

DRUCK MARKT impressions 75

9. Dezember 2013

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

Swiss Edition 

Buchverlage in der Zwickmühle?

Seite 18.

Immer aktuell:

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



Schwerpunkte dieser Ausgabe:

Markt & Zahlen: Digital neu aufgestellt. Seite 12.
Medien: B2B-Entscheider vertrauen Fachmedien. Seite 16.
Print: Goodbye ›Großer Tiegel Offset‹. Seite 24.
Print & Finishing: Potenziale der Weiterverarbeitung. Seite 35.
Termine, Bildung und Events: Termin-Kalender. Seite 40.

www.druckmarkt.ch



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

Bogenoffsettechnik

LE UV

Bei Heidelberg in allen
Formatklassen erhältlich.

www.ch.heidelberg.com

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

HEIDELBERG

Buchverlage in der Zwickmühle?

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 06 65 Jahre Paul Leibinger
- 09 Verstärkte Präsenz in der Verpackung
- 12 ›Digital‹ neu ausgestellt
- 14 Ein starkes Paket für Vorstufe und Druck

Medien

- 16 B2B-Entscheider vertrauen Fachmedien
- 18 Die nächste Stufe der Buchproduktion
- 22 Print ist am glaubwürdigsten

Print & Finishing

- 24 Goodbye ›Großer Tiegel Offset‹
- 26 Yesprint praktiziert fliegenden Jobwechsel
- 28 Nachrichten
- 31 Prozessfreie CtP-Dienstleistung
- 34 Potenziale der Weiterverarbeitung
- 36 Neue Zusammentragmaschine von Müller Martini
- 37 Universelle UV-Farbe
- 39 Moderne Sicherheitspapiere für den Markenschutz

Termine, Bildung & Events

- 40 Terminkalender
- 41 Nachrichten
- 41 Treffpunkt für Profis aus der industriellen Druckproduktion
- 43 Seminare & Veranstaltungen
- 46 Business to Business
- 46 Impressum

»E-Books sind in der breiten Bevölkerung angekommen und haben sich zu einem Massenmarkt entwickelt«, sagte Bitkom-Vizepräsident Achim Berg im Vorfeld der Frankfurter Buchmesse. Und das Potenzial für weiteres Wachstum des E-Book-Marktes sei groß, da sich laut Umfrage 27% der E-Book-Skeptiker vorstellen könnten, in Zukunft digitale Bücher zu lesen.

Natürlich hat ein Hightech-Verband wie der Bitkom im Sinne seiner Mitglieder Interesse an solchen Erfolgsmeldungen, weil man daraus Rückschlüsse ziehen könnte, wie sich der Markt der Lesegeräte entwickelt. Nach Bitkom-Prognosen nämlich sollen im Jahr 2013 rund 8 Mio. Tablet-Computer und 832.000 spezielle E-Book-Reader in Deutschland verkauft werden. Aber diese Zahlen nutzen wenig. Denn bei Umfragen dieser Art (etwas mehr als 2.500 Personen wurden befragt) tauchen immer wieder Fragezeichen auf, auch wenn sie noch so repräsentativ sein sollen. Denn wenn es heißt, dass 21% aller Bundesbürger elektronische Bücher lesen, kann da irgend etwas nicht stimmen, wenn in der gleichen Meldung davon die Rede ist, dass nur 75% der Deutschen überhaupt Bücher lesen. Es ließen sich leicht noch ein paar mehr Ungereimtheiten aufdecken, aber auch das nutzt wenig.

Fest steht, dass die Akzeptanz gegenüber E-Books zunimmt. Das räumt auch der Börsenverein des deutschen Buchhandels ein, der den E-Books inzwischen eine wirtschaftliche Relevanz bescheinigt. Doch wenn der Umsatz mit E-Books 2013 etwa 10% des Buchhandelsumsatzes ausmacht, muss in Deutschland noch immer von einer gewissen Reserviertheit gegenüber elektronischen Büchern gesprochen werden.

Mindestens so interessant, wenn nicht interessanter, sind da die Veränderungen bei der Bücherproduktion selbst, eben der auf Papier. Hier sehen sich die Verlage in einer Zwickmühle aus der Notwendigkeit, große Auflagen zu drucken, um geringe Stückkosten zu erreichen, und hohen Lagerkosten, die große Stückzahlen mit sich bringen. Das verlegerische Risiko verschärft sich. Der Digitaldruck könnte für Verlage also durchaus ein Weg aus dieser Zwickmühle sein. Denn wenngleich digital hergestellte Bücher zwar je Exemplar teurer sind als diejenigen aus einer großen Offsetauflage, lassen sie sich bei nahezu konstanten Preisen im Digitaldruck sicherer kalkulieren. Und das gilt ganz sicher für die Vielzahl an Büchern, die bei vielen Betrachtungen nur wenig berücksichtigt werden: Bücher für die Weiterbildung, Fachliteratur für einige wenige Leser oder technische Dokumentationen.

Jetzt, im Weihnachtsgeschäft, wird es jedoch wieder um Bildbände, Kochbücher oder Bestseller gehen. Der Buchhandel signalisiert zumindest schon einmal ein leichtes Wachstum gegenüber dem letzten Jahr.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

SANIERUNG Nach der Eröffnung des Insolvenzverfahrens am 1. Oktober 2013 wurden bei der Reflex Premium Papier AG jetzt erste Schritte zur Sanierung eingeleitet. Die Kapazitäten und das Sortiment wurden den aktuellen Erfordernissen angepasst und externe Unterstützung für den Vertrieb eingeholt. Die Marken wie Zanders Zeta, Gohrsmühle, Efalín, T2000 und Spektral werden weiterhin produziert und angeboten.

SCHWACH Der Umsatz in der technotrans-Unternehmensgruppe stieg in den ersten neun Monate des Geschäftsjahrs 2013 um 17,6% auf 77,8 Mio. € (Vorjahr 66,1 Mio. €). Dieses Wachstum sei in erster Linie auf die Akquisition der KLH Kältetechnik GmbH und ihrer Schwestergesellschaften zum Jahresbeginn 2013 zurückzuführen, teilt technotrans mit. Nach neun Monaten wurde ein Ergebnis von 3,0 Mio. € erwirtschaftet (12% weniger als im Vorjahr), was auf den unerwartet schwachen Geschäftsverlauf zurückzuführen sei. ➤ www.technotrans.de

EXPANSION Durst, Spezialist für industrielle Inkjet-Anwendungen, steigert seine Investition in die Forschung und Entwicklung für das Keramik-Segment, erweitert die Fertigungskapazität und stellte weitere Mitarbeiter ein. Durst meldet inzwischen über 400 Keramikdrucker-Installationen weltweit, davon allein über 120 in Italien. Für die Expansion wurde die Produktionsstätte in Brixen um weitere 6.000 m² für die Fertigung erweitert, um der wachsenden Nachfrage gerecht zu werden. Darüber hinaus wird Durst im Frühjahr 2014 in Lienz (Österreich) ein weiteres Gebäude für Drucksysteme für den grafischen Markt eröffnen. Seit Januar 2013 hat Durst in Brixen 25 neue Mitarbeiter eingestellt, von denen allein 15 für das Keramik-Segment tätig sind. ➤ www.durst-online.com

VERLAGSRECHTE Die Druckerei Flawil AG übergibt die Verlagsrechte an der ›Wiler Zeitung‹ Anfang 2014 an das ›St.Galler Tagblatt‹ und erhält im Gegenzug Aktien der St.Galler Tagblatt AG, die zur NZZ-Gruppe gehört. Ebenfalls werden die Verlagsrechte der Lokalzeitung ›Altgotgenburger‹ übertragen, die die Flawil AG erst kürzlich erworben hatte. Für die Leser der beiden Zeitungen würden keine Veränderungen spürbar, verspricht die Druckerei Flawil. Die ›Wiler Zeitung‹ wird bereits heute im Mantel des ›St.Galler Tagblatts‹ publiziert.

DREIDIMENSIONAL Der RGF, Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants, hat mit RTC in Mettmann einen Handelspartner für 3D-Drucksysteme gewonnen. Damit stehen seit dem 1. Oktober sämtliche von RTC vertriebene Systeme dem RGF und seinen 32 Mitgliedern zur Verfügung. Der RGF hat seit 2011 den 3D-Druck im Fokus. ➤ www.rgf.de ➤ www.rtc-germany.com

KONJUNKTURTELEGRAMM Der Anteil der Druckunternehmer, die ihre aktuelle Geschäftslage als befriedigend oder besser einstufen, ist auf 86% gestiegen. Gegenüber Oktober 2013 bedeutet dies eine Verbesserung um 17%. Auch im Vergleich zum Vorjahresmonat liegt der Antwortsaldo um 12% höher. Für die kommenden sechs Monate haben sich die Aussichten allerdings verschlechtert. Der Anteil der Druckunternehmer, die eine Verbesserung erwarten, liegt bei 8%. Eine Verschlechterung erwarten dagegen 35%. Im November 2012 wurde die künftige Geschäftslage annähernd gleich eingeschätzt. Hier spielt die Saisonabhängigkeit der Druckindustrie eine Rolle. Die Monate im Frühjahr und Sommer sind tendenziell umsatzschwach.

Erneute Akquise

EFI ÜBERNIMMT LECTOR COMPUTERSYSTEME

Seit 13. November ist die Lector Computersysteme GmbH, Entwickler von Management-Informationssystemen (MIS) für die Druckbranche mit Sitz in Mönchengladbach, Teil von Efl. Efl hat in jüngster Zeit mehrfach Softwarehersteller von MIS sowie nahen Anwendungen übernommen. Letzte größere Übernahme in Deutschland war die Akquise von alphagraph im Dezember 2011, kurz nachdem HP die Aachener Hiflex übernommen hatte (der Verkauf der Software von Hiflex wurde inzwischen eingestellt). Ähnliches wird nun wohl auch der Lector-Software beschieden sein, denn bisher hat Efl quasi alle Zukäufe konsolidiert, mit anderen Lösungen zusammengeführt und die Original-Software in den sogenannten Wartungs-Status versetzt. Anders sind die Ausführungen in der Efl-Meldung nicht zu verstehen, in der es heißt, dass die MIS-Lösungen von Lector nun mit der Efl-Software integriert würden. Weiterhin kompetent unterstützt würden selbstverständlich die rund 1.000 Kunden von Lector.

➤ www.efi.com

Fujifilm und Inca

15 JAHRE PARTNERSCHAFT BEI WIDE FORMAT DRUCKERN

1998 zeigte ein kleines Team auf der Ipex einen Prototyp des ersten Flachbett-Inkjet-Druckers. Der Inkjet-Druck mit Flachbettmaschinen hatte Potenzial – deshalb wurden erste Gespräche mit Sericol (jetzt Fujifilm) aufgenommen, um Tinten hoher Qualität auch für hohe Geschwindigkeiten auf einer Vielzahl von Materialien zu entwickeln. Zwei Jahre später wurde Inca mit Risikokapital gegründet. Im selben Jahr brachte Sericol erste Tinten der Uvijet Reihe auf den Markt, die speziell für den Einsatz in Inca-Drucker konzipiert waren. Diese erwiesen sich schon bald als Basis für Incas Erfolg, Fujifilm ist bis heute einziger Anbieter der Uvijet-Tinten.

Kurz nach der Gründung von Inca feierte dort das Modell Eagle44 Premiere. Zwischen 2001 und 2005 hat sich die Inkjet-Technologie sehr schnell weiterentwickelt. Inca und Sericol brachten regelmäßig neue Produkte auf den Markt und mit jeder Neuvorstellung verbesserte sich das Leistungsvermögen. 2005 wurde Sericol von Fujifilm übernommen, Inca wurde 2006 von der Dainippon Screen Gruppe gekauft. An der Partnerschaft änderte das nichts. Inca und Fujifilm verstärkten ihre Zusammenarbeit und unterstrichen ihren Ruf als Anbieter hoch produktiver und zuverlässiger Systeme. 2007 kam der erste Inca Onset auf den Markt, dessen Modelle im Bezug auf Qualität und Geschwindigkeit bis heute nahezu konkurrenzlos sind.

Inca zog inzwischen in eine größere Produktionsstätte, Fujifilm hat für seine Tinten ein neues Werk in Broadstairs gebaut. 2013 unterstreicht der 15. Jahrestag den Erfolg der Zusammenarbeit durch eine breite Palette an Produktionssystemen für neue Wege im großformatigen digitalen Inkjet-Druck.

➤ www.fujifilm.eu



DRUCKMARKT
impressions

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

www.druckmarkt.com

Ilford Imaging Switzerland ERNEUT IN FINANZIELLEN SCHWIERIGKEITEN

Ilford Imaging Switzerland GmbH informierte am 29. November, dass das Unternehmen erneut Liquiditätsprobleme hat und seinen finanziellen Verpflichtungen nicht mehr in vollem Umfang nachkommen kann. Die Geschäftsleitung hat die Mitarbeiter informiert und in einem Brief an das Gericht in Freiburg seine Zahlungsunfähigkeit erklärt. Bereits im Juni 2013 war Ilford in Schieflage geraten, nachdem sich der englische Finanzinvestor Paradigm Global Partners und damalige Eigentümer überraschend aus dem Geschäft zurückgezogen hatte. Seitdem übernahm das Management das Unternehmen, um eine Fortführung der Geschäfte zu ermöglichen und einen neuen Investor zu finden. Die neuen Eigentümer, Paul Willems und Jean Marc Métrailer, verkauften Liegenschaften, die sich im Besitz der Immobiliengesellschaft Ilford Property befanden, und investierten dieses Geld in Ilford, um genügend Liquidität und Zeit zu gewinnen, einen neuen Investor zu finden. Bisher vergebens. Über 20 Unternehmen zogen ihr Interesse an Ilford zurück.

Buchmarkt INTERESSE JUNGER LESER IST UNGEBROCHEN

Von wegen der Nachwuchs liest nicht mehr! Das Interesse am Kinder- und Jugendbuch ist ungebrochen. Die Zahl der Käufer stieg sogar von 14,1 Mio. im Jahr 2011 auf 14,3 Mio. im Jahr 2012. Und die Zahl der männlichen Käufer und Leser nimmt dabei zu. Zwar sind sie noch in der Minderheit, aber ihr Anteil stieg von 33% im Jahr 2009 auf 36% im Jahr 2012. Besonders stark ist diese Steigerung bei den 10- bis 15-jährigen Jungs. Das zeigt die neue Kinder- und Jugendbuchstudie »Marktentwicklung, Kaufverhalten, Konsumentenstrukturen und -einstellungen«, die jetzt veröffentlicht wurde. Am liebsten eingekauft werden die Bücher nach wie vor in der Buchhandlung vor Ort. Doch trotz der steigenden Käuferzahlen wird im Schnitt weniger Geld für weniger Bücher ausgegeben: Der Umsatz war 2012 leicht rückläufig und lag bei 573,4 Mio. € (580,5 Mio. € 2011). Die Kinder- und Jugendbuchstudie wird bereits zum dritten Mal vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels und der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen herausgegeben.

Datenschutz DEUTSCHE GEBEN IHRE DATEN UNGERN PREIS

Nach den Ergebnissen der repräsentativen Studie »Big Data und Datenschutz«, die im Auftrag der Deutschen Telekom vom Handelsblatt Research Institute durchgeführt wurde, halten die Deutschen den Datenschutz hierzulande für besser als in anderen Staaten. Dennoch wünscht sich eine deutliche Mehrheit (62%) weitere Verbesserungen. Sich selbst stellen die Befragten dabei ein gutes Zeugnis aus, denn rund 95% achten nach eigenen Angaben darauf, wem sie welche Daten zur Verfügung stellen. 82% der Befragten glauben, dass ein bewusster Umgang mit den persönlichen Daten verhindern kann, dass diese Informationen in die falschen Hände geraten. Andererseits sind aber 63% der Meinung, dass sich persönliche Daten im Internet nicht vollständig schützen lassen. Grundsätzlich sind die meisten Bürger bereit, ihre Daten zur Verfügung zu stellen, wenn damit medizinische Leistungen verbessert würden (75%) oder wenn sie für eine bessere Verkehrslenkung zur Vermeidung von Staus dienen (50%). Nur 10% möchten dies jedoch für personalisierte Werbung tun.

Online-Druck wächst CEWE ERWARTET KRÄFTIGEN ERTRAGSSCHUB IM 4. QUARTAL

Cewe erwartet nach den Ergebnissen der ersten neun Monate des Jahres 2013 für das 4. Quartal einen kräftigen Ertragsschub von etwa 31 Mio. €. Trotz einer im Fotofinishing anhaltenden Verschiebung in das 4. Quartal wuchs der Cewe-Umsatz aufgrund des Expansions tempos im Online-Druck (plus 45,3% auf 41,6 Mio. €) in den ersten drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres um 4,3% auf 340,5 Mio. €. Der hohe Anteil von Fotoprodukten im Weihnachtsgeschäft führe inzwischen dazu, dass der mit Abstand größte Ertrag im 4. Quartal erwirtschaftet wird, meldet das Unternehmen. Nach einem Minus von 4,1 Mio. € in den ersten drei Quartalen bekräftigt der Cewe-Vorstand deshalb sein Ziel, 2013 bei einem Umsatz von 510 bis 530 Mio. € (plus 1,3 % bis plus 5,3%) ein Ergebnis von 27 bis 33 Mio. € zu erreichen.

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

www.mkwgmbh.de



**Graphische
Maschinen**

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

65 Jahre Paul Leibinger

Die Paul Leibinger GmbH & Co. KG aus Tuttlingen begeht in diesem Jahr ihr 65-jähriges Bestehen. 1948 in Stetten an der Donau gegründet, nur wenige Kilometer vom heutigen Stammsitz entfernt, ist das Familienunternehmen erfolgreicher denn je. Leibinger produziert Nummerierwerke, industrielle Inkjet-Drucker und Kamera-Verifikationssysteme.

Begonnen hat die Erfolgsgeschichte mit Nummerierwerken. Firmengründer Paul Leibinger hatte die Vision, besonders zuverlässige und langlebige Nummerierwerke zu schaffen. Die Vision wurde schnell Realität: Innerhalb kürzester Zeit machte sich das Unternehmen einen Namen als Nummerierwerksspezialist, der bis heute durch Weiterentwicklungen immer wieder bestätigt wurde. Notenbanken und Druckereien auf der ganzen Welt drucken mit Leibinger-Nummerierwerken unter anderem fortlaufende Nummern auf Geldscheine, Lotterielose und vieles mehr.

Nach dem Tod des Firmengründers 1963 übernahm dessen Sohn Günther Leibinger die Geschäftsleitung und setzte das Wachstum fort. Es kam zu zahlreichen Erweiterungen und zum Aufbau eines weltweiten Händlernetzwerkes. Exportländer sind heute vor allem China und Nordamerika, wo der Verkauf in den USA von einer eigenen Vertriebsgesellschaft durchgeführt wird.



Der Hauptsitz der Paul Leibinger GmbH & Co. KG in Tuttlingen.

Neben dem Traditionsbereich der Nummerierwerke begann Leibinger 1992 mit der Entwicklung von Kamerasystemen zur Verifikation. 1996 kam mit industriellen Inkjet-Druckern zur Produktkennzeichnung der dritte Produktbereich hinzu. Dabei verzeichnete Leibinger auch hier schnell Erfolge und steht damals wie heute als deutscher Hersteller für höchste Qualität. Mit den Inkjet-Druckern beweist Leibinger auch in dynamischen Märkten Flexibilität und Innovationsfreude. Zuverlässigkeit und Bedienerfreundlichkeit wurden vom ersten Modell an, dem Codi-Jet, angestrebt und werden bis

heute mit den Kleinschrift-Inkjetdruckern JET3 und JET2neo erfüllt.

Bei all dem stand die Verpflichtung als Familienunternehmen immer im Mittelpunkt. Dazu zählen die Wertschätzung der Mitarbeiter ebenso wie die Standorttreue zum Kreis Tuttlingen. 1999 wurden alle deutschen Standorte und Produktbereiche an einem Hauptsitz vereint, der 2014 erweitert werden soll. Die rund



200 Mitarbeiter finden auf über 10.000 m² moderne Arbeitsbedingungen.

2011 trat **Christina Leibinger** in die

Geschäftsleitung um Günther Leibinger und Horst Schoch ein. Das Traditionsunternehmen bleibt so auch zukünftig im Familienbesitz. Das hohe Know-how der Mitarbeiter sowie die moderne Unternehmensstrategie, die Christina Leibinger im Familienunternehmen umsetzt, sorgen bei Leibinger weiterhin für ein dynamisches Wachstum in allen drei Bereichen.

Das 65-jährige Jubiläum in diesem Jahr steht unter positiven Zukunftsaussichten. Das Unternehmen Paul Leibinger erwartet eine Umsatzsteigerung um 23% im laufenden Jahr, wobei die Stadt Tuttlingen eine siebenstellige Gewerbesteuer einplanen könne, teilt das Unternehmen mit.

Die Geschäftsleitung der Paul Leibinger GmbH & Co. KG hat beschlossen, das Jubiläum als Fest für die Mitarbeiter zu gestalten und wird in der Vorweihnachtszeit zu einer Jubiläumsgala einladen.

➤ www.leibinger-group.com

KURZ & BÜNDIG

3M wird die Preise nächstes Jahr um 2% bis 3% anheben. Dazu sehe sich 3M aufgrund der allgemeinen Kostensteigerungen vor allem auf dem Energiesektor gezwungen. • **Atlantic Zeiser** hat **Propack** zum offiziellen Distributor für den deutschsprachigen Raum ernannt. Die **Propack GmbH**, Karlsruhe, wird für Deutschland, die **Propack Technology AG**, Niederlenz, wird für die Schweiz und Österreich verantwortlich sein. • **Sappi** und die Schweizer **Karton+Papier AG** (Kapag) vermarkten Sappis hochweiße Zellstoffkarton-Familie **Algro Design** und **Kapags Algro Duo** in Zukunft gemeinsam auf dem französischen Markt. • Die Schweizer Mediengruppe **Tamedia** und **Wifag** haben eine Zusammenarbeit auf dem Gebiet des Benchmarkings von Zeitungsdruckereien gestartet, das der Qualitätssicherung und Prozessoptimierung dienen soll. • Der Spezialpapierhersteller **Felix Schoeller** hat ein exklusives Partnerprogramm für den Vertrieb seiner Papiere aufgelegt und als ersten autorisierten Vertriebspartner in Deutschland **Rauch Papiere** in Spaichingen (Baden-Württemberg) gewonnen.



Gekonnt Veredeln. Die Profis stehen auf KBA.

Wenn es um den Druck und die Veredelung hochwertiger Verpackungen und Werbedrucke geht, vertrauen die großen Namen der Branche seit Jahrzehnten KBA. Egal ob Starkkarton, Mikrowelle, Spezialpapiere, Etiketten oder Folien – die einzigartige Flexibilität der Rapidas im Mittel-, Groß- oder Supergroßformat suchen ihresgleichen. Ein derart umfassendes Know-how bei Lackveredelung, Inline-Produktion, Qualitätsmanagement, Bedruckstofflogistik, Workflow und neuen Anforderungen wie Brand Protection finden Sie nur beim Weltmarktführer im Bogenoffset-Verpackungsdruck.



NEUE PARTNERSCHAFT Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH ist seit Anfang Oktober neuer Partner der Heinrich Steuber GmbH + Co. Das 1922 in Mönchengladbach gegründete Unternehmen bietet Lösungen für die Druckvorstufe, den Bogen- und Rollenoffset, Digitaldruck und die gesamte Bandbreite der Druckweiterverarbeitung. 2011 stieg Steuber in den Digitaldruck ein und verstärkt diesen Bereich nun mit Konica Minolta als neuem Partner. ➤ www.konicaminolta.de

ZUFRIEDENE KUNDEN Das Ergebnis der Elanders Kundenumfrage 2013 zeigt, dass das Unternehmen vieles richtig gut macht. Über 90% der Teilnehmer gaben gute bis sehr gute Bewertungen in den Bereichen Produkt-, Service- und Dienstleistungsqualität. 67% der Befragten sehen das Unternehmen beim Preis-Leistungsverhältnis gut bis sehr gut aufgestellt, durchschnittlich gut bewerteten 21%. Rund ein Viertel der Elanders Kunden nahmen an der Umfrage teil und haben durch individuelle Kommentare wertvolle Hinweise gegeben. Dafür bedankte sich Elanders Germany mit einer Spende an das Kinderkrankenhaus Olgäle. Elanders überweist dem Team, das krebserkrankte Kinder und deren Familien zu Hause unterstützt, einen Betrag von 2.780 €. ➤ www.elanders-germany.com

KOEBCKE/SERVICE POINT INSOLVENT Die Koebecke GmbH mit Zentrale in Berlin hat wegen Überschuldung Insolvenz angemeldet. Koebecke ist die deutsche Tochter der internationalen Print-Kette Service Point mit Sitz in Spanien. Betroffen seien 140 Mitarbeiter in zehn Niederlassungen, berichtet der Wirtschaftsverband Kopie & Medientechnik (WKM). Nach Informationen des WKM machte die Gruppe zuletzt mit 2.000 Kunden 11 Mio. € Jahresumsatz. Der WKM-Geschäftsführer Achim Carius sieht die Ursachen der Pleite im Margenverlust durch extreme Niedrigpreispolitik: »Koebecke hat zu viele teure Maschinen, die nicht ausgelastet sind.« Das Unternehmen produziere unter anderem auf fünf HP-Indigo- und zwei Kodak-Nexpress-Systemen. Die einstige Reprografie-Branche erlebe jetzt bereits die dritte große Kettenpleite innerhalb weniger Jahre. »Das Geschäftsmodell internationalen Filialketten in der Digitaldruck- und Scan-Dienstleistung hat sich überlebt«, schreibt Carius.

