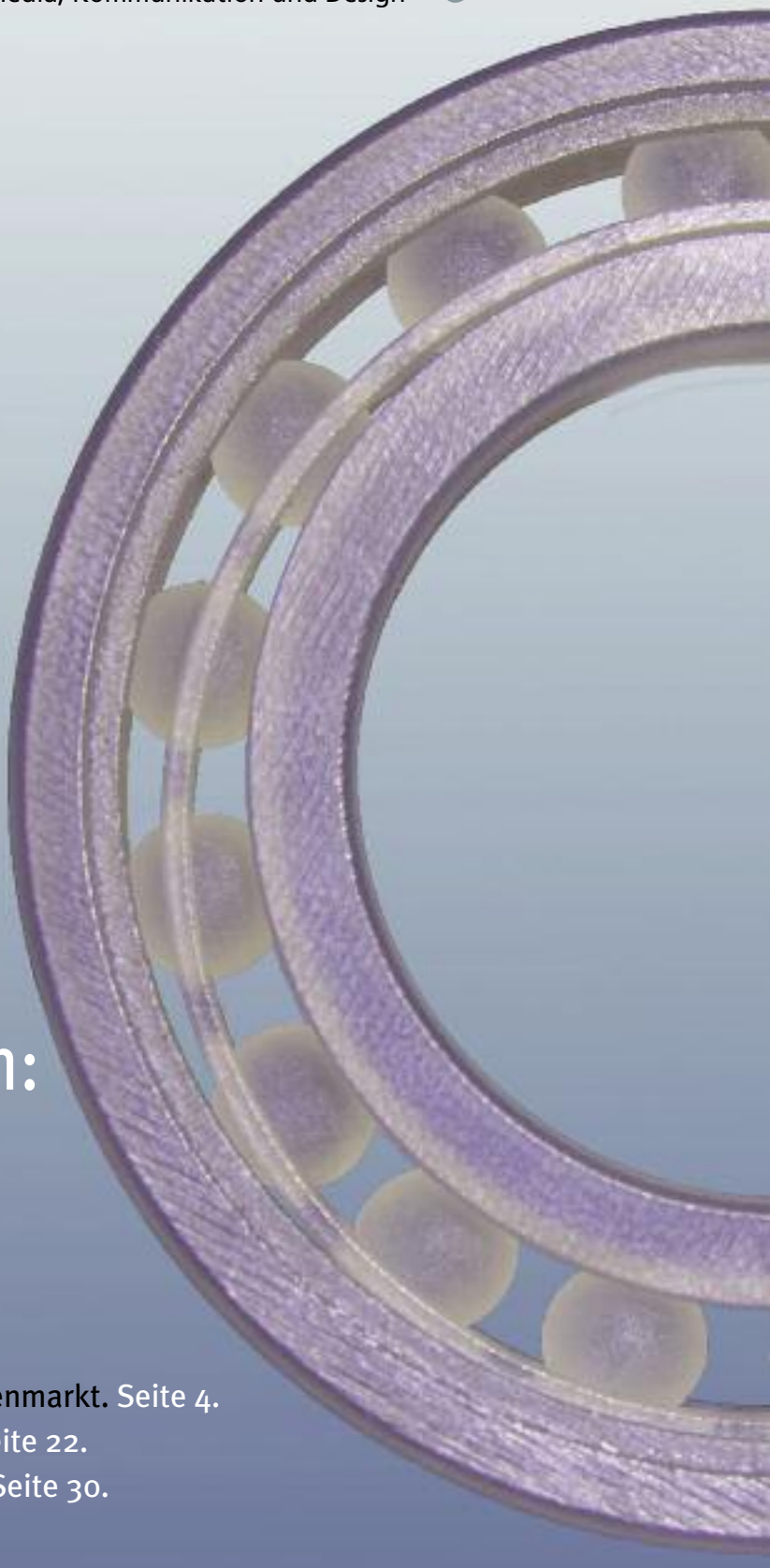
DRUCKMARKT
30. Januar 2014
impressions 76
PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design



Drucken jenseits von Rolle und Bogen: 3D-Druck.

Markt & Zahlen: Veränderter Druckmaschinenmarkt. Seite 4.
Print: Gedruckte Elektronik kommt voran. Seite 22.
Print & Finishing: In neue Märkte wachsen. Seite 30.
Termine & Events: Kalender 2014. Seite 40.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

Know-how aktuell!

DIE Schlaumacher

Natürlich dürfen Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier wühlen oder durch Suchmaschinen kämpfen, um entweder irgendwann den Überblick zu verlieren oder vielleicht doch noch auf die Informationen zu stoßen, die Sie suchen. Aber warum? Diese Arbeit haben wir doch schon längst für Sie erledigt!
Die ›Druckmarkt COLLECTION‹ ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen theoretische, praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und ständig aktualisiert. Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen oder künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als ›Investitionskompass‹ bündelt die ›Druckmarkt COLLECTION‹ ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

www.druckmarkt.com

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

DRUCKMARKT COLLECTION
www.druckmarkt.com

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

04 Nachrichten
04 KBA richtet sich auf den veränderten Druckmaschinenmarkt aus
05 Universitätsdruckerei H. Schmidt schloss
09 AVD Goldach investiert
10 Mythos Wachstumsbranche
11 Gogol-Studie über Gratiszeitungen
12 manroland will Anteil am schrumpfenden Markt steigern
13 Menschen & Karrieren

Print & Finishing

14 Drucken jenseits von Rolle und Bogen
20 Goldgräberstimmung beim 3D-Druck
22 Gedruckte Elektronik kommt weiter voran
24 Nachrichten
28 Anwender der KBA Cortina trafen sich
30 In neue Märkte wachsen
32 ›Ohne Druck drucken‹
34 Highspeed in Kempten
35 Sieben-Farben-Inliner für Brohl-Wellpappe
36 Schnell, brillant und ökologisch
38 Eine Nische erfolgreich besetzt

Termine, Bildung & Events

40 Terminkalender
41 Forum ›Future Print‹
42 Nachrichten
42 InPrint 2014
43 Seminare & Veranstaltungen

46 Business to Business
46 Impressum

Wann fängt die Zukunft an?

Enttäuschungen lassen sich nur vermeiden, wenn man keine all zu hohen Erwartungen hat. Das trifft auf vieles zu und könnte ebenso gut ein Motto für unsere Branche im Jahr 2014 werden. Denn das alte Jahr endete noch einmal mit wenig Erfreulichem und das neue Jahr startete mehr als verhalten. Das zeigt auch das Konjunkturprogramm des Bundesverband Druck und Medien, nach dem nur 7% der befragten Druckunternehmen mit einer Verbesserung der Geschäftslage rechnen, die sich saisonbedingt ohnehin nur im Dezember leicht verbesserte. Von Aufbruchstimmung ist also keine Rede. Auch dieses Jahr werden Druckereien wieder kooperieren, fusionieren, schrumpfen, aufgeben oder in die Insolvenz schlittern. Wer will da noch mit beiden Händen Geld ausgeben?

Dies bekamen zuletzt die Mitarbeiter von KBA zu spüren, als der Konzern im Dezember ankündigte, weiter schrumpfen zu müssen. Denn der Verkauf und damit auch der Bau von Druckmaschinen lahmt, weil nur noch wenig in neue Maschinen investiert wird (die Schweiz scheint geradezu eine Ausnahme zu sein). Zu wenig, um Strukturen aufrecht zu erhalten, wie man sie bisher kannte. Und damit wird auch deutlich, dass die Krise im Druckmaschinenbau viel tiefer sitzt als bisher befürchtet.

Auf der anderen Seite liest man jeden Tag von Neuem und Verheißungsvollem. Die Zukunft liegt im Multiscreen-Marketing, in der gedruckten Elektronik, im Native Advertising, im 3D-Druck, im Verpackungsdruck, im Mobile Payment und und und. Alles schön und gut, aber wann fängt diese Zukunft an? 2014, erst 2020 oder 2030? Und was macht man so lange? Sich auf die Zukunft vorbereiten und dabei das Geschäft vernachlässigen, mit dem man heute sein Geld verdient?

