesten Investitionen in den Druckpark. Derzeit sind am Firmensitz der Onlineprinters GmbH über 90 hochmoderne Druckwerke rund um die Uhr in Betrieb, um das Auftragswachstum im Onlineshop diedruckerei.de zu bedienen. Mit dem breiten und hochwertigen Sortiment an Offset- und Digitaldrucksachen stattet der Online-Druckdienstleister Geschäftskunden in 30 Ländern Europas über seine Onlineshops aus. »Unser Wachstumskurs Richtung Europa läuft ungebremst«, so Meyer. Trotz des Trends zur Onlinewerbung werden nach Branchenschätzungen zwei Drittel der Werbung nach wie vor auf Papier gedruckt. Stark ins Internet verschoben hat sich dagegen der Vertriebsweg für Printprodukte: »Unsere Kunden kaufen ihre Drucksachen bequem, sicher und schnell über unsere zertifizierten Onlineshops. Mit dem Geschäftsprinzip ›Drucksachen einfach online bestellen‹ sind wir innerhalb weniger Jahre zu einer der größten Onlinedruckereien in Europa aufgestiegen«, beschreibt der Geschäftsführer den Wachstumskurs für die hochwertigen Offset- und Digitaldrucksachen aus dem Onlineshop mit Qualität ›Made in Germany‹.

18.000 Druckbogen pro Stunde

Mit der 8-Farben-Offsetdruckmaschine sind auch 100.000er Druckauflagen von Flyern, Falzflyern und Broschüren in kürzester Produktionszeit realisierbar. Bis zu 18.000 Druckbögen im Format 75 x 106 cm können auf der Speedmaster XL pro Stunde verarbeitet werden – pro Tag

kann diese somit Papier mit einer Fläche von 48 Fußballfeldern bedrucken. Ein automatisches Farbmanagement (Inpress Control) im Druckwerk garantiert Farbgenauigkeit und beste Druckqualität. Mittels innovativer Wendetechnologie (4/4) werden zudem Vorder- und Rückseite in einem Arbeitsdurchlauf bedruckt. Bestätigt wird die Qualität

der Drucksachen durch die erneute Zertifizierung nach Prozessstandard Offsetdruck (PSO). »Unsere Kunden können sich auf die ausgezeichnete Qualität der von uns produzierten Drucksachen verlassen. Wir garantieren ein konstantes, farbgenaues Druckergebnis über die gesamte Auflage und ein jederzeit reproduzierbares Farbergebnis bei Nachdrucken«, erklärt Meyer die verlässlich hohe Qualität von diedruckerei.de.

Service-Champion

Dass dies keine leeren Sprüche sind, beweist eine aktuelle Meldung, wonach die Onlinedruckerei als ›Service-Champion‹ in die Service-Hitliste deutscher Unternehmen gewählt wurde. Für die Service-Champions, Deutschlands größtes Service-Ranking, werden jährlich über 1.500 Unternehmen in über 180 Branchen aus Kundensicht bewertet. Die Online-Befragung der ServiceValue GmbH findet in Kooperation mit der Goethe-Universität Frankfurt und der Tageszeitung ›Die Welt‹ statt.

»Wir sind stolz, dass wir ›König Kunde‹ mit unserer kontinuierlich hohen Serviceleistung und der Produktqualität unserer Drucksachen überzeugen konnten«, freut sich Walter Meyer über das Gütesiegel Service-Champion, das der Druckerei für ein Jahr verliehen wurde.

› www.diedruckerei.de



Beeindruckende Technik bei diedruckerei.de.

Know-how
aktuell!

WEB-TO-PRINT

E-Business und Workflows

Mit Karten der Onliner

Im Investitionskompass ›Web-to-Print – E-Business und Workflows‹ werden die Themen von verschiedenen Seiten beleuchtet. Da wird die Allianz von Druck und Internet ebenso diskutiert wie die Bedeutung moderner Workflows für die Angebote im Internet. Ein weiterer Beitrag beschäftigt sich mit dem Einbeziehen von Kunden und deren Kunden sowie Handelspartnern in das Geschäftsmodell Web-to-Print, das damit zu einem Modell ›Wer-to-Business‹ avanciert. Etwas mehr als 30 Systeme werden in der Marktübersicht Web-to-Print-Systeme anhand ihrer Funktionen für den Einsatz in Druckbetrieben untersucht und erläutert. Darüber hinaus gibt es ›Karten der Onliner‹ in Deutschland und der Schweiz sowie eine Marktübersicht der wichtigsten Online-Druckereien mit deren Angeboten. Neben einem Glossar zum Thema Web-to-Print bietet das Heft zudem noch ein detailliertes Anbieterverzeichnis der Hersteller und deren Vertriebspartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



Investitionskompass
Web-to-Print
44 Seiten DIN A4,
davon 7 Seiten Markt-
übersichten sowie Tabel-
len, Artikel, Anwender-
berichte, Glossar und
Anbieterverzeichnis.

15,00 € / 18.00 CHF.

Diese und weitere Ausgaben
der Druckmarkt Collection sind
im Internet zu bestellen:
www.druckmarkt.com



DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Scodix

SCODIX ULTRA PRESS AUF DEN MARKT GEBRACHT

Scodix, der führende Anbieter von digitalen Veredelungslösungen für die grafische Industrie, gab die Markteinführung der schnellsten und präzisesten digitalen Veredelungsmaschine auf der Print 13 bekannt. Mit einer Geschwindigkeit von 1.250 Bogen pro Stunde kann die Scodix Ultra 40.000 Fotobuch-einbände, 80.000 Großkarten oder 480.000 Visitenkarten in jeder 8-Stundenschicht herstellen. Sie unterstützt zahllose Anwendungen wie Briefpapier, Bucheinbände, Verpackungen, Marketing- und Werbematerial, Grußkarten und Fotoalben.

Darüber hinaus zeichnet sich die neue Scodix Ultra durch die Scodix Twin-Tray-Technologie (zwei Maga-



zine, die gleichzeitig in Betrieb sind) aus, die Bogen bis zum B2+-Format (545 x 788 mm) mit einem Materialgewicht von 135 bis 675 g/m² und einer Stärke von bis zu 0,7 mm unterstützt, und ist mit externen (remote) Zugangsfunktionen und einem eingebauten automatischen Wartungssystem ausgestattet.

Mit dem von Scodix entwickelten klaren Polymer PolySense, das mit einem Glanzgrad von 99 Glanzeinheiten eine hohe Wirkung erzeugt, nimmt die Digitalmaschine Scodix Ultra selektive, makellose Verbesserungen vor. Diese Polymere können durch die Anwendung des ›Linseneffekts‹ (der die Farbintensität für das betrachtende Auge erhöht) oder Scodix Metallic, das eine unbegrenzte Vielzahl von Metallicfarben in nur einem Arbeitsgang bietet, noch optimiert werden.

› www.scodix.com

ContiTech mit Wachstum

ABSATZ IN CHINA STEIGT IN EINEM JAHR UM ZEHN PROZENT

Klimafreundliche Drucktücher aus deutscher Produktion gewinnen in China immer mehr Anhänger. ContiTech Elastomer Coatings steigerte mit seinen Marken Conti-Air und Phoenix Xtra Blankets in den vergangenen zwölf Monaten den Absatz in China um mehr als 10%.

»Wir wachsen trotz des leicht rückläufigen Wirtschaftswachstums in China und des weltweit stagnierenden Offsetmarktes deutlich«, sagt



Dr. Thomas Perkovic, Segmentleiter Drucktuch bei ContiTech. Auch im NAFTA-Raum legte ContiTech mit mehr als 10% stärker zu als der Markt.

Produkte für den Bogenoffset, den Verpackungsdruck und für Metalldekorationen entwickelten sich in China überdurchschnittlich gut und sind ein Grund für das Wachstum. Ein

anderer ist das gestiegene Qualitäts- und Umweltdenken. »Chinesische Druckereien setzen immer stärker auf Premiumprodukte mit einer hohen Qualität, die ein brillanteres Druckbild erzeugen und wirtschaftlicher sind, weil sie länger halten«, sagt Perkovic. Aufgrund des stärkeren Umweltbewusstseins seien klimafreundliche und klimaneutrale Drucktücher gefragt, wie sie vor ContiTech produziert werden. Das Unternehmen verzichtet bei der Produktion nicht nur auf Lösemittel, sondern hat seine Verfahren so optimiert, das die CO₂-Bilanz deutlich positiver ausfällt als bei Standardprodukten. Durch Zertifikate stellt ContiTech die Drucktücher – für den Kunden kostenlos – zudem vollkommen klimaneutral.

› www.contitech.de

MBO-Gruppe

ERFOLGREICHES OPEN HOUSE IN OPPENWEILER

Unter dem Motto ›Fit für die Zukunft‹ hat die MBO-Gruppe vom 21. bis 26. Oktober 2013 zur Internationalen Open House in die Firmenzentrale nach Oppenweiler geladen. Zu Besuch waren ca. 500 Kunden und Interessierte aus aller Welt. Den Gästen wurden neue Lösungen in den Bereichen Falzsysteme, Webfinishing und kreativen Zusatzperipherien präsentiert – sowohl für die konventionelle als auch für die industrielle Druckweiterverarbeitung.