GREENPEACE-BERICHT Greenpeace hat nach Angaben der Asia Pulp and Paper Group (APP) einen »Fortschrittsbericht« über die Waldschutzpolitik des Unternehmens veröffentlicht, in dem auf die Aspekte der Umsetzung eingegangen werde. Darin käme Greenpeace zu dem Schluss, dass »es das Unternehmen mit seinen Plänen zum Waldschutz ernst meint und dass seine Führungskräfte die Umsetzung der Verpflichtungen wirklich vorantreiben wollen«. ➤ www.asiapulppaper.com

FOKUSSIERUNG Die zur rlc packaging group gehörende Limmatdruck Zeiler AG baut die Spezialisierung ihrer Schweizer Standorte in Spreitenbach und Köniz weiter aus. Im ersten Halbjahr 2014 wird in Spreitenbach ein weiteres Pharmazentrum der rlc-Gruppe entstehen, in Köniz soll eine neue Druckmaschine in Betrieb genommen werden. Die Spezialisierung der Produktion in Köniz auf Verpackungen für Genussmittel, Bonbons und Kaugummis wird damit ausgebaut. Daneben reagiert Limmatdruck Zeiler auf die Überkapazitäten im Verpackungsmarkt, negative Währungseffekte und ein reduziertes Volumen bei einem Großauftrag. Bis Ende des ersten Quartals 2014 sollen an beiden Standorten je 20 Arbeitsplätze abgebaut werden.

Studie

QUALIFIZIERUNGSBEDARF UND INNOVATIONEN DER BRANCHE

Das Projekt »WiDi« (Weiterbildungsinitiative Druckindustrie) hat einen hohen Qualifizierungsbedarf in der Branche ermittelt. Besonders gefragt sind fachliche Themen (51%) und IT-Inhalte (42%), aber auch Softskills (36%) und kaufmännische Themen (27%). Befragt wurden 500 Personal- und Weiterbildungsverantwortliche repräsentativ ausgewählter Unternehmen der Druck- und Medienbranche sowie Kunden und Betriebsräte.

Ziel der Studie war eine Ermittlung von Zukunftstrends in der Druckindustrie. Im Mittelpunkt stand dabei die Frage, welche Mitarbeiterkompetenzen nötig sind, um innovative Ideen umzusetzen und neue Geschäftsfelder zu eröffnen. Die hohe Bereitschaft der Unternehmen, an dieser Befragung teilzunehmen ist Beleg dafür, dass das Interesse am »Change-Management« in der Printbranche sehr groß ist.

Als die wichtigsten Innovationen der nächsten Jahre sehen die Unternehmen besonders den Digitaldruck (67%), darunter vor allem den personalisierten oder individualisierten Digitaldruck. Als weitere technische Innovationen wurden Entwicklungen in den digitalen Medien genannt (29%) wie etwa E-Books, Cloud-Computing oder generell das Thema »Digitalisierung«.

Das Projekt wird federführend vom Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA), der gemeinsamen Bildungseinrichtung von Bundesverband Druck und Medien (bvdv) und ver.di durchgeführt. Gemeinsam mit den Partnern, der Akademie des Verbandes Druck + Medien Nord-West (Lünen) und dem ver.di-Institut für Bildung, Medien und Kunst (Lage-Hörste), werden im Rahmen des Projekts neue passgenaue und zukunftsorientierte Beratungs- und Weiterbildungsangebote für Mitarbeiter der Druck-, Medien- und Verlagsbranche entwickelt und erprobt. ➤ widi.zfamedien.de/aktuell

G&D

SÄCHSISCHER INDUSTRIE-KULTURPREIS

Der Sächsische Industriekulturpreis 2013 wurde am 4. November 2013 im Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst zum ersten Mal verliehen. Mit der Auszeichnung wurde Giesecke & Devrient (G&D) für sein gesellschaftliches Engagement im Rahmen des Werkstattmuseums für Druckkunst in Leipzig geehrt. Der Preis ist mit 10.000 € dotiert. Die Stifter, die Johann-Andreas-Schubert-Stiftung und die Vereinigung der Sächsischen Wirtschaft, wollen mit dem Freistaat Sachsen Projekte, Ideen und Engagement würdigen, die den industriekulturellen Reichtum Sachsens erhalten, pflegen und weiterentwickeln.

G&D erhält den Preis für seine langjährige Unterstützung des Museums für Druckkunst in Leipzig. Dieses wurde 1999 auf Initiative der Gesellschafterin von G&D, Verena von Mitschke-Collande, in eine Stiftung überführt. Damit konnte eine Privatsammlung der grafischen Industrie vor der Zerschlagung und Vernichtung gerettet werden. Mit der Gründung der G&D-Stiftung im Mai 2010 wurde zusätzlich für eine langfristige Grundfinanzierung des Museumsbetriebs gesorgt, der einer der Förderbereiche der G&D-Stiftung ist.

Die Sammlung des Druckkunstmuseums umfasst rund 100 komplett funktionsfähige Maschinen und Geräte historischer Druck-, Satz- und Gießtechniken aus drei Jahrhunderten. Neben Maschinen und Pressen zur Herstellung von Druckwerken beherbergt das Museum eine Werkstatt für Holzstich (Xylographie), eine Handbuchbinderei sowie eine Schriftgießerei, in der einer der letzten Schriftgießer Deutschlands tätig ist.

➤ www.druckkunst-museum.de

➤ www.gi-de.com

Verstärkte Präsenz in der Verpackung

Nach dem Einstieg in den Digitaldruck mit einer eigenen Produktentwicklung zur drupa 2012 hat die Koenig & Bauer-Gruppe in den letzten Monaten durch zwei Unternehmensakquisitionen auch ihre Präsenz im breit gefächerten Verpackungsdruck weiter verstärkt.

Der Verpackungsdruck ist von den wachsenden Online-Medien nicht betroffen und profitiert vom steigenden Trend zu SB-Märkten sowie vom zunehmenden Wohlstand und Konsum in überproportional wachsenden jungen Industrieländern wie China, Indien, Brasilien oder der Türkei. Bei Druckmaschinen für Faltschachteln und Blechverpackungen hat KBA über sein Bogenoffsetwerk in Radebeul bei Dresden und die Stuttgarter Tochtergesellschaft KBA-MetalPrint GmbH schon länger eine führende Marktposition.

Mit der Anfang September abgeschlossenen Mehrheitsbeteiligung an der Kammann Maschinenbau GmbH in Bad Oeynhausen ist KBA in den expandierenden Nischenmarkt für die Direktdekoration von Glasverpackungen und anderen Hohlkörpern eingestiegen (wir berichteten bereits). Die Anfang Dezember nach längeren Verhandlungen erfolgte Mehrheitsübernahme des italienischen Herstellers Flexotecnica S.p.A. in Tavazzano bei Mailand öffnet dem Druckmaschinenbauer zusätzlich den Markt für flexible Verpackungen.

Die beiden neuen KBA-Gesellschaften sollen 2014 in KBA-Kammann GmbH beziehungsweise KBA-Flexotecnica S.p.A. umbenannt werden. Bei weitgehend externer Fertigung beschäftigen sie in Entwicklung, Konstruktion, Montage, Vertrieb und Service zusammen etwa 280 Mitarbeiter. Der addierte Umsatz liegt bei etwa 66 Mio. €.

An der künftigen KBA-Kammann GmbH werden die beiden weiter amtierenden Geschäftsführer Matthias Graf und Dr. Christian Maaß eine Minderheitsbeteiligung von zusammen 15% halten. Das Unternehmen beschäftigt 175 Mitarbeiter

griert werden. Eine erste Digitaldruck-Lösung hat Kammann kürzlich zur Kunststoff-Fachmesse K in Düsseldorf vorgestellt. Direkt dekorierte Glasbehälter werden vorwiegend für Kosmetik-, Parfüm- und Spirituosenprodukte im oberen



Blick in die Montage der Siebdruckanlagen bei Kammann.



Bei Maschinen für die Direktdekoration von Premium-Glasverpackungen, hier zum Beispiel für die Kosmetikindustrie, ist Kammann Weltmarktführer.

und ist internationaler Marktführer bei Siebdruckanlagen für die Glas-Direktdekoration im Premium-Segment. Neben dem vorherrschenden Siebdruckverfahren können auf den flexiblen Kammann-Transportsystemen auch Heißpräge-, Inkjet- und andere Dekorationsverfahren inte-



Typische Verpackungen, die auf Flexo-Rotationen bedruckt werden.

Preissegment eingesetzt. 2012 erzielte das 1955 gegründete mittelständische Unternehmen einen Jahresumsatz von gut 30 Mio. € und einen positiven Jahresüberschuss. Die künftige KBA-Flexotecnica S.p.A. entwickelt, montiert, vertreibt und betreut mit etwa 100 Mitarbeitern

Flexo-Rotationen für den Druck auf flexiblen Verpackungsmaterialien. Der in Europa und einigen Überseemärkten erzielte Umsatz lag 2012 bei etwa 36 Mio. €, das Vorsteuerergebnis war positiv. Bisher hemmten begrenzte Ressourcen das Wachstum des mittelständischen Unternehmens. Die Integration in das weltweite Vertriebs- und Servicenetz der KBA-Gruppe eröffnet der neuen italienischen Tochter günstigere Entwicklungsperspektiven. KBA hat die Flexotecnica S.p.A. vom bisherigen Mehrheitseigentümer Officine Meccaniche G. Cerutti S.p.A. (OMGC) mit Hauptsitz in Casale Monferrato bei Turin übernommen. OMGC wird weiter einen Anteil von 5% an der Gesellschaft halten. Ebenfalls mit 5% beteiligt bleibt Adriano Canette, ein im Unternehmen tätiger Nachfahre der Gründerfamilie. Der bisherige Geschäftsführer Claudio Bisogni wird auch KBA-Flexotecnica leiten. Zum Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Durch die Erweiterung seines Angebotsportfolios für bisher nicht bediente Wachstumsmärkte will KBA dem durch die verstärkte Internet-Nutzung rückläufigen Geschäftsvolumen in medienorientierten Printbereichen wie dem Magazin-, Katalog- oder Zeitungsdruck entgegenwirken.

► www.kba.com

DBM Druckhaus Berlin-Mitte ERSTE DRUCKEREI MIT GREEN BRANDS-ZERTIFIKAT

Die DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH bestand als erste Druckerei in Deutschland das Prüfungsverfahren der Green Brands Organisation als nachhaltiges und ökologisches Unternehmen.

Die Übergabe des Zertifikats erfolgte am 15. Oktober 2013 im Rahmen der Eröffnungsfeier des neuen Standortes des Druckhauses, in Anwesenheit des Berliner Umweltsektors Michael Müller. Die Urkunde wurde vom COO der Organisation



V. l.: Norbert Lux, COO Green Brands; Dieter Ebert, Umweltbeauftragter; Martin Lind, Geschäftsführer; Michael Müller, Umwelt- und Stadtentwicklungssenator Berlin.

Norbert Lux an den Umweltbeauftragten Dieter Ebert und den Geschäftsführer Martin Lind überreicht.

Sowohl von Umweltsenator Michael Müller als auch von Norbert Lux wurde besonders gewürdigt, dass sich das Druckhaus parallel zum gerade vollzogenen Umzug dem Prüfungsverfahren unterzogen hat und damit die Nachhaltigkeit seines Engagements untermauerte.

Das Zertifikat honoriert die Selbstverpflichtung von Marken und Unternehmen zu ökologischer Verantwortung. Es wird von der Organisation »Green Brands« in Zusammenarbeit mit unabhängigen Institutionen, Gesellschaften und Marktforschungsinstituten aus den Bereichen Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz verliehen.

➤ www.green-brands.org

➤ www.druckhaus-berlin-mitte.de

Sprintis NEUE LAGERHALLE EINGEWEIFT

Nur knapp drei Jahre nach der letzten Erweiterung der Lagerhallen hat Sprintis seine Kapazitäten am Firmenstandort Würzburg erneut erhöht. Nach sieben Monaten Bauzeit wurde die Lagerhalle am 1. November eingeweiht. Auf 1.100 m² wurde Platz für 1.700 Palettenplätze geschaffen, die dringend benötigt werden, da Sprintis aktuell nahezu wöchentlich neue Produkte in das Portfolio aufnimmt und die Lagermengen der Bestandsprodukte er-



höht. Insgesamt verfügt Sprintis nun über eine Lagerkapazität von über 4.000 Palettenplätzen auf einer Gesamtfläche von 2.500 m². Wie schon bei der ersten Lagererweiterung im Jahre 2011 wurden auch diesmal wieder die Umweltaspekte groß geschrieben. Hier verspricht man sich ein deutliches Einsparpotenzial bei den Energiekosten. Zudem steht ein neues Lagerbewirtschaftungssystem bereits in den Startlöchern.

➤ www.sprintis.de



IST Metz SPATENSTICH FÜR NEUES WERK 3 ERFOLGT

Die IST Metz Gruppe erweitert ihre Betriebsstätten. Auf dem Gelände in der Fabrikstraße in Zizishausen entsteht ein Neubau. Firmengründer Gerhard Metz ließ es sich nicht nehmen, selbst den ersten Spatenstich zu machen.

Es hat beinahe schon Tradition: Seitdem die IST Metz GmbH 1985 von Wolfschlugen nach Zizishausen umgezogen ist, positionierten sich nun zum zehnten Mal die Bagger bei der IST Metz Gruppe im Nürtin-



Beim Spatenstich (v. l.): Christian Metz, Leiter IT & Prozesse bei IST Metz und Enkel des Firmengründers, Otmar Heinrich, Oberbürgermeister von Nürtingen, Antonio Camuti, Architekt, Dirk Jägers, Geschäftsführer von IST Metz, Manfred Sommer, Architekt, Gerhard Metz, Gründer von IST Metz.

ger Gewerbegebiet. Erst Anfang des Jahres wurde der Anbau der Tochterfirma eta plus electronic GmbH fertiggestellt, deren Fläche sich dadurch verdoppelt hat. Jetzt entsteht in der Fabrikstraße gegenüber der Tochterfirma gerhard metz metallbau GmbH ein Neubau.

Das Gebäude in der Fabrikstraße 8 wurde schon 2006 von der Firma Kiener erworben. Seitdem diente es als Lager für die ortsansässigen Mitglieder der IST Metz Gruppe. Da die Zeichen dank einer guten Auftragslage auf Wachstum stehen, wurde nun das alte Gebäude abgerissen und der Bau eines neuen, größeren Gebäudes in Angriff genommen. Mit der Planung wurde wieder das Architekturbüro Klein Sommer Camuti beauftragt. Es hat bereits alle anderen IST-Bauten entworfen und setzt auch diesmal auf Energieeffizienz nach neuesten Standards.

➤ www.ist-uv.com

Model AG KLIMASCHUTZAKTIVITÄTEN MIT CLIMATEPARTNER AUSGEBAUT

Die Schweizer Model AG, einer der führenden europäischen Verpackungshersteller, baut seine Klimaschutzaktivitäten weiter aus. Zusammen mit der Klimaschutzberatung ClimatePartner wurde ein webbasierter CO₂-Rechner entwickelt, um die Treibhausgasemissionen der Wellkartonverpackungen auftragspezifisch zu ermitteln und transparent auszuweisen.

»Der transparente CO₂-Ausweis ergänzt unser Angebot an innovativen und effizient hergestellten Verpackungslösungen«, erklärt Edoardo Finotti, Head of Model ICC. Zum Einsatz kommt dabei ein webbasierter CO₂-Rechner, der auf einem dynamischen Berechnungsmodell basiert und alle relevanten Faktoren für einen Product Carbon Footprint (PCF) berücksichtigt. »Wir legen viel Wert auf eine effiziente Bearbeitung der Kundenaufträge. Mit dem CO₂-Rechner wird der auftragspezifische Ausweis der Produktmissionen zum Bestandteil unserer Geschäftsprozesse«, betont Edoardo Finotti. Der CO₂-Rechner lässt sich zudem in die bestehenden SAP-Systeme integrieren.

Grundlage der neuen Klimaschutzaktivitäten bildet die CO₂-Bilanz für den Hauptsitz der Model-Gruppe in Weinfelden, in dem die Bereiche Papier, Karton und Wellkarton angesiedelt sind, die alle durch die Geschäftstätigkeiten verursachten Treibhausgasemissionen berücksichtigt. Darin enthalten sind auch die Emissionen der eigenen Lieferkette wie etwa die zugekauften Rohstoffe und die Auslieferung durch Lkws.

➤ www.climatepartner.com

Ausschuss Technik + Forschung NEU FORMIERT

MIT NEUEN SCHWERPUNKTEN

»Softproofs werden sich auch im Drucksaal durchsetzen, wenn sie systemübergreifend funktionieren. Umweltschutz ist ein Instrument der Kundenbindung. Die Normung muss sich wieder mehr an den Gegebenheiten und Bedürfnissen der Praxis ausrichten.« Diese drei Aussagen stehen beispielhaft für die Bandbreite der Themen, die auf der Sitzung des Ausschuss Technik + Forschung des bvd m im November behandelt hat.



Links Matthias Tietz, der die Nachfolge als Ausschussvorsitzender von Bernhard Theiss übernimmt.

Die Abendveranstaltung am 14. November bot den Rahmen für die Verabschiedung von Bernhard Theiss (SDZ Druck und Medien, Aalen). Aus Altersgründen kandidierte er nicht mehr für das Amt des Ausschussvorsitzenden. Theiss stand dem Ausschuss seit 1997 vor und ist seitdem Vizepräsident des bvd m. Er war außerdem 20 Jahre lang Vorsitzender des Fachbereichs Zeitung. Zu den Verdiensten von Theiss gehört nicht zuletzt sein unermüdliches Werben dafür, dass die Interessenvertretung in technischen Belangen zum Kernbestand der Verbandstätigkeit gehören muss. So entstand unter seiner Führung der Prozessstandard Offsetdruck. Die Nachfolge von Theiss tritt Matthias Tietz (Rheinisch-Bergische Druckerei, Düsseldorf) an. Er wurde vom Ausschuss Technik und Forschung einstimmig zum neuen Vorsitzenden gewählt.

➤ www.bvdm-online.de

Druckerei C.H. Beck BESTER AUSBILDUNGSBETRIEB DER DRUCK- & MEDIENBRANCHE

Die Druckerei C.H. Beck in Nördlingen freut sich über die Auszeichnung zum besten Ausbildungsbetrieb des Jahres 2013 in der Druck- und Medienbranche. Diese wurde im Rahmen der Verleihung der Druck- und Medien-Awards in Berlin entgegengenommen. Entscheidend für die Prämierung waren die sehr guten Prüfungsergebnisse der Auszubildenden im Offsetdruck und in der Buchbinderei. Ferner wurden die gute Ausbildungsquote und -tie-



Die Auszubildenden freuen sich gemeinsam mit den Ausbildern über den Award.

fe, sowie die firmeneigene Ausbildungswerkstatt gelobt.

»Dieser Preis hat eine große Bedeutung für unser Unternehmen. Der Award bestätigt nicht nur die hohe Qualität einer Ausbildung in der Druckerei C.H. Beck und die großartige Zusammenarbeit zwischen Auszubildenden und Ausbildern, sondern auch das hohe Engagement unseres Medienunternehmens in die Mitarbeiter von morgen«, erklärt Vertriebsleiter Martin Schöllhorn stolz.

Ein Beispiel für die überdurchschnittliche Ausbildungskompetenz ist der Erfolg von Elena Singer: sie wurde beste Nachwuchsdruckerin Deutschlands und Vizeweltmeisterin der »World Skills«-Berufmeisterschaft.

➤ www.becksche.de



Roland Schneider von CI Compact



Anapurna M2050

Verlässliche Resultate. Gesicherte Einkünfte.

Wie Roland Schneider von CI Compact feststellt, sind Spezialanwendungen wie Direktdruck auf Glas und die kontinuierliche Auslastung der beste Weg zu einer nachhaltigen Rentabilität. Nichts unterstützt ihn dabei besser und zuverlässiger als die Großformatdrucker von Agfa Graphics.

Die innovativen Drucker aus der Anapurna- und Jeti-Familie kombinieren die neueste Technologie mit herausragender Verarbeitungsqualität. Ergänzt um den Asanti Workflow und die Tinten von Agfa Graphics bilden sie eine integrierte Lösung, deren Bestandteile perfekt aufeinander abgestimmt sind.

Nur so erreicht man höchste Produktivität und beste Rentabilität.

Mehr Informationen finden Sie unter www.agfagraphics.de

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

›Digital‹ neu aufgestellt

Mit der Beteiligung am Softwarehersteller Neo7even rundet der Druckmaschinenhersteller Heidelberg sein bestehendes Software-Angebot in einem zukunftssträchtigen Marktsegment ab und will seinen Kunden so die Möglichkeit eröffnen, im Bereich des Multi Channel Publishing neue Geschäftsoptionen zu erschließen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Die Idee ist ja nicht schlecht, nur hat sie in den letzten gut zehn Jahren wenig bewirkt. Gemeint ist Multimedia, Crossmedia, Multi Channel Publishing oder wie immer man es nennen mag, in dessen Rahmen sich Druckereien als Partner empfehlen, der außer bedrucktem Papier zusätzliche Mediendienstleistungen anzubieten hat.

Es hat deshalb bisher nicht funktioniert, weil die Druckereikunden diese Kompetenz bei ihren Druckereien nicht vermuten. Also wenden sie sich für Websites und andere elektronische Medien an Agenturen, von denen sie glauben, richtig bedient zu werden. Und da einige Druckereien sehr wohl über entsprechendes Medien-Know-how verfügen, haben viele von ihnen eigene Agenturen gegründet, die crossmediale Dienstleistungen erbringen. Allerdings immer mit der Befürchtung, man könne den eigenen Kunden (Agenturen) Konkurrenz machen und werde von denen durch Auftragsentzug abgestraft.

Medienneutrale Leistungen

Das alles sind keine neuen Erkenntnisse und das Problem ist auch in Heidelberg bekannt. Dennoch wagt der Druckmaschinenhersteller nunmehr einen erneuten Anlauf für die medienneutrale Aufbereitung von Daten – allerdings unter völlig anderen Vorzeichen.

Heidelberg hat sich dazu »in nicht unerheblichem Umfang« am rund

50 Mitarbeiter zählenden Softwarehersteller Neo7even mit Sitz in Siegen beteiligt, der sich auf die Entwicklung und Implementierung von Multi-Channel-Publishing-Systemen spezialisiert hat. Ziel ist es, mit der Software von Neo7even, die schrittweise in den Druckerei-Workflow Prinect von Heidelberg integriert werden soll, Druckereien neue Geschäftsoptionen zu eröffnen, indem diese ihren Kunden medienneutrale Dienstleistungen für Print und Online, anbieten können. Und das ist der eigentlich wesentliche Begriff: Medienneutral.

Denn so lassen sich beispielsweise Kataloge für Print und Online aus einem einzigen Datenbestand entwickeln. Mit der Software von Neo7even können alle Daten eines Projektes in einem neutralen Format zentral in einer Datenbank gespeichert und auf unterschiedlichen Medienkanälen einheitlich ausgegeben werden. Änderungen und Aktualisierungen werden nur an einer Stelle des Multimedia-Asset-Management-Systems vorgenommen, was die Voraussetzung für effizientes und kostengünstiges Multi Channel Publishing ist.

Die Software Neozenai wurde bisher vor allem im Handel angeboten. Neo7even-Geschäftsführer **Sascha**



Brandhorst nennt hier Kunden wie Expert, Metro, DVAG oder Abus, die das System ihrerseits international nutzen.

Der Vertrieb in der grafischen Industrie soll durch die Heidelberg-Beteiligung ausgebaut werden. Dazu wird Heidelberg ab sofort schrittweise mit der internationalen Einführung des bestehenden Portfolios von Neo7even inklusive der Anbindung an den eigenen Druckerei-Workflow Prinect beginnen. Neo7even wird darüber hinaus den bestehenden Kundenstamm mit den bekannten Ansprechpartnern unterstützen.