Sicher nicht. Aber man sollte sich durchaus mit neuen Technologien beschäftigen. Denn vieles entsteht auch bei den Drucktechniken neu. Deshalb beleuchten wir in dieser ersten Ausgabe von ›Druckmarkt impressions‹ im Jahr 2014 vergleichsweise junge Techniken, die auf den ersten Blick zumindest nicht sehr viel mit dem traditionellen Drucken zu tun haben: zum Beispiel gedruckte Elektronik oder der 3D-Druck. Bei genauerem Hinsehen wird man schnell feststellen, ob das Techniken sind, die man selbst einsetzen will oder kann, oder man sich erst gar nicht damit beschäftigen will.

Doch viele dieser Techniken und deren Anwendungen sind noch gar nicht zu Ende gedacht und warten nur darauf, mit neuen Ideen belebt zu werden. Wenn man sich also mit den zurzeit noch fremden Techniken auseinandersetzt – auch wenn es nur gedanklich ist – hat die Zukunft eigentlich schon begonnen.

Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

RÜCKZIEHER Das US-Magazin ›Newsweek‹ wird wieder als Printtitel erscheinen. Ab 2014 soll das Blatt mit zunächst 64 Seiten Umfang wieder an den Kiosken und im Briefkasten der Abonnenten liegen. 2012 hatte die Chefredakteurin Tina Brown die Printausgabe eingestellt und alles auf die digitale Karte gesetzt. Der jetzige ›Newsweek‹-Chef Jim Impoco verfolgt einen genau gegenteiligen Kurs: Mit voll zahlenden und treuen Abonnenten will er an die Glanzzeiten des Magazins anknüpfen. ›Newsweek‹ soll als Premium-Produkt positioniert werden. Entsprechend wird der Verkaufspreis höher sein als vor der Einstellung als Printtitel. Dabei soll die Auflage 2014 wieder auf 100.000 Exemplare ausgebaut werden.

RÜCKLÄUFIG In der Burgo-Fabrik im italienischen Avezzano lief zum Jahreswechsel die Produktion holzfrei gestrichener Papiere aus. Mit der Stilllegung einer Papiermaschine nimmt Burgo eine Kapazität von jährlich 180.000 Tonnen aus dem Markt. Grund sei die rückläufige Nachfrage, die zu Überkapazitäten im Markt geführt habe. Das Unternehmen befinde sich derzeit in einem Prozess der Neubewertung aller Produktionsstandorte mit dem Ziel, die Produkt- und Logistikkosten zu senken.

GROSSZÜGIG Cewe unterstützt aus aktuellem Anlass Projekte der SOS-Kinderdörfer auf den Philippinen sowie drei weitere Einrichtungen in Deutschland. Cewe Vorstandsvorsitzender Dr. Rolf Hollander überreichte vor Kurzem im SOS-Kinderdorf Worpswede einen Scheck im Gesamtwert von 100.000 Euro an die gemeinnützige Organisation. Das Unternehmen plant eine langfristige Partnerschaft. › www.cewe.de

VERHALTEN Dank des Weihnachtsgeschäfts sehen rund die Hälfte der Druckunternehmer die aktuelle Geschäftslage als befriedigend, während 11% die aktuelle Situation als schlecht beurteilen. Wie der November ist auch der Dezember ein besonders umsatzstarker Monat in der Druckindustrie. Die Aussichten für das kommende Quartal bleiben dagegen verhalten. Die Geschäftserwartungen lagen im Dezember 2013 weiterhin deutlich im negativen Bereich. Der Anteil der Druckunternehmer, die mit einer Verbesserung der Geschäftslage rechnen, liegt bei 12% (verglichen mit 8% im November). Dem stehen wie im Vormonat 35% gegenüber, die eine Verschlechterung erwarten. › www.bvdm-online.de

EFFIZIENTER Der familiengeführte Schweizer Spezialpapierhersteller Ziegler Papier AG arbeitet seit Januar mit der neu gegründeten Tochtergesellschaft Ziegler Papier Netherlands B.V. mit Sitz und Büros in Amsterdam, von wo aus die Märkte England, Benelux und Deutschland bearbeitet werden sollen. Ziel ist eine effizientere Bedienung und Beratung der Kunden durch Arthur Snel, zuständig für UK und Benelux, sowie Bernd Pusnik, Verkaufsleiter Deutschland. › www.zieglerpapier.com

REDUZIERT Der finnische Papierhersteller UPM wird sein Werk Docelles in Frankreich schließen. Die Produktion wird, nachdem sich kein Käufer fand, Ende des Monats eingestellt. Bereits vor einem Jahr hatte UPM angekündigt, Docelles verkaufen oder stilllegen zu wollen. Dieser Plan gehörte zu einem größeren Maßnahmenpaket, mit dem der Konzern seine Kapazität bei grafischen Papieren an die sinkende Papiernachfrage in Europa anzupassen wollte. Mit der Schließung von Docelles reduziert sich die Kapazität für UPM-Feinpapiere um 160.000 Tonnen.

Neuausrichtung kostet etwa 1.300 Arbeitsplätze

KBA richtet sich auf den veränderten Druckmaschinenmarkt aus

Der Strukturwandel der Medien, die Konzentration bei Druckereien und Verlagen sowie generell die Neuorientierung der Branche sind aus Sicht des Maschinenbaus Schuld an der anhaltenden Investitionszurückhaltung der Druckindustrie, die bei den Druckmaschinenbauern zu deutlichen Überkapazitäten führten. So hat sich der Weltmarkt für Bogenmaschinen nach Angaben von KBA in den letzten Jahren halbiert und der für Rollendruckmaschinen ist um rund 70% eingebrochen. Eine Erholung des stark geschrumpften Rollengeschäfts sei nicht zu erwarten und auch bei Bogenoffsetmaschinen rechnet KBA mit einer Stagnation auf dem aktuell niedrigen Niveau. Wachstum sei nur im Digital- und Verpackungsdruck sowie in einzelnen Spezialmärkten zu erkennen.

Vor diesem Hintergrund hat KBA in den letzten Monaten ein Programm unter dem Titel ›fit@all‹ entwickelt, das der KBA-Vorstand am 16. Dezember 2013 vorgelegt hat. Im Mittelpunkt stehen die Sanierung des Kerngeschäfts, die Konzentration der Wertschöpfungstiefe und Veränderungen der Konzern-Strukturen. »Wir wollen uns durch einen radikalen Wandel zu einem dezentral organisierten Konzern entwickeln, der neben seinem Kerngeschäft vor allem profitable Spezialmärkte besetzt«, sagt **Claus Bolza-Schünemann,** Vorsitzender des Vorstands von KBA. Dazu sollen Einheiten mit klarer Ergebnisverantwortung für Bogen-, Rollen-, Spezialmaschinen und Fertigung geschaffen werden.

Die Einheit für das Spezialmaschinengeschäft umfasst Blechdruck, das Wertpapiermaschinengeschäft sowie die Aktivitäten der kürzlich übernommenen Kammann Maschinenbau GmbH und Flexotecnica S.p.A. (siehe ›Druckmarkt impressions 75‹). Bei den Bogenoffsetmaschinen sollen Struktur- und Prozessoptimierung, Kapazitäts- und Personalanpassungen sowie die Lösung defizitärer Produktbereiche und Vertriebseinheiten für bessere Ergebnisse sorgen. Der Rollenmaschinenbau soll in ein beschäftigungsflexibles Modell überführt werden, bei dem ebenfalls Entlassungen notwendig werden.

Ein überarbeitetes Standortkonzepts sieht die Verlagerung von Fertigungsaufgaben samt Personalanpassungen an den europäischen Standorten Würzburg, Radebeul, Frankenthal, Mödling (Österreich) und Dobruška (Tschechien) vor. Dabei sei die Aufgabe oder der Verkauf von Standorten nicht ausgeschlossen, teilte KBA mit. Auch die Verwaltungskosten in der Konzernzentrale in Würzburg sollen reduziert werden. Damit sind, das wurde nach einer Betriebsversammlung am 18. Dezember 2013 in Würzburg bekannt, etwa 1.300 der 6.218 Arbeitsplätze betroffen.