Das einzigartige Falzmaschinensystem M80 wurde nach der Weltpremiere in China im Mai 2013 nun auf der Open House erstmals auch als Taschenfalzversion vorgestellt. Gleichzeitig erfolgte die Markteinführung als Automatikversion mit Folgefalzwerken und diversen Anlegertypen. Die M60, die kleine Schwester der M80, hatte in Oppenweiler auf der Open House ebenfalls ihre Weltpremiere. Sie wurde als manuelle Kombifalz-Version gezeigt.

Die Tochter Herzog & Heymann präsentierte in Oppenweiler zwei Linien. Zum einen wurde ein Produkt aus hochgrammaturigem Papier mit Einspendung einer Lupe hergestellt. Hauptaugenmerk lag hierbei auf qualitativ hochwertigem Falzen ohne Faserbruch. Zum anderen wurden zum ersten Mal 40-seitige falzgeleimte Booklets mit Öffnungslasche Inline mit rotativer Stanze für den Pharmabereich produziert. Aus dem Leistungsspektrum von MBO-Digital stellte MBO unter anderem eine 20"-Linie vor, in der ein Sammelhefter der Firma IBIS integriert war. Hier wurden selektiv gefaltete Broschüren mit unterschiedlichem Seitenumfang hergestellt. Zur Gewährleistung der 100-prozentigen Vollständigkeit wurde das neu entwickelte MBO-Quality-Kontrollsystem integriert.

› www.mbo-folder.com

VPM Druck, Deutschland

EFFIZIENZ ERHÖHEN, RÜSTZEITEN MINIMIEREN

VPM Druck KG in Rastatt hat jüngst in neue Sammelheft-Technik von Ferag investiert. Die vorhandene Ferag-Technik aus dem Jahr 1992 war bereits weit über die geplante Dauer im Einsatz und es wurde Zeit, diese zu ersetzen.

Die Installation begann Anfang Mai 2013 und wurde während der laufenden Produktion realisiert. Die Inbetriebnahme erfolgte Anfang September 2013. Zu den neuen Komponenten der Anlage gehören



Imposante Mengen an Magazinen und Zeitschriften in der Verarbeitung bei VPM Druck.

neben einem Rima-Stangenauslage-System, eine Ferag UniDrum-Sammelhefttrommel mit sechs JetFeeder-Anlegern, ein Easysert-Einstecksystem mit drei JetFeeder-Beilagenanlegern und eine Schneidtrommel SNT-50, alles von Ferag. Der neu entwickelte Unicover-Falzanleger wird erstmals bei VPM Druck in die laufende Produktion integriert. Am UniCover-Falzanleger werden Bogen mit einer Geschwindigkeit von bis zu 40.000 Exemplaren pro Stunde gerillt, gefalzt und über den nachgeschalteten JetFeeder der UniDrum als Umschlag zugeführt. Der neue UniCover-Falzanleger reduziert die Produktionsschritte und den Personalaufwand. Die vollautomatische Formateinstellung PreTronic von Ferag ist eine weitere Funktion der neuen Anlage, die dabei hilft, die Anforderungen nach kurzen Rüstzeiten zu erfüllen. Durch die PreTronic-Steuerung findet das Umrüsten von einem Job auf den nächsten binnen weniger Minuten statt.

› www.ferag.com

Verlängerter Maschineneinsatz

Investitionssicherheit für heute und morgen – das Serviceportfolio von Müller Martini verspricht alle Anforderungen des Lebenszyklus einer Anlage abzudecken, soll die Einsatzdauer einer Maschine verlängern und damit langfristig die Betriebs- und Investitionskosten optimieren.

Text und Bilder: Müller Martini

Es lohnt sich, zu hinterfragen, wie eine bestehende Anlage ausgebaut werden und länger in Betrieb bleiben kann, um künftige unternehmerische Ziele zu erreichen, ist Patrick Treyer, Program Manager MMServices von Müller Martini, überzeugt: »Grafische Betriebe sollten ihren Maschinenpark jährlich auf Verbesserungspotenzial prüfen.« Vor dem Hintergrund sich schnell ändernder Marktanforderungen sei es besonders wichtig, für jetzige und künftige Anforderungen gerüstet zu sein, empfiehlt er.

Dementsprechend hat Müller Martini seinen Service unter dem Label MMServices etabliert. Denn auch wenn aktuell nicht in eine neue Maschine investiert werden kann, muss das nicht bedeuten, auf hohe Maschinenleistung oder neue Technologien verzichten zu müssen.

»Unser Service-Konzept orientiert sich am Lebenszyklus einer Maschine«, erklärt Felix Stirnimann, Konzernleitungsmitglied von Müller Martini. »Wenn eine Maschine neu installiert wird, steigt zunächst einmal die Leistungsfähigkeit, weil die Maschine dem Bediener immer vertrauter wird und er damit immer besser umgehen kann. Irgendwann ist der Höhepunkt jedoch überschritten, die Produktivitätskurve sinkt wieder. Unser Ansatz ist es, sobald der Leistungshöhepunkt einer Maschine überschritten ist, die Produktivität wieder auf das Maximum zu heben und sie dort möglichst lange zu halten.«



Nach einer Leimwerks-Revision (rechts) durch Spezialisten von Müller Martini ist die einwandfreie Qualität der klebegebundenen Produkte wieder gewährleistet.



Investitionsschutz für langfristige Profitabilität

Müller Martini bietet ein Life Cycle Management, das die anhaltende Wirtschaftlichkeit der Weiterverarbeitungsanlagen sichern und deren Lebensdauer mit überschaubaren Investitionen verlängern soll. Die Betriebskosten sollen dabei optimiert und die Profitabilität verbessert werden. Mit dem entsprechenden Investitionsschutz-Programm soll eine bestehende Maschine über einen möglichst langen Zeitraum auf der Höhe ihrer Produktivität gehalten oder bei Leistungseinbrüchen möglichst schnell wieder an das Optimum herangebracht werden.

»Das beginnt mit regelmäßigen Updates, geht über mechanische Modernisierungen bis hin zum kompletten Retrofit – je nachdem was der Kunde braucht und wünscht«, führt Felix Stirnimann aus.

Ein Auto wird alle 20.000 Kilometer zur Inspektion gefahren. Die grafische Industrie hat bezüglich Prävention allerdings noch Nachholbedarf,

vorbeugende Maschinen-Checkups sind längst nicht die Regel.

»Maschinenstörungen oder gar ein Ausfall gehen angesichts der immer kürzeren Zeitfenster für die Produktion schnell ins Geld«, sagt Patrick Treyer. Probleme, die zu fehlerhaften Produkten oder teuren Maschinenausfällen führen, können mit einer standardisierten Prüfung frühzeitig erkannt und rechtzeitig behoben werden.

Müller Martini bietet diese Prävention mit MMServices an. Dabei werden zuerst mit einer Inspektion alle sicherheits-, qualitäts- und leistungsrelevanten Aspekte einer Anlage sowie alle Maschinenfunktionen von einem zertifizierten Service-Techniker überprüft. Ein Bericht gibt Auskunft über den allgemeinen Zustand der Anlage mit detaillierten Informationen zu allen geprüften Komponenten. Darauf basierend folgen Empfehlungen. »Für einen relativ geringen Kostenaufwand wird mit einer Inspektion aufgezeigt, wie das Maximum aus einer Produktion herausgeholt werden kann«, betont Patrick Treyer.

Investition lohnt sich

Damit beispielsweise eine Klebebindenanlage hochwertige Produkte produzieren kann, ist der Zustand der Leimwerke maßgebend. Müller Martini bietet dafür im Rahmen von MMServices in einigen Ländern eine Leimwerk-Revision an. Nach einer kompletten Ist-Analyse der Leimwerke werden Empfehlungen für Reparatur- und Verbesserungsmaßnahmen abgeleitet. Dabei geht es einmal darum, Mängel zu beheben und andererseits mit Updates und Upgrades die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und neue Marktchancen zu eröffnen. So ermöglicht der Einbau eines Düsenleimwerks für PUR-Verarbeitung dem Kunden, auch klebegebundene Produkte mit höherer Lebensdauer und optimalem Aufschlagverhalten zu produzieren.

»Die regelmäßige Investition in den Service lohnt sich«, ist Felix Stirnimann überzeugt. »Damit können die Betriebskosten langfristig optimiert und der gewinnbringende Einsatz der Investition über eine längere Zeit gesichert werden.«

› www.mullermartini.com

Flaschenhals beseitigt

Anspruchsvolle Kunden im Premiumbereich und Kunden, die ihre Druckprodukte über das Internet bestellen, erwarten gleichermaßen hohe Qualität und eine schnelle Lieferung. Dies lässt sich nur mit einer schlanken und industrialisierten Druckproduktion umsetzen. Der neue Stahlfolder TX 82 sorgte bei der Druckerei Aumüller für höhere Produktivität.

Text und Bilder: Heidelberg

Für die Anforderungen von Druckereien wie Aumüller bietet Heidelberg mit den Stahlfolder TX/KX Falzanlagen spezielle Maschinenkonfigurationen für Produktionen im industriellen Signaturenfalzen an. Wichtiges Merkmal der neuen Falzanlagen ist der PFX-Anleger (Pallet Feeder eXtended), der das gleiche Prinzip wie ein Druckmaschinenanleger nutzt und die Möglichkeit hat, einen geschuppten Bogenstrom im Anleger und im Falzwerk verarbeiten zu können.