Digital und Software in einem Geschäftsbereich

Im Zuge des Ausbaus seines Digital- und Softwaregeschäfts hat Heidelberg jetzt die Aktivitäten in dem Bereich Digital gebündelt. So wird das Softwareangebot rund um Prinect mit dem bereits bestehenden Geschäftsbereich Digital unter der



Leitung von **Jason Oliver** zusammengelegt. Die neue organisatorische Ausrichtung soll auch die kürzlich vereinbarte Zusammenarbeit mit Fujifilm vorantreiben (siehe auch »Druckmarkt impressions 74«). Hier soll der Schwerpunkt auf Inkjet-Technologien für den Digitaldruckmarkt liegen. Gemeinsam mit Fujifilm will Heidelberg Digitaldrucklösungen als Ergänzung zum Offset-Angebot für den industriellen Verpackungs- und Werbedruck entwickeln und vertreiben. Heidelberg sieht im Digitalgeschäft einen vielversprechenden Wachs-

tumsmarkt und will seinen Anteil daran weiter ausbauen. Dazu investiert Heidelberg wie jetzt mit der Beteiligung an Neo7even in neue Geschäftsanwendungen und kooperiert mit Partnern wie Fujifilm und Ricoh. Zudem seien alle relevanten Bausteine innerhalb des Unternehmens zusammengefasst worden, um zielgerichteter handeln zu können, erläutert Oliver.

In Summe schätzt Heidelberg das eigene Umsatzpotenzial im Digitalgeschäft, bestehend aus Druckmaschinen, Verbrauchsmaterialien und Software innerhalb der nächsten drei Jahre auf dann jährlich über 200 Mio. €. Dazu soll auch Prinect in erheblichem Maße beitragen.

»Der Hebel, über Software effizienter zu werden, kann oft deutlich größer sein als durch Investitionen in schnellere Maschinen. Und auch digitale Drucksysteme sind nur mit einem optimal darauf ausgelegten Workflow erfolgreich zu vermark-



ten, erläutert **Christopher Berti**, Leiter Produktmanagement Prinect bei Heidelberg. Daher betrachte Heidelberg das Investment in die Software Neozenai als wichtigen Schritt, das Angebot für die Kunden zu erweitern. »Damit öffnen sich sowohl für Druckereien als auch für Heidelberg neue Geschäftsmöglichkeiten.«

› www.heidelberg.com

Unser Know-how und die Technologie liefern kundenorientierte Drucklösungen.

Production Printing

Lösungen, die über das reine Druckgeschäft hinaus gehen

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

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

Pro C

Pro C™-Serie

BDP

Business
Driver
Programm

Web-to-Print

Variable
Data Printing

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

Ein starkes Paket für Vorstufe und Druck

Unter der Regie von Mitsubishi International werden Cron-CtP-Systeme, Ryobi-Druckmaschinen und die LED-UV-Trockner von AMS in Deutschland vertrieben. Jetzt können die Vorstufen- und Drucktechniken zudem in einem gemeinsamen neuen Demo- und Technikzentrum in Düsseldorf demonstriert werden.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Der chinesische CtP-Systemhersteller Cron und der japanische Druckmaschinenhersteller Ryobi haben ein gemeinsames Technisches Zentrum direkt am Flughafen Düsseldorf eröffnet. Neben den Druckmaschinen werden LED-UV-Systeme des amerikanischen Trocknerherstellers AMS demonstriert. Als vierter im Bunde hat Mitsubishi International den Generalvertrieb der CtP-Systeme von Cron für Deutschland und Benelux übernommen. Für weitere europäische Länder ist die Vertriebsübernahme geplant.

Die Ryobi-Druckmaschinen werden durch die internationale Vertriebsorganisation Ferrostaal nach Deutschland importiert und durch Mitsubishi und R+M Graphik vermarktet. Mitsubishi ist zuständig für Vertrieb und Service in den deutschen Postleitgebieten 0 bis 5, in den Gebieten 6 bis 9 erfolgen Vertrieb und Service durch die Stuttgarter R+M Graphik.

CtP-Systeme und Druckplatten

Das am 4. Dezember offiziell eröffnete Technische Zentrum steht für Kundendemos zur Verfügung und ist Sitz der neu gegründeten Cron Europe GmbH, der ersten Niederlassung außerhalb Chinas. Von Düsseldorf aus kommuniziert Cron mit seinen europäischen Fachhändlern, unterhält ein Druckplatten- und Ersatzteillager der eigenen Marke Blackwood und betreibt eine Werkstatt mit eigenen Technikern.



Das CtP-System UVP-46 bebildert UV-Druckplatten bis zum Format 940 x 1.160 mm. Kleinster Rasterpunkt: nur 10 Mikrometer. Die Fünffarben Ryobi 755 G im Technischen Zentrum ist mit einem LED-UV-Trockner von AMS ausgestattet. Auf eine Auslageverlängerung kann verzichtet werden.



Cron hat bisher etwa 2.000 CtP-Systeme verkauft; die Hälfte davon wurde in asiatische, amerikanische und südamerikanische Märkte exportiert. Europa, wo zurzeit etwa 170 Systeme im Einsatz sind, wird als interessanter Zukunftsmarkt gesehen.

Cron wurde 1992 gegründet und hat etwa 5.000 Filmbelichter für asiatische Märkte hergestellt. Seit neun

Jahren produziert Cron CtP-Außen-trommelsysteme für die Bebilderung von vier bis 16 Seiten mit Plattenformaten bis 1.850 mm Breite und einem Durchsatz bis 38 Platten/h bei den Achtseiten-Systemen.

Wie fortschrittlich die Cron-Bebildertechnik ist, zeigt der elektromagnetische Linearantrieb des optischen Systems im Gegensatz zum nach wie vor aktuellen Spindelantrieb. Beim Linearantrieb wird ein Magnetfeld über einer Führungsschiene aufgebaut, auf dem der Optikwagen wartungs- und berührungsfrei schwebt. Die Präzision der Systeme wird durch die Bebilderung von kleinsten Rasterpunkten mit nur 10 µ Durchmesser und einer Wiederholgenauigkeit von ±5 µ unter Beweis gestellt.

Die Systeme lassen sich mit 16 bis 96 Infrarot-Dioden (830 nm) für die Bebilderung von Thermo-Platten für die Nass-Entwicklung sowie chemiearmer und prozessfreier Thermo-platten ausrüsten. Als Alternative

werden Violett-Dioden (405 nm) für die Bebilderung preisgünstiger UV-Druckplatten angeboten.

»Das Einsparpotenzial gegenüber Thermo-Druckplatten mit Standard-Entwicklung liegt in Deutschland bei



etwa 30%«, sagt **Martin Hartmann**, Verkaufsleiter bei der Mitsubishi International GmbH, die künftig auch die

Platten des chinesischen Herstellers vertreibt. Wie in den asiatischen Ländern wolle sich Cron zunehmend auch als Hersteller für UV-Druckplatten ins Gespräch bringen. Immerhin produziert Cron bereits heute 12 Mio. m² Druckplatten. Die Fertigung soll im nächsten Jahr auf 20 Mio. m² ausgedehnt werden.

Ryobi mit LED-UV-Trocknung

Ryobi-Druckmaschinen sind seit vielen Jahren im deutschen Markt eingeführt – vorzugsweise im kleinfor-



Der CEO von Cron, Michael Xiang, bei der offiziellen Eröffnung der Räumlichkeiten in Düsseldorf.

FACHWISSEN ALS 4-Gang-Menü



matigen Bereich. Nahezu konkurrenzlos ist dabei die Baureihe 920 für den Druck von acht Seiten A4 im DIN-A1-Format.

Im Technischen Zentrum in Düsseldorf ist für Demozwecke eine Fünffarben Ryobi 755 G im Druckformat 580 x 765 mm mit LED-UV-Trockner installiert. Damit wird das LED-UV-Trocknungssystem des amerikanischen Herstellers AMS demonstriert. Es lässt sich nicht nur in Ryobi-Maschinen, sondern in die aktuellen Bogenmaschinen von Heidelberg, KBA, Komori und manroland integrieren und nachrüsten.



Der LED-UV-Trockner von AMS lässt sich in fast alle branchenüblichen Druckmaschinen integrieren.

Die Vorteile des Trocknungsverfahrens sind nicht zu übersehen: Keine Schutzlackierung beim Druck, kein Pudern und kein Scheuern, dafür aber sofortige Weiterverarbeitung der frischen Drucke. Zudem gibt es auch keine Trocknungsprobleme bei Naturpapieren, Papieren mit metallisierten Oberflächen und synthetischen Substraten. Bei dieser Technik ist keine Ozon-Absaugung erforderlich. Als Lebensdauer für die LEDs nennt der Hersteller etwa 20.000 Netto-Produktionsstunden ohne Leistungsabfall durch Dioden-Alterung.

Interessantes Gesamtpaket

In der Kombination Cron, Ryobi und AMS und unter der Regie von Mitsubishi wollen die Partner den Offsetdruck durch ihre jeweilige Technik und mit günstigen Investitions- und Produktionskosten konkurrenzfähiger machen. »Wir wollen die Strecke von der Vorstufe bis zum

Druck aus einer Hand anbieten und den Druckern näherbringen«, sagt Martin Hartmann. Dabei ist er sich durchaus bewusst, dass man sich gegenüber der Konkurrenz in einen harten Verdrängungswettbewerb begibt und mit der (zum Teil) konventionellen Technik gegen prozessfreie und chemiearme Technologien argumentieren muss. Doch es gibt noch Potenzial.

»Das Paket aus UV-Belichter und Druckplatte dürfte deutlich unter den Preisen der bisher in diesem Bereich etablierten Hersteller liegen«, hat Martin Hartmann berechnet. Zudem ist das nunmehr erheblich erweiterte Angebot aus eigener Technik, Cron-Vorstufe und Ryobi-Drucktechnik für Mitsubishi eine hochinteressante Kombination, um neue Märkte zu erschließen, nachdem etwa ein Drittel der bisher etwa 600 Polyesterplatten-Kunden von Mitsubishi nicht mehr am Markt aktiv ist »oder nicht mehr selbst druckt«, wie es Martin Hartmann umschreibt.

Ryobi MHI entsteht

Dem könnte auch die im Jahr 2014 zu vollziehende Fusion der Druckmaschinenbereiche von Ryobi und Mitsubishi Heavy Industries zur neuen Firma Ryobi MHI entgegenkommen. Das Bogenmaschinenangebot soll sich dann vom Kleinformat bis zur 920er-Serie im Halbformat aus Ryobi-Technik und im Formatbereich 70 x 100 cm aus den Modellen der Mitsubishi-Diamand-Serie zusammensetzen.

Die Herstellung der Maschinen in Japan wird im Ryobi-Werk zusammengeführt. Dort werden etwa 800 Mitarbeiter von Ryobi und 400 von Mitsubishi arbeiten. Umsatz- und andere Leistungsziele zu nennen, sei noch zu früh, sagt Hartmann. Als Händler sei man darüber bisher auch nicht offiziell informiert worden.

➤ www.mitsubishicorp.com

Wie Spitzenköche arbeiten wir stets an neuen Menüs, um unseren Gästen – Ihnen, unseren Lesern – interessante Informationen aufzutischen. Und natürlich legen wir dabei Wert auf gute Zubereitung: Themen, die (vielleicht nicht jedem) schmecken, Seiten, die übersichtlich angerichtet sind – und eine Qualität im Druck, die dem Anspruch der Branche entspricht.

Vorspeise:

Kleine, relevante Häppchen, tagesaktuell zubereitet an der Homepage

Zwischengericht:

vierzehntägig das PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet mit ganzen Artikeln und News am Stück

Hauptgericht:

alle zwei Monate den »Druckmarkt«, das Management-Magazin aus echtem Papier und frischen Stories

Dessert:

in loser Reihenfolge die »Druckmarkt COLLECTION«, in der schwere Themen leicht zubereitet sind

DRUCKMARKT

Themen auf den Punkt gebracht

www.druckmarkt.ch

B2B-Entscheider vertrauen Fachmedien

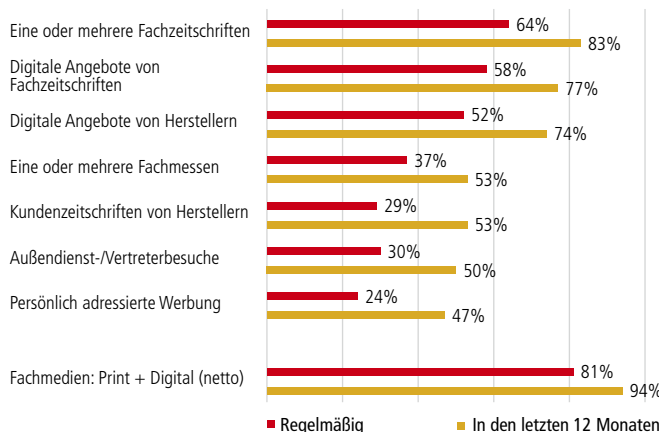
Fachzeitschriften sind die wichtigste berufliche Informationsquelle professioneller Entscheider und bedeutende Orientierungshilfe bei Entscheidungsprozessen. Fachmedien gelten als glaubwürdig, objektiv und seriös und regen zum Austausch im Kollegenkreis an. Das beweist die B2B-Entscheideranalyse 2013/14 der Deutschen Fachpresse.

Fachzeitschriften sind mit 83% die am stärksten genutzte Mediengattung bei 7,6 Mio. professionellen Entscheidern in Deutschland. Dies belegt die B2B-Entscheideranalyse, die Czaia Marktforschung im Auftrag der Deutschen Fachpresse durchgeführt und von der Kommission AMF Mediamarketing betreut wird. Die Studie kommt zu dem Schluss, dass gedruckte Fachzeitschriften zusammen mit den digitalen Fachmedienangeboten 94% der B2B-Zielgruppe erreichen. Gedruckte und digitale Fachmedien aktivieren Entscheider in starkem Maße dazu, sich bei Anbietern gezielt über Produkte zu informieren.

Wer wirbt, ist wichtig

83% der professionellen Entscheider haben in den vergangenen zwölf Monaten eine oder mehrere Fachzeitschriften aus beruflichen Gründen genutzt, 64% nutzen Fachzeitschriften regelmäßig, 58% digitale Fachmedien. Gedruckte und digitale Fachmedien gemeinsam wurden im letzten Jahr von 94% der Entscheider genutzt. Damit wird die B2B-Kernzielgruppe nahezu komplett über Fachmedien erreicht. Fachmediennutzer schätzen dabei die werbliche Präsenz der marktrelevanten Hersteller. Oder anders ausgedrückt: Wer wirbt, ist wichtig. Mehr als die Hälfte der Entscheider ist der Auffassung, dass Firmen, die in Fachmedien werben, damit zeigen, dass sie wichtige Anbieter im

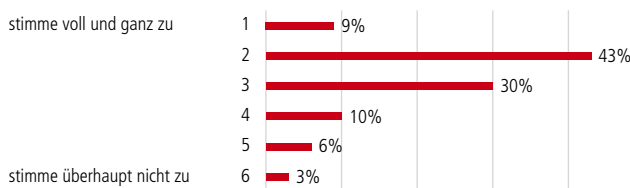
GENUTZTE INFORMATIONSQUELLEN



Quelle: B2B-Entscheideranalyse 2013/14. Druckmarkt-Grafik 12/2013

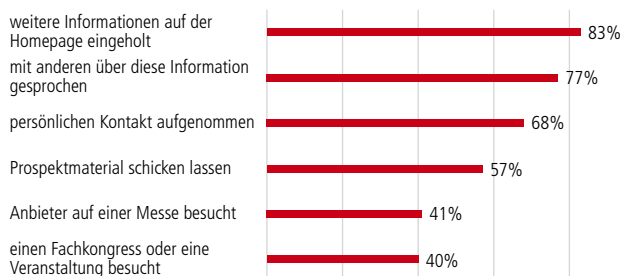
WERBLICHE PRÄSENZ

Unternehmen, die regelmäßig in Fachmedien werben, zeigen damit, dass sie wichtige Anbieter im Markt sind.



Quelle: B2B-Entscheideranalyse 2013/14. Druckmarkt-Grafik 12/2013

REAKTIONEN AUF FACHLICHE INFORMATIONEN



Quelle: B2B-Entscheideranalyse 2013/14. Druckmarkt-Grafik 12/2013

Markt sind. Zugleich wirkt sich Werbung in Fachmedien positiv auf das Image der werbenden Unternehmen und ihrer Produkte aus.

Denn die Aktivierungsleistung von Fachmedien ist ungebrochen. Sie veranlassen in starkem Maße professionelle Entscheider, andere B2B-Medien zu nutzen. 83% derjenigen, die eine gedruckte Fachzeitschrift oder ein digitales Medium nutzen, haben aufgrund dieser Lektüre auf der Website des Anbieters weitere Informationen eingeholt, 68% haben Kontakt mit dem Anbieter aufgenommen und rund drei Viertel haben mit Kollegen über die dort gefundenen Informationen gesprochen. Deutlich wurde bei der Befragung auch, dass Fachmedien insgesamt starke Impulse geben und die professionellen Entscheider zu konkreten Schritten in Richtung Anbieter aktivieren.

»Augenfällig ist die intensive Nutzung des digitalen Informationsangebots der Fachverlage. Hier zeigt sich, dass die Weiterentwicklung des Informationsangebots und die mediengerechte Ausspielung auf den Kanälen von Print, Web und Mobile die professionellen Entscheider in den Unternehmen heute besser bedienen als je zuvor«, sagt Ulrich Toholt, Vorsitzender der Kommission AMF Mediamarketing. Damit erfüllen die Fachmedien weiterhin ihre Rolle als Impuls- und Orientierungsgeber.

» www.deutsche-fachpresse.de

«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-schweiz.ch

DRUCKMARKT

Managementmagazin für Print und Publishing



Die nächste Stufe der Buchproduktion

Ein Buch ist und bleibt auch im Digitalzeitalter ein Buch. Als ein über Jahrhunderte kultiviertes und perfektioniertes Medienformat hat das Buch bis heute nichts von seinem Reiz verloren. Denn ein Buch macht Inhalte preislich angemessen, schnell und effektiv zugänglich.

Von KLAUS-PETER NICOLAY



Die Digitalisierung und Veränderungen im Medienkonsum bringen dennoch Alternativen mit sich. Aber neben dem radikalen Schritt zu Bildschirmmedien und E-Books gibt es auch Alternativen, die das gedruckte Buch in ein neues Licht rücken.

Zwar mahlen die Mühlen in der grafischen Industrie erfahrungsgemäß recht langsam, doch scheint es so, als begünstige die Marktentwicklung die digitale Bücherproduktion. Diesen Eindruck muss man beim Blick auf die jüngsten Entwicklungen im Markt und bei der verfügbaren Technik zwangsläufig gewinnen. Ein gutes halbes Dutzend Technologieanbieter wittern Marktpotenzial und stellen Druckern wie Verlagen beste Absatzchancen in Aussicht, wenn sie sich von Produktionsmethoden wie dem Bogen- und Rollenoffset verabschieden. Solche Versprechen führten allerdings schon Mitte der 1990er Jahre zu erheblicher Skepsis, weil sie sich nicht verwirklichen ließen. Das hat sich geändert. Heute ist die Technik da, doch es gibt andere Faktoren, die für Unsicherheit sorgen.

Es gibt nicht nur einen Markt

Niemand weiß heute, wie sich der Büchermarkt entwickeln wird. Weil niemand wirklich weiß, welchen Einfluss E-Books, E-Reader und iPad & Co. wirklich haben werden. Prophezeiungen, Prognosen oder Studien über den Verkauf von E-Book-Readern helfen da ebenso wenig weiter wie die sture Behauptung, das gedruckte Buch bleibt bestehen, weil es ein Kulturgut ist! Letzteres mag zwar auf Bücher zutreffen, die bereits gedruckt wurden. Aber wie sieht es mit denen aus, die erst noch entstehen sollen?

Wie in vielen anderen Fällen gibt es auch hier keine eindeutige Antwort, weil es nicht einen einzigen Markt für Bücher gibt, sondern höchst verschiedene mit ebenso unterschiedlichen Ausprägungen. So hat ein Kinderbuch andere Kriterien zu erfüllen als ein Roman, Belletristik ist etwas anderes als ein Sach-, Fach- oder Schulbuch. Und auch ein Bildband ist mit einem Kochbuch nicht zwangsläufig gleichzusetzen. Worüber also reden wir, wenn es um die Zukunft des Buches geht?

Situationsanalyse

Zunächst einmal ist ein Buch als ein gebundenes Druckwerk mit mehr als 49 Seiten definiert. Und Statistiken zufolge wurden von solchen Werken in den zurückliegenden Jahren 1,5 Milliarden Exemplare jährlich gedruckt. Wie viele davon verkauft wurden? Das werden die Verlage selbst und wohl auch die Buchdrucker genauer wissen.

Die Zahl der in Deutschland neu verlegten Bücher ist jedenfalls auf inzwischen knapp 100.000 Titel jährlich gestiegen – 20% mehr als noch vor zehn Jahren. Gleichzeitig aber ist die Zahl der verkauften Bücher nahezu gleich geblieben. Und natürlich sind nicht alle Titel Bestseller: 50% des Umsatzes wird mit nur 3% aller Titel getätigt, 90% der Buchtitel kommen auf einen Umsatzanteil von lediglich 10%. Dabei gehen Experten davon aus, dass Romane eine Auflage von durchschnittlich 4.000 Stück erreichen, wissenschaftliche Titel höchstens 3.000 und die Verkaufszahlen bei lyrischen Werken und Fachbüchern liegen heute deutlich unter 2.000 Exemplaren.

Die steigende Zahl der Buchtitel und der annähernd konstante Absatz an

Büchern sind folglich mit sinkenden Auflagen verbunden und setzen die Verlage erheblich unter Druck.

Denn die Kosten für Entstehung und Vertrieb eines Buches bleiben günstig gerechnet eher konstant, während sich die Preise der Bücher nicht beliebig erhöhen lassen. Verlage müssen Honorare, Buchgestaltung, Lektorat, administrative Prozesse und Marketing vorfinanzieren, bevor die Bücher in den Druck und den Verkauf gehen können.

Die Kosten für den Vertrieb sind seit Jahren weitgehend einheitlich geregelt: So erhält der Buchhandel eine Marge um die 45% des Ladenverkaufspreises (das brauchen Buchhändler auch für Mieten, Personal etc.). Die Druckkosten einer Buchproduktion sind dabei mit rund 17% vergleichsweise gering. Da die traditionellen Vermarktungskonditionen so gut wie nicht verändert werden können und das Verkaufen im Internet mit etwa 15% aller Verkäufe den Buchhandel nur zu sehr bescheidenen Teilen ersetzen kann, bleibt den Verlagen nur wenig Spielraum, die Wirtschaftlichkeit eines Titels zu beeinflussen.

Bei allein in Deutschland 1,2 Mio. lieferbaren Buchtiteln suchen Verlage Einsparungen bei der Logistik, wo Lagerhaltung und Versand besonders ins Gewicht fallen.

Zudem versucht man weiter an der Kostenschraube im Druck zu drehen. Sinkende Auflagen gehen im Offsetdruck jedoch tendenziell mit steigenden statt sinkenden Stückpreisen einher. Hier lässt sich also nur wenig optimieren. Im Gegenteil würde der Anteil der Herstellungskosten am Verkaufspreis steigen.

Bei der Lagerhaltung ließe sich durch Verringerung oder den Wegfall von Lagerkosten das wirtschaft-

liche Ergebnis verbessern. Dies jedoch kann nur gelingen, wenn geringere Auflagen produziert werden. Eine Zwickmühle.

Das Problem als solches wäre ja gar keines, könnte man auf Knopfdruck Bestseller produzieren. Indes können Verleger im besten Fall nur ahnen, wie gut das Buch am Markt tatsächlich ankommt.

Um das verlegerische Risiko einigermaßen abzumildern, wird nach klassischer Vorgehensweise die Kalkulation eines Titels über einen Zeitraum von vier bis fünf Jahren angelegt. Das erste Jahr umfasst den Entstehungsprozess, in dem keine Einkünfte erzielt werden, wohl aber der größte Batzen der Kosten anfällt. Dem folgt das zweite Jahr mit (hoffentlich) guten Verkaufszahlen, die über die folgenden drei Jahre zwar sukzessive abnehmen, dennoch die Gewinne einspielen, auch wenn die Verlage mit 10% bis 15% Rückläufer rechnen.

Vorteile digitaler Produktion

Der Digitaldruck ist mit seinen Stärken ›Just in Time‹ und ›On Demand‹ inzwischen eine reale Möglichkeit, das Risiko der Verlage zumindest beim Druck und der Lagerhaltung zu minimieren. Bei identischen Vorbereitungs- und Prepresskosten bleiben dem Verlag aber zunächst einmal nur die hohen Auflagen und ein großes Lager erspart.

Doch dazu sind erst einmal Investitionen in ein Digitaldrucksystem sowie Maschinen und Geräte in der Weiterverarbeitung notwendig. Mit einer flexibilisierten Produktion können jedoch Lagerkosten vermieden werden. Der Faktor Auflage ist also der eigentliche Knackpunkt.