Durch diese Maßnahmen entstehe ein Wertberichtigungsbedarf, der sich im Jahresabschluss 2013 mit einem mittleren zweistelligen Millionenbetrag auswirken wird. Weitere Belastungen seien aufgrund der Anpassungen der Wertschöpfungs- und Kostenstrukturen zu erwarten. »Wir haben weitreichende Entscheidungen für KBA getroffen. Sie sind auch mit schmerzlichen Einschnitten für die Mitarbeiter verbunden. Diese Entscheidungen sind uns nicht leicht gefallen, sind aber zwingend erforderlich«, unterstrich Bolza-Schünemann. »Wir sollten 2015 die ersten Früchte dieser Veränderungen sehen und spätestens 2016 wieder profitabel sein.«

› www.kba.com

Schutzschirm gescheitert

EAE-GRUPPE IN DER REGEL-INSOLVENZ

Das Bemühen, für den Ahrensburger Steuerungs- und Automatisierungsspezialisten EAE im Zuge des Anfang September eingeleiteten Schutzschirmverfahrens eine Fortführungs-Lösung zu finden, ist gescheitert. Seit 1. Dezember 2013 sind die EAE Ewert Holding GmbH, EAE Ewert Ahrensburg Electronic GmbH und EAE Ewert Automation Electronic GmbH in Coswig bei Dresden in der Regelinsolvenz. Mindestens 60 weitere Mitarbeiter werden ihre Arbeitsplätze verlieren, nachdem kein Investor zu finden war. Der Umsatz der EAE-Gruppe, der im Geschäftsjahr 2012/13 noch bei 40 Mio. € lag, wird in der aktuellen Periode voraussichtlich nur noch halb so hoch sein. Das geringere Geschäftsvolumen könne mit den verbleibenden 85 Mitarbeitern in allen Bereichen weitergeführt werden, glaubt Geschäftsführer Werner Ringel.

EAE bietet Steuerungen, Automatisierungs- und Softwarelösungen für Zeitungsdruckereien an und ist vom drastischen Rückgang der Neuinstallationen massiv betroffen. EAE-Technik ist nach Angaben des Herstellers in rund 550 Druckereien weltweit installiert.

Ganze Kraft für den Verlag Hermann Schmidt

Universitätsdruckerei H. Schmidt schloss zum Jahresende

Die Mainzer Universitätsdruckerei H. Schmidt hat zum Jahresende ihren Produktionsbetrieb eingestellt. Den zuletzt noch 28 Mitarbeitern war bereits im Sommer 2013 gekündigt worden, wie es in einer Mitteilung des Unternehmens heißt. »Eine Insolvenz liegt nicht

vor«, betont Geschäftsführer **Bertram Schmidt-Friderichs.** Alle Rechnungen würden vollumfänglich gezahlt und das Unternehmen anschließend liquidiert. »Die gegenwärtige Situation der Druckbranche ist alles andere als leicht. Die Herausforderungen sowohl der Druck- als auch der Verlagsbranche erfordern mehr als volles Engagement. Vor diesem Hintergrund haben wir uns entschieden, unsere ganze Kraft dem Verlag Hermann Schmidt Mainz zu widmen und alles daran zu setzen, weiterhin schöne Bücher zu Typografie und Grafikdesign für Kreative in Deutschland und der Welt verlegen zu können«, teilte das Verlegerpaar Karin und Bertram Schmidt-Friderichs mit.

Der Verlag Hermann Schmidt Mainz ist als eigenständiges Unternehmen – vom Lieferantenverhältnis mit der Universitätsdruckerei abgesehen – von der Schließung der Druckerei nicht betroffen. Der auf Typografie und Grafikdesign spezialisierte Verlag Hermann Schmidt Mainz bringt

jährlich etwa 20 Titel heraus, die bisher zu 75% in der Universitätsdruckerei H. Schmidt produziert wurden. Ein anderes Standbein der Mainzer Druckerei war die Finanzkommunikation, die in Folge der Insolvenz von Lehman Brothers einbrach. Trotz verschlanktem Team habe man hier über längere Zeit bereits »Geld zugelegt«, Restrukturierungsmaßnahmen und die Investition in neue Technik brachten laut Bertram Schmidt-Friderichs nicht den erhofften Erfolg und eine Trendwende sei auch nicht absehbar.

Die Mitarbeiter der Universitätsdruckerei seien alle in erfolgversprechenden Jobverhandlungen, alle hätten in beachtlicher »und von uns mit großer Dankbarkeit quittierter Solidarität mitgearbeitet«, versichert Bertram Schmidt-Friderichs.

Mit der Schließung der Druckerei am 31. Dezember 2013 beginnt für den Verlag Hermann Schmidt eine neue Zeit. Der Verlag will gerade in digitalen Zeiten weiter auf das gedruckte Buch setzen (was digitalen Zusatznutzen nicht ausschließe), für jedes Projekt die optimalen Kooperationspartner für die Herstellung finden und dabei weiter auf den Produktionsstandort Deutschland setzen. ›Printed in Germany with love‹ soll die Devise bleiben.

› www.typografie.de

RAPID TRANS UT
Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung
Neues, dynamisches Design | Höhere Produktivität | Automatische Formatumstellung | Duplex
MKW Graphische Maschinen
www.mkwgmbh.de
MKW Graphische Maschinen GmbH · D-56766 Ulmen · Am Weiher · Telefon +49 (0)2676 93050

Heidelberg

CSAT AN MARKEM-IMAJE VERKAUFT

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat zum 1. Januar 2014 ihre Tochter CSAT GmbH an die Markem-Imaje GmbH, ein Unternehmen der Dover-Gruppe, verkauft, meldet die Gallus-Gruppe aus St.Gallen.
Bei Markem-Imaje handelt es sich um einen Anbieter von Lösungen zur Produktkennzeichnung und -rückverfolgung. Die CSAT GmbH ist in Eggenstein bei Karlsruhe ansässig und wurde erst 2011 von Heidelberg gekauft, um das Digitaldruckangebot im Wachstumsmarkt Verpackungsdruck zu erweitern.
Wie es weiter heißt, soll Gallus die von CSAT hergestellte Inkjet-Rollendruckmaschine Linoprint L nach dem Eigentümerwechsel weiterhin in den definierten regionalen Märkten anbieten und zusammen mit CSAT und Markem-Imaje an der Weiterentwicklung des Produktes arbeiten.
Die Linoprint L arbeitet mit dem Drop-on-Demand-Inkjet-Verfahren und bietet eine Auflösung von 600 dpi sowie eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 48 m/Min. im Vierfarb-Modus. Das System ergänzt das bisherige Flexo-, Offset- und Siebdruck-Lösungsangebot von Gallus um eine Digitaldrucklösung für kleine beziehungsweise variable Auflagen im Etikettenbereich.