Damit sind nach Berechnungen von Heidelberg Leistungssteigerungen von bis zu 50% gegenüber konventionellen Produktionsarten möglich. Das erste Modell dieser neuen Falzmaschinenfamilie ist der Stahlfolder TX 82, der als Prototyp auf der drupa 2012 vorgestellt wurde. Die Falzanlage ist nun in Serie verfügbar und bereits bei verschiedenen Kunden in Deutschland, Großbritannien und in den USA installiert. Die Falzmaschinengeneration erweitert die TH/KH-Modelle, die durch umfangreiche Optionen und Varianten individuell auf den jeweiligen Kundenbedarf ausgelegt werden können.

Über 40% produktiver

Die Druckerei Aumüller in Regensburg, die hoch industrialisierten Volumendruck als auch anspruchsvolle Akzidenzen in Kleinauflagen anbietet, war vom Stahlfolder TX 82 mit dem neuen PFX-Anleger sofort begeistert. »Mir hat sich sofort das



Potenzial dieser Maschine erschlossen und wir haben noch auf der drupa den Kauf von zwei Stahlfolder TX 82 abgeschlossen«, sagt Volker Dollinger, Leiter der Druckerei und der Weiterverarbeitung bei Aumüller. Seit 1996 besteht zwischen Aumüller und Heidelberg eine Entwicklungspartnerschaft und so wurde ein Feldtest mit der ersten Maschine vereinbart. »Der Stahlfolder TX 82



Volker Dollinger, Leiter der Druckerei und der Weiterverarbeitung bei Aumüller, ist mit dem Stahlfolder TX 82 sehr zufrieden, da sich der Falzausstoß nahezu verdoppelt hat.

lief gleich von Anfang an sensationell und die Maschine hat 80.000 bis 90.000 Bogen pro Schicht verarbeitet. Das hat unseren Falzausstoß von Anfang an nahezu verdoppelt«, zeigt sich Dollinger zufrieden. »Seit Februar 2013 haben wir die zweite Maschine im Einsatz. Beide Maschinen werden normalerweise mit einer Fachkraft und zwei Hilfskräften bedient.« So folgte seinen Ausführungen zufolge beispielsweise eine Fachkraft auf beiden Maschinen bis zu 155.000 Bogen im A4-Querformat je Schicht gegenüber früher 40.000 Bogen. Der Effekt sei bei großen Auflagen besonders hoch, aber selbst bei kleineren Auflagen gebe es entsprechende Steigerungen.

»Bisher konnten die Falzmaschinen nicht im gleichen Tempo wie die Druckmaschinen die Bogen verarbeiten, daher brauchten wir viel Platz zum Zwischenpuffern. Das ist jetzt vorbei – die Bogen gehen nach kurzer Trockenzeit direkt in die Falz-

Der Stahlfolder TX 82 ist einfach zu bedienen und das Falzen erfolgt über nur zwei Werke, die nicht mehr umgestellt werden müssen und eine feste Einheit bilden.

maschinen und müssen nicht mehr gelagert werden. Damit können wir jetzt auch extreme Auftragsspitzen viel besser ausgleichen«, fasst Dollinger zusammen.

Eine Million Bogen am Tag

Der Kundenstamm der 1888 gegründeten Druckerei Aumüller umfasst namhafte Kunden aus dem Automobil- und Sportbereich. 130 Mitarbeiter produzierten allein im letzten Jahr mit sechs Speedmaster XL im 75 x 105-Format mit insgesamt 52 Druckwerken über 180 Mio. Bogen. Alle Maschinen sind mit dem Inlinemesssystem Prinect InpressControl aus- oder nachgerüstet, das bei laufender Produktion die Farbe und den Passer regelt und so die Makulatur drastisch reduziert. »Wir haben eine sehr hohe Druckkapazität von einer



Aumüller produzierte allein im letzten Jahr mit sechs Speedmaster XL und 52 Druckwerken im Format 75 cm x 105 cm über 180 Mio. Bogen.



Im Weiterverarbeitungsbereich von Aumüller produzieren bereits zehn Falzmaschinen, die meisten davon Stahlfolder.

Millionen Bogen pro Tag. Bisher war der Flaschenhals die Falzabteilung, die mit den Leistungssteigerungen im Druck nicht Schritt halten konnte«, erklärt Dollinger. In diesem Bereich produzieren bereits zehn Falzmaschinen (die meisten davon Stahlfolder), ein Sammelhefter Stitchmaster ST 100 und ein ST 400 sowie ein Klebebinder. Die Produktion im Druck- und Weiterverarbeitungsbereich läuft dreischichtig. Das speziell abgestimmte Bedienkonzept des Stahlfolders TX 82 reduziert die Rüstvorgänge auf ein Minimum – viele, sonst bei Falzmaschinen übliche Rüstschritte entfal-

len komplett. Die Falzanlage ist so konfiguriert, dass ein breites Spektrum an Falzarten ohne aufwändige Maschinenumstellungen verarbeitet werden kann. Die Falzstationen inklusive Auslage müssen beim Umrüsten nicht verfahren werden. Die Einstellungen der Falztaschen und Falzwalzen werden automatisch durchgeführt. Neben der höheren Produktivität verbessern die innovativen Parallelfalzarten der Stahlfolder TX 82 auch die Falzqualität und sorgen für eine stabilere Produktion, da die Bogen deutlich besser in der Maschine geführt werden als bei vergleichbaren Kreuzbruchfalzarten.

»Mit den beiden neuen Falzmaschinen können wir auch die nachfolgenden Schritte wesentlich besser planen. Wichtig ist natürlich, dass man die richtigen Aufträge für die Maschine hat. Wir haben mit den neuen Parallelfalzarten nicht nur die Leistung gesteigert, sondern auch die Qualität«, erklärt Dollinger. Bei Aumüller wurden die neuen Falzarten auf die persönlichen Anforderungen angepasst, damit sie optimal funktionieren. Gleiches war auch für die Papierformate notwendig. »Wir haben von Anfang an unsere besten Bediener an die Maschinen genommen. Diese haben dann das

neue Konzept übernommen und multiplizieren das jetzt auf die anderen Kollegen. Hier ist schon eine große Umstellung notwendig, da man von einer handwerklichen Arbeitsweise zu einer stark industrialisierten und standardisierten Arbeitsweise übergeht. Die »Revolution im Falzen« ist für mich das Falzen über nur zwei Werke, die nicht mehr umgestellt werden müssen und eine feste Einheit bilden«, stellt Volker Dollinger fest.

» www.heidelberg.com



www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de



Wissen, wo es lang geht ...

DRUCK  **MARKT**
 macht Entscheider entscheidungssicher

**Tween von Müller Martini
INNOVATIVE PRODUKTIDEEN
MIT VERKÜRZTEN FALZBOGEN**

Ganz gleich ob einfache Werbebotschaften, raffinierte Couponhefte oder Landkarten in Reiseführern – mit der neuen, nachrüstbaren Option Tween können auch kleinere Falzbogen in einem Buchblock mitgeheftet werden. »Die verkürzten Bogen, die Tweens, bieten einen großen Mehrwert«, erklärt Jürgen Noll, Leiter Marketing und Services Müller Martini Buchtechnologie GmbH. »Sie eignen sich zum Beispiel auch für hochwertige Inlays in



Tweens, die verkürzten Falzbogen in fadengehefteten Buchblocks, können variabel positioniert werden und bieten einen hohen Mehrwert.

Foto- und Kunstbüchern oder die interessante Wissensvermittlung in Schulbüchern.« Neue Produktideen ergeben sich außerdem aus der Möglichkeit, Signaturen mit unterschiedlichen Falzarten einzuheften, wie zum Beispiel einen Altarfalz oder Zickzack-Wickelfalz. Weltneuheit für Fadenheftung Die Ventura MC ist die erste Fadenheftmaschine am Markt, die Produkte mit verschiedenen großen und unterschiedlich positionierten Signaturen heften kann. Ein zusätzlicher Servo-Antrieb im Heftsattel macht's möglich, dass sich die Tweens sowohl in der Länge als auch in der Breite unterscheiden und individuell im Buchblock positioniert werden können. Jürgen Noll ergänzt: »Dank Motion-Control-Antriebskonzept passt sich die Mitnehmerkette den unterschiedlichen Formaten selbstständig an und die Tweens können vollautomatisch verarbeitet werden.«

➤ www.mullermartini.com

**Fedrigoni-Roadshow Drop II
EINE SPURENSUCHE ABSEITS
DER REDUKTION**

Prunkvoll war es bei der diesjährigen Fedrigoni-Roadshow Drop 2, die über vier Monate lang in allen deutschen und im österreichischen Showroom durchgeführt wurde: im Juli in Berlin, kurz danach in München, im August in Hamburg, im September in Wien und zuletzt am 17. Oktober 2013 in Düsseldorf. Grund für die Fortsetzung der Veranstaltungsreihe war der Erfolg der Roadshow Drop I im Jahr 2011 über die Drucktechnik White Ink.