Rod
Krüß
Plau

Wir stellen die Fakten klar und bringen sie in die richtige Reihenfolge.
DRUCKMARKT – das Printmagazin.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Sind diese Investitionen erst einmal gemacht und auch ein entsprechender Workflow unter Dach und Fach, bietet der Digitaldruck eine bedarfsorientierte Auflagenplanung bei minimalen Lagerbeständen. Das bedeutet auch, dass eine unerwartet hohe Nachfrage wirtschaftlich sinnvoll und mit geringem Risiko bedient werden kann. Denn Verlage stehen bei einer überraschend großen Nachfrage erneut vor der Frage, wie hoch die zweite Auflage sein soll. Wird die tatsächliche Nachfrage überschätzt, besteht die Gefahr, dass Gewinne aus der bereits verkauften Auflage durch die Druck- und Lagerkosten der Zweitaufgabe aufgezehrt werden.

Trotz des sicherlich höheren Stückpreises pro Buch im Vergleich zu einer Offsetproduktion kann bei der digitalen Produktion mit einer festen Gewinnspanne für jedes verkaufte Buch kalkuliert werden.

Inkjet erschließt neue Märkte

Doch womit lassen sich solche Projekte realisieren? Der Digitaldruck bietet zahlreiche Techniken und Möglichkeiten, doch hat sich in jüngster Zeit vor allem der Inkjet-Druck als das am ehesten geeignete Verfahren herauskristallisiert.

Grundsätzlich existieren Inkjet-Farbsysteme, die von Rolle auf Rolle arbeiten, seit Beginn der 2000er Jahre. Doch erst die »Drop on Demand«-Technologie ermöglichte Auflösungen jenseits von 600 x 600 dpi. Nach 2008 schafften Inkjet-Digitaldruckmaschinen als Rollensysteme dann den Durchbruch und arbeiten heute mit deutlich gesteigerter Druckqualität kostengünstiger und produktiver als Toner-Systeme in Schwarz-Weiß und Farbe.

»Durch die Zusammenarbeit mit Papierherstellern, die an Qualitätssteigerungen ihrer Papiere und weiter verbesserter Verdruckbarkeit arbeiten, werden nicht nur Verlage, sondern auch klassische Druckereien immer mehr für Inkjet-Systeme sensibilisiert«, sagt Michael Krebs, Commercial Printing Director bei

INTERVIEW

Es geht um intelligente Lösungen



Canon hatte Ende November in das Customer Experience Center in Poing bei München zur Publisher & Book Printing Conference 2013 eingeladen. Dabei konnten sich die Besucher aus der Verlags- und Buchdruck-Szene bei Live-Demonstrationen über die Möglichkeiten des digitalen Bücherdrucks informieren und über die Herausforderungen diskutieren, mit denen die Druck- und Verlagsbranche konfrontiert ist. Am Rande der Konferenz hatten wir Gelegenheit mit **Michael Krebs** zu sprechen. Er ist Commercial Printing Director bei Canon Deutschland und zog eine positive Bilanz: »Diese Konferenz war für unsere Besucher genauso wertvoll wie für uns. Wir konnten den Interessenten die Informationen bieten, die sie für ihre Überlegungen und strategischen Entscheidungen benötigen, und wir haben wieder sehr viel über deren Anforderungen erfahren können.« Das gegenseitige Vertrauen sei auch das wirklich Interessante an den aktuellen Gesprächen, sagt Krebs.

Denn viele Verlage erkennen, dass bestimmte Anwendungen konventionell nicht mehr zu lösen sind. Dabei geht es noch nicht einmal um Personalisierungen, Buchaufgabe 1 oder andere technische Details, sondern generell um neue Möglichkeiten im Verlagsgeschäft. »Wir sprechen mit den Kunden weniger über das Drucken, sondern über deren Geschäft«, sagt Michael Krebs. Und diese Kunden kämen zunehmend aus der Druckindustrie. Diese ist für Michael Krebs ein eindeutiger Wachstumsmarkt. Zwar macht Canon mit den Océ-Maschinen noch die höchsten Umsätze im Mail- und Transaktionsdruck (wobei der Transaktionsdruck leicht rückläufig ist), doch habe der Umsatz in der Druckindustrie bereits einen Umsatzanteil von 25% erreicht. »Hier sind auch die Volumen gigantisch«, stellt Michael Krebs fest.

Gegenüber den letzten Jahren sind nach seinen Worten zudem auch Schranken gefallen. »Die Fragen drehen sich heute um die Implementierung neuer Business-Modelle und nicht um das Ersetzen des Off-

setdrucks«, sagt er. »Denn den Verlegern geht es ja gar nicht ums Drucken, sondern um intelligente Lösungen und Potenziale zur Prozessoptimierung bei der Publikation von Inhalten. Dabei liegt die Herausforderung vor allem in der Informationstechnik. Und gerade da haben wir traditionell große Erfahrung und Kompetenzen.«

Die Vernetzung im Alltag, die geänderten Kommunikations- und Konsumgewohnheiten haben natürlich Einfluss auf die Buchproduktion. Dabei werden zum Teil hybride Dokumente und künftig auch crossmediale Komponenten notwendig. Doch schon für die aktuellen Herausforderungen bietet Canon mit dem Workflow- und Output-Management-System Prisma Lösungen für Anwendungen wie den Bücherdruck oder Mailings. In der aktuellen Version bietet der Workflow Batch-, Barcode- und Scan-Prozesse, um die digitale Buchproduktion zu automatisieren und Bücher in kleinen Auflagen rentabel herzustellen.

»Angesichts kürzer werdender Durchlaufzeiten und der Notwendigkeit, Produktionskosten senken zu müssen, muss der Ablauf in der Produktion noch effizienter werden. Dafür sorgt unsere Software, dafür sorgen aber auch unsere Drucksysteme. Canon bietet mit den Océ-Maschinen das mit Abstand breiteste Angebot an modernen Inkjet-Systemen im Markt. Dazu gehören die JetStream-Familie und die ColorStream-Serie, die seit ihrer Einführung 2011 weltweit mehr als 350 Mal bei Kunden installiert wurde.«

Damit bietet sich der digitale Rollendruck zunehmend auch für kommerzielle Druckumgebungen an. Michael Krebs ist überzeugt, dass der Digitaldruck global weiter an Bedeutung gewinnt und sich in allen Industrien ein dynamischer Trend in Richtung Farbe abzeichnet. »Im Transaktions- und Direct-Mail-Markt ist der Rollen-Digitaldruck schon seit Jahren etabliert. Die immer leistungsfähiger werdenden Inkjet-Drucksysteme ermöglichen heute aber auch in Volumensegmenten wie der Druckindustrie offsetähnliche Qualität und sind äußerst flexibel bei kleinen und mittelvolumigen Druckproduktionen.«

Canon Deutschland (siehe auch Interview oben).

Neben dem Buchsegment etablieren sich zunehmend auch andere Märkte, in denen der Digitaldruck eine Schlüsselrolle spielen könnte. Nachgefragt werden längst auch personalisierte Druckschriften oder Schulungsmaterialien, die auf eine be-

stimmte Nutzergruppe zugeschnitten sind. Die Möglichkeit, individuelle Bücher in Auflage 1 professionell herstellen zu können, wird damit wohl weiter an Akzeptanz gewinnen. Technische Dokumentationen und Fachbücher könnten den Trend zum Individualbuch verstärken. Wie hoch die Nachfrage nach individuel-

len Büchern schon jetzt ist, wird beim Boom für Fotobücher sichtbar. 6,7 Millionen Exemplare dieser Gattung wurden alleine in Deutschland 2012 verkauft und für 2013 ist weiteres Wachstum abzusehen.

Weitere Fortschritte bei der Produktionsgeschwindigkeit werden dafür sorgen, dass Bücher im Digitaldruck



Der Digitaldruck kann für Verlage durchaus ein Weg aus der Zwickmühle sein. Hohe Auflagen wegen geringerer Stückpreise erhöhen die Lagerkosten und verschärfen das verlegerische Risiko. Währenddessen sind digital hergestellte Bücher zwar je Exemplar teurer, doch lassen sie sich bei nahezu konstanten Preisen und kleinen Stückzahlen sicherer kalkulieren.

kostengünstiger werden. Aber auch für größere Auflagen wird der Digitaldruck zunehmend interessant. Abhängig von der Buchstruktur und der Kalkulation gehen Systemanbieter wie Canon davon aus, dass neben Buchauflage 1 auch Auflagen zwischen etwa 100 und 1.000 Exemplaren die Domäne des Digitaldrucks werden könnte.

Auf das Konzept kommt es an

Zumindest Bücherdrucker sehen die Zeit für den Digitaldruck gekommen, weil damit kleine Auflagen wirtschaftlich produziert, weil ohne großen Aufwand Nachauflagen hergestellt werden können und weil die angebotenen Systeme eine durchaus ansprechende Qualität liefern.

Sowohl Offset- als auch Digitaldruck bieten jeweils ihre eigenen Vorteile. Kluge Verleger profitieren folglich von beiden Verfahren. Mit der Veröffentlichung digital gedruckter Kleinauflagen fallen zwar höhere Stückkosten an, mit einer Auflage von weniger als 100 Büchern lassen sich aber Markttests mit geringem Investitionsrisiko starten. Entwickelt sich

das Buch zu einem Renner, lassen sich größere Auflage noch immer im Offset produzieren. Viele Verlage lockt zudem die Möglichkeit eines »Print-by-Order«. Mit dieser Strategie bleiben Bücher theoretisch immer lieferbar und das Wort »vergriffen« wäre für den Buchhandel ein Relikt vergangener Zeiten – eben reif fürs Antiquariat. ■

MACHEN SIE IHRE OFFSETDRUCKMASCHINE DIGITAL

Bauen Sie einfach Eindrucksysteme aus der **Kodak Prosper SSS**-Serie direkt in Ihre bestehenden Druckmaschinen und Weiterverarbeitungslinien ein. Erweitern Sie mit ein- oder vierfarbigem Eindrucken personalisierter, individualisierter und zielgerichteter Informationen unter Verwendung von 100 % variabler Daten und Bilder Ihr Lösungsangebot für Ihre Kunden.



Die Möglichkeiten sind nahezu grenzenlos. kodak.com/go/sseries



Kodak

WORKFLOW / PROOFEN / MARKENSCHUTZLÖSUNGEN / PLATTEN & CTP-SYSTEME / DRUCKSYSTEME & DRUCKMASCHINEN

Print ist am glaubwürdigsten

Die Bundesbürger sind nach wie vor sehr printaffin. Tageszeitungen und Zeitschriften genießen in puncto Glaubwürdigkeit und Kompetenz das größte Ansehen. Dies zumindest belegt die Repräsentativbefragung ›Attraktivität von Print‹. Der Studie zufolge haben Printmedien für die Bundesbürger nach wie vor eine herausragende Bedeutung.

Zeitungen und Zeitschriften werden von der Bevölkerung als besonders zuverlässige und glaubwürdige Informationsquellen bezeichnet, längere Texte werden am liebsten auf Papier gelesen und gedruckte Texte lassen sich weitaus besser merken als elektronische Botschaften. Das sind wesentliche Erkenntnisse der Befragung ›Attraktivität von Print‹, die das Institut für Demoskopie (IfD) im Auftrag des VdZ unter 1.487 Personen durchgeführt hat.

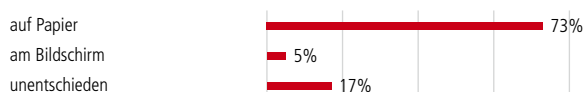
Mit 85% Zustimmung aller über 16-jährigen erreichen Printmedien die höchsten Werte bei der Frage nach Zuverlässigkeit und Vertrauenswürdigkeit. Elektronischen Medien wie TV und Radio schätzen 83% der Bundesbürger als zuverlässig und glaubwürdig ein, Online-Medien dagegen nur 32%. Auch bei der Frage, in welchen Mediengattungen besonders gut recherchierte und sachkundige Berichte und Beiträge zum aktuellen Geschehen zu finden sind, liegen Zeitungen und Zeitschriften mit 88% an der Spitze. Knapp dahinter platzieren sich die elektronischen Medien mit 87% und wiederum mit deutlichem Abstand folgen die Online-Medien (38%).

Wie die Allensbach-Studie weiter ergab, bewertet ein Großteil der Befragten den persönlichen Konsum von TV- und Internet-Inhalten als zu hoch. So sind 51% der Bundesbürger der Meinung, zu viel fernzusehen. Mehr als ein Drittel (34%) glaubt, zu viel Zeit mit der Internetnutzung zu verbringen. In der Alters-

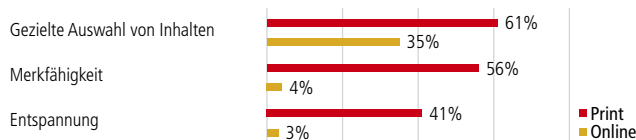
VERTRAUENSWÜRDIGKEIT VON MEDIEN



LESEN LÄNGERER TEXTE



VORTEILE PRINT VS. ONLINE



Quelle: Institut für Demoskopie ›Attraktivität von Printmedien‹, VdZ, Druckmarkt-Grafik 12/2013

gruppe der 16- bis 29-Jährigen sind sogar 73% der Befragten der Ansicht, zu häufig online zu sein. Mehr Zeit hätten die Bundesbürger vor allem gern für Zeitungen (32%) und Zeitschriften (28%). Das Fernsehen würden 21% gern intensiver nutzen, das Internet 15% und das Radio 9%.

Darüber hinaus untersuchte die Allensbach-Umfrage die Präferenzen der Bundesbürger beim Lesen von Texten. Auf die Frage nach der bevorzugten Art der Rezeption antworteten 73% der Bevölkerung ab 16 Jahre, dass sie längere Texte lieber auf Papier lesen. Das Lesen am Bildschirm favorisieren dagegen lediglich 5%. 17% sind unentschieden, für sie spielt die Frage Papier oder Display keine Rolle.

Der größte Vorzug gedruckter Texte aus Sicht der Leser ist die Flexibilität beim Medienkonsum. 62% der Befragten sagen, dass man gedruckte Texte überall und jederzeit lesen kann. Auf das Lesen am Bildschirm trifft dies nur für 33% der Bundesbürger zu. Auch bei den weiteren Rezeptionsleistungen sind gedruckte Medien gegenüber den elektronischen Versionen mit Abstand führend – von der gezielten Auswahl der Inhalte (61% versus 35%) über eine gute Merkfähigkeit des Gelesenen (56% gegenüber 4%) bis hin zu Motiven wie Spaß (42% zu 10%) und Entspannung (41% versus 3%). Auch die jungen Zielgruppen schätzen Print in puncto Texterfassung deutlich stärker ein als digitale Medien. So meinen 50% der 16- bis 29-

Jährigen, dass man sich das auf Papier Gelesene gut merken kann. Beim Lesen auf dem Bildschirm ist dies lediglich für 4% möglich. Bei der Frage, welches Medienformat gut für längere Texte geeignet ist, sehen die 16- bis 29-Jährigen ebenfalls Print klar vor Digital (45% versus 7%). So wird das Lesen längerer Texte in Printmedien als weniger anstrengend empfunden als in digitalen Medien (27% versus 50%).

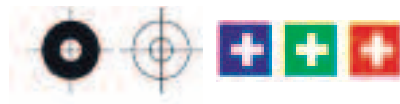
Trotz dieser für Print positiven Ergebnisse lässt die Allensbach-Umfrage aber auch Potenzial für digitale Medien erkennen. So kann sich jeder sechste Leser (16%), der bislang ausschließlich gedruckte Zeitschriften konsumiert, vorstellen, diese künftig auch als elektronische Ausgabe auf einem Tablet-PC oder iPad zu nutzen.

Prof. Dr. Renate Köcher, Geschäftsführerin des Instituts für Demoskopie Allensbach, resümiert: »Die entscheidende Frage lautet, wieweit die Technologien mit den Nutzerbedürfnissen kompatibel sind. Die Präferenz für Print verspricht Chancen für Technologien, die Printmedien näherkommen – wie etwa dünne, biegsame Displays, die es gestatten, Zeitschriftenseiten so großzügig und attraktiv abzubilden wie in der Printversion. Dem Rezipienten bietet sich dann ein von gedruckten Medien gewohntes Nutzungserlebnis in digitaler Form.«

» www.vdz.de



2014

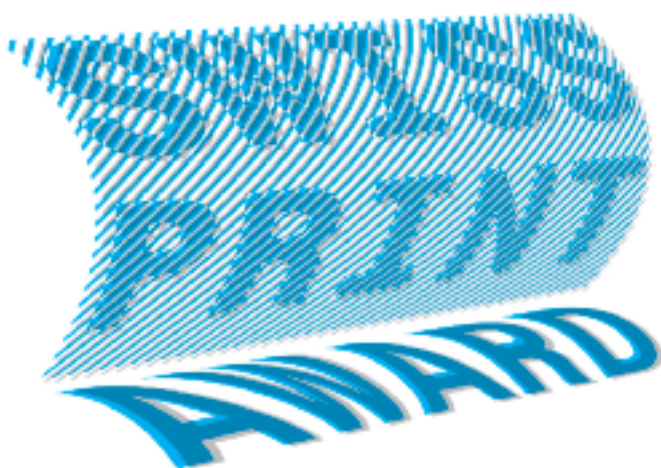


Lust auf Print

Seit 2013 gibt es den Wettbewerb «Swiss Print Award», der aus dem «Druckmarkt-Award» hervorgegangen ist. Agenturen, Verlage, Drucker und Buchbinder haben hier stets mit ihren ideenreichen Eigendarstellungen gezeigt, wie schön bedrucktes und veredeltes Papier sein kann.

2014 wird der «Swiss Print Award» erneut vergeben. Ziel des «Swiss Print Award» ist es, Arbeiten auszuzeichnen, die «Lust auf Print» machen und potenzielle Auftraggeber dazu animieren, das gedruckte Medium zu nutzen. Dazu können Druckprodukte jeglicher Art von jedem eingereicht werden, der an der Drucksachenproduktion beteiligt war. Angesprochen sind alle, die ernsthaft auf Print-Kommunikation setzen.

Dazu rufen asw Allianz Schweizer Werbeagenturen, «Druckmarkt Schweiz», die Kaderschule «gib» Zürich und «viscom print&communication» auf.



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

Die eingereichten Arbeiten müssen im jeweils abgelaufenen Kalenderjahr (bis zum Anmeldeschluss) aktiv als Imagewerbung, für Marketing, Werbung oder als Verkaufsunterstützung eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse, Technik etc. spielen dabei keine Rolle.

Teilnahmeberechtigt sind alle Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Technologie- und Materialhersteller sowie Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe.

Einreichen kann jeder, der an der Entstehung einer Drucksache beteiligt ist. Die Teilnahme am «Swiss Print Award» 2014 ist letztmalig kostenfrei, ab 2015 wird eine Teilnahmegebühr erhoben.

› **Einsendeschluss ist der 31. Januar 2014**, die Bekanntgabe der Preisträger findet im März 2014 statt. Die unabhängige Jury, bestehend aus Typografen, Designern, Agentur-, Verlags- und Druckprofis sowie Papierexperten bewertet die eingereichten Arbeiten nach Kriterien wie Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität, Kreativität, Innovation und Nachhaltigkeit.

Bitte nutzen Sie für Ihre Einsendung den Begleitzettel, den Sie auf der Internetseite des «Druckmarkt Schweiz» finden.

› www.druckmarkt-schweiz.ch



Goodbye ›Großer Tiegel Offset‹

Nach über 40 Jahren stellt Heidelberg die Produktion der GTO ein, die für den kleinformatigen Offsetdruck zuletzt als Printmaster GTO 52 angeboten wurde. Bei vielen Druckern dürfte ein wenig Wehmut zurückbleiben, war die GTO doch für viele der Sprung vom Buchdruck in den Offset und Basis vieler Unternehmensgründungen in den ›guten alten 1970er Jahren‹.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Heidelberg hatte die GTO (das Kürzel steht für ›Großer Tiegel Offset‹) auf der drupa 1972 vorgestellt. Mit ihrer Flexibilität, Druckqualität und Robustheit wurde sie zum Maßstab im Kleinoffset und begründete mit 36 cm x 52 cm eine neue Formatklasse im Offsetdruck. Mit mehr als 106.000 verkauften Druckwerken (Stand drupa 2012, als die GTO ihr 40-jähriges Jubiläum feierte) ist sie weltweit die meistverkaufte Maschine in diesem Format.

Doch die Zeiten haben sich nun einmal geändert. Längst sehen sich die Druckereien im kleinformatigen Offsetdruck reduzierten Auflagen, kürzeren Lieferzeiten und einem extrem harten Preiskampf ausgesetzt. Die industrielle Herstellung von Drucksachen sei der Weg, um wettbewerbsfähig zu bleiben, wird vielerorts argumentiert. Dieser Argumentation folgt auch der ›Druckmarkt‹ seit Jahren, wohl wissend, dass viel Handwerk dabei auf der Strecke bleibt.

GTO-DI – ein digitaler Ausflug

Die GTO war auch die Basis für das sogenannte Direct Imaging, das Heidelberg 1991 als GTO DI vorstellte, zur Quickmaster DI 46-4 weiterentwickelte und nach zehn Jahren immerhin 1.600 Installationen zählte. Durchsetzen konnte sich diese Technologie jedoch nicht. »Meine Maschine soll drucken und nicht belichten«, argumentierten viele Drucker. Und behielten Recht. Denn das Belichten der Druckplatten außerhalb



Die ersten Einfarben-GTO von 1972 hatten noch das Format 32 x 46 cm.

der Druckmaschine erwies sich aufgrund immer ausgefeilterer Techniken und Druckplatten bei den CtP-Systemen als schneller und wirtschaftlicher. 2006 kam das Ende der DI-Technologie bei Heidelberg.

SM 52 seit 1995

Dass es zur Einstellung der gesamten Maschinenreihe früher oder später kommen musste, war geradezu abzusehen. Erstens sind viele Drucksachen, die typischerweise auf diesem Maschinentyp gelaufen sind (vor allem Geschäftsdrucksachen und Kleinakzidenzen) in den letzten

Jahren zunehmend an Online-Drucker ins Internet abgewandert, die ihrerseits auf deutlich größeren Maschinen produzieren (siehe auch den Beitrag auf Seite 14). Ein weiterer Teil der Drucksachen wurde vom Digitaldruck substituiert. Nicht zuletzt aus diesen Gründen ist der Markt für dieses Maschinenformat eingebrochen. Zweitens deckt Heidelberg mit den Modellen Speedmaster SM 52 und SX 52 die gesamte Bandbreite der Anwendungen im Kleinformat ab. Seit der drupa 2012 gibt es zudem die Speedmaster SX 52, die als Maschine mit dem Kurzfarbwerk Anicolor ausgerüstet werden kann, um kurze Rüstzeiten und geringe Makulatur bei der Kleinauflagen-Produktion zu erreichen.

Insgesamt sind von der Speedmaster SM 52/SX 52 nach Angaben von Heidelberg weltweit über 30.000 Druckwerke verkauft. Dabei sollte aber nicht vergessen werden, dass die Modellreihe SM 52 als Ein- bis Sechsfarbenmaschine auch bereits 1995 eingeführt wurde. Das entspricht in den acht Jahren 3.750 Druckwerken pro Jahr. Angesichts

der Tatsache, dass seit Mitte der 1990er Jahren vorwiegend Vierfarbmachines installiert wurden, sind das knapp 1.000 Maschinen pro Jahr. Weltweit.

SM und SX verdrängen GTO

Die Speedmaster SM 52 wird heute als Zwei- und Vierfarbenmaschine angeboten, Ausstattungskomponenten wie Leitstandtechnik, automatische Wascheinrichtungen für Farbwerk, Gummituch- und Druckzylinder sind je nach Modell Serienausstattung und die Flexibilität bei Material und Bedruckstoffstärke sowie kurze Rüstzeiten und Produktionsleistungen bis zu 15.000 Bg/h sind gegeben. Auch für Inline-Anwendungen wie Nummerieren und Perforieren oder das Bedrucken von Couverts ist die SM 52 konzipiert. Daneben bietet Heidelberg mit der Speedmaster SX 52 eine individuell konfigurierbare Maschinenplattform an, die Ausstattungsmöglichkeiten wie Anicolor-Kurzfarbwerkstechnologie, Lackwerk, Bedruckstoffstärke bis 0,6 mm, Wendeeinrichtungen und Ausstattungen für den Sicherheitsdruck mitbringt. Zwei bis zehn Druckwerke und je nach Platzverhältnissen und Auflagenhöhen sind unterschiedliche Ausleger wählbar. Beide Modellbaureihen lassen sich in den Prinect-Workflow integrieren und sind für eine ökologische Druckproduktion ausgelegt. Und nicht zu vergessen: Eine LE-UV-Variante der SX 52 gibt es auch.



Die GTO feierte 2012 ihr 40-jähriges Jubiläum. Weltweit wurden bis dahin über 106.000 Druckwerke verkauft.



Die Speedmaster SX 52 kombiniert die Technologie der Speedmaster XL-Baureihe mit der Plattform der Speedmaster SM 52 und ist durch eine umfangreiche Automatisierung flexibel einsetzbar.



Die Linoprint C Produktlinie ist das aktuelle Digitaldruckangebot von Heidelberg für die Produktion kleiner beziehungsweise variabler Auflagen auch bei hybriden Anwendungen.