Hohner kauft zu

BROSCHÜRENFERTIGUNG VON NAGEL ÜBERNOMMEN

Am 15. Januar 2014 hat die Hohner Maschinenbau GmbH den Bereich Broschürenfertigung der insolventen Ernst Nagel GmbH Stuttgart gekauft. Im September letzten Jahres hatte die Constantin Hang Maschinen-Produktion GmbH in Göppingen die Bereiche Bohren, Heften, Rütteln, Transportieren und Stapeln des Stuttgarter Herstellers übernommen. Nagel war seit 1920 im Bau von Maschinen für die Druckweiterverarbeitung tätig und hatte sich mit seinem Sortiment an ›Foldnak‹-Falzmaschinen einen Namen gemacht.
Für Hohner ist diese Akquisition nach eigenen Angaben ein wichtiger strategischer Schritt. Das erworbene Produktsortiment wird die bestehenden Hohner Sammelhefter ergänzen und Zugang zu einer neuen Zielgruppe schaffen. In erster Linie geht es um Betriebe, die im Digitaldruck samt Verarbeitung tätig sind, aber auch um einen Kundenkreis, dessen Tagesgeschäft von kleinen Auflagen und hoher Flexibilität bestimmt wird.
Hohner wird jedoch nicht das komplette Programm der Nagel-Broschürenfertigung fortsetzen, sondern leicht reduzieren und anpassen. Die Fertigung und Montage soll in den kommenden Wochen bereits am Standort Tuttlingen, dem Hauptsitz von Hohner mit 110 Mitarbeitern, integriert werden. Eine erste Präsentation der Hohner Foldnak-Maschinen soll auf der Ipex 2014 in London stattfinden.
› www.hohner-postpress.com

Übernahme der Hans Kappl KG

BIRKAN WÄCHST IM JUBILÄUMSJAHR 2014

Die Birkan Drucktuchtechnik GmbH hat zum 1. Januar 2014 das Nürnberger Unternehmen Hans Kappl KG übernommen, einen etablierten Dienstleister in Druckvorstufe und Klischeeherstellung. Wie Birkan wurde es bisher als Familienunternehmen geführt, zuletzt von Johannes Singer, der sich im Zuge einer Nachfolgelösung zu diesem Schritt entschlossen hat.
Birkan plante bereits seit Längerem den Ausbau von Dienstleistungen im Vorstufenbereich und setzt seine Weiterentwicklung mit der hundertprozentigen Übernahme fort. Dieser Schritt erfolgt in einem historischen Jahr – genau 90 Jahre nach Gründung des Vorgängerunternehmens Birkner & Kandlbinder OHG (1924). Seit 2012 bietet das südbayerische Unternehmen, dessen Hauptgeschäftsfeld in der Konfektionierung und dem Vertrieb von Offset-Drucktüchern liegt, auch lasergravierte Flexo-Druckformen an. Das Potenzial dieses neuen Segments lässt sich für Birkan nun in bedeutendem Maße weiterentwickeln. »Ab sofort können wir unseren Kunden alle Arten von Druckklischees und Vorstufenleistungen anbieten«, sagt Birkan-Geschäftsführer Mathias Klein. »Nun werden alle Bereiche der Druckformenherstellung, von Polymer bis Elastomer, abgedeckt.«
Für die Kunden der Hans Kappl KG soll sich nichts ändern: Ansprechpartner und der Sitz des Unternehmens in Nürnberg bleiben unverändert erhalten.
› www.birkan.de

Neue Webshops angekündigt

UNITEDPRINT ÜBERNIMMT INFOWERK

Wie das in Radebeul bei Dresden ansässige Unternehmen Print24 mitteilte, erweitert der Mutterkonzern Unitedprint mit der Übernahme des Nürnberger Dienstleisters Infowerk samt der Tochtergesellschaften United Shop Services, Softimpress und Digitaldruck Klutzeweit sein Angebot um Fotoprodukte, LFP-Services, Werbesysteme und Webservices.
Infowerk hatte Ende Oktober vergangenen Jahres Insolvenz angemeldet. Das Unternehmen beschäftigt rund 110 Mitarbeiter. »Wir freuen uns auf die Möglichkeiten, die uns die Zukunft mit Unitedprint bietet. Mit unserer Erfahrung und dem Wissen im Bereich Foto-, Digital- und Large Format Printing werden wir einen wertvollen Beitrag für das weitere Wachstum von Unitedprint leisten«, sagte der bisherige und weitere Geschäftsführer von infowerk, Winfried Gaber.
Neu wird zukünftig ein Webshop-Partnerprogramm für Fotoprodukte verfügbar sein, das als sogenannte White-Label-Lösung Handelspartnern einen kostenlosen Zugang zum europaweiten Fotomarkt ermöglichen soll. Zudem will Unitedprint Mitte Januar mit Easyprint, einem Web-to-Print-Portal für kleine Unternehmen oder Privatpersonen, mit einer neuen Textillinie für T-Shirts, Poloshirts, Schürzen und Taschen an den Markt gehen.

KURZ & BÜNDIG

ContiTech erweitert seine Präsenz im asiatischen Markt für den Verpackungsdruck. In Singapur und Shanghai hat das Unternehmen jetzt Servicecenter um die Flexodruckprodukte der Marke Conti Laserline erweitert. • Die **Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH** und die **Morgenstern AG** haben eine Kooperation geschlossen, um das Geschäft mit Managed Document Services weiter auszubauen. • Die Unternehmensberatung Munich Strategy Group analysiert jährlich den deutschen Mittelstand, um die wachstums- und ertragsstärksten Unternehmen herauszufiltern. Die **Dr. Hönle AG** belegte 2013 schon zum dritten Mal in Folge einen Platz unter den Top 100. • **Konica Minolta** ist durch das japanische Umweltministerium für sein Zertifizierungssystem ›Green Factory‹ ausgezeichnet worden. Damit wurden die Aktivitäten des Konzerns zur Vermeidung der globalen Erwärmung gewürdigt. • Die **Mediengruppe Pressedruck** (›Augsburger Allgemeine‹) übernimmt weitere 49% der Anteile am Konstanzer **›Südkurier‹** von der Holtzbrinck Publishing Group und ist damit alleiniger Gesellschafter des Titels. Ende 2011 hatte die Mediengruppe bereits 51% der Anteile am Konstanzer Medienhaus übernommen.

Vom Erfinder der Druckmaschine. Neue Ideen für Printprofis.

Von der ersten Zylinderdruckmaschine des Friedrich Koenig im Jahre 1811 bis zur Hightech-Bogenoffsetmaschine Rapida 106 und zur Digitaldruckanlage KBA RotaJET von heute war es ein langer Weg. Alle Maschinen waren oder sind jeweils neuester Stand der Druck- und Verfahrenstechnik, mit innovativen und wirtschaftlichen Lösungen für Ihre Anforderungen. Dafür nutzen wir die Ideen und das Know-how des ältesten Druckmaschinenbauers der Welt.

Koenig & Bauer Aktiengesellschaft (KBA)
Tel. +49 (0)931 909-0, kba-wuerzburg@kba.com, www.kba.com
KBA Deutschland GmbH
Tel. +49 (0)351 833-1100, kba-d-gmbh@kba.com

KBA People & Print

KBA.I.714.d

BETEILIGUNG Konica Minolta, japanischer Hersteller von Office- und Produktionsdrucksystemen, beteiligt sich mit einem 10%-Anteil am französischen Digitaldruckmaschinen-Hersteller MGI. Wie die Unternehmen berichten, soll Konica Minolta im Rahmen der strategischen Allianz 13,7 Mio. Euro des Unternehmenswertes von MGI durch eine Kapitalerhöhung übernehmen. Mit der auf lange Sicht angelegten Investition und strategischen Allianz wollen beide Hersteller, die schon seit mehr als zehn Jahren zusammenarbeiten, »ihre Wachstumschancen verbessern und noch schlagkräftiger im professionellen Digitaldruckmarkt agieren«, heißt es in einer Presseerklärung. Weiter sei vereinbart, dass MGI unabhängig bleiben soll und weiter autonom tätig ist.
Nach Aussage von MGI-Chef Edmond Abergel bezieht sich die Allianz auf gemeinsame Entwicklungen für den Produktionsdruck und technische Entwicklungen für die gedruckte Elektronik und den 3D-Druck.

ÜBERNAHME Efl hat das Softwarehaus SmartLinc in den USA übernommen. SmartLinc stellt Software zur Optimierung des Transportprozesses her, bei dem die Benutzer den für ihre Sendungen am besten geeigneten Spediteur auswählen können. Die Software lässt sich in andere Softwaresysteme integrieren. So können MIS- und ERP-Systeme Druckaufträge automatisch an die SmartLinc-Software weiterleiten, die Informationen zum Spediteur bereithält, den Versandstatus verfolgt und diese Informationen an das MIS/ERP-System zurückleitet. Efl will die Software weiterentwickeln und zum Hauptprodukt für die Transporttechnologie innerhalb seiner Workflows werden lassen. › www.efi.com

INTEGRATION Mit der Standortverlagerung von Biberach/Riss nach Ulm hat die Höhn-Gruppe, Hersteller von Displays, Verpackungen und Drucksachen, im Herbst 2013 gravierende Veränderungen eingeleitet. Konsequenz aus der Integration ist nun die Verschmelzung der vier operativen Gesellschaften zur Höhn GmbH.