Kooperationspartner waren dieses Jahr die Digitaldruckerei dygy, der Maschinenhersteller Kama, der Folienhersteller Kurz, der Prägewerkzeug-Hersteller Hinderer + Mühlich sowie Hewlett Packard Deutschland. Professor Dr. Markus Caspers von der Hochschule Neu-Ulm eröffnete die Vorträge mit einem Einblick in die historische Bedeutung des Prunks. Bei der Neuzeit angelangt, übernahm Tatjana Müksch von dygy das Wort und gab den jeweils rund 50 Gästen aus der Kreativbranche anschauliche Einblicke über die prunkvollen Veredelungen im Indigo-Digitaldruck. Dabei stellte sie die Möglichkeiten einer passergenaue Offline-Veredelung von Digitaldrucken mit der Kama DC 58 (mit Autoregister) vor. Alle Teilnehmer erhielten ein exklusiv für diese Roadshow produziertes Musterbuch aus HP-zertifizierten Fedrigoni-Papieren, das die besonderen Vorzüge vom Indigo-Druck sowie verschiedene Veredelungstechniken aufzeigt.

➤ www.fedrigoni.de

Edelmann Leaflet Solutions

Flugsicherheit dank zwei Xeikon 8500

Die Lindauer Druckerei wurde Anfang der 1960er-Jahre gegründet und ist mit heute 200 Mitarbeitern seit 2010 als Edelmann Leaflet Solutions Mitglied der Edelmann-Gruppe. Das Unternehmen ist auf die Produktion sicherheitsrelevanter Druck-Erzeugnisse spezialisiert. Neben dem Druck von weltweit jährlich etwa 500 Mio. Packungsbeilagen für die Pharma- und Kosmetikindustrie gehört dabei die Just-in-Time-Produktion von Dokumenten für die Luftfahrtindustrie zum Kerngeschäft des Unternehmens.

Der Druck zeitkritischer, individualisierter Flugunterlagen erfordert vor allem hohe Produktivität und absolute Ausfallsicherheit des Digitaldrucksystems. Zudem werden hohe Ansprüche an die detailgetreue, gleichbleibend hohe Druckqualität gestellt.



Nachdem Edelmann Leaflet Solutions mehrere Jahre mit digitalen Bogendrucksystemen arbeitete, waren die Anforderungen an ein neues System klar abgesteckt: Es sollte ein wöchentliches Produktionsvolumen von mindestens einer Million Dokumente erzielen, eine Verarbeitungsbreite von 512 mm für den Druck von 3up DIN A5 aufweisen und auch Leichtpapiere unter 60 g/m² im Schön- und Widerdruck verarbeiten. Hier erwies sich die Xeikon 8500 für die Produktion der sicherheitsrelevanten Dokumente als am besten geeignet. Das digitale Rollendrucksystem bietet hohe Produktivität beim Druck von Kleinstauflagen. Es ermöglicht den simultanen doppel-

seitigen 5-Farb-Druck in einem Produktionslauf bei exakter Passergenauigkeit der nutzenoptimiert angeordneten DIN-A4-/A5-Dokumente. Mit einer Auflösung von 1.200 dpi sowie der variablen Farbdichte können unterschiedliche Materialien bis zu einer Maximalbreite von 512 mm und Grammaturen von 40 g/m² bis 350 g/m² in nahezu unbegrenzter Länge verarbeitet werden. Dank des elektrofotografischen Trockentonerverfahrens lassen sich Standard Offsetdruckpapiere ohne Vorbehandlung verwenden. Das digital bedruckte Papier ist deinkbar und vollständig recycelbar.

Aufgrund der sicherzustellenden Produktivität entschied sich das Unternehmen im März dieses Jahres für den Kauf von zwei Xeikon 8500, um sowohl Produktionsspitzen abzufangen als auch unterschiedliche Aufträge parallel zu realisieren. Zeitgleich mit der Installation der Systeme Ende Juni nahm Edelmann

Leaflet Solutions ein Near-Line-Finishing-System von MBO für das variable und selektive Falzen mit Hilfe der von den Xeikon-Systemen beige-steuerten intelligenten Codes in Betrieb. In der Weiterverarbeitungslinie werden Einzelblätter oder 4-seitige Falzbögen Inline ›on-the-fly‹ mittels Barcode-Steuerung und Qualitätskontrolle in einem speziell auf den Digitaldruck applizierten Falzwerk zu individuellen Flugunterlagen weiterverarbeitet und zusammengetragen.

➤ www.xeikon.com

Quark Publishing System 9

Design und Publishing für iPad, ePUB, Print, mobile Geräte und das Web

Selbst konfigurierbare iPad Kiosk-App mit integriertem In-App-Purchase

Diashows, Audio und Schaltflächen hinzufügen

Pop-up-Fenster erstellen und HTML-Seiten einbetten

Videos einbinden oder via Web verlinken

Horizontale und vertikale Ansichten erstellen und synchronisieren

Integrierte Seitenübersichtsanzeige

Animationen platzieren

NEU: App Studio für Quark Publishing System

Ganz gleich, ob Sie Marketingmaterial, Finanzberichte, Publikationen für die technische Dokumentation, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher oder andere Informationen über Printmedien, Websites oder mobile Geräte veröffentlichen, Quark Publishing System® kann Ihnen helfen, medienübergreifend Inhalte zeitnah und kostengünstig auszugeben.

App Studio ist ein optionales Modul für Quark Publishing System, das es Ihnen ermöglicht, mit Ihren vorhandenen Design- und Publishing-Werkzeugen iPad® Apps zu erstellen und zu veröffentlichen. Schnell, einfach und kostengünstig pro publizierter Ausgabe – ohne Jahresgebühren und ohne Download-Kosten.

App Studio für Quark Publishing System beinhaltet:

- Eine „Starter App“ für das iPad, die der Ausgangspunkt für das Konfigurieren von kundenspezifischen iPad Apps ist
- Das iPad Framework, das es den Kunden ermöglicht, stark individualisierte und gebrandete Apps zu erstellen
- QuarkXPress XTension® Software zum Anreichern von Inhalten mit interaktiven Elementen, die im Dateisystem oder in Quark Publishing System gespeichert und verwaltet werden
- Einen web-basierten Service zum Verwalten von Apps, Publikationen und Ausgaben, jederzeit und an jedem Ort
- Funktionen zum Testen digitaler Publikationen im iPad Simulator von Apple® oder direkt auf einem iPad
- Automatisierungs-Workflows in Quark Publishing System zum Veröffentlichen und Aktualisieren digitaler Publikationen

Revolutionizing Publishing. **Again.™**



Schweizer Bogenoffset-Tag

Am 27. September trafen sich bei KBA im Werk Radebeul 30 Fachleute aus Schweizer Druckunternehmen zu einer Bogenoffset-Tagung. Die Veranstaltung stand unter dem Motto ›Innovations & Trends by KBA‹.

Die Veranstaltung bot im Wechsel zwischen Fachvorträgen und Druckdemonstrationen einen informativen Querschnitt der bei KBA verfügbaren Technologien im Halb- und Mittelformat.

Ralf Sammeck, KBA-Vorstand für das Produkthaus Bogen, und Peter J. Rickenmann, CEO und VR-Delegierter der Schweizer KBA-Tochter Print Assist, begrüßten die Teilnehmer. Danach widmeten sich Dirk Winkler, Leiter Drucktechnik, und Vertriebsdirektor Sascha Fischer den herausragenden technischen Details des KBA-Bogenoffsetprogramms. Im

ersten und Stillstandzeiten auf ein äußerstes Minimum zu reduzieren. Viele hoch automatisierte Installationen in Schweizer Druckunternehmen zeigen das schon heute. Im zweiten Teil ihres Vortrages widmeten sich beide den jüngsten Trends und Entwicklungen in der UV-Trocknertechnologie. Schwerpunkte waren hierbei HR-UV und UV-LED.

Live-Demonstrationen an vier Bogenoffsetmaschinen bestätigten die Theorie in der Praxis. Zum Start produzierte eine Fünffarben-Rapida 75 mit Lackwerk einen typischen Vierfarben-Job. Nach dem schnellen Job-

mit DriveTronic SPC und die hohe Produktionsleistung von bis zu 18.000 Bogen/h. Den Abschluss bildete eine Kalenderproduktion mit fliegendem Jobwechsel (Flying Job-Change) zwischen den ersten und den letzten fünf Farbwerken. An einer Achtfarben-Rapida 105 mit Bogenwendung kamen bei einem 4/4-farbigem Postermotiv UV-Farben mit LED-UV-Trocknung zum Einsatz. Zum Abschluss erlebten die Schweizer Druckfachleute höchste Automatisierung und Leistung im Halbformat. Die vorgestellte Rapida 76 verfügt über alle von der Rapida 106

Vögeli investiert

B2-BOGENDRUCKMASCHINE SCREEN TRUEPRESS JETSX

Als erstes Schweizer Unternehmen hat die Vögeli AG in den Kauf einer digitalen Bogendruckmaschine Screen Truepress JetSX im B2-Format investiert, die in den kommenden Monaten in Langnau installiert wird. Vögeli ist auf die Herstellung hochwertiger und anspruchsvoller Marketingprodukte spezialisiert und gilt in der Schweiz als technologischer Vorreiter. Das Unternehmen erstellt ungewöhnliche und personalisierte Direktmailings, personalisierte Geschenke und Werbeverpackungen sowie Materialien für Veranstaltungen, Seminare und Crossmedia-Marketingkampagnen (PURL-Einladungen, Ordner, Namensschilder, Dokumente etc.).