Hybrides Drucken

Seit 2011 bietet Heidelberg im Formatbereich des klassischen Kleinoffsetdrucks zudem Ricoh-Digitaldruckmaschinen an, die seit der drupa 2012 unter dem Namen Linoprint C 901 und C 751 verfügbar sind. Über 300 Maschinen hat Heidelberg nach eigenen Angaben bereits verkauft und installiert, davon etwa ein

Drittel in Deutschland, wo sie vor allem für hybride Drucksachenproduktionen eingesetzt werden.

Die Maschinen ermöglichen Digitaldruckworkflows mit dem Managen variabler Daten und der Weiterverarbeitung mit Inline-Finishing-Systemen. Durch die optionale Integration in den Prinect-Workflow entsteht ein nahtloser Hybridworkflow zwischen Offset- und Digitaldruck.

Hier gibt es interessante Möglichkeiten mit im Offset veredelten Umschlägen und auf der Linoprint C ausgegebenen Inhaltsseiten mit variablen Daten. Dem kommen der ölfreie Toner und die 4.800 dpi Auflösung entgegen, die zu Druckergebnissen mit Offset-Anmutung führen. Dabei wird die Ausgabequalität durch die vorinstallierte Medienbibliothek unterstützt.

Angesichts dieser Alternativen dürfte der Verlust der GTO für die Anwender verkraftbar sein. Heidelberg hat sich damit lediglich auf die geänderten Anforderungen im Kleinformat eingestellt – und seine Fertigung um eine Maschinenbaureihe bereinigt.

➤ www.heidelberg.com

verpackung 2014

inklusive Verpackungsdruck und -veredelung

Zürich

Messe Zürich, Hallen 3 – 4
26. – 27. März 2014

Fachmesse für Innovationen
in der Verpackungstechnologie

**Neuer
Fokus in 2014:
Druck für
Verpackungen**



Kostenlose Registrierung

QR-Code scannen oder Webseite besuchen
www.easyFairs.com/verpackungzuerich

easyFairs

YesPrint praktiziert fliegenden Jobwechsel

Online-Druckportale gibt es mittlerweile wie Sand am Meer. Zählt man aber nur die, hinter denen ein realer Druckbetrieb steht, reduziert sich ihre Anzahl auf vielleicht noch 20 in Deutschland. Einer der kleineren Anbieter in diesem Wachstumsfeld ist YesPrint in Köln, ein familiengeführtes Unternehmen.

Von MARTIN DÄNHARDT

2005 begann die aus Pakistan stammende Familie Khan mit dem Aufbau der Internetdruckerei. 2007 schaffte sie die erste eigene Druckmaschine an. Die Entscheidung, das Druckgeschäft in die eigenen Hände zu nehmen, ermöglichte eine bessere Kontrolle über die Qualität der Drucksachen und reduziert das Reklamationsrisiko. Mit einer Halbformatmaschine und 350 m² Produktionsfläche startete das Unternehmen. Im Frühjahr 2010 begann dann die Druckproduktion im 3b-Format mit einer Fünffarben-Rapida 105 mit Lackturm und Kartonausstattung. Diese ist nach wie vor im Einsatz und druckt heute in den 3.500 m² großen Produktionshallen neben einer Achtfarben-Rapida 106 der neuesten Generation mit Wendung für die 4-über-4-Produktion. Hinzu kommen eine Kleinformatmaschine und zwei Tiegel. Für die Weiterverarbeitung stehen drei Zusammentragmaschinen mit Rückenheftung, Klebebinder, zwei Schneide- und drei Falzmaschinen bereit – eine noch überschaubare Ausstattung, die aber alle Anforderungen abdeckt.

7.000 Druckjobs pro Monat

Heute wickelt das Unternehmen Monat für Monat etwa 7.000 Jobs ab – von der Visitenkarte bis hin zur kompletten Broschüre. Die Auftragswerte schwanken dabei zwischen 15 € und 3.000 € – manchmal auch etwas mehr. Dabei hat sich der Papierverbrauch auf 3.000 Tonnen im

Jahr erhöht. Wie bei vielen Online-Druckereien üblich, liegen bei vielen Standardprodukten 24 Stunden zwischen dem Hochladen der Daten und der Auslieferung.

Die Auftraggeber kommen aus ganz Europa. Im Moment ist die YesPrint-Website in Deutsch, Französisch und Schwedisch verfügbar. Mit einem neuen Webauftritt, der im Winter

wichtigsten Kriterien. Mit der Rapida 106 fanden sie die optimale Lösung für ihr Unternehmen: DriveTronic SPC sowie simultane Waschvorgänge sorgen für kurze Rüstzeiten. Ziehmarkenfreie Anlage, Farbwerktemperierung und automatische Farbversorgung sind ebenso selbstverständlich wie die Inline-Qualitätsüberwachung beider Bo-

gemacht und den Systemwechsel bravourös bewältigt. Die jüngeren Drucker wurden von ihm eingewiesen. Mittlerweile im Ruhestand, kommt er noch heute einmal in der Woche ins Unternehmen, um zu drucken und »sein Baby« zu pflegen. Denn gepflegte und gut gewartete Technik ist ein Markenzeichen des Betriebs, auf das die Inhaberfamilie besonderen Wert legt.



Sajjad Khan (l.) und Drucker Christopher Torke an der Achtfarben-Rapida 106, über die der größte Teil der YesPrint-Aufträge abgewickelt wird.

online geht, kommen Englisch, Spanisch und Italienisch hinzu.

Hohe Automatisierung für maximale Flexibilität

Um die Aufträge wirtschaftlich abwickeln zu können, suchte die Familie Khan nach einer flexiblen Bogenoffsetmaschine mit hohem Automatisierungsgrad. Schnelle Jobwechsel, öftere Bedruckstoffwechsel, hohe Bedruckstoff-Flexibilität bei maximaler Leistung – das waren die

genseiten mit QualiTronic ColorControl. Die Vernetzung zur Druckvorstufe erfolgt über KBA LogoTronic. Bei der Produktion von Plakaten mit unterschiedlichen Mutationen und anderen dafür geeigneten Jobs kommt der fliegende Auftragswechsel (Flying JobChange) zum Einsatz. Fachmann für den Druck mit dieser Maximalform an Automatisierung ist der heute 65-jährige Druckereileiter Otto Reuter. Er hat sich innerhalb kürzester Zeit mit der hohen Automatisierung der Rapida 106 vertraut

Vorstufe in der Cloud

Lädt ein Kunde Aufträge auf das Druckportal hoch, nehmen die Daten unbemerkt ihren Weg. Dabei greift die im Ausland arbeitende Vorstufe über eine Cloud darauf zu. Sind die Sammelformen für den Druck komplettiert, werden die Daten inklusive CIP3-Files zur Plattenbelichtung wiederum über die Cloud YesPrint in Köln bereitgestellt. Alle weiteren Prozesse bis hin zum Versand laufen am Standort Köln ab. Da gibt es zu anderen Druckbetrieben keine großen Unterschiede.

Mit einem hohen Maß an Standardisierung, hoch automatisierter Technik und schon bald einem neuen Webshop sieht sich YesPrint gut für die Zukunft aufgestellt. Auch das Firmengelände lässt bei Bedarf noch Erweiterungen zu. Denn der Online-Printmarkt dürfte weiter wachsen.

➤ www.kba.com



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 ›Web-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.



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

15,00 € / 18.00 CHF.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

BLUE COMPETENCE INITIATIVE Krämer Lufttechnik, Hersteller von lufttechnischen Absaug- und Entsorgungsanlagen, ist der Blue Competence Initiative des VDMA, der Nachhaltigkeitsinitiative des Maschinen- und Anlagenbaus, beigetreten. Hohe Wirkungsgrade von Ventilatoren, niedrige Filterwiderstände, passgenaue Anlagenlayouts, effiziente Steuerungssysteme und die Rückführung von gereinigter Prozessluft in die Produktionsräume spiegeln dies auf der Produktseite wider. www.kraemer-lufttechnik.de

PARTNER IN MEXIKO KBA Latina ist neuer Vertriebs- und Service-Partner für die Druckweiterverarbeitungssysteme der Steinemann Technology AG in Mexiko. KBA Latina verfügt über umfassende Erfahrungen rund um den Vertrieb von Investitionsgütern und unterhält einen der branchenweit besten Service- und Support-Standorte. Die Vereinbarung trat zum 1. Oktober 2013 in Kraft. www.steinemann.com www.kba.com

BRANDSICHER Für Einsätze im Innenbereich, in Museen oder am POS ist oft die Klassifizierung des Brandverhaltens für die eingesetzten Materialien nach DIN Norm gefordert. Dieser Anforderung entsprechend hat ComPlott Papier Union die powerJet Glasdekorfolie New und powerJet Wall Fleece UV/L (digital bedruckbare Tapete für Latex und UV-härtende Tinten) vorgestellt und liefert diese ab sofort klassifiziert nach DIN Norm EN 13501-1. www.complott.com

PAPIERBEWERTUNGSPROGRAMM Kodak baut die Palette an Papieren, die innerhalb des Bewertungsprogramms für die Kodak Prosper Druckmaschinen getestet wurden, kontinuierlich aus. Das vor mehr als einem Jahr aufgelegte Programm soll Anwendern Sicherheit geben, dass sich die Papiere im Produktionsprozess erwartungsgemäß verhalten und die besten Resultate für ihre spezifischen Bedürfnisse und Anwendungen liefern. Das Felix Schoeller Jet-Speed-Papier, ein gestrichenes Inkjet-Papier für Broschüren, Direktmailings und andere Druckanwendungen, erhielt in diesem Programm fünf Sterne. Das in Grammaturen von 130, 200 und 250 g/m² lieferbare Papier gehört zu einem umfassenden Programm von Druckmedien, die das weltweit tätige Unternehmen anbietet. www.kodak.com

28 BLAUE ENGEL Samsung bietet ein umfangreiches Portfolio an A4-Monolaser- und Multifunktionsdruckern (MFP) an, die mit dem neuen Blauen Engel nach RAL-UZ 171 ausgezeichnet sind. Jetzt haben acht weitere Systeme das Umweltschutz-Zertifikat erhalten. Damit sind 28 Samsung-Geräte zertifiziert. www.samsung.de

ERFOLG IN JAPAN Im September 2012 bezogen die Mitarbeiter der KBA Japan Co, Ltd. ihr Büro in Tokio. Es ist die erste Tochtergesellschaft, die KBA im Land der aufgehenden Sonne unterhält. 15 Monate nach dem Start kann sich die Bilanz mit KBA-Bogenoffsetmaschinen sehen lassen. Vor allem mit langen und hochautomatisierten Anlagen kann KBA in Japan punkten. Inzwischen wurden vier Rapidas in japanischen Druckbetrieben installiert oder sind auf dem Weg dorthin. www.kba.com

»99ER« FINANZIERUNGSKONZEPT Die ComPlott Papier Union GmbH hat unter dem Label »99er« ein Finanzierungskonzept entwickelt, mit dem Kunden für 99 Cent/m² ohne Kapitalbindung auf den neuesten Druckern produzieren können. Voraussetzung ist ein Volumen ab 500 m² im Monat. Das Paket beinhaltet Garantie, kostenlose Hotline-Support, Wartung, Service und Schulungen für Mitarbeiter. www.complott.com

Laudert

SEIT 15 JAHREN

MIT DIGITALDRUCK AM MARKT

Als Pionier des Digitaldrucks ist der Mediendienstleister Laudert bereits seit 15 Jahren am Markt. Heute umfasst das Angebot ein Full-Service-Paket und vor allem Know-how, das insbesondere im Datenhandling und Colormanagement seinesgleichen sucht.

»Für uns war der Digitaldruck bis 1998 komplettes Neuland«, blickt Geschäftsführer Andreas Rosing auf die damalige Zeit zurück, in der die Entscheidung für eine eigene Digi-



Das Druckvolumen stieg in den 15 Jahren stetig an, sodass 2007 die erste Druckmaschine, die Agfa Chromapress, durch eine HP Indigo 5000 ersetzt wurde. Seit 2011 ergänzt das Nachfolgemodell, die HP Indigo 5500, den Digitaldruck bei Laudert.

taldruck-Abteilung getroffen wurde.

»Nach einigen Anfangsschwierigkeiten integrierte sich das neue Geschäftsfeld aber schnell in das bereits bestehende Portfolio und vervollständigt seither das Full-Service-Angebot für unsere Kunden.« Von Beginn an war es der Geschäftsleitung besonders wichtig, nicht nur in hochwertige Druck- und Weiterverarbeitungsmaschinen zu investieren, sondern auch die Mitarbeiter im Bereich des Digitaldrucks zu schulen. Die konsequente Aus- und Weiterbildung trägt in besonderem Maße dazu bei, dass das Team aus kompetenten, hochqualifizierten und erfahrenen Mitarbeitern besteht, die durch Know-how und Lösungsorientierung bestehen. Die Kombination aus beidem, top-ausgebildeten Mitarbeitern und hochwertigen Druckmaschinen, führt zu Druckergebnissen in höchster Qualität und herausragender Serviceleistung für den Kunden. www.laudert.de

Van Elst in Apeldoorn

PRODUKTIVITÄT

UM DAS DOPPELTE GESTEIGERT

Der niederländische Weiterverarbeitungsbetrieb Van Elst in Apeldoorn investierte kürzlich in zwei hoch automatisierte Falzmaschinen Stahlfolder KH 82 und einen neuen Sammelhefter Stitchmaster ST 500 mit sechs Anlegern, beide von der Heidelberger Druckmaschinen AG. »Um unseren Betrieb wirtschaftlich aufzustellen und Arbeitsplätze zu sichern, müssen wir weg von traditionellen Arbeitsweisen und hin zu einer schlanken und effizienten



Die Heidelberg Kombifalzmaschine Stahlfolder KH 82 punktet mit ihrer hohen Qualität, einer hohen Automatisierung sowie großer Flexibilität.

Produktion«, erklärt Besitzer Onno Bruinsma seine Entscheidung, durch die drei ältere Falzmaschinen und zwei Sammelhefter ersetzt werden. »Mit den neuen Maschinen erreichen wir eine beachtliche Produktivitätssteigerung von 30 bis 50 Prozent.« Zusätzlich zur traditionellen Weiterverarbeitung bietet Van Elst auch Direktmailing-Leistungen wie Adressierung, Personalisierung, Inlinedruck, Mailing, Versiegelung und Postversand an. Bereits im letzten Jahr installierte Van Elst hier einen Stahlfolder TH 82 Flexomailer mit allen Optionen für die Prozessoptimierung im Direct Mail-Bereich. Das Traditionsunternehmen Van Elst, das auf eine 120-jährige Geschichte zurückblicken kann, produziert mit 30 Mitarbeitern verschiedene Zeitschriften für die Region, die Kunden sind unter anderem Non-Profit-Organisationen oder auch kirchliche Institutionen. www.heidelberg.com

trivet.net

OPTIMIERUNG INTERNER PRODUKTIONSPROZESSE

trivet.net stellte Neuheiten zur Prozessoptimierung für die Marktsegmente Large-Format-Print, kleinformatiger Digitaldruck und Offsetdruck vor, wobei die Optimierung und Automatisierung von E-Business-Lösungen im internen Produktionsprozess im Fokus steht. Workflows, wie trivet.net sie abbildet, basieren auf der modularen Nutzung von Business Templates, die an die Arbeitsweise und Strukturen der Kunden angepasst werden können. Schwerpunkte setzt trivet.net im Bereich der Online-Kalkulation. Mit einer umfangreichen Sammlung an vordefinierten Parametern können im Online-Shop komplexe Produkte und Produkteigenschaften konfiguriert und kalkuliert werden. Die Funktionen zur automatisierten Prüfung der angelieferten Druckdaten wurden um eine Funktionsbibliothek erweitert, um die Analyse des Farbauftrags zu verbessern. Im Rahmen der Produktionsvorbereitung können bereits der Materialverbrauch an Tinte sowie die kostengünstigste Produktionsvariante ermittelt werden.

Mit dem neuen Modul Plantafel stellt trivet.net ein leistungsfähiges Instrument für die Produktionsplanung zur Verfügung. Bestellungen werden automatisch in den Produktionskalender eingefügt und geplant. Hierbei werden Maschinen-Ressourcen und deren Verfügbarkeit berücksichtigt.

➤ www.trivet.net

»Dangerous Places?«

DAS NEUE FEDRIGONI-MUSTERBUCH

Anfang November präsentierte Fedrigoni in seinen Showrooms das neue Visualbook »Dangerous Places?« mit Papieren für den Digitaldruck auf HP Indigo-Maschinen. Das Musterbuch ist in die Bereiche »Kunst« und »Papier« aufgeteilt. Der erste Teil handelt über die imaginäre Galerie »Glacé Contemporary«, in der sechs deutsche Künstler jeweils zwei ihrer Kunstwerke ausstellen. Alle Künstler vereint der Umgang mit Topologien, Oberflächen, Raum-



Zeit-Gefügen, fremden Perspektiven, Orten und Geschichten. Daneben sind Promotionsmaterialien wie ein Künstlerkatalog, Aufkleber, Ausstellungsposter und Einladungskarten enthalten. Mit dem Titel »Dangerous Places?« wird in diesem Buch die Frage gestellt, ob drucken eine gefährliche Kunst beziehungsweise Kunst gefährlich ist.

Der zweite Teil des Visualbooks präsentiert die neue Indigo-Kollektion, die aus 24 verschiedenen Produktgruppen und 120 Qualitäten besteht: Naturpapiere, Bilderdruckpapiere, farbige und irisierende Papiere, Transparentpapiere, Haftpapiere, gussgestrichene Kartons, filzmarkierte und geprägte Papiere.

➤ www.fedrigoni.de

Canon

UV-FLACHBETTDRUCKER OCÉ ARIZONA 660 GT

Canon stellte den neuen Océ Arizona 660 GT Flachbettdrucker auf der viscom zum ersten Mal auf einer deutschen Messe vor. Der Neuzugang, der praktisch auf jedem Material mit hoher Geschwindigkeit und in nahezu Fotoqualität druckt, wurde am Beispiel eines besonders interessanten Einsatzgebiets präsentiert: Rund um den neuen Drucker wurde ein durchgängiger Produktionsablauf für den Verpackungsdruck gezeigt.

Der auf dem Canon Stand demonstrierte Gesamtworkflow umfasste Softwarelösungen für Verpackungsdesign, Vorverarbeitung und Nesting, Farbmanagement und Druck sowie die Nachverarbeitung. Standbesucher erhielten so spannende Einblicke in das produktive Potenzial des neuen Druckers und konnten konkrete Anregungen mitnehmen, wie sie die Zufriedenheit ihrer Kunden erhöhen, die Kosten reduzieren und neue Geschäftsfelder eröffnen können.

Der Océ Arizona 660 GT Printer druckt CMYK mit den neuen UV-härtenden Tinten IJC258. Die UV-Tinte zeichnet sich auch durch hervorragende Haftung auf Kunststoffen aus. Zwei weitere Druckbehälter sind mit weißer Tinte ausgestattet. Mit bis zu 60 m² pro Stunde liefert der Flachbettdrucker Océ Arizona 660 GT schnelle Druckergebnisse. Von den neun Printern der Océ Arizona Serie ist er der Produktivste.

➤ www.canon.de

Farbenfroh und gut gepolstert
LUFTPOLSTER-GESCHENKTASCHEN VON RATIOFORM

Viele Unternehmen nutzen Weihnachten als Anlass zur aktiven Kundenpflege mit kleinen Präsenten. Für den sicheren Versand bietet Ratioform bunte Luftpolster-Geschenktaschen an. In matten Metallfarben gehalten sind sie ein echter Hingucker.

Die leichten Luftpolster-Geschenktaschen eignen sich ideal für stoßempfindliche Produkte wie CDs oder DVDs. Sie haben verschweißte Seitennähte und sind reißfest. Auch



gegenüber Witterungseinflüssen erweisen sich die wasserabweisenden Verpackungen als sehr robust. Der schnelle und sichere Verschluss erfolgt mit einer komfortablen Selbstklebung. Bei Ratioform sind die Luftpolster-Geschenktaschen in vier verschiedenen Abmessungen bis hin zu DIN A3+-Format erhältlich. Außerdem gibt es bei Ratioform diverse Geschenkbeutel, -taschen und -kartons sowie Geschenkpapier. Alle Präsentverpackungen sind nicht nur zur Weihnachtszeit, sondern das ganze Jahr über erhältlich.

➤ www.ratioform.de

KURZ & BÜNDIG

Die ersten sieben Systeme von **Kyocera** sind nach der neuen Vergabegrundlage RAL-UZ 171 mit dem **Blauen Engel** ausgezeichnet worden. Die Multifunktionssysteme der TASKalfa-Serie erfüllen damit die strengen Kriterien des Umweltbundesamtes beziehungsweise der Jury des Umweltzeichens. • Nach dem frontlit light B1 sind nun fünf weitere **HeyTex**-Printmedien von **HP** beziehungsweise **Mimaki** für den Druck mit HP Latex-Tinten zertifiziert worden. • Seit 2008 arbeitet die Spezialetiketten-Druckerei **KilianDruck Grünstadt Dinges GmbH** nach den Qualitäts-Standards der Norm DIN EN ISO 9001. Dieser Tage wurde ein Überwachungsaudit erfolgreich absolviert. • Die RGF-Partner **Color Alliance** und **OKI** gewannen mit Color Alliance WatchAPP und OKI ES9541 die prestigeträchtige Auszeichnung »Viscom Best of 2013 Award«. • Das Kreativ-, Druckvorstufen- und Druckunternehmen **Mediahaus** mit Sitz in Ahaus und Produktionsstandorten in Krefeld und Gronau zählt nun zum Kreis der von **Kodak** zertifizierten Anwender des Kodak Flexcel NX Systems. • **GMG** hat mit **X-Rite** eine Kooperation vereinbart, die den Zugriff auf Pantone-Farbbibliotheken über die Plattformen GMG OpenColor und GMG ColorProof ermöglicht. • **Polygraph Print** im Goldenen Ring um Moskau produzierte bisher mit vorwiegend lokaler Technik Schulhefte, Schreibblöcke und Akzidenzprodukte. Seit September produziert das Unternehmen auf einer **KBA Rapida 105** mit fünf Farbwerken und Lackausstattung.

FSC-ZERTIFIZIERUNGSGRUPPE 2013 haben sich weitere 30 Unternehmen für die FSC-Zertifizierung über die Zertifizierungsgruppe Deutschland (ZGD) entschieden. 25 Druckereien, vier Händlern und einem papierveredelnden Betrieb wurde so als Alternative zur FSC-Einzelzertifizierung ein vereinfachter Weg zum Zertifikat bereitet. »Ein wesentlicher Vorteil der Gruppenzertifizierung besteht darin, dass erforderliche Aktualisierungen von der Gruppenleitung eingearbeitet werden. Die Sorge, beim Audit nicht auf aktuellem Stand zu sein, entfällt. Dieser Nutzen wird sich im kommenden Jahr erneut zeigen, denn mit der angekündigten Revision des FSC-Produktkettenstandards wird es Anpassungsbedarf geben«, erläutert Ulf Sonntag, Initiator und Leiter der ZGD. Zum Jahresende zählt die ZGD insgesamt 84 Teilnehmer. ➤ www.zert-gruppe.de

DESIGN HOCH 2 Gmund entwickelte zusammen mit dem Designstudio Paperlux aus Hamburg einen Eyecatcher der Extraklasse: Ein Präsentationstool für die neuen Verpackungslösungen von Gmund. Aufklappbar, praktisch, eindrucksvoll. Auf den Messen Packaging Innovations in London und Luxepack in Monaco wurde »True Colours« präsentiert, ein Set aus hochwertigen Verpackungen und Mustern der neuen Cover-Materialien. Das reduzierte Design steht im Gegensatz zu



den vielen unterschiedlichen Oberflächenstrukturen und der großen Auswahl an Trendfarben der Gmund Papiere. Paperlux entwickelte sogar eine grafisch reduzierte Schrift. Insgesamt kreierte das Team drei Musterbücher, die sich in einer rechteckigen Kiste verstecken, sowie eine Kassette, die Papierbeispiele und Verpackungsmuster enthält. ➤ www.gmund.com

den vielen unterschiedlichen Oberflächenstrukturen und der großen Auswahl an Trendfarben der Gmund Papiere. Paperlux entwickelte sogar eine grafisch reduzierte Schrift. Insgesamt kreierte das Team drei Musterbücher, die sich in einer rechteckigen Kiste verstecken, sowie eine Kassette, die Papierbeispiele und Verpackungsmuster enthält. ➤ www.gmund.com

»**DIGITALDRUCKIDEEN 2013**« Burghold und Frech, Erfurter Fachhändlern und RGF-Mitglied, veranstaltete im Oktober »Digitaldruckideen 2013«. Im Mittelpunkt des Interesses standen unter anderem das neue OKI A3+ Fünffarbsystem mit LED-Druckwerk für Druckeffekte in Glanz- oder Weißoptik. Auch Digitaldrucksysteme und Multifunktionsdrucker von Xerox sowie die Softwarelösung Inkjet CTF Perfect von Systemata für die Filmherstellung für Offset-, Sieb-, Flexo- und Tampondruck sowie die Stempelherstellung fanden Resonanz bei den Besuchern. Gut besucht waren auch die Vorträge zum Thema: »3D-Druck – Die Grenzen liegen in der Fantasie«. ➤ www.burghold-frech.de

VERPACKUNGSPROOFS CGS Publishing Technologies International bietet Möglichkeiten für das Proofing und die Musterproduktion. Hergestellt werden diese mit Hilfe des Oris Flex Pack // Web Systems und einem Drucker der Roland DG VersaCamm-Serie. Kern des Systems ist das Oris 4-D Farbmanagement, mit dem sich gängige Druckfarben und Sonder- und Metallic-Farben reproduzieren lassen. Anwender, die mit der Esko Color Engine Sonderfarbdatenbank arbeiten, können diese optional an das Oris Flex Pack // Web System anbinden. ➤ www.cgs-oris.com

HEI Flexibility

Heidelberg mit Digitadruk in Deutschland besonders erfolgreich

Rund 30 Monate nach dem Verkaufsstart der Digitaldrucksysteme Linoprint C 901 und C 751 der Heidelberger Druckmaschinen AG kristallisiert sich Deutschland als erfolgreichster Einzelmarkt für diese Produkte heraus. Bereits jedes Dritte von Heidelberg verkaufte System findet seinen Abnehmer hierzulande. Dabei überzeugen Anwender die breite Spanne an Einsatzmöglich-



keiten der beiden Linoprint C Systeme sowie die dazu passenden Software- und Servicepakete: »Nach umfangreichen Tests haben wir uns für eine Linoprint C 901 entschieden. Die ausgezeichnete Qualität, die hohe Druckgeschwindigkeit sowie das Preis-/Leistungsverhältnis haben uns dabei besonders überzeugt«, erläutert Michael Siemen, Geschäftsführer der Druckerei Max Siemen KG in Hamburg-Rahlstedt, seine Investitionsentscheidung.