RÜCKGANG Das Schweizer Werbejahr 2013 war gegenüber 2012 nur leicht schwächer. Von Januar bis Dezember 2013 wurden 4,81 Mrd. Franken für Werbung ausgegeben. Dies entspricht einem Minus von 0,6% (-28,3 Mio. CHF) gegenüber dem Vorjahr. Der Rückgang konnte auch durch das Plus von 0,7% (+3,0 Mio. CHF) im Dezember nicht vermieden werden, Teilt das Marktforschungsunternehmen Media Focus mit. Die Branchen mit den höchsten Werbeinvestitionen waren abermals Nahrungsmittel mit 497,9 Mio. CHF, Fahrzeuge (454,7 Mio. CHF) sowie Kosmetik und Körperpflege (351,3 Mio. CHF).
Die Anzahl der werblich aktiven Unternehmen in der Statistik blieb mit etwa 20.000 unverändert. Allein die elf größten Werbeauftraggeber des Jahres 2013 repräsentieren 20% des gesamten Werbemarktes. Die aktivsten 462 Werbetreibenden stehen für 80% des Werbeanteils.

bvdm Klimarechner 2014

NEUER PARTNER, MEHR LEISTUNG, WENIGER KOSTEN

Seit dem 1. Januar 2014 arbeitet der bvdm bei seiner Klimainitiative mit einem neuen Partner, der Arktik GmbH, zusammen. Dadurch entfallen nach Aussage des Verbandes Bearbeitungskosten, die der frühere Partner erhoben hat, der Abrechnungsmodus werde einfacher und die Auswahl an Kompensationsprojekten werde größer. »Zusammen mit den printXmedia-Beratungsgesellschaften haben wir den bvdm-Klimarechner zum Ausgleich von CO_2-Emissionen auf neue Füße gestellt«, sagt Julia Rohmann, Referentin für Umweltschutz beim bvdm.
Die Klimainitiative des bvdm bietet Druckereien ein Konzept, das sich nach Aussagen des Verbandes vom sogenannten ›schön kaufen‹ absetzt, da sich die Unternehmen zunächst einer Effizienzanalyse unterziehen, um ihr gesamtes Energie-Einsparpotenzial zu erfassen. Damit würden unnötige ›Energie-Fresser‹ erkannt und könnten weitgehend ausgeschaltet werden – gut für die Umwelt, das Budget des Betriebes und die Kompensationszahlungen des Kunden. Denn die Kompensation ist damit lediglich der letzte Schritt im Rahmen eines ohnehin bereits klimaoptimierten Produktionsprozesses.
Unterstützt werden ausschließlich Klimaschutzprojekte, die den Richtlinien des Gold Standards – dem führenden unabhängigen Qualitätsstandard für Klimaschutzprojekte – entsprechen. Dieser wird nur vergeben, wenn nachweislich eine Reduktion von Treibhausgasen erzielt wird und das Projekt gut für die lokale Umwelt und die sozialen Belange der Bevölkerung ist. Arktik lässt sein Zertifikats- und Auftragsmanagement vom TÜV Nord prüfen. Damit wird sichergestellt, dass 100% der berechneten CO_2-Emissionen durch Klimaschutzprojekte ausgeglichen werden.
› www.bvdm-online.de

Prognose Werbeinvestitionen

DEUTSCHER WERBEMARKT 2014 WIEDER IM PLUS?

Wie von der Hamburger Agentur JOM Jäschke Operational Media prognostiziert, ist 2013 das um Preissteigerungen und Rabatte bereinigte Werbevolumen in Deutschland um etwa 1,5% gesunken. Für 2014 prognostiziert die Agentur nun wieder ein leichtes Wachstum von 0,9% und damit einen Anstieg der Werbeumsätze auf etwas über 22 Mrd. Euro. Die durchschnittlichen Preissteigerungen der Medien liegen 2014 nach Berechnungen der Agentur bei etwa 4%.
Für die klassischen Werbemedien geht JOM von einem nahezu unveränderten Investitionsvolumen aus, die negative Entwicklung der Werbeeinahmen gedruckter Medien werde sich dabei abschwächen. Die durch Online-Medien erzielten Umsätze steigen der Prognose zufolge trotz der offensiven Rabattpolitik der Anbieter leicht an, die Wachstumsrate bleibe aber im unteren einstelligen Bereich. Wachstumsträger seien dabei die Einnahmen aus Werbung auf mobilen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets. Diese könnten sich laut JOM im Vergleich zum Vorjahr verdoppeln. Auch die Bemühungen der Verlage, ihre Inhalte in digitaler Form zu vermarkten, dürften das Online-Segment stützen.
Dennoch bleibt der Werbemarkt deutlich hinter den Prognosen für das gesamtwirtschaftliche Wachstum von 1,7% zurück. Denn, so Agenturinhaber Michael Jäschke, »die werbungtreibende Wirtschaft fordert zu recht verstärkt Beweise für die Werthaltigkeit ihrer Investitionen. Dies hat im vergangenen Jahr der Bereich Online zu spüren bekommen. Neben der Forschung auf Medienseite ist dies gleichzeitig eine Herausforderung für Agenturen, die Vielzahl an Kommunikationskanälen zu ordnen und die richtigen Kombinationen in Bezug auf die Effizienz der eingesetzten Mittel zu identifizieren.«
› www.jomhh.de

20 Millionen Franken für die Zukunft

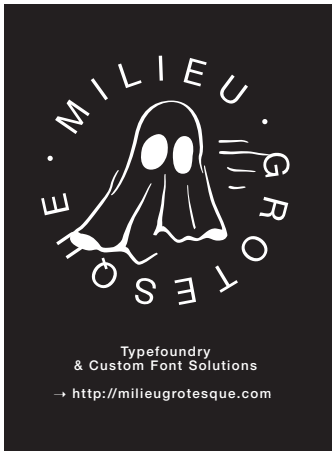
AVD Goldach AG investiert in neue Produktionsmittel

Mit großem finanziellen Engagement setzt die AVD Goldach AG mit ihren 180 Mitarbeitern ein klares Zeichen für die Zukunft der Printproduktion im Fachzeitschriften- und Corporate-Publishing-Markt. Die auf Zeitschriften spezialisierte Rollenoffsetdruckerei investiert in den nächsten sechs Jahren über 20 Mio. Franken in neues technisches Equipment. Bislang produzierte die 1930 gegründete verlagsunabhängige und inhabergeführte Druckerei auf zwei Rollenoffsetmaschinen. Damit die Kunden auch in Zukunft auf neueste Technologie zählen können, werden zunächst über 8 Mio. Franken in eine neue 16-Seiten-Rollenoffsetanlage von manroland web systems investiert. Um die über 130 verschiedenen Verlagstitel sowie die stark spezialisierten Dienstleistungen (von Prepress über Druck und Ausrüstung bis hin zur Postaufgabe und dem Abonnentenservice) sicher, in hoher Qualität und zeitgerecht herstellen zu können, werden in den nächsten sechs Jahren weitere 12 Mio. Franken investiert.

»Dies ist uns nur aufgrund der jahrelangen partnerschaftlichen Verbindung zu unseren Verleger in der Schweiz möglich, welche den Wirtschaftsstandort Schweiz schätzen und sich Ihrer Verantwortung Ihren Lesern und Inserenten gegenüber bewusst sind«, sagt Kai Hebel, Inhaber und Geschäftsführer der AVD Goldach AG. Bereits ab 3.000 Exemplaren könnten Zeitschriften in seinem Unternehmen mit 48 Seiten und mehr wirtschaftlich unter interessanten Preiskonditionen hergestellt werden. Insbesondere für Verleger oder Unternehmen mit Kunden- und Mitarbeitermagazinen (Corporate Publishing) sei dies eine interessante Alternative zum klassischen Bogenoffsetdruck.