»Unsere Kunden aus der Pharmabranche, dem Finanzwesen, der Baubranche, dem Maschinenbau und der Schmuckindustrie möchten mit gezielten, hochwertigen Direktmailings und Werbeaktionen persönlich mit ihren Kunden kommunizieren. Die Herstellung dieser Materialien ist unsere Spezialität«, sagt Renato Vögeli, Inhaber und Geschäftsführer der Vögeli AG.

»Daher sind wir auf die neuesten Technologien angewiesen, damit wir unseren Kunden die bestmöglichen Marketinglösungen anbieten können. Die Screen Truepress JetSX ist ein Meisterwerk der Technik und meiner Ansicht nach die einzige voll praxistaugliche digitale Bogendruckmaschine im B2-Format, die derzeit auf dem Markt angeboten wird. Ihre Flexibilität und Funktionen werden uns und unseren Kunden ganz neue Möglichkeiten eröffnen.«

Mit der Screen Truepress JetSX kann Vögeli personalisierte und benutzerdefinierte Texte und Grafiken mit einer Auflösung von 1.440 x 1.440 dpi und Substrate mit einer Stärke von 0,08 mm bis 0,6 mm, einschließlich bereits geritztem und geschnittenem Material, drucken.

› www.screen europe.com

› www.voegeli.ch



Interessiert verfolgen die Besucher die Druckproduktion mit simultanem Plattenwechsel an einer Rapida 106.



Kritisch werden die Druckmuster ›unter die Lupe‹ genommen

Dialog sprachen sie über Rüstzeiten heute und welche Möglichkeiten der Rüstzeitverkürzung zukünftige Entwicklungen bieten werden. Klar, dass dabei parallele Rüstprozesse sowie die DriveTronic-Komponenten an den Bogenmaschinen von KBA im Vordergrund standen. Denn gerade in Ländern mit mannigfaltigen Anforderungen, Klein- und Kleinstauflagen wirtschaftlich produzieren zu können, sowie mit hohen Personalkosten ist es von essenzieller Bedeutung, die Rüstzeiten zu minimie-

wechsel lief auf der Maschine ein Poster für eine sächsische Uhrenmanufaktur. Dabei kam UV-Lack mit energiesparender HR-UV-Trocknung zum Einsatz. Neben hohen Glanzgraden spricht die sofortige Weiterverarbeitbarkeit der Druckprodukte für dieses Verfahren. Im Anschluss produzierte eine Zehnfarben-Rapida 106 mit Bogenwendung für die 5 über 5-Produktion drei unterschiedliche Akzidenzaufträge mit jeweils mehreren Signaturen. Dabei überzeugten die parallelen Rüstprozesse

bekanntes DriveTronic-Features und punktet mit ultra-kurzen Rüstzeiten sowie hohen Produktionsleistungen.

Nach dem technologischen, folgte ein kulinarisches Highlight im Herzen der Dresdner Altstadt. Ein kurzer Stadtrundgang durch das barocke Dresden rundete einen abwechslungsreichen Tag ab.

› www.kba.com



»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 mit Ihrem Unternehmen sicherlich in der ersten Reihe. Denn der »Publikationsmanager« ist Synonym für Leadership und Innovationskraft.

Geheimtipp: Medienarchitekt

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

4. Lehrgang PM04, Beginn 1. November 2014

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.



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

TERMINE & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2013			
07. 11. - 09. 11. 2013	Viscom, neue Perspektiven erleben	Düsseldorf	 www.viscom-messe.com
28. 11. - 01. 12. 2013	Sign Istanbul	Istanbul	 www.signistanbul.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
26. 03. - 27. 03. 2014	Packaging Innovations, Messe für kreative Verpackungen	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
26. 08. - 28. 08. 2014	Suisse emex 2014, Messe der Event- und Marketingbranche	Zürich	 www.suisse-emex.ch
16. 09. - 21. 09. 2014	photokina 2014, World of Imaging	Köln	 www.photokina.de
08. 10. - 11. 10. 2014	20. Druck + Form	Sinsheim	 www.druckform-messe.de
08. 10. - 12. 10. 2014	Buchmesse Frankfurt 2014	Frankfurt	 www.buchmesse.de
13. 10. - 15. 10. 2014	World Publishing Expo 2014, Messe der Zeitungsindustrie	Amsterdam	 www.wan-ifra.org



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

Konica Minolta DIGITALDRUCK IN BESTFORM

Aktuellste Digitaldrucktechnologie in Verbindung mit produktiven Workflows präsentiert Konica Minolta auf einer bundesweiten Roadshow. Seit dem 17. September können sich Kunden, Druckdienstleister, Hausdruckereien, Agenturen und andere Interessenten auf dreizehn Tagesveranstaltungen ein Bild von der Leistungsfähigkeit der Systeme in Kombination mit ausgewählten Partner-Lösungen machen.

»Die Technologieentwicklung im Segment Production Printing ist rasant und im Vergleich zu Offset atemberaubend. Aber moderne Drucktechnik ist es nicht allein. Als führender Anbieter im digitalen Produktionsdruck zeigen wir natürlich auch Mehrwerte, die aus der Einbindung der Systeme in effiziente Workflows entstehen«, sagt Ralf Tienken, Deputy General Manager Marketing und Leiter Produktmanagement Production Printing bei Konica Minolta Business Solutions Deutschland zur Ausrichtung der Roadshow.

Den Ansprüchen unserer Kunden nach höchster Qualität, Produktivität und Wirtschaftlichkeit auch in Zukunft gerecht zu werden, unterstreicht neben dem neuen Highend-Flaggschiff bizhub Press C8000e auch die kommende bizhub Press C1070-Serie. Sie setzt richtungsweisende Qualitätsstandards. Durch zahlreiche technische Änderungen werden sich die Systeme im Hinblick auf Bildqualität, Produktivität, Stabilität sowie Wirtschaftlichkeit deutlich im Markt absetzen.

Noch verbleibender Termin ist der 12. und 13. November in Hamburg.
» www.konicaminolta.de

Creative Packaging 2013 HAPTİK-WORKSHOP, KONFERENZ UND LASERSHOW

Am 13. November 2013 findet wieder die Verpackungskonferenz ›Creative Packaging‹ statt. Vormittags wird mit einem exklusiven Workshop des Münchner Haptik-Gurus Alfred König gestartet. Er vermittelt in einem Intensiv-Workshop in nur zwei Stunden die Geheimnisse der ›Corporate Haptics‹ mit vielen Beispielen und nutzwertigen Tipps. Ein echtes Muss für alle, die Haptik als Instrument für mehr Aufmerksamkeit und höheren Response optimal nutzen möchten.

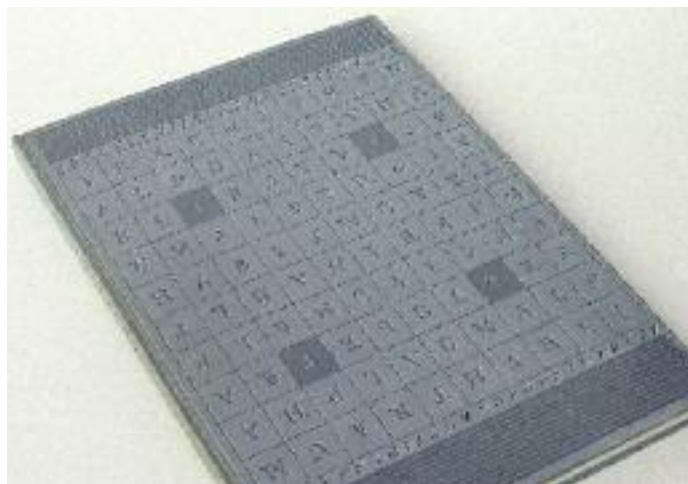
Nachmittags beginnt dann die thematisch breit angelegte Konferenz im Wiener Designforum. Dort bringen internationale Redner die vielfältigen neuen Tugenden der Verpackung näher. Thorsten Drews, Geschäftsführer des Veredelungsspezialisten Achilles erläutert die ›Hidden Champions‹ der Veredelung. Designerin Susanne Lipitsch zeigt Ideen für das zweite Leben der Verpackung, Gerlinde Gruber zeigt Chancen bei der Realisierung von Kleinauflagen. Martin Kornberger, Professor für ›Strategy and Organization‹ an der Copenhagen Business School wird anhand von Beispielen zeigen, wie Kunden für die Verpackungsentwicklung angezapft werden können. Abends werden die Teilnehmer zu einer Lasershow im Studio von Bernhard Rameder begrüßt. Der Chef der Agentur ›Rausgebrannt‹ demonstriert dort, welche faszinierenden Dinge bei der Verpackung mit Lasertechnologie möglich sind.

» www.creative-packaging.info

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



Museum für Druckkunst ROSWITHA QUADFLIEG – EIN BÜCHERLEBEN

Mit der Ausstellung ›Roswitha Quadflieg – Ein Bücherleben‹ zeigt das Museum für Druckkunst Leipzig eine Retrospektive mit buchkünstlerischen Arbeiten der renommierten Hamburger Raamin-Pressen, die von 1973 bis 2003 wirkte. Die seit 1973 entstandenen 28 Druckwerke sind je einem Dichter und einem seiner meist weniger bekannten Werke gewidmet. Die Ausstellung im Leipziger Museum, in dem seit 1994 die Texte der letzten sieben Bände gesetzt und gedruckt wurden, fächert die Geschichte der Raamin-Pressen rückwärts auf und gibt anhand einer Werkauswahl Einblicke in ein bewegtes und vielseitiges Bücherleben.