Ähnlich argumentiert Rainer Naumann, Geschäftsführer der Druckerei Schäfer und Schott GmbH in Pulheim: »Wir haben mit einer Linoprint C 751 ein Wettbewerbssystem abgelöst, mit dessen Qualität wir nicht mehr zufrieden waren«.

»Das Heidelberg Angebot in Bezug auf Maschine und Service haben uns sehr überzeugt«, sagt Jörg Eilbracht, Geschäftsführer von Druckerei und Verlag Kurt Eilbracht GmbH & CO. KG in Löhne. Weitere Gründe für die Investition in ein System von Heidelberg sehen Kunden in der Möglichkeit hybrider Druckanwendungen, bei denen Offset- und Digitaldruck kombiniert werden und mit denen sich neue Geschäftsoptionen erschließen lassen sowie in der Möglichkeit, die Maschinen über den Prinect Digital Print Manager in den Gesamtworkflow zu integrieren. Jürgen Auer, Geschäftsführer von Printpark Widmann GmbH in Karlsruhe: »Wir haben mittlerweile aufgrund der rasanten Zunahme des Volumens bereits zwei Heidelberg Linoprint C Systeme im Einsatz, die beide in unseren Workflow integriert sind. Besonders mit Hybridanwendungen können wir unsere Kunden überzeugen.« »Wir waren anfangs von der Volumenentwicklung im Digitaldruck überrascht. Bereits nach kurzer Zeit hatten wir auf unserer Linoprint C durchschnittlich 50.000 DIN A3 Seiten im Monat erreicht. Motor dieser Entwicklung sind hybride Druckanwendungen und qualitativ hochwertige Kleinauflagen in Offsetanmutung und auf nahezu allen im Offsetdruck gängigen Bedruckstoffen«, so Elmar Nicolay von der Dingel und Frick GmbH in Wiesbaden. »Deutschland ist für Heidelberg ein Markt mit besonders großem Potenzial im Digitaldruck. Gerade in einem nicht ganz leichten Marktumfeld lassen sich mit qualitativ hochwertigen digitalen Druckanwendungen, erfolgreich Nischen besetzen. Bei den Linoprint C Systemen schätzen unsere Kunden, die Ergänzungsmöglichkeiten zu ihrem Offsetangebot und die Integrationsmöglichkeit in den Druckerei-Workflow Prinect«, fasst Reginald Rettig, Leiter Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH, die Vorteile abschließend zusammen. ➤ www.heidelberg.com

Prozessfreie CtP-Dienstleistung

Ralf Penzler setzt beim digitalen Druckformen-Service auf die prozessfreie Thermoplatte Kodak Sonora XP und eine ungewöhnliche Partner-Konstellation. Während er Ausschleißer erstellt und das Workflow-Management steuert, werden die Druckplatten selbst in der 45 km entfernten Druckerei hergestellt.

Text und Bilder: Kodak

Die prozessfreie Kodak Sonora XP Platte kommt ohne Gerätschaften und Materialien für die Plattenverarbeitung aus. Die Thermalplatte mit Negativ-Bebildungscharakteristik lässt sich nach der digitalen Bebilderung in die Druckmaschine einspannen und für den Auflagedruck verwenden. Neben Produktionszeit in der Vorstufe sparen sich Anwender so die Kosten für Anschaffung, Betrieb und Wartung einer Plattenverarbeitungsanlage sowie den damit verbundenen Verbrauch von Energie, Wasser und Chemie.

Mit diesen Eigenschaften wurde die Sonora XP für Ralf Penzler – nicht zuletzt aus Umwelterwägungen – zur Offsetdruckplatte der Wahl. Zusammen mit seiner Frau Anke betreibt Penzler in der Gemeinde Andisleben in Thüringen ein Unternehmen, das seit 1995 mit Prepress-Dienstleistungen, Softwareprogrammierung und Vertrieb von Computerhardware aktiv ist.

CtP als ferngesteuerter Service

Ein Meilenstein war 2006 die Ablösung des klassischen Filmbelichtungsservice durch Computer-to-Plate. Ralf Penzler investierte in einen halbautomatischen Kodak Trendsetter Q800 Plattenbelichter in der S-Speed-Version und das Kodak Prinergy Evo Workflow-System. Mit dieser Ausgabetechnik konzentrierte er sich auf die Zusammenarbeit mit der Eckenfelder GmbH & Co. KG, die im rund 45 km entfernten Wenigen-

lupnitz/Eisenach angesiedelt und auch als »Kalenderwerk« bekannt ist. Bei dem auf die Herstellung von Kalendern (Bild-, Termin-, Plan- und Werbekalender) und Werbemitteln spezialisierten Verlags- und Druckunternehmen sind der Thermoplattenbelichter und das Workflow-System installiert. Während die Bebilderung für den Bogenoffset in der Druckerei erfolgt, erstellt Ralf Penzler in Andisleben mit Kodak Preps die Ausschleißer, bedient den Prinergy Evo Workflow und überwacht den Ausgabeprozess online.

Vom Plattenbelichter schnurstracks in den Druck

»Die Druckerei Eckenfelder legt seit Langem Wert auf eine umweltschonende Produktion. Eine prozessfreie Platte wie die Sonora XP kommt dem in idealer Weise entgegen. Außerdem ist der gesamte Aufwand

für die Druckformherstellung geringer. Man muss sich weder um die Plattenentwicklung noch um Chemie oder deren Entsorgung kümmern«, sagt Ralf Penzler. »Der Wegfall der Plattenentwicklung hat den Prozess insgesamt stabiler gemacht, weil eine mögliche Ursache für Schwankungen eliminiert wurde. Das ist gerade bei unserer Konstellation der Zusammenarbeit von Vorteil. Außerdem erleichtert der einfache Prozess den Druckern die Arbeit, wenn sie während der Nachtschicht auf sich alleine gestellt sind und eine Ersatzplatte brauchen.«

Mit der Sonora XP Platte produzieren die Partner schon seit dem zweiten Halbjahr 2011 ausschließlich; davor war seit dem Jahr 2008 die prozesslose Kodak Thermal Direct Platte im Einsatz. Außer im Format 800 x 1.040 mm mit 0,3 mm Stärke für eine Mehrfarben-Bogenoffsetmaschine im 3B-Format wird die

Sonora XP im Format 459 x 525 mm für eine kleinere Druckmaschine ausgegeben. Pro Monat laufen zwischen 1.000 und – während der Hochsaison der Kalenderproduktion in der zweiten Jahreshälfte – bis zu 2.000 Platten über den Trendsetter Q800, wobei kontinuierlich ein 70er AM-Raster zum Einsatz kommt.

»Für unsere Drucker war der Umstieg auf die Sonora XP eine Routineangelegenheit. Pluspunkte sind das im Vergleich zur Thermal Direct besser sichtbare Druckbild auf der bebilderten Platte und die höhere Auflagenbeständigkeit von 100.000 Drucken«, erklärt Daniel Eckenfelder, der die Eckenfelder GmbH & Co. KG gemeinsam mit seinem Bruder Christof leitet. Was die Auflagen betrifft, liegen diese in rund 90% aller Fälle unter 50.000 Exemplaren. Wenn Aufträge die 100.000er Marke deutlich überschreiten, möglicherweise noch in Kombination mit ungestrichenem Papier, gibt man zur Sicherheit einfach von vornherein zwei Plattensätze aus.

»Unser Produktionsprozess läuft mit der Sonora XP Platte sehr stabil«, resümiert Ralf Penzler und verweist auf ein weiteres günstiges Merkmal der Platte, das den CtP-Anwender freut: Dank ihrer höheren Empfindlichkeit (Energiebedarf 150 mJ/cm²) war es möglich, die Laserleistung des Trendsetter Q800 Plattenbelichters zu drosseln, wodurch der Thermokopf mehr geschont wird.



Ralf und Anke Penzler im Büro in Andisleben, von wo aus die Bebilderung der prozessfreien Kodak Sonora XP Platte in der 45 km entfernten Druckerei gesteuert wird.

» graphics.kodak.com

manroland Sheefed

BRITISCHES MODEHAUS WIRD »DRUCKHAUS«

Eines der angesehensten Modehäuser in Großbritannien hat für den Druck seinen Kataloge und Prospekte eine Roland 704LV HiPrint Vierfarben mit Lack bestellt.

David Nieper, Designer und Hersteller von Strickkleidung, verkauft über Katalog und online an eine private, gehobene Kundschaft in Großbritannien, Europa und weitere Länder. Der Katalog ist sein Schaufenster, sodass höchstmögliche Druckqualität in vielen Sprachen wesentlich ist. Die Maschine wird mit einer LEC-Ausstattung (Low Energy Curing) ausgeliefert. Das Unternehmen entschied sich neben zwei



Mitbewerbern für manroland und führte neben der Farbmess- und Regeltechnik die Qualität als Hauptgrund der Investition an. Das Unternehmen in Familienbesitz mit mehr als 50 Jahren Erfahrung beschäftigt mehr als 230 Fachkräfte – Designer, Tuchzuschneider, Näherinnen und Schneider inbegriffen. Jetzt brauchen sie auch Offsetdrucker.

» www.manroland.com

Rapida-Bestellung

LIBANESISCHER DRUCKBETRIEB SCHÄTZT KBA

Eine Hochleistungs-Maschine Rapida 106 geht im Februar an Arab Printing Press, Beirut. Die Achtfarbenanlage mit Bogenwendung für die 4 über 4-Produktion ist schon die siebte Bogenoffsetmaschine von KBA in dem 1968 gegründeten Druckunternehmen. Sie wird für schnelle Jobwechsel umfassend automatisiert. Arab Printing Press ist eine der bekanntesten Qualitätsdruckereien im Mittleren Osten. Auf 5.500 m² produziert das



Bei Arab Printing Press kommen im Mittelformat ausschließlich Rapida-Bogenmaschinen zum Einsatz. Hier eine Rapida 105 mit umstellbarer Bogenwendung für die 2/2-farbige Produktion.

Unternehmen Magazine und Bücher für die arabische Welt. Daneben werden Broschüren, Etiketten und andere Akzidenzen hergestellt. Obwohl der Druckbetrieb für große Stückzahlen ausgelegt ist, verfügt er über die Flexibilität, auch kleine Auflagen wirtschaftlich zu produzieren. Dazu soll die Rapida 106 bald einen Beitrag leisten.

» www.kba.com

Mercury Print

INSTALLATION EINER 3. KODAK PROSPER

Mercury Print mit Sitz in Rochester im US-Bundesstaat New York ist auf Bücher für den Bildungsmarkt spezialisiert und wird mit einer neuen Kodak Prosper 5000XLi sein Angebot der On-Demand-Produktion von Büchern in kleinen Auflagen erweitern. Christian Schamberger, Präsident von Mercury Print: »Neben der Ausrichtung des Unternehmens war die Kombination aus Kosten, Qualität und Technologie für unsere Entscheidung zugunsten der drei Ink-



jet-Maschinen von Kodak entscheidend. Wir sind mit der Leistung, Zuverlässigkeit und Qualität der Maschinen sowie der Unterstützung durch Kodak sehr zufrieden.« Die Prosper 5000XLi druckt 4/4-farbig bei einer Druckbreite von 62 cm und Geschwindigkeiten von bis zu 200 m/Min. Sie ist auf eine monatliche Maximalleistung von 90 Mio. A4-Seiten ausgelegt. Um die Produktionsverfügbarkeit der Maschine und den Druck verkaufsfähiger Seiten zu maximieren, sorgen verschiedene Neuheiten beim Papiertransport der Prosper 5000XLi dafür, dass Dehnung oder Faltenbildung der Papierbahn praktisch eliminiert werden.

» www.kodak.com

Britischer Verpackungsdrucker

JR PRESS WECHSELT ZU POLAR

Die britische Verpackungsdruckerei JR Press hat sich wieder für Polar entschieden. Neben dem Vorschneiden von Karton wird die Schneidemaschine Polar 78 ECO auch zum Schneiden gedruckter Produkte verwendet. Eigentümer Geoff Fone ist davon überzeugt, dass dies die beste Schneidemaschine für seine Bedürfnisse ist. »Wir investieren regelmäßig, um unsere Maschinen aktuell zu halten. Was für uns am meisten zählt, ist die Benutzer-



Neben dem Vorschneiden von Karton wird die Schneidemaschine Polar 78 ECO bei JR Press auch zum Schneiden fertig gedruckter Produkte verwendet.

freundlichkeit, der Funktionsumfang und die Qualität. Erst dann kommt der Preis. Ich glaube, dass dieses Premium-Produkt seinen Preis wert ist«, sagt Fone. Der Polar Schnellschneider wurde in die neue Produktionsstätte des Unternehmens in Daventry bei Birmingham geliefert. Dort wird die Maschine in flexiblen Tagschichten eingesetzt.

» www.polar-mohr.com

STREIFZUG DURCH DIE AUFTRAGSBÜCHER

Showcard Print, britischer Anbieter von POS-Anwendungen, hat sich als erstes europäisches Unternehmen für die neue Inca Onset S50i von **Fujifilm** entschieden. • Von dem im Mai 2013 vorgestellten Falzmaschinensystem M80 hat **MBO** eine Automatik-Version nach Estland verkauft. Die Druckerei und Buchbinderei **Tallinna Raamatutrukikoja** hat sich für das Basismodul in Kombination mit Palettenanleger, Kreuz- und Dreibruch sowie der Auslage SBAP 46 entschieden. • Ouest-France, Herausgeber einer der meistgelesenen Zeitungen Frankreichs, hat sich zur Kontrolle der Farbmenge und Farbdichte auf zwei **KBA**-Rollenoffset-Druckmaschinen im Werk in Rennes für das Digital-Farbsystem von **QuadTech** entschieden. • Drei **Efi** Vutek-Drucker in drei Jahren – das ist die Bilanz von **RMC Digital** aus dem englischen Hull. Jüngster Neuzugang ist der Vutek GS3250LX – ein 3,2-Meter-Hybriddrucker mit UV-LED-Niedrigtemperaturhärtung. • **GPS S.p.A.**, italienischer Etikettenhersteller, entschied sich kürzlich für eine Sechsfarben Roland 700 HiPrint, die eine Roland 900 von **manroland** ergänzt. • **Wijeya Newspapers** in Sri Lanka investiert in eine 24-Seiten-Rotation mit einer Produktionsgeschwindigkeit von 45.000 Ex./h und automatisiert den Versandraum mit **Ferag**-Technik. • Der brasilianische Zeitungsdrucker Jornal Do Commercio hat seine Uniset aus dem Jahr 1999 einem Retrofit durch **manroland websystems** unterzogen und mit neuer Steuerungstechnik Produktivität und Produktqualität der Maschinen verbessert.



Die Verbindung aus einer soliden beruflichen Grundausbildung und einem folgenden berufsbegleitenden Qualifizierungs-Studium samt zertifiziertem Abschluss generiert Führungskräfte, die fest auf dem Boden der Realität stehen und zugleich den Über- und Weitblick haben. Es sind eben jene Führungskräfte, auf die man in den KMU-Betrieben der Printmedienindustrie schlichtweg nicht verzichten kann.

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

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

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

Karrieretipp: Der Weg zur Spitze

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

86. Lehrgang DK86, Beginn am 1. November 2014

An **Infoabenden** können Sie sich persönlich, eingehend und unverbindlich informieren. Es kann der Schritt zu einer steilen beruflichen Karriere sein.



Potenziale der Weiterverarbeitung

Im Finishing werden Qualität, Lieferzeit und auch die Wirtschaftlichkeit des Gesamtauftrags bestimmt. Daher suchen Druckereien in diesem Herstellungsbereich höhere Produktivität, mehr Flexibilität und Transparenz der Prozesse. Wie wichtig diese Anforderungen sind, zeigte das Besucherinteresse bei den Postpress Commercial Days.

Von KLAUS-PETER



Fast 300 Teilnehmer kamen Mitte Oktober 2013 zu den Postpress Commercial Days ins Heidelberger Print Media Center (PMC). Dort zeigte Heidelberg sein Angebot an Maschinen für Falzen, Zusammentragen, Heften, Binden und Schneiden – von Einstiegs- bis Profimaschinen für die industrialisierte Produktion. Dabei waren alle zur drupa 2012 vorgestellten Neuheiten über den Prinect Postpress-Manager integriert.

Gezeigt wurden beispielsweise der Sammelhefter Stitchmaster ST 200 Compact und die Hochleistungsfalzanlage Stahlfolder TX 82. Livedemonstrationen gab es zudem am Sammelhefter ST 500, dem Klebinder Eurobind Pro, der Stanze Kama PC76 und an den Schneidmaschinen 115 und BC 330 con Polar. Für die Eurobind Pro Zusammen-

tragsmaschine wurde eine neue drahtlose Bedienstelle gezeigt, die die Bild- und Barcodekontrolle vereinfacht und Rüstzeiten verkürzt. Bei den Live-Vorführungen konnten die Besucher anhand der realen Produktionsdaten konkrete Maschinenfunktionen nachvollziehen. »Unsere Kunden suchen genau nach solchen Möglichkeiten, um ihre eigene Produktion transparenter zu gestalten«, erklärt Thomas Krischke, Leiter Postpress Commercial bei Heidelberg. »Das Kundeninteresse zeigt die Bedeutung der Weiterverarbeitung als Bestandteil der Wertschöpfungskette und als entscheidenden Prozessschritt für Termintreue, Qualität und Wirtschaftlichkeit.«

Für Kunden, die nachhaltig produzieren wollen, bietet Heidelberg seit der drupa 2012 sein komplettes Postpress-Maschinenprogramm op-

tional auch klimaneutral ab Werk an. »Dieses Angebot kommt bei unseren Kunden sehr gut an. Alle Heidelberg-Maschinen im PMC sind klimaneutral hergestellt und mittlerweile tragen viele der ausgelieferten Weiterverarbeitungsmaschinen das Logo CO₂-neutral«, berichtet Thomas Krischke.

Um bis zu 50% schneller falzen

Bei der Veranstaltung zeigte Heidelberg mit der Falzmaschinen-Innovation Stahlfolder TX/KX spezielle Maschinenkonfigurationen für Hochleistungsproduktionen im industriellen Signaturenfalzen. Diese Maschinengeneration richtet sich an anspruchsvolle Kunden im Premiumbereich und Kunden, die gleichermaßen hohe Qualität und schnelle Lieferung erwarten. Dies lässt sich mit

einer schlanken und industrialisierten Druckproduktion umsetzen. Hauptmerkmal der neuen Falzanlagen ist der PFX-Anleger (Pallet Feeder eXtended), der das gleiche Prinzip wie ein Druckmaschinenanleger nutzt, und die Möglichkeit bietet, einen geschuppten Bogenstrom sowohl im Anleger aus auch im Falzwerk verarbeiten zu können. Damit sind Leistungssteigerungen von bis zu 50% gegenüber konventionellen Produktionsarten möglich. Das erste Modell dieser neuen Falzmaschinenfamilie ist die Stahlfolder TX 82, die bereits bei Kunden in Deutschland, Großbritannien und USA installiert ist. Diese neue Falzanlagengeneration erweitert die Stahlfolder TH/KH Falzmaschinen, die durch Optionen und Varianten auf den Kundenbedarf ausgelegt werden können.

DRUCKMARKT
impressions

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

Weitere Hintergrundartikel, Berichte und Nachrichten finden Sie alle 14 Tage im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«.

www.druckmarkt.com

Wirtschaftliches Sammelheften

Der neue Sammelhefter Stitchmaster ST 200 Compact ermöglicht die Produktion von rückstichgehefteten Broschüren bis zum DIN-A3-Endformat und arbeitet mit einer Geschwindigkeit von bis zu 11.000 Takten pro Stunde. Entwickelt wurde die Maschine für Kunden, die sich kostengünstig eigene Kapazitäten für die Weiterverarbeitung ins Haus holen möchten oder ihre bestehenden Kapazitäten erweitern wollen, um ihren Kunden eine schnelle und flexible Lieferung garantieren zu können.



nen. Die Maschine kann mit bis zu acht Horizontalanlegern und einem Umschlagfalzanleger ausgestattet werden. Auch bei dieser Maschine kommt die Heidelberg Servo-Antriebstechnik zum Einsatz. Die Anleger, Heftmaschine und Trimmer sind über separate Einzelantriebe vollautomatisch synchronisiert, was präzise Einstellungen bei laufender Maschine und kurze Rüstzeiten ermöglicht. Über verschiedene Automatisierungsoptionen kann die Maschine an individuelle Produktionsanforderungen wie Kleinauflagen oder größere Auftragsvolumen, angepasst werden.

Sammelhefter ST 200 Compact und ST 500

Wie bereits beim Stitchmaster ST 500 lässt sich auch der Stitchmaster ST 200 Compact optional als Zusammentragmaschine für die Klebebindung einsetzen, sodass die Maschine über reine Rückendrahtheftungen hinaus ausgelastet werden kann und den Nutzungsgrad der Investition erhöht. Dabei werden die zu einem Buchblock gehörenden Falzbogen jeweils einzeln in aufeinanderfolgenden Sammelkettenseg-

menten abgelegt. Die Heftmaschine und der Trimmer sind deaktiviert und die Bogen können über die Fehlbo-genauslage, die Schuppenauslage oder den Kreuzleger gesammelt werden. In diesem Fall wird eine Mehrlagenbroschur mit übereinanderliegenden Bogen zusammengetragen. Der so gebildete Buchblock kann dann direkt am Klebebinder eingelegt und gebunden werden.

Drahtlose mobile Bedienstelle

Auf den Postpress Tagen wurde erstmals eine drahtlose Bedienstelle für

die Eurobind Pro Zusammentragmaschine vorgestellt. Dabei handelt es sich um eine Android-Software, die auf Tablet-PCs oder Smartphones installiert wird. Haupteinsatzgebiet der mobilen Bedienstelle ist das Einlernen der Bild- und Barcodekontrolle in der Zusammentragmaschine: Die Kamerabilder eines jeden Anlegers werden sowohl an den zentralen Touchscreen als auch an die mobile Bedienstelle übertragen. Damit kann der Bediener direkt an den jeweiligen Anlegern prüfen, ob der aktuelle Bildausschnitt zur Signaturprüfung geeignet ist. Darüber hinaus kann er auch Grundfunktionen wie Start/Stop/Tipp-Betrieb, Geschwindigkeit, Zählerstände oder Auftragsdaten des gesamten Maschinenverbunds vom mobilen Tablet aus steuern. Das reduziert Laufwege, erhöht die Reaktionsgeschwindigkeit des Bedieners und führt zu kürzeren Einrichtezeiten.

➤ www.heidelberg.com



DER SCHLAUMACHER Nachhaltigkeit

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

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



Dossier

Nachhaltigkeit

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

März 2012.

44 Seiten, A4.

15,00 € / 18.00 CHF.