› www.avd.ch

Stoßen auf die Zukunft gedruckter Zeitschriften an (von links): Frank Kreisel, manroland web systems; Kai Hebel, Inhaber und Geschäftsführer, AVD Goldach AG; Ralf Schreiber, Bereichsleiter Druck, Patrick Hölterhoff, stv. Bereichsleiter Druck, und Patrick Weideli, Finanzchef (alle AVD Goldach AG) und Piet von Gunten, manroland web systems, GOC Consulting.



Schweizer Studien belegen:

DIRECT MAILINGS BEEINFLUSSEN DAS IMAGE

Werbebriefe werden eingesetzt, um ein Produkt oder eine Dienstleistung bekannt zu machen und die Kaufbereitschaft der Zielgruppe zu erhöhen. Studien des Marktforschungsinstituts GfK Switzerland belegen jetzt, dass sich Direct Mails auch positiv auf das Image des Absenders auswirken.

Die drei Studien wurden 2013 mit identischer Methode für einen Reiseanbieter, einen Krankenversicherer und einen Kaffeekapselsystem-Hersteller durchgeführt. Alle drei Unternehmen verschickten Mailings an bestehende oder potenzielle Kunden. Wenige Wochen später befragten die Marktforscher eine repräsentative Anzahl der Empfänger. Bei gleich vielen Personen derselben Zielgruppen, die aber keinen Werbebrief erhalten hatten, wurden identische Interviews durchgeführt. Die Resultate zeigen, dass physische Mailings eine starke Wirkung erzielen. In allen Fällen konnte sich ein Fünftel bis die Hälfte der Empfänger an den Werbebrief erinnern, kannte den Inhalt und bekundete ein deutlich höheres Kaufinteresse an den Angeboten der werbenden Unternehmen als die Personen der Kontrollgruppe.

Zudem überprüfte die GfK die Zustimmung zu sechs Image-Aussagen wie zur Vertrauenswürdigkeit, Qualität und Innovationskraft. Bisher ging man eher davon aus, dass Imagewerte nur langfristig mit hoher Kommunikations-Frequenz beeinflussbar sind. Die Studien zeigen jedoch, dass bereits eine einzelne Werbesendung das Image eines Absenders verbessern kann. Die Testgruppe gab den werbenden Unternehmen bei allen Image-Aussagen bessere Noten als die Kontrollgruppe. Diese Erkenntnisse sind relevant für den Kommunikationsmix aller Unternehmen: Mailings eignen sich demnach auch für den Markenaufbau und das Erreichen einer gewünschten Wahrnehmung.

› www.post.ch/wirkung

Print legt zu

STARKER NOVEMBER BEFLÜGELT WERBEMARKT

2,917 Mrd. € setzten die von Nielsen in Deutschland ausgewerteten Medien im November brutto mit Werbung um. Ein Jahr zuvor waren es noch 2,765 Mrd. €. Der Zuwachs von 5,5% hebt die Gesamtjahresbilanz auf ein Plus von 1,7%. Am besten lief es im November für das Fernsehen, das 8,5% über dem Vorjahresmonat lag. Bis auf Kino und Radio sprangen auch alle anderen Segmente – also auch Zeitungen und Zeitschriften – über die Zahlen aus dem November 2012. Die Zeitungen legten gegenüber dem Vorjahresmonat 0,2% auf 459 Mio. € zu, Publikumszeitschriften verbesserten sich um 0,8% auf 392 Mio. € und die Fachzeitschriften gewannen 2,5% hinzu. Stark legte neben dem Fernsehen auch das Internet zu, das sich um 5,9% steigerte.

Auf das Gesamtjahr 2013 gerechnet liegt der Werbemarkt nach dem starken November nun 1,7% über den ersten elf Monaten des vergangenen Jahres. 24,01 Mrd. € setzten die von Nielsen ausgewerteten Medien brutto um, ein Jahr zuvor waren es noch 23,61 Mrd. Der Großteil des Umsatzes geht dabei auf das Konto der TV-Sender: Bei 10,75 Mrd. € liegt der Marktanteil des Fernsehens bei 44,8%. Die Print-Medien bleiben trotz der leicht positiven November-Bilanz im Minus.

Allerdings handelt es sich bei den Nielsen-Auswertungen um Brutto-Zahlen, bei denen Eigenwerbung und Anzeigen aus Gegengeschäften als voll bezahlte Reklame gewertet werden, auch wenn kein Geld geflossen ist. Die Zahlen geben also keine Auskunft über tatsächliche Umsätze, dienen aber als Kennzahl für die Entwicklung der Märkte und Branchen.

Informations- und Suchportal

BRANCHEN-VERZEICHNIS IST ONLINE

Drucksacheneinkäufer arbeiten üblicherweise nicht mit nur einem Partner zusammen. Deshalb findet die Suche nach Druckereien zunehmend auch online statt. Grund genug für den Online-Spezialisten Ralph Hinsel ein deutschlandweites Druckportal ins Leben zu rufen, das neben einer Fülle an Informationen über Druckprodukte, Druckverfahren und Medien auch ein digitales Branchenverzeichnis für Druckereien aus Deutschland darstellt.
Auf www.druckerei.eu präsentieren sich Druckereien aus dem ganzen Land. Interessenten können gezielt in der eigenen Stadt oder in der nahen Umgebung nach Druckbetrieben suchen.
Das Druckportal bietet Druckereien eine breit gefächerte Palette an Präsentations- und Darstellungsoptionen. »Ob kostenlose Kleinanzeige oder Premiumpartnerschaft, es lassen sich auch Unternehmenspräsentationen als virtueller Rundgang umsetzen – Druckereien können so ohne Umwege erreicht werden«, sagt Ralph Hinsel. Das Druckportal erleichtere den Interessenten die sonst sehr zeitintensive Recherche im Internet nach der passenden Druckerei vor Ort oder einer versierten Onlinedruckerei. Interessenten können Druckereien entsprechend der Postleitzahl ebenso schnell finden wie über das Städtemenü, in dem die deutschen Städte alphabetisch aufgeführt sind.
Das Portal versteht sich auch als Informationsportal zu den Themen Druckverfahren, Drucksachen, Medien und Verbände. Besucher erfahren Wissenswertes über Bücherdruck, Offset- und Digitaldruck. Die gängigen Drucksachen werden vorgestellt, gleichzeitig erhält der Interessent wichtige Tipps, auf was beim Druck zu achten ist. Zudem stellen sich Fachzeitschriften, Onlinemagazine und Verbände vor und runden das Thema Druck ab.
› www.druckerei.eu