Den Auftakt der Schau bildet das letzte Werk der Raamin-Pressen, Samuel Becketts Hamburg-Kapitel aus seinen ›German Diaries‹ von 1936/37 und stellt weitere 18 Werke der Weltliteratur von Tankred Dorst, Franz Kafka, William Shakespeare bis zu Georg Trakl vor. Die jeweilige Entstehungsgeschichte der präsentierten Bände wird durch Zustandsdrucke, Zeichnungen, Fotos und Entwürfe sowie Druck- und Prägeplatten direkt nachvollziehbar. Die in der Raamin-Pressen entstandenen Bücher sind stets in limitierter Auflage erschienen, wurden durch ihre visuelle und haptische Einzigartigkeit international bekannt und sind

›Traumalphabet‹, Schrift-Bilder-Buch mit Texten von 13 Autoren, 15. Druck der Raamin-Pressen 1985 - 1986, 195 Exemplare, Einband von Christian Zwang (Fotos: Museum).

heute seltene und gesuchte Sammelobjekte. Alle Einbände besorgte die Buchbinderei Christian Zwang in Hamburg.

Die Ausstellung findet im Museum für Druckkunst Leipzig noch bis 5. Januar 2014 statt.

Rund um die Ausstellung gibt es verschiedene weitere Veranstaltungen sowie öffentliche Führungen jeweils Sonntags um 15 Uhr (17. 11., 1. 12. und 5. 1. 2014). Einen literarischen Abend mit Roswitha Quadflieg und Josef Haslinger (Deutsches Literaturinstitut Leipzig und Präsident PEN Deutschland) gibt es am 27. November 2013 um 19 Uhr. Roswitha Quadflieg liest aus eigenen Werken und diskutiert über Literatur und Buchkunst.

» www.druckkunst-museum.de

**Inca Digital
WETTBERWERB IDEAS 2014
GESTARTET**

Inca Digital hat die dritten Inca Digital Excellence Awards (IDEAs 2014) gestartet, mit denen Inca die Kreativität und den Einfallsreichtum von Kunden in aller Welt feiert. Mit dem IDEAs-Wettbewerb soll die Leistungsstärke des Digitaldrucks unter Beweis gestellt werden. Es geht darum zu zeigen, welche verblüffenden Effekte mit modernster UV-Inkjet-Technologie von Inca Digital möglich sind. Die IDEAs-Preisrichter beurteilen die Wettbewerbsbeiträge unter den Gesichtspunkten Qualität, Innovation und Kreativität in fünf Kategorien: Display-Grafiken, 3D-POS, Innenraumgestaltung, Produktdekoration, Interaktive Displays.

Die Sieger in den einzelnen Kategorien erhalten jeweils eine IDEAs Trophy und reisen nächstes Jahr kostenlos für zwei Übernachtungen nach München zur Fespa Digital 2014 (20. bis 23. Mai 2014). Einsendeschluss ist der 17. Januar 2014. Die IDEA-Preisverleihung erfolgt bei einer Abendveranstaltung, die von Inca und Fujifilm gemeinsam ausgerichtet wird.

➤ www.incadigital.com/ideas

**Digitaldruck mit Mehrwert
ROADSHOW DER BRANCHEN-
INITIATIVE PRINT DIGITAL!**

Der Digitaldruck macht vor Value Added Printing noch lange nicht halt. Das stellt eine neue Roadshow der Brancheninitiative Print digital! in Kooperation mit der Digital-to-Business (d2b) Initiative von Antalis unter Beweis.

Printprodukte führen vor allem dann zum Erfolg, wenn sie mehr zu bieten vermögen als die reine Information. Der Digitaldruck hat in dieser Hinsicht mit den Aspekten der Individualisierung bereits einiges in petto. Doch gehört eine persönliche Ansprache für viele Konsumenten bereits zum Standard. Druckveredelung ergänzt den persönlichen Aspekt um eine emotionale Komponente. Mit der Möglichkeit, andere Medien zu vernetzen, erlebt der Konsument neue Welten.

Wie Digitaldruck diese drei Aufgaben bravurös in einem Printprodukt lösen kann, zeigt die neue Print digital!-Seminarreihe »Digitaldruckveredelung – Wertschöpfung für Printprodukte«. Noch am 12. November in Hamburg und am 14. November 2013 in Köln werden die Potenziale und Funktionsweisen der Druckveredelung in Kombination mit dem Digitaldruck vorgestellt.

➤ www.print-digital.biz

➤ www.antal.de

**Die Zukunft der Farbe
FOGRA COLOUR MANAGEMENT
SYMPOSIUM**

Nach drei erfolgreichen und viel besuchten Veranstaltungen in den letzten Jahren lädt die Fogra am 6. und 7. Februar 2014 zur vierten Auflage des Farbmanagement-Symposiums nach München ein. Das Symposium richtet sich an Entscheider, Verantwortliche und Dienstleister im Bereich der farbgetreuen visuellen Kommunikation mit Schwerpunkt auf dem Werbemitteldruck. Druckdienstleister stehen heute vor der Herausforderung, dass infolge



der vielen Kanäle, über die visuell kommuniziert wird, die Komplexität stetig zunimmt. Hinzu kommt eine steigende Anzahl schwer zu kontrollierender Einflussfaktoren. Dies beginnt bei den angelieferten Druckvorlagen und reicht bis zu den unterschiedlichen Licht- und Betrachtungssituationen, in denen sowohl mobile Endgeräte als auch Werbeträger betrachtet werden. In sieben Themenblöcken werden Lösungen für aktuelle und zukünftige Herausforderungen des Farbmanagements für den klein- und großformatigen Digitaldruck sowie für konventionelle Druckverfahren vorgestellt und diskutiert. Der Abend mit farbiger Bühnenshow dient auch der Netzwerkpflge.

Eine Fachausstellung begleitet das Symposium. Getreu dem Leitmotiv »Wissenschaft trifft Farbe« können die Teilnehmer auch dieses Mal ihre Kenntnisse in einem von vier parallel stattfindenden Workshops (à 90 Minuten) vertiefen.

➤ www.fogra.org

**4. Doxnet Tag in München
SCHWERPUNKTTHEMA:
KUNDENDIALOG IM JAHR 2020**

Doxnet, der herstellerneutrale Fachverband für Dokumentenprofis aus dem deutschsprachigen Raum, lädt alle Mitglieder und interessierten Fachleute aus dem Dokumentenmanagement zum mittlerweile vierten Doxnet Tag am 8. November 2013 nach München ein. Während der diesjährigen Veranstaltung beleuchtet man das Thema »Kundendialog im Jahr 2020«.

Treffpunkt ist das Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski. Auf der Agenda steht nach der Begrüßung durch den Vorstandsvorsitzenden Peter Dehm ein Eingangsreferat von Dr. Jörg Wallner (Direktor Innovation Management & Consulting, 2b Ahead ThinkTank GmbH) in das Thema Kundendialog 2020. Danach beleuchtet Dr. Achim Dünnwald (CEO Brief Kommunikation, Deutsche Post AG) das Thema aus der Sicht eines Briefdienstleisters.

Nach der Mittagspause geht es mit einem Vortrag von Magister Walter Trezek (Document Exchange Network GmbH) mit dem Titel »Situation der Digitalisierung in Europa« weiter. Der Österreicher ist Experte und maßgeblicher Akteur bei der europäischen Normierung der Postdienste.

Danach stellt Michael Krebs (Canon Deutschland GmbH) die Entwicklung aus der Sicht eines Druckerherstellers dar. Um den Vortragsreigen abzuschließen, wird Dieter Weng (Präsident des Deutschen Dialogmarketing Verbandes e. V.) zu Wort kommen.

Die Veranstaltung endet mit einer Zusammenfassung durch Robert Herele (Allianz Managed Operations & Services SE), den Initiator der Veranstaltungsreihe.