Für sicheres und komfortables Zusammentragen

Neue Zusammentragmaschine 3692 von Müller Martini

Die Zusammentragmaschine 3692 sorgt durch ihren hohen Bedienkomfort und der großen Formatvariabilität dafür, dass kleinere und mittlere Klebebinde-Aufträge effizienter erledigt werden können. Davon ist Müller Martini überzeugt und nennt als Highlight das patentierte Buchverifikations-System, das eine Produktion mit falsch eingerichteten Bogen verhindert. Angesichts sinkender Auflagen sind in der Klebebindung zeitsparendes Umrüsten, schnelles Erreichen der Leistung und eine kontinuierliche Produktion Voraussetzungen, dass in einer Schicht möglichst viele Aufträge effizient erledigt werden können. Die neue Zusammentragmaschine 3692, die als Nachfolgemodell der ZTM 1571 in den Klebebindelinien Pantera und Alegro A6 eingesetzt werden kann, ist genau für diese Anforderungen ausgelegt.

Kompakt, ergonomisch, produktions-sicher: die neue Zusammentragmaschine 3692.



Sie ist zum einen sehr kompakt, da die Elemente im Standard vier Stationen enthalten, sodass sie sehr platzsparend ist. Zum andern kann sie beidseitig ergonomisch beschickt und bedient werden. Damit ist es möglich, bei laufender Produktion auf der einen Seite zu beschicken und gleichzeitig auf der anderen Seite den nächsten Auftrag einzurichten. Dies verkürzt die Umrüstzeiten und erhöht die Wirtschaftlichkeit der gesamten Klebebindelinie. Am drehbaren zentralen Touchscreen lassen sich die produktionsrelevanten Daten einfach ins System eingeben, speichern und die Produktion überwachen. Damit entfallen unnötige Laufwege und die Umrüstzeit verkürzt sich markant. Die Qualitätssicherungssysteme, die Bogendickenmessung Asac und die Bogenartenkontrolle Asir werden an derselben Einheit bedient. Für anlegerspezifische Einstellungen sind die HMI-Panels unmittelbar am Element der Zusammentragmaschine angebracht.

In die neue ZTM 3692 integriert ist das von Müller Martini patentierte Buchverifikations-System, das eine Produktion mit falsch eingerichteten Bogen verhindert. Dank AsirCode kann die Produktvollständigkeit und die korrekte Bogenreihenfolge inklusive Umschlag kontrolliert werden. Die notwendige Information wird aus dem AsirCode gelesen, sodass kein externer PC und keine Verbindung zur Vorstufe nötig sind. AsirCode verhindert die Produktion mit falsch eingerichteten Signaturen.

Zu den Vorzügen der neuen ZTM 3692 gehört laut Hersteller neben der zuverlässigen Bogenseparierung auch die große Formatvariabilität. Die großzügig dimensionierten Abzugstrommeln erlauben eine sichere Verarbeitung von Signaturen mit großer Breite, beispielsweise von A4-Querformaten.

➤ www.mullermartini.com

Südostschweiz Partner AG TOTALERNEUERUNG IM ST.GALLER RHEINTAL

Unter der Südostschweiz Partner AG betreiben im Druckzentrum Haag im St.Galler Rheintal fünf Verlage aus den Regionen Rheintal, Fürstentum Liechtenstein, Graubünden, Sarganserland, Glarus sowie Werdenberg und Obertoggenburg ein Druckzentrum. In den letzten sieben Jahren hat Ferag-Technologie mit zum Teil über 30-jährigen Komponenten im Einsatz gestanden. Jetzt war es an der Zeit, die alte Technik abzulösen. In sieben



Die neue RollSertDrum-M verfügt neben dem Anschluss für das Hauptprodukt und die FlyStream-Vorsammelstrecke über eine dritte Zuführung für ein Vorprodukt.

Umbauphasen wurde sie durch zwei Ferag-Einstecklinien mit FlyStream- und MultiDisc-Peripherie der neusten Generation ersetzt. Erstmals kommt die neue RollSertDrum-M zum Einsatz. Gegenüber ihrer kleineren Schwester verfügt die Einstecktrommel neben dem Anschluss für das Hauptprodukt und die FlyStream-Vorsammelstrecke über eine dritte Zuführung für ein Vorprodukt. Als weitere neue Komponente verbindet ein Übergaberundlauf zwei unabhängige UTR-Transporteure und erlaubt die Zuteilung eines Produktstroms an zwei unterschiedliche Verarbeitungsstufen während des Förderprozesses. Im Druckzentrum Haag ist der Übergaberundlauf jeweils anschließend an die Einstecktrommeln in die Linienführung integriert. So sind der Wickelprozess oder die Paketherstellung sowohl direkt mit nicht eingesteckten Zeitungen wie auch mit Endprodukten im Anschluss an die RollSertDrum gesichert.

➤ www.ferag.com

xposeprint auf Innovationskurs ONLINE-DRUCKEREI BAUT MARKTPosition WEITER AUS

Die Online-Druckerei xposeprint will weiter wachsen und läutet mit einem neuen Produkt einen Wandel auf dem Print-Markt ein. Mit dem xposeprint designer kann jeder unter designer.xposeprint.de seine Werbe- und Geschäftsdrucksachen jetzt online selbst gestalten – ohne grafische Vorkenntnisse oder eine zusätzliche Software. Eine Million Designs und mehr als 25.000 hochwertige, lizenzierte Bilder, Texte und Logos stehen zur Verfügung. Geschäftsleute können aus fast 350 Branchen und Themen ihre Layout-Vorlagen wählen, bei Bedarf verändern und individualisieren.

Damit können sich nun der kleine Bäcker, das Autohaus oder der Sportverein mit einem hochwertigen Werbeauftritt ebenso professionell auf dem Markt präsentieren wie große Unternehmen mit entsprechendem Budget für teure Werbeagenturen. Durch ständige Investitionen in die gesamte Druckprozesskette kann die Online-Druckerei xposeprint ihre Kunden zudem besonders schnell, effektiv und kostengünstig beliefern. Fast alle Drucksachen, die mit dem xposeprint designer selbst gestaltet wurden, können auf Wunsch per Express abgewickelt werden.

Zudem hat die Online-Druckerei ihr Portfolio an Printprodukten auf mittlerweile mehr als 30.000 Artikel erweitert. Neu sind nicht nur besonders leichte Geschäftspapiere mit 70 g/m² sowie ungewöhnliche Formate, die Faldern und Aufklebern mehr Aufmerksamkeit verleihen. Die Druckprofis sorgen auch mit neuen Veredelungsmöglichkeiten dafür, dass Drucksachen durch spezielle UV-Lacke effektvoller und damit noch hochwertiger wirken.

➤ www.designer.xposeprint.de

Baumer hhs Xmelt entry level KOSTENGÜNSTIGER HEISSELEIMSMELZER

Mit Xmelt entry level rundet Baumer hhs seine Xmelt-Heißleim-smelzer nach unten ab. Die Funktionen des Einstiegsgärts reichen für viele Standardanwendungen. »Nicht jedes Produkt stellt höchste Anforderungen an Klebstoffauftrag und Heißleimsmelztechnik. Vor diesem Hintergrund haben wir das Gerät entwickelt, mit dem wir uns jetzt auch für Standardanwendungen empfehlen, bei denen Kunden nur einen Teil der Funktionen und



Mit Xmelt entry level rundet Baumer hhs seine Xmelt-Heißleim-smelzer-Familie nach unten ab.

Flexibilität unserer Standardgeräte nutzen«, sagt Thomas Walther, Technischer Leiter bei Baumer hhs in Krefeld.

Das Xmelt entry level-Gerät ist mit einem 4 kg-Tank ausgestattet, der für die meisten Anwendungen im Kartonverschluss ausreicht. An das Gerät lassen sich bis zu vier Heißleimschläuche und vier Klebstoffauftragsventile HM-500 anschließen, die wahlweise über eine Steuerung von Baumer hhs oder über eine SPS angesteuert werden. www.baumerhhs.com

hubergroup

Universelle UV-Farbe NewV maxX

Auf vielen im UV-Bogenoffset eingesetzten Druckmaschinen werden unterschiedliche Substrate (saugfähig bis nicht saugfähig) bedruckt. Um optimale Eigenschaften zu erreichen, wird deshalb häufig zwischen verschiedenen Druckfarbsystemen (UV-Papier- oder Folienfarbe) gewechselt werden. Hohe Lagerkosten, Verwechslungen der Farbsysteme, Probleme beim Waschen und Anlauf durch Wechsel verschiedener Bindemittelsysteme sind oft die Folge.

Die hubergroup hat sich dieser Problematik angenommen und eine neue universelle UV-Offsetfarbserie mit dem Namen NewV maxX entwickelt, die die Eigenschaften verschiedener UV-Druckfarbserien kombiniert. Mit einer neuen Bindemitteltechnologie ist es gelungen, die Farbe für den Einsatz auf Papieren, Kartonagen, aber auch für den Druck auf nicht absorbierenden Bedruckstoffen zu formulieren.

Gute Verdruckbarkeit, optimaler Transfer, einfaches Handling auf der Druckmaschine, leichte Waschbarkeit kombiniert mit guter Punktschärfe, ruhigem Ausdruck und hervorragenden Nass-in-nass-Druckeigenschaften zeichnen diese Farbe nach Aussagen des Herstellers aus. Durch die speziell entwickelten Pigmente erhielten die Farben eine hohe Transparenz und eigneten sich hervorragend für den Druck von Kosmetik-, Parfüm- und Spirituosen-

verpackungen auf metallisierten Papieren und Kartonagen. Die Haftungseigenschaften auf diversen Kunststoffmaterialien wie PE, PS, PVC und PP stünden denen einer klassischen UV-Folienfarbe in nichts nach. Nach Angaben von hubergroup lassen sich mit NewV maxX hergestellte Drucke laminieren und heißfolienprägen. Es könne sowohl mit wasserbasierenden Dispersionslacken wie Acrylay als auch mit UV-Lacken wie NewV lac inline oder offline lackiert werden.

Gegenüber UV-Folienfarben für nicht saugende Bedruckstoffe soll NewV maxX eine deutlich verbesserte Scheuerfestigkeit bieten. Der gute Farbtransfer, die optimale Benetzung und das ruhige Liegen auf nicht absorbierenden Substraten qualifizierten diese Farbserie auch für den Druck von Sleeves und Wicketketten für Glas- und PET-Flaschen im UV-Rollenoffset- und UV-Buchdruck. Aufgrund der ITX-, Benzophenone- und 4-Methylbenzophenone-freien Formulierung und den sehr niedrigen Geruchseigenschaften erfüllt NewV maxX nach Herstellerangaben alle Anforderungen moderner UV-Verpackungs- und UV-Etikettenfarben. Neben Skalenfarben umfasst das NewV maxX-Sortiment Pantone-Grundfarben, CRS-Mischfarben und ein spezielles vergilbungsarmes, hoch deckendes UV-Deckweiß.

www.hubergroup.com

go4copy.net

ERSTER XEROX-INKJET-PRINTER MIT MEMJET-TECHNOLOGIE

Die seit 10 Jahren bestehende Digitaldruck-Kooperation go4copy.net produziert als erster Print-Dienstleister in Europa auf dem neuen Xerox-Großformat-Farbdrucker Wide Format IJP 2000 mit Memjet-Technologie. Das von Plan.tec Mitte Oktober installierte erste Gerät steht am go4copy.net-Standort Osnabrück bei »Exakt« im Betrieb von Annette Hebbeler. Das neue Inkjet-System produziert 9 m lange Banner in einer Minute. Sieben



Annette und Andreas Hebbeler mit dem neuen Xerox-LFP-Memjet-Printer. Der Osnabrücker go4copy.net-Partner arbeitet als erster Dienstleister in Europa mit der Weltneuheit.

Plots je Minute in einer Auflösung von 1.600 mal 1.600 dpi druckt das Gerät in hoher Qualität. Mit der neuen Ausstattung verfügt die an 70 Standorten in der DACH-Region vertretene go4copy.net-Gruppe über einen Innovationsvorsprung am Digitaldruckmarkt.

www.xerox.de

www.go4copy.net

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



diedruckerei.de

BROSCHÜRENDRUCK AB EINEM EXEMPLAR

Hochwertige Broschüren gehören im Drucksachensortiment der Onlinedruckerei zu den Top-Produkten. Ein Novum ist das Angebot, Broschüren mit einem Seitenumfang von acht bis 60 Seiten auf gestrichenen Bilderdruckpapieren, beidseitig vierfarbig bedruckt, in jeder beliebigen Kleinauflage stückgenau in einem Durchgang produzieren zu lassen. Möglich wird dies durch den Einsatz des jüngst entwickelten Bourg Booklet Maker ExPress für



die Druckweiterverarbeitung. In Verbindung mit einer HP-Indigo-7500 Digitaldruckmaschine können Broschüren in Sekundenschnelle und in einem einzigen Arbeitslauf gedruckt und verarbeitet werden. »Eine Druckauflage von zehn Stück wird je nach Grammatik der Bilderdruckpapiere bei circa 37 Euro liegen«, freut sich Heiko Wiederer, Produktentwickler der Onlineprinters GmbH, über das günstige Angebot aus der Onlinedruckerei. »Der Preis für die Produktion einer Einzelbroschüre mit Rückendrahtheftung liegt unter zehn Euro. So kann ein Geschäftskunde schnell und günstig sein Testexemplar für eine geplante Großauflage im Broschürenrendruck bestellen«, erläutert Wiederer die Vorteile für Kunden.

➤ www.diedruckerei.de

Kromer Print AG

NEUE

SPEEDMASTER SX 52-4+L

Bei der Kromer Print AG in Lenzburg durchlaufen jährlich rund 2.300 Tonnen Papier die insgesamt 17 Bogenoffsetdruckwerke. Allein auf das A3-Format entfallen über 400 Tonnen. In die wichtige Formatklasse wurde im vergangenen Frühjahr investiert. Als Ersatz für eine ältere Speedmaster SM 52-4 ging eine Speedmaster SX 52-4+L mit Prinect Axis Control in Produktion. Nach kaum sieben Monaten permanenter Dreischichtproduktion hat



Sie fordern die Speedmaster SX 52-4+L im permanenten Dreischichtbetrieb: René Helmstetter, Andy Fuchs, Steffen Rütter und Christof Näf (von rechts).

der Zähler annähernd die Zwölfmillionenmarke erreicht. Zwischen Sonntag Abend um 22 Uhr und Samstag um 2 Uhr in der Früh ist die neue Vierfarbenmaschine im Nonstop-Betrieb mit der Produktion eines breiten Drucksachenspektrums gefordert. Neben Briefschaften, Prospekten und Zeitschriftenumschlägen leisten die Kuvertdruckaufträge einen gewichtigen Beitrag zur vollen Auslastung, über das Jahr gerechnet summieren sie sich zu einem Volumen von zehn bis zwölf Mio. Stück. Die Speedmaster SX 52 erbringe täglich den Beweis, dass hohe Belastbarkeit und Flexibilität einander nicht ausschließen und im A3-Format eine Druckproduktion auf industriellem Niveau möglich sei, sagt der Produktionsleiter Andy Fuchs. Wenn von der Auflagenhöhe her wirtschaftlich vertretbar, laufe die Speedmaster SX 52-4+L auch beim vierfarbigen Kuvertdruck auf der maximalen Geschwindigkeit von 15.000 Exemplaren pro Stunde.

➤ www.ch.heidelberg.com

Hightech für Australien

PICTON PRESS ERHÄLT ZEHNFARBEN-RAPIDA 106

Nach dem Verkauf einer Sechsfarben-Rapida 162 mit Lackausstattung an Centrum Printing investiert nun ein weiteres australisches Unternehmen in moderne Bogenoffsettechnik von KBA: Picton Press in Perth bestellte eine Zehnfarben-Rapida 106 mit Bogenwendung für die 5 über 5-Produktion. Zusammen mit einem neuen MIS-System handelt es sich hierbei für Geschäftsführer Dennis Hague um die beste Drucklösung in Australien.



Im kommenden Jahr wird eine voll automatisierte Zehnfarben-Rapida 106 für die 5 über 5-Produktion bei Picton Press in Perth/Australien installiert.

Hague: »Wir haben mit der voll ausgestatteten KBA Rapida 106 schon bald die aktuellste Technologie im Unternehmen – inklusive ziehmarkenfreier Anlage, simultanem Plattenwechsel und weiteren DriveTronic-Komponenten.« Im Januar soll die Maschine ihre Reise nach Australien antreten. Dave Lewis, Geschäftsführer von KBA Australasia, freut sich: »Das ist die am umfassendsten automatisierte Bogenoffsetmaschine in Australien. Sie druckt bis zu 18.000 Bogen/h im Wendebetrieb und verfügt über vollautomatische Jobwechselfunktionen. Beim simultanen Plattenwechsel werden die Druckplatten sofort mit den Plate-Ident-Kameras gescannt und das Register eingestellt, bevor auch nur ein Bogen durch die Maschine gelaufen ist. Daneben erhält sie über eine automatische Farbversorgung ständig frische Druckfarbe.«

➤ www.kba.com

Xerox erweitert iGen 150

GESTIEGENE ANFORDERUNGEN IM DIGITALDRUCKMARKT

Xerox erweitert sein Digitalfarbdrucksystem iGen 150 mit neuen Funktionen, um eine konstant hohe Bildqualität bei gleichzeitiger Steigerung der Produktivität zu erreichen. Die neue Version der iGen 150 bietet nach Angaben von Xerox eine große Auswahl an Linienrastern. So sehe jeder Ausdruck gleich aus – unabhängig von Druckvolumen oder Elementen wie Bildern, Texten, Farben und Grafiken. Das neue 210-Linienraster des Druck-

systems lasse Hauttöne weicher erscheinen, ohne Details zu beeinflussen. Das erweiterte System verfüge zudem über eine neue Technologie, die Xerox »Objektorientierte Rasterung« nennt. Diese berücksichtige unterschiedliche Anforderungen beim Druck von Texten und Bildern. Um bei Druckjobs, die beide Elemente in einem Druck-Erzeugnis vereinen, optimale Ergebnisse zu erzielen, kombiniere die iGen 150 hohe Bildqualität mit scharfem Schriftbild.

2.400 x 2.400 dpi Auflösung sorgen laut Xerox für eine höhere Detailgenauigkeit, einheitliche Farb- und Hauttöne sowie mehr Schärfe. Die Maschine druckt bis zu 9.000 Farbdruke in der Stunde oder 150 Druke in der Minute.

➤ www.xerox.de

Erfolgreicher Messeauftritt MBO UND KBA AUF DER PAMEX INDIEN

Wie schon auf der Pack Print International in Thailand im August stellten MBO und KBA gemeinsam auf der indischen Fachmesse Pamex aus. Beide Unternehmen gehörten zu den wenigen Ausstellern, die auf ihrem Messestand Maschinen zeigten. MBO präsentierte eine M80 als Kombifalz-Version mit Rundstapelanleger. Die MBO-Tochter Herzog+Heymann war mit zwei Kleinstfalzmaschinen vertreten, auf denen Outserts und pharmazeutische Bei-



Gemeinsamer Messestand von MBO und KBA auf der Pamex in Indien.

packzettel produziert wurden. KBA war mit einer Vierfarbenmaschine Rapida 75 vertreten. Auf der Rapida 75 mit Sonderformat 605 x 750 mm wurden hochqualitative Postkarten und Poster gedruckt, die zahlreiche Abnehmer fanden.

Die Messe verlief sowohl für MBO als auch für KBA erfolgreich. Gemeinsam mit dem Vertriebspartner KBA will sich der Falzmaschinenhersteller MBO im indischen Markt künftig stärker positionieren.

➤ www.mbo-folder.com

➤ www.kba.com

Favini Secure Suite Moderne Sicherheitspapiere für den Markenschutz

Der italienische Papierhersteller Favini hat im Laufe seiner langen Geschichte umfangreiche Erfahrungen bei Sicherheitspapieren gesammelt. Jetzt präsentierte Favini die Secure Suite, exklusive Papiere mit Fälschungsschutz-Eigenschaften. Die Secure Suite ist eine Lösung, um Fälschungen entgegenzutreten, teilt Favini mit. Sie bietet Sicherheitselemente, mit denen die Echtheit



heit des Produkts garantiert werden könne.

Zu den Neuheiten von Favini zählt Secure-Nanolock. Es handelt sich um eine Lösung, die ein Spezialhologramm mit eingebautem Code vorsieht. Der Code misst weniger als 500 µ pro Seite und besteht aus einem Holographiemuster, das eine versteckte Nachricht enthält, die über Smartphone oder PC gelesen werden kann. Zur Identifizierung und Dekodierung müssen die App und die speziell entwickelte Software heruntergeladen werden, wei-

terhin ist als Hilfsmittel eine Lupe erforderlich. Mit Secure-Nanolock kann in den Hologrammen ein Sicherheitsmerkmal zur Rückverfolgung integriert werden. Neben Secure-Nanolock bietet Favini sieben weitere Lösungen an. Secure-Watermark bietet personalisierte und maßgefertigte Wasserzeichen; bei Secure-Fibres werden Synthetikfasern im Papier eingeschlossen, die nur bei Sonnen- oder UV-Licht zu sehen sind; Secure-Reagents nutzt eine chemische Behandlung des Papiers, das mit einem Farbwechsel reagiert, wenn ein Fälschungsversuch vorgenommen wird; Secure-Dust sieht ins Dokument integrierte Mikroelemente vor, die nur mit einer Lupe mit Spezialbeleuchtung sichtbar sind; Secure-Check Marker bietet ein von Favini entwickeltes Prüfsystem, das mit einem Spezialstift die sofortige Echtheitskontrolle ermöglicht. Secure-Zap bietet die Möglichkeit, die Echtheit des Dokuments über eine Spezialbehandlung im Papier, die nur mit einem Laserstift sichtbar wird, zu prüfen. Und schließlich bietet Secure-Skin eine Mikroprägung, die Mikronachrichten, Logos oder personalisierte Motive enthält. Der Mikrotex ist mit bloßem Auge nicht zu erkennen, es ist eine mindestens 15-fache Vergrößerung erforderlich.

➤ www.favini.com

Planatol System GmbH NEUES FALZKLEBESYSTEM COMBIJET 9PV

Combijet 9PV ist ein Falzklebesystem der Planatol System GmbH mit modularer Fördereinheit für Dispersionsklebstoffe. Das System erfüllt die Anforderungen kleiner und mittlerer Rotationsdruckmaschinen. Mit der Touchscreen-Bedienoberfläche bietet das System gewohnten Bedienkomfort mit im Vergleich zum Vorgängersystem erweiterter Funktionalität. Ähnlich wie beim Combijet 9NET werden die Medien mit Pumpen gefördert.



Gebindewechsel während des laufenden Prozesses gewährleisten einfaches Handling ohne Stillstandzeiten. Mit dem Combijet 9PV können bis zu acht Auftrageköpfe versorgt werden, wobei die Menge für jeden Auftragekopf separat dosiert werden kann. Es wurde für Papierbahngeschwindigkeiten für bis zu 20 m/Sek. ausgelegt. Wie bei allen Systemen aus der Generation Combijet wird auch das 9PV mit Keramikdüsen, für den intermittierenden Klebstoffauftrag im Kontakt zur Papierbahn, ausgeliefert.

➤ www.planatol-system.de

KURZ & BÜNDIG

Die neue bizhub-Reihe von **Konica Minolta** erfüllt als erste laserbasierte MFP-Serie die verschärften Umweltstandards des Öko-Labels Blauer Engel. Damit setzt das Unternehmen eine Erfolgsgeschichte fort: Bereits 1992 erhielt Konica Minolta den Blauen Engel für seine Kopierer. Ausgezeichnet wurden jetzt die Systeme C224e, C284e, C364e, C454e und C554e. • **Printing Arts** aus Broadview/Illinois, ein auf den Verpackungs- und Werbedruck spezialisiertes Unternehmen, hat sich abermals für eine Maschine von **manroland** entschieden. Es handelt sich um eine 70 x 100 Achtfarben mit Inline Perfector und Inline Coater. • Die neue Version der Kalkulationsplattform natureBalance zur Kalkulation klimaneutraler Drucksachen hat nach Angaben von **natureOffice** ein überarbeitetes Benutzerinterface mit Features erhalten, die die Arbeit schneller und einfacher machen sollen. • Als erster Druckfarbenhersteller hat die **hubergroup** den Status »Akkreditiert für PantoneLive« erhalten. • **Ricoh** wurde mit einem Leadership Award 2013 der Managed Print Services Association (MPSA) als bester Direct Managed Print Services Provider ausgezeichnet. • Bereits zum zweiten Mal hat **Konica Minolta** den BLI PRO Award des unabhängigen Testlabors für die grafische Industrie Buyers Laboratory (BLI) gewonnen. Der bizhub Press 1250/1250P erhielt als einziges System seiner Klasse fünf Sterne für seine Produktivität.