Medienwirtschaft

Mythos Wachstumsbranche

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Medienwirtschaft ist durch die Entwicklung der Kommunikations- und Informationstechnologien in den letzten 20 Jahren nicht gestärkt, sondern eher geschwächt worden. Die lange gehegte Hoffnung, dass auch die Medienwirtschaft im Zuge der IT-Revolution zu einem Wachstumssektor avancieren könnte, haben sich als trügerisch erwiesen.
Dies stellte der Jenaer Medienökonom Prof. Dr. Wolfgang Seufert auf Basis der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung des Statistischen Bundesamtes (VGR) in einer Analyse fest, die er für die Fachpublikation ›MedienWirtschaft‹ erstellte. Die systematisch ausgewerteten Branchendaten geben Auskunft über die Lohn- und Rentabilitätsentwicklungen in Film, TV und Rundfunk, Verlagswesen, Werbung und Druck.
Der Analyse zufolge ist der Anteil der Medienbranche an der Wertschöpfung der deutschen Wirtschaft zwischen 1991 und 2011, und im Wesentlichen in der zweiten Dekade seit 2001, von rund 2% auf 1,8% gefallen. Die Verluste seien darauf zurückzuführen, dass sich aufgrund der Gratismentalität im Internet die Ausgaben für Medieninhalte am gesamten Konsum in Deutschland von 2,6% auf noch 2,2% im Jahr 2011 verringert hat. Zudem sind die Werbeeinnahmen der Medien in dieser Zeit um rund 2,5 Mrd. Euro eingebrochen. Der Zuwachs der Onlinewerbung konnte die Verluste im Werbemarkt also bei Weitem nicht ausgleichen.
Beträchtliche Beschäftigungsverluste traten in der Druckindustrie und in der Verlagswirtschaft auf. In den Druckereien gingen von 1991 bis 2011 rund 185.000 Arbeitsplätze und damit fast die Hälfte aller Stellen verloren, bei den Verlagen fielen rund 85.000 Stellen weg, wobei fast die Hälfte der Verluste allein in den letzten fünf Jahren angefallen sind, also in der Phase der sich verschärfenden Marktkonsolidierung auch bei den Zeitungsverlagen.
Medienpolitisch brisant könnte das Ergebnis sein, dass die Rentabilität der Medienunternehmen gleichzeitig nicht gelitten hat. Im Gegenteil: Sie fällt immer noch in allen Teilbranchen der Medienwirtschaft weit überdurchschnittlich aus, und gerade in der Verlagswirtschaft ist sie im Zuge der Marktkonsolidierung seit 2006 sogar stark angestiegen: Die Verlagsüberschüsse haben sich seitdem insgesamt mehr als verdoppelt. Die Gründe hierfür liegen in einem im Vergleich zur Gesamtwirtschaft unterdurchschnittlichen Anstieg der Lohnkosten und in einer gleichzeitig steigenden Pro-Kopf-Produktivität aufgrund des umfangreichen Stellenabbaus.
› www.medienwirtschaft-online.de

Paid-Content-Modelle

70 ZEITUNGEN BIETEN BEZAHLTE ONLINEINHALTE

Immer mehr Zeitungen setzen auf Vertriebsumsätze im Internet. Mittlerweile haben 70 Zeitungstitel Paid-Content-Modelle auf ihren Websites installiert, erklärte der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV). Gegenüber dem Vorjahr sei dies ein Zuwachs um 75% und 2014 würden weitere 30 hinzukommen.
»Die Zahlen zeigen: Die Menschen sind bereit, auch in der Digitalwelt für gute journalistische Inhalte zu bezahlen«, unterstreicht Hans-Joachim Fuhrmann, Mitglied der BDZV-Geschäftsleitung. Onlinevertriebserlöse seien elementar für langfristig erfolgversprechende Geschäftsmodelle.
Wie die BDZV-Untersuchung weiter zeigt, setzen zwei Drittel der Verlage auf Online-Abos, die im Durchschnitt 8,00 € pro Monat kostet. Ein Tagespass, den über 60% anbieten, koste im Schnitt 1,10 €. Nur bei 5% der Verlage besteht die Möglichkeit, einzelne Artikel zum Preis zwischen drei und 30 Euro-Cent zu kaufen. Darüber hinaus bieten immer mehr Häuser auch ein Digitalabonnement, bestehend aus Onlinzugang und E-Paper, an, das durchschnittlich 19,30 € teuer ist.
Bei den genutzten Paid-Content-Modellen zeigt sich ein klarer Trend auf: 71% der Zeitungen sezten auf die ›Freemium‹-Variante. Hierbei entscheidet die Redaktion, welche Beiträge kostenpflichtig sind. Knapp 25% nutzen die sogenannte ›Metered‹-Version, bei der im Schnitt 17 Klicks frei sind. Bei 5% der Verlage sind sämtliche Artikel nur gegen Entgelt lesbar und eine Zeitung setzt auf eine freiwillige Bezahlung.
Die Liste mit den Zeitungen, die Paid Content eingeführt haben, ist im Internet abzurufen.
› www.bdzv.de/paidcontent.html

Efi und Landa: Partnerschaft

DIGITALES FRONT-END FÜR DRUCKMASCHINEN

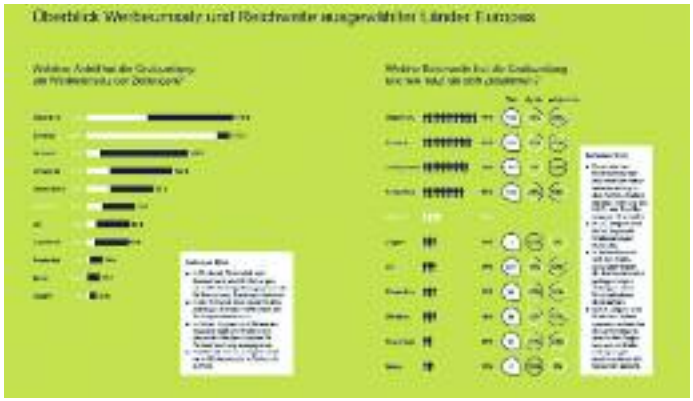
Efi und Landa haben eine Partnerschaft für die Entwicklung eines Digital Front Ends (DFE) für die Landa-Druckmaschinen geschlossen. Die neuen Workstations sollen die Fiery-Technologie von Efi mit neuen Funktionen für die Bogen- und Rollendrucksysteme bieten und Aufträge für den vier- bis achtfarbigen Druck bei voller Maschinengeschwindigkeit verarbeiten können. Zudem soll ermöglicht werden, Änderungen an Druckjobs in letzter Minute durchzuführen und Aufträge zu proofen. Das DFE soll außerdem einen geschlossenen Farbkontroll- und Inspektionskreislauf bieten und Produktionsdaten der Maschinen liefern. Dabei sollen der statische Druck und der variable Datendruck unterstützt werden. Ebenso wie die aktuellen Efi-Fiery-Plattformen soll auch das neue DFE die MIS/ERP-Systeme von Efi sowie Vorstufen- und Workflow-Plattformen anderer Hersteller integrieren. Das DFE soll im 4. Quartal in den Beta-Test gehen – zusammen mit den ersten Beta-Installationen von Landas S1 Nanographic Printing Press im B1-Format.

Werbeumsätze der Gratiszeitungen

Gogol-Studie über die Umsätze von Gratiszeitungen

Die Zukunft der Zeitung und der Lokalzeitungen wird seit geraumer Zeit intensiv diskutiert. Gratiszeitungen (dazu gehören auch kostenlose Anzeigenblätter mit redaktioneller Begleitung) hingegen stehen nicht im medialen Fokus. Und das, obwohl ihr Anteil am Werbeumsatz aller Zeitungen im EU-Schnitt über ein Drittel beträgt. In einer Studie von Gogol Publishing sind nun erstmals Daten aus unterschiedlichen europäischen Ländern zusammengefasst und interpretiert worden, die ein Bild zeichnen sollen, welche Rolle die Gratiszeitungen in den einzelnen Ländern der Europäischen Union spielen. Die Studie liefert dabei Zahlen zur Reichweite und zum Werbeumsatz und zeigt Auffälligkeiten und Unterschiede der einzelnen Länder im Vergleich auf. Die Analyse der Wettbewerbssituation und Fallstudien zu ausgewählten Verlagen geben Aufschluss, wer warum erfolgreich am Markt agiert.

Es lassen sich Verlage mit immens hoher Reichweite finden, es gibt Angebote mit erstaunlich innovativen Konzepten und es gibt Gratiszeitungen, die die Rolle der Lokalzeitung fast gänzlich übernommen haben.



»Es ist erstaunlich, wie unterschiedlich der Markt in den 27 untersuchten Ländern aufgeteilt ist. Man findet in jedem Land ganz eigene Strukturen und Bedingungen«, sagt Dr. Martin Huber, Geschäftsführer von Gogol Publishing. »Daraus lässt sich auch für den eigenen Markt einiges ableiten. Interessant ist auch, dass Deutschland, Österreich und die Schweiz die vielfältigsten Zeitungsmärkte europaweit sind.«

Die Studie ist auf der Webseite von Gogol Publishing zu finden.