➤ www.doxnet.eu

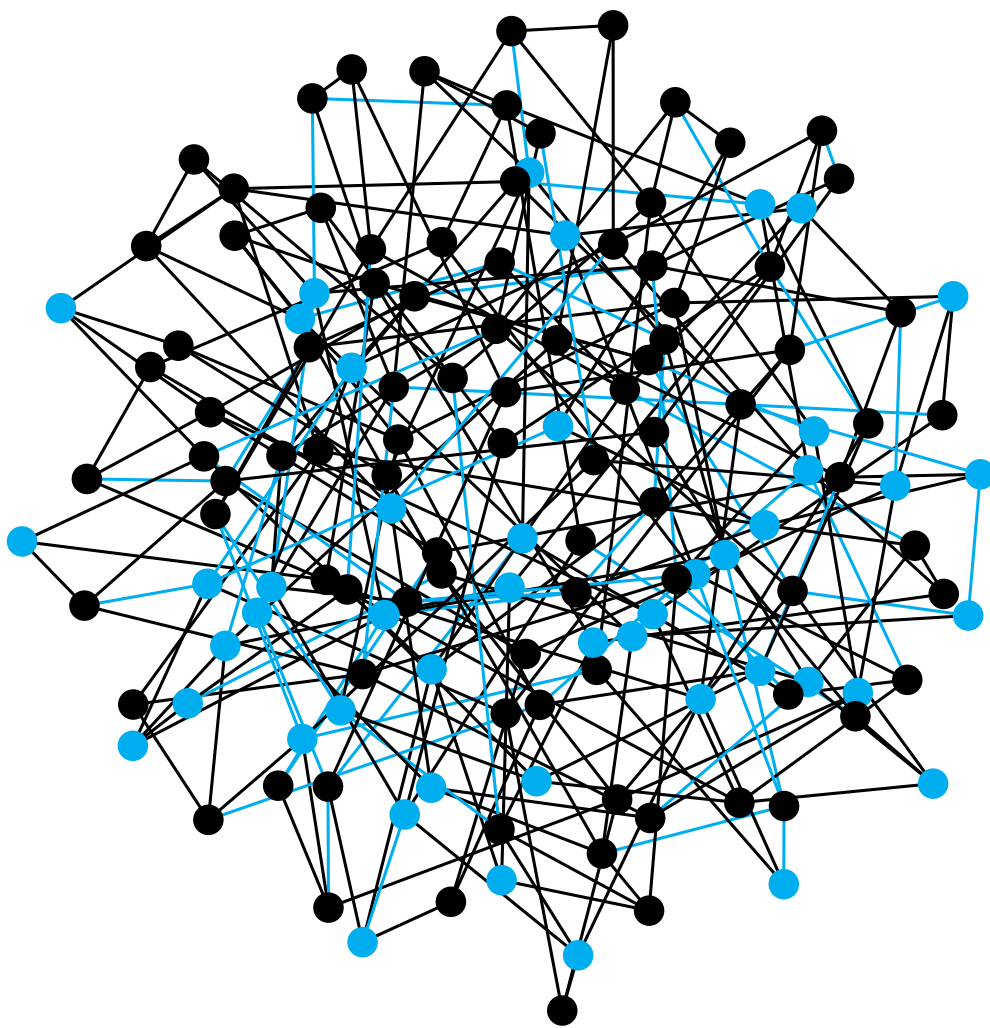
www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.de

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Herbst & Winter 2013

Terminkalender



GRAFISCHES  FORUM ZÜRICH

21.11.2013

Schweizer Verlage

Eine Übersicht über die Verlagswelt Schweiz

www.gfz.ch

Alle weiteren Informationen finden Sie auf unserer Website

MESSETERMINE VORVERLEGT Der Messeveranstalter Mack Brooks Exhibitions hat für die ICE Europe und die CCE International neue Termine festgelegt. Sie finden nun vom 10. bis 12. März 2015 auf dem Messegelände in München statt. Mit der Terminvorverlegung wurde dem Wunsch vieler Aussteller nachgekommen, den Osterfeiertagen auszuweichen. > www.ice-x.de > www.cce-international.com

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

GREGOR INTERNATIONAL CALENDAR AWARD Kalendermacher aus dem In- und Ausland können bis 9. Dezember 2013 ihre Kalender für das Jahr 2014 beim Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg in Stuttgart einreichen. Im Rahmen der beiden renommierten Wettbewerbe um den gregor international calendar award und dem gregor international photo calendar award 2014 werden die kreativsten und am besten gestalteten Kalender der Welt gesucht. Veranstaltet werden die Wettbewerbe und Kalenderausstellungen vom Graphischen Klub Stuttgart e. V., dem Finanz und Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg und dem Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg e. V. Zur Teilnahme aufgefordert sind alle an einer Kalenderproduktion beteiligten Hersteller, Gestalter, Fotografen, Werbeagenturen, Verlage und Druckereien sowie Auftraggeber aus der Industrie. Alle rechtzeitig eingereichten Kalender werden vom 24. Januar bis 10. Februar 2014 im Haus der Wirtschaft Baden-Württemberg in Stuttgart präsentiert. > www.gregor-calendar-award.com > www.graphischer-klub-stuttgart.de

PERSPEKTIVE VERTRIEBSMARKETING Kunden professionell in Szene zu setzen, gehört für Druckdienstleister zum Alltag. Die eigenen Dienstleistungen, Produkte und Neuheiten zu kommunizieren, bleibt aber allzu oft auf der Strecke. Mit dem neuen Seminar »Vertriebsmarketing für Digitaldruckdienstleister« bietet der f:mp. im Rahmen seiner Brancheninitiative »go visual« eine kompakte Veranstaltung mit Handlungsempfehlungen für das Vertriebswissen. 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

PDF MODULO X Im November veranstalten die Impressed GmbH und die callas software GmbH Workshops in Hamburg, München und Frankfurt. Robert Zacherl (Impressed) und Olaf Drümmer (callas), zwei exzellente Kenner von PDF/X, führen den »PDF modulo X«-Workshop gemeinsam durch. Beide Referenten bringen ein Maximum an PDF/X-Expertise und Praxis Know-how ein, von dem die Workshop-Teilnehmer profitieren können. Kernpunkt der Workshops ist die Frage: Wie lassen sich Medien-Workflows mit PDF/X-4 praktisch umsetzen? Der Workshop bietet Anregungen und Entscheidungshilfen, um Abläufe zwischen Auftraggebern und Dienstleistern optimal zu gestalten. Muss der Kunde PDF/X beherrschen, um einwandfreie Druckdaten zu liefern? Die Kluft zwischen PDF/X-Theorie und praktischen Produktionsanforderungen soll mit diesem Workshop geschlossen werden. > www.impressed.de

Verband Druck und Medien Baden-Württemberg

Programm für das Druckforum 2014 steht

Vom 23. Januar bis 6. Februar 2014 veranstaltet der Verband Druck und Medien Baden-Württemberg e. V. wieder das Druckforum. Veranstaltungsort ist erneut die FILharmonie in Filderstadt-Bernhausen.

Eröffnungsveranstaltung, Donnerstag, 23. Januar, 18.00 Uhr

»Verdruckte Zukunft: Gehen Printprodukte tatsächlich im digitalen Strudel unter?« Referent ist Volker Nickel.

Freitag, 24. Januar

14.00 bis 17.00 Uhr: Seminar »Qualitätsdruck nach aktueller Norm«.

18.00 Uhr: Koenig & Bauer AG Bogenoffsetmaschinen, Radebeul, informiert zum Thema »UV-Trocknung im Bogenoffset: konventionell, HR, LED, Inert ...«

Montag, 27. Januar

14.00 bis 17.00 Uhr: Seminar »Tabletpublishing und App-Hype: Strategiese-minar für Entscheider in der Druck- und Medienindustrie«.

18.00 Uhr: Printdata GmbH, Eggenstein-Leopoldshafen, diskutiert das Thema »eCommerce und eBusiness verändern die Druckindustrie – wie Druckbetriebe davon profitieren«.

Dienstag, 28. Januar

14.00 bis 17.00 Uhr: Seminar »CtP, Rastertechnik, Messtechnik – die richtige Wahl führt zum Erfolg«.

18.00 Uhr: Caddon printing & imaging GmbH, Leinfelden-Echterdingen, zum Thema »Virtueller Andruck – von bunt zu farbrichtig«.

Mittwoch, 29. Januar

14.00 bis 17.00 Uhr: Seminar »Vom 4-Seiter zu komplexen Sonderformen«.

18.00 Uhr: Müller Martini GmbH, Ostfildern, macht »Fit für die digitale Zukunft mit modularen Systemen«.

Donnerstag, 30. Januar

14.00 bis 17.00 Uhr: Seminar »eCommerce mit Social Media«.

18.00 Uhr: Agfa Graphics NV, Düsseldorf, erläutert »Wie Sie mit eCommerce und Mobile Publishing Ihre digitalen Geschäftsfelder ausbauen können«.

Freitag, 31. Januar

14.00 bis 17.00 Uhr: Seminar »Datenqualität in Adressdatenbanken«.

18.00 Uhr: Canon Deutschland GmbH, Krefeld, beschäftigt sich mit dem Thema »Der Wert von Druck – Trends, Innovation und Technologie«.

Montag, 3. Februar

14.00 bis 17.00 Uhr: Seminar: »Colormanagement in DTP-Anwendungen«.

18.00 Uhr: Impressed GmbH, Hamburg, informiert über »Smarte Automatisierung vom Dateneingang bis zur ausgeschossenen Druckform«.

Dienstag, 4. Februar

14.00 bis 17.00 Uhr: Seminar »Web-to-Publish-Systeme richtig auswählen«.

18.00 Uhr: That's it Solutions GmbH, Neckartailfingen, thematisiert die »Optimale eBusiness-Prozessgestaltung und Vernetzung von Druckerei-Systemen für B2B-Kunden«.

Mittwoch, 5. Februar

14.00 bis 17.00 Uhr: Seminar »PDF-Prüfung und -Korrektur: Tipps & Tricks für den Digitaldruck«.

18.00 Uhr: Hewlett-Packard GmbH, Böblingen, beantwortet die Frage »Welche Rolle spielt der Digitaldruck im Konzert crossmedialer Kommunikation?«.

Schlussveranstaltung, Donnerstag, 6. Februar

14.00 bis 17.00 Uhr: Seminar »Erfolgsmodell individuelle Kundenansprache«.