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2014			
22. 01. - 23. 01. 2014	Packaging Innovations, Fachmesse für Verpackungsdesign	Hamburg	 www.easyfairs.com
25. 01. - 28. 01. 2014	Paperworld	Frankfurt	 www.paperworld.messefrankfurt.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
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
05. 11. - 07. 11. 2014	Viscom, internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Frankfurt	 www.viscom-messe.com



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

Mobile, Social, Print

CONTENT MARKETING UND KUNDENKOMMUNIKATION 2020

Augmented Reality-Features im mobilen Ikea Katalog oder in den digitalen BMW-Fahrzeughandbüchern: Für Corporate Publishing und Content Marketing bieten sich immer mehr Möglichkeiten. Zum einen eröffnen sich neue Chancen, um integrierte Kommunikationslösungen für eine individuelle und wirksame Kundenansprache zu entwickeln. Zum anderen gilt es, die unterschiedlichen Medien – ob Print- und App-Magazin, Newsletter und mobil optimierte Kundenportale, Bewegtbildformate und Social-Media-Aktionen – sinnvoll miteinander zu verzahnen. Doch wohin gehen die Trends? Worauf kommt es bei der Entwicklung und Umsetzung umfassender Content Marketing-Strategien an?

Diese und ähnliche Fragen stehen am 29. Januar 2014 in Düsseldorf auf der Fachkonferenz ›Mobile, Social, Print – Content Marketing und Kundenkommunikation 2020‹ im Fokus, die die Akademie des Deutschen Buchhandels/E-Publishing Academy in Kooperation mit der Messe Düsseldorf und der drupa veranstaltet. Damit setzen beide Partner ihre Kooperation fort. Referenten der Corporate Publishing-Branche und Kommunikationsexperten aus Industrieunternehmen bieten dazu in Vorträgen und interaktiven Roundtable-Sessions Einblicke und Praxisempfehlungen.

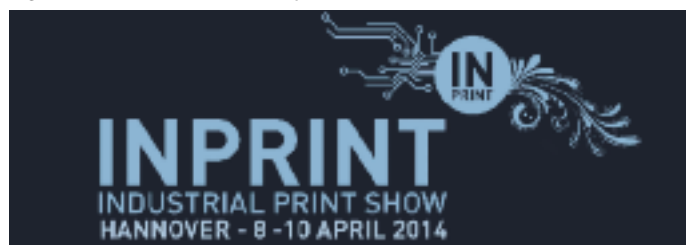
➤ www.drupa.de

InPrint 2014

Treffpunkt für Profis aus der industriellen Druckproduktion

Die InPrint 2014, Fachmesse für industrielle Drucktechnologie, öffnet vom 8. bis 10. April 2014 auf dem Messegelände in Hannover ihre Tore. Mehr als 100 Aussteller zeigen auf dieser Veranstaltung Druckmaschinen und Druckproduktionslösungen für den Einsatz in der industriellen Fertigung. Die Fachmesse ist ausschließlich auf Technologien für die industrielle Druckpro-

duktion spezialisiert, die als Teil eines Fertigungsprozesses einen funktionalen oder dekorativen Zweck erfüllt. Der Einsatz von industriellem Druck reicht vom Funktionsdruck für Automobilkomponenten, Haushaltsgeräte, gedruckte Elektronik, Verpackungen und Bekleidung bis hin zur dekorativen Oberflächenveredelung von Fußböden, Inneneinrichtung und mehr.



Die Schwerpunkte der InPrint liegen im Spezialdruck, Siebdruck, Digitaldruck, Inkjet-Druck und 3D-Druck. Gezeigt werden Techniken und Verfahren für das Bedrucken von Metall, Kunststoff, Textil, Glas, Keramik, Holz und anderen Oberflächen. Die ausstellenden Firmen präsentieren Maschinen und Drucksysteme für

den industriellen Druck, Verbrauchsmaterialien sowie integrierte und maßgefertigte Maschinenteile und Lösungskonzepte. Mit diesem Ausstellungsprofil richtet sich die InPrint 2014 an Druckdienstleister und Spezialisten aus der gesamten Drucklieferkette, die in diesen äußerst interessanten Wachstumsbereich investieren wollen.

Die InPrint 2014 findet parallel zur Hannover Messe 2014 in Halle 21 des Messegeländes in Hannover statt. Eintrittskarten sind ab Januar über die Messewebseite erhältlich. Diese ist auch für den Besuch der Hannover Messe gültig. Die Fachmesse wird durch ein Konferenzprogramm zum Thema ›Funktionaler und dekorativer Druck‹ ergänzt. Die von Stratasys veranstaltete ›3D Print Factory‹ stellt Besuchern anschaulich die zahlreichen Möglichkeiten der verschiedenen 3D-Druck-Techniken und deren geschäftliches Potenzial vor.

➤ www.inprintshow.com

Geprüfter Medienproduktionser SCHWERPUNKT VISUELLE KOMMUNIKATION

In der Medienproduktion hat visuelle Kommunikation immer noch eine Sonderstellung. Das führt dazu, dass Produzenten ebenso wie Kommunikationsentscheider teils die Wirkungsweisen und technischen Anwendungen nicht im Blick haben und teils die Möglichkeiten, die sich bieten, gar nicht kennen. Mit dem neuen Schwerpunkt Visuelle Kommunikation macht der Fachverband Medienproduktions e. V. deshalb erstmals die vielfältigen Potenziale in einer qualifizierten Fortbildung transparent. »Unser Ziel ist es vor allem, die Synergieeffekte im Sinne der Medienkonvergenz – auch im Rahmen von Multimediastrategien mit den klassischen Medien – besser zu nutzen. Denn bislang werden die Potenziale, Aufmerksamkeit abseits der klassischen Werbemedien wie Zeitschriften oder auch digitalen Medien zu gewinnen, noch viel zu selten effektiv ausgeschöpft.« Die Fortbildungsmaßnahme ›Geprüfter Medienproduktionser/f:mp‹ Visuelle Kommunikation vermittelt dazu die theoretischen, technischen und praktischen Kenntnisse. Die Referenten sind wie bei allen Fort- und Weiterbildungen des f:mp. Experten mit hoher fachlicher Kompetenz und einem ebenso großen Praxiswissen.

➤ www.f-mp.de

KURZ & BÜNDIG

Noch bis 5. Januar zeigt das Museum für Druckkunst Leipzig mit der Ausstellung ›Roswitha Quadflieg – Ein Bücherleben‹ eine Retrospektive mit buch künstlerischen Arbeiten der renommierten Hamburger Raamin-Presse, die von 1973 bis 2003 wirkte. • Von 22. bis 25. Mai 2014 veranstaltet der **Fachverband für multimediale Informationsverarbeitung** e. V. (FMI) seine Jahrestagung in Zinnowitz auf der Ostseeinsel Usedom. • 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. • 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. • Am 27. und 28. März 2014 findet das 21. **GC Führungssymposium** im Hotel Bachmair Weissach am Tegernsee statt. •

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

›Verdruckt 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

9.00 bis 16.30 Uhr: Seminar ›Tabletpublishing und App-Hype: Strategieseminar 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

9.00 bis 16.30 Uhr: Seminar ›Vom 4-Seiter zu komplexen Sonderformen‹.

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

Donnerstag, 30. Januar

9.00 bis 16.30 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

9.00 bis 16.30 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

9.00 bis 16.30 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

9.00 bis 16.30 Uhr: Seminar ›Erfolgsmodell individuelle Kundenansprache‹.

18.00 Uhr: ›Mein Freund, der Kunde‹. Referent: Jürgen Frey.

› www.druckforum.de

Kyocera-Umweltpreis**EXPERTENDISKUSSION UND IT-FORUM ZUR VERLEIHUNG**

Am 30. Januar 2014 wird in Stuttgart der vierte Kyocera-Umweltpreis vergeben. Die Veranstaltung findet im Rahmen des vom Fraunhofer IAO initiierten Zukunftsforums ›Leben und Arbeiten in einer nachhaltigen Welt‹ statt. Um die Preisverleihung herum organisiert Kyocera Document Solutions ein exklusives Symposium zum Thema ›Chancen und Herausforderungen bei der Vermarktung nachhaltiger Technologien‹, in deren Rahmen auch die Ergebnisse der gemeinsam mit dem Fraunhofer IAO durchgeführten Green Office Studie vorgestellt werden. Am Folgetag laden die beiden Partner überdies zum IT-Forum ›Produktionspotenziale durch IT‹.

›Unternehmen, die Nachhaltigkeit nicht ernsthaft in ihr Geschäftsmodell integrieren, haben am Markt keine Chance‹, sagt Prof. Klaus Töpfer. Als Juryvorsitzender des Kyocera-Umweltpreises zeichnet der ehemalige Bundesumweltminister Unternehmen mit einem Preisgeld von insgesamt 100.000 Euro aus, die genau dies beherzigen. Knapp 90 Unternehmen haben sich in den insgesamt vier Kategorien beworben. So wurden in diesem Jahr Projekte aus den Bereichen nachhaltige Arbeitsplatzkonzepte beziehungsweise Green IT sowie Mobilität und Verkehr, Biodiversität und Umweltschutz oder Klima und Energie gesucht. Zudem zeichnet Kyocera im Rahmen des Umweltpreises auch den grünen Fachhändler mit einem mit 10.000 Euro dotierten Sonderpreis aus. Unmittelbar vor der Preisverleihung lädt Kyocera zudem gemeinsam mit WiWo Green zu einer exklusiven Expertenrunde mit Prof. Klaus Töpfer sowie Prof. Wilhelm Bauer (Fraunhofer IAO) und namhaften Unternehmensvertretern.

› www.kyocera-umweltpreis.de

›Papyrus plus‹**DAS KOMMUNIKATIVE PAPIERERLEBNIS**

Interessante Location, kreative Leute, After-Work-Atmosphäre und Know-how rund um Papier und Design – mit dem neuen Veranstaltungskonzept ›Papyrus plus‹ überzeuhte Papyrus in Kooperation mit der Werbeagentur hedgehog aus Karlsruhe und der Büttenpapierfabrik Gmund bei der Pilotveranstaltung am 14. November rund 50 Teilnehmer aus Industrie und Handel. In den Räumlichkeiten der Werbeagentur erlebten die Besucher Fach-



wissen und Kommunikation vom Feinsten. Im Vordergrund standen hochkarätige Vorträge zu aktuellen und kreativen Designtemen. In ihrem Vortrag ›Papier und Emotionen – die Wirkung des richtigen Papiers als Designbestandteil‹ verdeutlichten Kerstin Hartmann und Ralf Österle von der hedgehog Werbeagentur GmbH wie wichtig die Papirerauswahl für die Werbebotschaft ist und wie unterschiedlich Papier in Kombination mit dem Druck wirken kann. Des Weiteren zeigte Stephanie Straßburger von der Gmund Büttenpapierfabrik mit ihrem Beitrag ›Papier macht den Unterschied‹, dass aktuelle Trends auch nicht vor der Papierherstellung halt machen und Frank Prath, Marketingleiter von Papyrus Deutschland, bot mit ›Papiertuum mobile – Papier im Wandel‹ einen Einblick in die Vielseitigkeit des ewig jungen Mediums Papier. Nach den Fachvorträgen erwartete die Gäste Musik sowie ein auserlesenes Buffet, bei dem sich die Möglichkeit bot, sich im lockeren Get-together auszutauschen und Ideen für die Praxis zu entwickeln.

› www.papyrus.com

»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 Medien-professionals.

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, AUSSTELLUNGEN & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2013	Veranstaltung	Ort
10. 12. - 11. 12.	vdmnw , Effizientes Produzieren mit Adobe Illustrator	Düsseldorf
10. 12. - 12. 12.	vdmnw , Digitale Bogenmontage mit Prinect Signa Station und Preps	Lünen
12. 12.	vdmb , InDesign Spezial: Perfekte Reinzeichnung und Druckvorbereitung in InDesign	Ismaning
12. 12.	vdmb , Photoshop Update: CS 6 und Creativcloud: Die Neuheiten im Überblick	Ismaning
16. 12. - 17. 12.	Polar , Bedienerkurs für Schnellschneider Polar X/XT/Xplus/XTplus	Hofheim
16. 12. - 20. 12.	vdmnw , ePubublishing und Co. (Grundkurs)	Hamburg
17. 12. - 18. 12.	vdmnw , Effizientes Produzieren mit Adobe InDesign	Düsseldorf
17. 12. - 18. 12.	vdmnw , Just Printing	Lünen

Termine 2014

06. 01. - 10. 01.	vdmnw , InDesign: Workflow und Ausgabe	Hamburg
07. 01. - 09. 01.	vdmnw , Einstieg in die Produktion mit Adobe InDesign	Lünen
13. 01. - 14. 01.	Polar , Bedienerkurs für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus	Hofheim
13. 01. - 15. 01.	vdmnw , Einstieg in die Produktion mit Adobe Illustrator	Hamburg
14. 01. - 16. 01.	Heidelberg PMA , Falzen mit der Stahlfolder KH Modul 1	Ludwigsburg
15. 01. - 16. 01.	vdmnw , iPad-Publishing mit InDesign	Lünen
15. 01. - 17. 01.	vdmnw , Einstieg in die Produktion mit Adobe Illustrator	Lünen
16. 01.	vdmb , Workshop Lean-Management für die Druck- und Medienindustrie	Ismaning
16. 01. - 17. 01.	vdmnw , Adobe Photoshop Effizient: Kreative Techniken	Hamburg
17. 01. - 18. 01.	tgm , Typografie intensiv 10 – Mikrotypografie und Seitenaufbau	Germering
20. 01. - 21. 01.	vdmnw , Adobe Photoshop Effizient: Kreative Techniken	Lünen
20. 01. - 21. 01.	vdmnw , Angewandtes Messen und Prüfen im Offsetdruck I	Lünen
20. 01. - 22. 01.	vdmnw , Gestaltungs- und Typografiegrundlagen – Mr. Universe contra Metamann	Lünen
20. 01. - 24. 01.	vdmnw , InDesign: Workflow und Ausgabe	Hamburg
20. 01. - 24. 01.	Heidelberg PMA , Stitchmaster ST 200 – Basis	Leipzig
22. 01. - 23. 01.	vdmnw , Angewandtes Messen und Prüfen im Offsetdruck II	Lünen
22. 01. - 24. 01.	vdmnw , Einstieg in die Produktion mit Adobe Photoshop	Düsseldorf
27. 01. - 28. 01.	vdmnw , Effizientes Produzieren mit Adobe InDesign	Hamburg
27. 01. - 28. 01.	Polar , Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim
27. 01. - 31. 01.	vdmnw , iPad Produktion für Mediengestalter	Düsseldorf
28. 01. - 29. 01.	vdmnw , Effizientes Produzieren mit Adobe InDesign	Lünen
29. 01.	vdmnw , Offsetdruck und Digitaldruck im direkten Vergleich	Lünen
29. 01.	vdmnw , 1x1 der Betriebsratswahl	Düsseldorf
29. 01.	vdmnw , 1x1 der Betriebsratswahl	Hamburg
29. 01. - 30. 01.	Polar , Bedienerkurs für Polar Compucut V 4.10.1 und V 5.0.2	Hofheim
29. 01. - 30. 01.	vdmnw , Effizientes Produzieren mit Adobe Illustrator	Hamburg
29. 01. - 30. 01.	Heidelberg PMA , Workshop Leimen in der Falzmaschine	Ludwigsburg

03. 02.	Impressed , druckforum 2014	Filderstadt
03. 02. - 04. 02.	vdmnw , Effizientes Produzieren mit Adobe Illustrator	Lünen
03. 02. - 04. 02.	vdmnw , Medienneutrales Publizieren mit Adobe InDesign CS6 und XML	Hamburg
03. 02. - 04. 02.	vdmnw , Basiswissen BWL für Fach- und Führungskräfte	Hamburg
03. 02. - 07. 02.	Heidelberg PMA , Falzen Basis Modul 1	Ludwigsburg
03. 02. - 07. 02.	Heidelberg PMA , EB 1300 PUR line, inkl. Eurotrim ET 1000	Leipzig
04. 02.	vdmb , Das Vertriebstraining für die Druck- und Medienindustrie	Ismaning
04. 02.	vdmnw , Ausschließen für Bogendruck	Lünen

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

» www.impressed.de
» www.tgm-online.de

» www.polar-mohr.com
» www.vdmb.de

» www.print-media-academy.de
» www.vdmnw.de

easyFairs

NEUE VERPACKUNG FÜR DIE VERPACKUNGSPLATTFORMEN

Um die gesamte Wertschöpfungskette der Verpackungsindustrie abzubilden, hat der Veranstalter easyFairs Deutschland GmbH das Konzept seiner Plattformen im Norden weiter ausgebaut und wichtige intralogistische Themen in seine Fachmessen ›Verpackung‹ und ›Packaging Innovations‹ integriert. Ab 2014 wird die ›Logistik‹ in der ›Verpackung‹ aufgehen. In diesem Zuge erhält auch die Ausstellungsfläche Industrieverpackung neue Impulse durch einen größeren Maschinenpark und auf die Belange des Fachpublikums abgestimmte Sonderthemen.

»Für uns ist das eine strategische Entscheidung. Zwar wird die ›Logistik‹ nicht mehr mit einem eigenen Außenauftritt präsent sein, wir decken aber durch die Fachmesse ›Verpackung‹ wichtige intralogistische Prozesse der Verpackungsindustrie, wie die Transportverpackung sowie die Lagerung und Sicherung, weiterhin ab«, erklärt Ulrike Strohschneider, Event Director ›Verpackung‹ und ›Packaging Innovations‹ bei der easyFairs Deutschland GmbH.

Mit der Verpackungsakademie des dvi und dem Blog Look & Like – all about packaging trends präsentiert easyFairs zudem zwei neue Partner, die ein interaktives Rahmenprogramm rund um kreatives Verpackungsdesign gestalten. Die ›Verpackung‹ und ›Packaging Innovations‹ finden vom 22. bis 23. Januar 2014 unter einem Dach auf dem Gelände der Hamburg Messe in Halle A3 statt. Interessierte Fachbesucher können sich schon jetzt kostenlos registrieren.

➤ www.easyFairs.com

vdmb

›KOOPERATIONSTAG DRUCKINDUSTRIE‹

»Kooperationen sind für uns unerlässlich. Das gilt sowohl für die Ergänzung der Verarbeitungstiefe als auch für die Optimierung der Produktionsauslastung«, bewertete Mathias Manghofer, Geschäftsführer der Gebrüder Geiselberger GmbH stellvertretend für viele Teilnehmer des ersten Kooperations-tags Druckindustrie die wachsende Bedeutung dieses Zukunftsschlüssels. Mehr als 70 Entscheider informierten sich in München über die



große Bandbreite an praktischen Kooperationsmöglichkeiten in der Druckbranche. Dr. Wolfgang Jeschke, Geschäftsführer der Unternehmensberatung GC Graphic Cosult, und Jens Meyer, Geschäftsführer der printXmedia Süd GmbH verwiesen in ihren Vorträgen auf die Notwendigkeit, einen Kooperationsprozess als professionellen, ganzheitlichen Managementprozess mit der notwendigen Offenheit und einer klaren Zielsetzung anzugehen. Besonders anschaulich wurde das Thema durch die Präsentation von fünf Praxisbeispielen. Wolfgang Huber, Color-Offset, Helmut Gahse, Gotteswinter und Aumaier, Thorsten Drews, Werner Achilles, Olav Kollin, Kollin Medien, und Christian Aumüller, Aumüller Druck, zeigten die gesamte Bandbreite an Kooperationsmöglichkeiten in der Druckbranche. Sie zeigten, wie Kooperationen für die Branche ein Schlüssel sind, um Kostenvorteile und eine bessere Auslastung zu generieren, aber auch um das eigene Angebotspektrum zu erweitern, um technisches Know-how aufzubauen und so neue Kunden zu gewinnen und die Erlössituation zu verbessern.

➤ www.vdmb.de

**Kammerbeste in Augsburg geehrt
IHK SCHWABEN ZEICHNET
MANROLAND AZUBIS AUS**

Wenn kluge junge Menschen, ein engagierter Arbeitgeber und eine gut organisierte Berufsschule zusammentreffen, dann können Bestleistungen herauskommen. Die Fähigkeiten von Auszubildenden ehrte die IHK Schwaben im Oktober 2013 unter dem Motto ›Ehre, wem Ehre gebührt‹. 3.848 Prüfungsteilnehmer legten im Prüfungsjahr 2013 im Wirtschaftsraum Augsburg und in Nordschwaben ihre IHK-Abschlussprüfung ab, auch freigesprochene



Bester Nachwuchs von manroland web systems: Bei der Feier der IHK für den Wirtschaftsraum Augsburg und Nordschwaben wurden (von links) Alexander Reiner und Sebastian Heckl ausgezeichnet Patrick Taylor, Personalleiter manroland web systems GmbH, gratulierte.

Auszubildende von manroland web systems. Darunter waren Alexander Reiner und Sebastian Heckl, die als Kammerbeste jetzt für ihre besonderen Leistungen von der IHK ausgezeichnet wurden. Patrick Taylor, Personalleiter bei den Augsburgern, betont: »Die Ausbildung hat bei manroland web systems ungebrochen einen enorm hohen Stellenwert und wir bieten ein hervorragendes Ausbildungsprogramm.« Letztlich sichert der Nachwuchs die Markt- und Wettbewerbsfähigkeit von manroland web systems in den internationalen Märkten. Deshalb freute sich Taylor über die guten Ergebnisse des Nachwuchses: »Der Erfolg ist zum einen eine individuelle Leistung des Auszubildenden, aber ebenso kann das Unternehmen manroland web systems stolz auf seine Ausbildungsarbeit und die jetzt freigesprochenen Mitarbeiter sein.«

➤ www.manroland-web.com

**Ideen konkret umsetzen
ZWEITES MODUL DES
INNOVATIONSMANAGER PRINT**

Die Verknüpfung von Theorie und Praxis stand im zweiten Modul des deutschlandweit einzigartigen Innovationsmanager Print im Mittelpunkt. »Oft mangelt es nicht an guten Ideen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, die Ideen konkret in erfolgreiche Produkte oder Anwendungen umzusetzen«, erläutert Björn Panne, Geschäftsführer des Cluster Druck und Printmedien. 15 Teilnehmer erlebten die Innovationsschritte bei der 2H GmbH,



Showroom der 2H GmbH & Co. KG.

einem Unternehmen der IGEPA group, in München-Garching live. In Fachvorträgen und Referaten zu Neuentwicklungen im Bereich Deinking, Recyclingpapier, neue Materialien (zum Beispiel statisch haftende Folien) und digitale Druckverfahren wurden die Werkzeuge des Innovationsmanagements vor allem im Hinblick auf die Umsetzung von Innovationen vorgestellt. Im Theorieteil des Moduls vermittelte Dr. Rene Niethammer, Professor für Innovationsmanagement an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Aalen Technik und Wirtschaft, das grundlegende Fundament für die Analyse und Planung von Innovationsprozessen.

Supporter des ›Innovationsmanager Print 2013‹ sind die Heidelberger Druckmaschinen AG, IGEPA group, KBA AG, manroland web systems GmbH und VEGRA GmbH. Unterstützt wird die Weiterbildungsreihe vom Zentrum für Druck und Medien in Ismaning.

➤ www.cluster-print.de



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

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

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

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

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

Geheimtipp: Medienarchitekt

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

4. Lehrgang PM04, Beginn 1. November 2014

An **Infoabenden** können Sie sich persönlich, eingehend und unverbindlich informieren. Es kann der Schritt zu einer steilen beruflichen Karriere sein.



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

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

DIENSTLEISTUNGEN

STRIP PLATE® Lackierplatten
für Offset - direkt und indirekt

- Ausparungen mit Plotter oder manual, 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 die Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsmaschinen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Hefen • Zerkleinern • Streifen ausschneiden
Wagen • Versetzen • Filzen • Block-
leimen • Bänderrollen • Normieren
Falten • Kleben • Diverses Messgerät

Graph. Maschinen- und Apparatebau

foellmer

JOSEF FOELLMER GmbH
Elfenbeinstraße 8
D-78564 Vöhringen/Schwabenregion
Telefon 0 77 30 - 30 12 - 0 • Fax 0 77 30 12 - 30

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
- Klebebinden
- Rillen
- Schneiden
- Perforieren
- Falzen
- Laminieren
- UV-Lackieren

Mehr Informationen:



www.fks-hamburg.de

binderhaus
MANUSCRIPTUM EST MANUSCRIPTUM

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

Binderhaus GmbH & Co. KG
Friedrichstraße 17 • 70794 Friedstadt
Tel. 0711-35455-45 • Fax 0711-35455-20
e-mail: info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

WEITERVERARBEITUNG

MKW Graphische Maschinen

RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie
unser
„know-how“

Mit unserem hochwertigen
Hochleistungs-Papierbohrer in verschiedenen
Ausführungen für die Maschinenfabrikate
sicherstellen Sie die Wertbeständigkeit Ihrer
Anlagen.

Graph. Maschinen- und Apparatebau

foellmer

JOSEF FOELLMER GmbH
Elfenbeinstraße 8
D-78564 Vöhringen/Schwabenregion
Telefon 0 77 30 - 30 12 - 0 • Fax 0 77 30 12 - 30

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 Investitionskompas 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

DRUCKMARKT
VERLAG ZÜRICH

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebfisch 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



DAS MAGAZIN ALS

4-Gang-Menü

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