18.00 Uhr: »Mein Freund, der Kunde«. Referent: Jürgen Frey.

> www.druckforum.de

»Future Print«

BEGLEITENDES FORUM**ZUR VERPACKUNG SCHWEIZ**

Begleitend zur Messe »Verpackung Zürich« 2014 findet am 26. und 27. März 2014 das Forum »Future Print« statt. Dort vermitteln hochkarätige Referenten exklusive Denkanstöße für Ziele und Strategien von morgen – eine gute Gelegenheit zum Networking mit Print- und Medienprofessionals.

Zwar hat das Medium Papier mit dem Siegeszug des Internets seine überragende Stellung innerhalb der verschiedenen Medienkanäle verloren, doch können neue und innovative Anwendungen auch Chancen für Zukunftsmärkte eröffnen. Martina Hofmann, easyFairs-Messeleiterin »Verpackung«, und Beat Kneubühler, Mitglied der Geschäftsleitung von Viscom, sehen hier ein großes Potenzial. Beat Kneubühler erläutert: »Es ist wichtig, dass wir nicht in eine Art Krisenstimmung verfallen und die Hände in den Schoß legen, sondern die Augen aufhalten für neue Märkte und beherrscht Chancen in innovativen Bereichen ergreifen. Deshalb wird das Forum »Future Print« folgenden Fragen nachgehen: Was sind die Erfahrungen aus anderen Wirtschaftszweigen? Wo findet man die Geschäftsmodelle der Zukunft?« Die Veranstalter, easyFairs, Viscom und die Fachzeitschrift viscom print&communication setzen mit der Veranstaltung klare Ziele: »Wir wollen Impulse geben und dazu Know-how von national bekannten Referenten vermitteln sowie eine Plattform zur Vernetzung schaffen«, betont Messeleiterin Martina Hofmann. In drei Themenblöcken (Technology, Change Management und Business Modelle) treten erfolgreiche Unternehmer, Visionäre und Macher auf und verraten dem Publikum exklusiv die Rezepte, die ihren Unternehmen ermöglicht haben, sich erfolgreich zu positionieren und neu zu erfinden.

» www.easyfairs.com

SEMINARE & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2013	Veranstaltung	Ort
10. 11. - 11. 11.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N Pro	Hofheim
11. 11. - 15. 11.	Print Media Academy, Falzen Aufbau (Modul 2)	Heidelberg
11. 11. - 15. 11.	Print Media Academy, EB Pro	Heidelberg
13. 11. - 14. 11.	Polar, Compucut-Kurs	Hofheim
18. 11.	cleverprinting, Kompaktkurs Colormangement und PDF/X	München
18. 11. - 19. 11.	Fogra, Farbmanagement – Grundlagen	München
19. 11.	cleverprinting, Datencheck mit Enfocus PitStop Professional	München
19. 11. - 21. 11.	Print Media Academy, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 (Modul 1)	Heidelberg
20. 11.	Fogra, Farbmanagement für Experten	München
20. 11. - 21. 11.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit INDS und PSD	München
21. 11.	Fogra, Farbmanagement im Digitaldruck	München
21. 11.	cleverprinting, Redaktionelle Zusammenarbeit mit Adobe InDesign und InCopy	München
22. 11.	Fogra, Farbmanagement für Druckeinkäufer	München
22. 11.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android-Tablets	München
25. 11. - 26. 11.	Fogra, Farbe im Druck messen und bewerten	München
25. 11. - 29. 11.	Print Media Academy, Stitchmaster ST 200 Basis	Heidelberg
02. 12. - 06. 12.	Print Media Academy, Finishing Expert Stahlfolder (Modul 3)	Heidelberg
03. 12.	Fogra, Druckweiterverarbeitung: Grundlagen – kompakt	München
04. 12. - 05. 12.	Fogra, Druckweiterverarbeitung: Fehler vermeiden – Kosten senken	München
09. 12. - 10. 12.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider N Pro	Hofheim
16. 12. - 17. 12.	Polar, Bedienerkurse für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

» www.cleverprinting.de

» www.fogra.org

» www.polar-mohr.com

» www.print-media-academy.de

Mit den Profis auf Tour**CANON PROFESSIONAL FORUM 2013**

Canon kündigt seine bevorstehende Professional Imaging (ProIG) Roadshow, das Canon Professional Forum 2013, an. Die ProIG Roadshow findet vom 12. bis 26. November 2013 an fünf verschiedenen Orten statt. Sie richtet sich in erster Linie an professionelle Nutzer aus unterschiedlichsten Marktsegmenten und an engagierte Amateure, die High End Equipment einsetzen. Neben Produktdemonstrationen und Live-Shootings wird auch das gesamte ProIG-Portfolio auf einen Blick präsentiert – angefangen von den professionellen Kameras der EOS-1D Serie, über XF Camcorder, Cinema EOS und Broadcast bis hin zu Pixma



Pro Druckern, Großformatdruckern, Projektoren, Netzwerkkameras und 4K Referenz-Displays – das Canon Professional Forum gibt einen Überblick über alle Produkte und Lösungen rund um das Thema Professional Imaging. Auch Services wie das Dreamlabo finishing und das Canon Service Center Willich sind mit auf Tour.

Auch wichtige Partnerunternehmen der Foto- und Filmbranche sind mit ihren Produkten aus den Bereichen

Zubehör, Produktion und Workflow vor Ort: Adobe, AJA, ARRI, Atomos, AV Stumpfl, EIZO, Globell/datacolor, Hartblei, Hensel, Phase One, Profoto, Schneider-Kreuznach, Wacom und Zeiss.

Von jeweils 13 bis 20 Uhr öffnet das Canon Professional Forum an folgenden Standorten seine Pforten: 12. November in Potsdam, 14. November in Köln, 19. November in Würth am Main, 21. November in München und 26. November in Stuttgart.

» www.canon.de

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



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

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

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




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

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 • Stanzan
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Haken • Zerkleinern • Streifen erschaffen
Wagen • Verzähnen • Filzeln • Block-
leimen • Bänderrollen • Normieren
Rollen • Prägnanzrollen • Diverse Messgeräte

Graph. Maschinen- und Apparatebau



JOSEF FOELLMER GmbH
KUNSTSTOFFSTRASSE 5
D-78256 VELLNACH-SCHWENNINGEN
Telefon 0 77 20 30 12 0 • Fax 0 77 20 30 12 90

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
T: +49 (0)40 736077-0
E: info@fks-hamburg.de

GRAFISCHE MASCHINEN
ALLES NACH DEM DRUCK

„Alles nach dem Druck!“
Professionelle Maschinen für:

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

Mehr Informationen:



www.fks-hamburg.de

binderhaus
MANUSKRIPTEN UND DRUCKWERKSTÜCKE

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

binderhaus GmbH & Co. KG
Fabrikstraße 17 • 70794 Filderstadt
Tel. 0711-35435-45 • Fax 0711-35435-20
e-mail: info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

WEITERVERARBEITUNG



RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie
unser
„Kundenhow“

Mit unserem hochwertigen
Hochleistungs-Papierbohrer in verschiedenen
Reichweiten für alle Maschinenfabriken und
Rechenzentren: rasche Wechselzeiten und
hohe Zuverlässigkeit.

Graph. Maschinen- und Apparatebau



JOSEF FOELLMER GmbH
KUNSTSTOFFSTRASSE 5
D-78256 VELLNACH-SCHWENNINGEN
Telefon 0 77 20 30 12 0 • Fax 0 77 20 30 12 90

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

IMPRESSUM

»Druckmarkt« ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Print- und Medienindustrie und erscheint 6 mal pro Jahr. Zusätzlich erscheint »Druckmarkt impressions« als PDF-Magazin etwa alle 14 Tage im Internet. In den Heften der Reihe »Druckmarkt Collection« werden spezielle Themen aufbereitet und erscheinen als Dossier, White Paper oder Investitionskompass mit umfangreichen Marktübersichten.

Alle Angaben in unseren Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

Druckmarkt-Jahres-Abo:
6 Ausgaben pro Jahr: 60,00 € (Inland) und 76,00 € (Ausland) inkl. Porto und Versandkosten.

Heft-Einzelverkauf:
12,00 € plus Versandkosten.

Redaktion:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay
(Chefredakteur und Herausgeber)
Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36
Telefax: 0 26 71 - 38 50
nico@druckmarkt.com

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

www.druckmarkt.com
© by Druckmarkt 2013



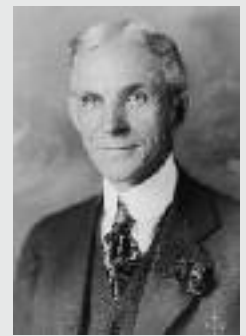
»Druckmarkt« ist eine Publikation der arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel

Die Schwesterzeitschrift »Druckmarkt Schweiz« erscheint als Managementmagazin für Print und Publishing im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH.

www.druckmarkt.ch



»Wer aufhört zu werben,
um Geld zu sparen,
kann ebenso
seine Uhr anhalten,
um Zeit zu sparen.«



Henry Ford

Verbraucher vergessen schnell. Auch Marken. Und Kunden vergessen Ihre Produkte, wenn die richtigen Impulse fehlen. Deshalb ist das Unterbrechen der Werbe-Kommunikation bewiesenermaßen mit hohen Risiken verbunden.

Druckmarkt bietet auch in Zeiten schmaler Etats budgetfreundliche Anzeigenpreise.

Fordern Sie unsere Mediaunterlagen an oder informieren Sie sich direkt auf unserer Internetseite:
www.druckmarkt.com