› www.gogol-publishing.de

Vertrieb wird immer wichtiger

WERBEERLÖSE BEI ZEITUNGEN WEITER RÜCKLÄUFIG

Im vergangenen Jahr mussten die Zeitungen in Deutschland erneut einen deutlichen Rückgang ihrer Einnahmen aus dem Anzeigengeschäft hinnehmen: Von 5 Mrd. Euro im Jahr 2012 sanken die Erlöse auf nur noch 4,6 Mrd. Euro. Dieser Trend entspricht einem Minus von 7,6%. Das geht aus den Berechnungen der Brutto-Werbeeinnahmen von Nielsen hervor. Auf Zeitungen entfallen demnach nur noch 17,4% der Werbeeinnahmen aller Medien.

Auch die anderen Printgattungen mussten Einbußen hinnehmen: Die Publikumszeitschriften verloren 1% der Werbeerlöse, Fachzeitschriften büßten 3,7% ein. Print vereinigt demnach noch ein Drittel der Werbeeinnahmen auf sich. TV ist mit einem Marktanteil von 44,9% führend. Auf das Internet entfallen nach einem Wachstum von 3,5% nun 11,1% der Werbeausgaben. Insgesamt legte der Werbemarkt 2013 um 2% auf 26,7 Mrd. Euro zu. Seit Ausbruch der Weltwirtschaftskrise 2008 haben die Zeitungen einen erheblichen Anteil ihrer Werbeerlöse verloren. Das bedeutet auch, dass die Einnahmen aus dem Vertrieb immer wichtiger werden. Nach den jüngsten Berechnungen des BDZV (Bundesverband deutscher Zeitungsverleger) erwirtschafteten die Vertriebserlöse 2012 bereits 57,3% und sind damit die wichtigste Erlösquelle.

KURZ & BÜNDIG

Leonhard Kurz, Hersteller dekorativer und funktionaler Beschichtungen, hat sein Spektrum erweitert und hat sich im November an dem IT-Architektur- und Umsetzungsspezialisten Adorsys beteiligt. Die in Nürnberg ansässige Firma ist fokussiert auf die Konzeption und Umsetzung von sicherheitsrelevanten Software-Anwendungen. • **Canon** hat bei der Anzahl der in den USA im Jahr 2013 erteilten Patente erneut den ersten Platz bei den japanischen Unternehmen und den dritten Platz unter allen Firmen eingenommen. • Als weiteren Schritt im Rahmen der Neuausrichtung ›Refresh 2014‹ hat **Antalis** in Deutschland den Logistikverbund **IDS** mit der bundesweiten Belieferung seiner Kunden beauftragt. • Die **Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH** hat für ihre vorbildliche Kunden- und Serviceorientierung den ›European Service Value Award‹ erhalten. Der Award wird nach einer Untersuchung der **Universität St.Gallen** verliehen. • Die **Igepa Großhandel GmbH** ist mit ihrer Niederlassung von Dietzenbach kurz vor Weihnachten 2013 zum neuen Standort nach Dieburg umgezogen.

manroland web etabliert Doppelspitze

Augsburger Maschinenbauer will Anteil am schrumpfenden Markt steigern

Die manroland web systems GmbH rechnet nach der Einschätzung des Geschäftsführers **Eckhard Hörner-Maraß** für das Jahr 2013 mit einem Umsatz von etwa 265 Mio. €. 2012 hatte der zur Possehl-Gruppe gehörende Augsburger Druckmaschinenhersteller im elf Monate dauernden Rumpfgeschäftsjahr 198 Mio. € erzielt. Für 2013 geht Hörner-Maraß von einem »positiven Ergebnis im unteren einstelligen Millionenbereich« vor Steuern aus.

Doch der weiter schrumpfende Weltmarkt bereitet der ausschließlich auf Rollenoffsetmaschinen für den Zeitungs- und Illustrationsdruck spezialisierten manroland web systems erhebliche Probleme. Nachdem das Marktvolumen von 1,6 Mrd. € (2007) auf zunächst rund 0,64 Mrd. € zurückgegangen ist, schrumpft der Weltmarkt für Neumaschinen im Zeitungs- und Illustrations-Rollenoffset weiter. Die Hoffnung auf eine leichte Erholung ist inzwischen verpufft. Im ersten Halbjahr 2013 wurden zwar etwa 275 Mio. € in Rollenoffsetmaschinen weltweit investiert, im zweiten Halbjahr ging das Volumen laut Hörner-Maraß auf nur noch etwa 140 Mio. € zurück. Das sind auf das gesamte Jahr gerechnet maximal 420 Mio. € und damit ein weiterer Rückgang des Neugeschäftes um etwa 10% gegenüber 2012.

In diesem geschrumpften Markt hat manroland web systems laut Hörner-Maraß aktuell einen Marktanteil von 28%. Um die derzeit 1.450 Mitarbeiter auslasten zu können, soll der Marktanteil in den kommenden Jahren auf über 40% gesteigert werden. 2014 sollen weitere Vertriebsgesellschaften gegründet und das Servicegeschäft ausgebaut werden.

Dies macht derzeit etwa ein Drittel des Umsatzes aus, zwei Drittel das Neumaschinengeschäft. Das Verhältnis soll nach dem Willen von Eckhard Hörner-Maraß baldmöglichst auf ein Verhältnis von etwa 50:50 steigen.

Dazu wurde die Funktion Service im Bereich ›Leitung Vertrieb und Service‹ gebündelt und unter die Führung von Geschäftsführer Eckhard Hörner-Maraß gestellt. Er will »die Schlagkraft und den Erfolg deutlich und rasch steigern«. In diesem Zusammenhang teilte das Unternehmen mit, sich vom bisherigen Serviceleiter **Anton Hamm** getrennt zu haben. Hamm war 27 Jahre für den Rollendruckmaschinen-Hersteller beziehungsweise dessen Vorgängerunternehmen tätig.

Seit dem 1. Januar 2014 ist nun **Jörn Gossé** in die Geschäftsführung bei der manroland web systems GmbH eingetreten. Er war seit 2005 Geschäftsleiter der Heidelberger Druckmaschinen AG Region Nord in Hamburg und verantwortete dort die Bereiche Vertrieb, Service und Finanzen. Bei manroland web systems übernimmt er die Bereiche Vertrieb und Service und zusammen mit Eckhard Hörner-Maraß die Leitung des Unternehmens. Hörner-Maraß bleibt Sprecher der Geschäftsführung.

› www.manroland-web.com

Kasimir Meyer AG

FÜHRUNGSWECHSEL UND NACHFOLGEREGELUNG

Nach 20-jähriger Tätigkeit in der Geschäftsleitung und als Mitinhaber der Kasimir Meyer AG will Cyrill Heimgartner beruflich kürzertreten, seinen 50%-Aktienanteil verkaufen und sich neuen Tätigkeiten zuwenden. Zusammen mit Mitinhaber Christof Nietlispach hat Cyrill Heimgartner die Kasimir Meyer AG seit 1994 zu einem renommierten Druckunternehmen entwickelt.

Als Nachfolger tritt Beni Kiser an seine Stelle. Der 41-jährige Produktionsleiter Print mit Diplomstudium in Unternehmensführung verfügt über große Erfahrung in den Bereichen Druck, Qualitätsmanagement, Ausbildung und Personalführung. Er war vorher unter anderem bei Ringier Print, Tamedia und Famo Druck AG tätig.

Mit dem Führungswechsel gibt sich die Kasimir Meyer AG rückwirkend zum 1. September 2013 eine neue Unternehmensstruktur und führt die beiden bereits heute unabhängig voneinander operierenden Geschäftsbereiche Verlag und grafischer Betrieb in zwei Firmen weiter.

› www.kasi.ch

Dossier Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit wird immer mehr zum Teil der Medienproduktion. Wie? Das Heft 11 der ›Druckmarkt Collection‹ informiert umfassend.

www.druckmarkt.com

Führungswechsel bei Canon

RAINER FÜHRES ÜBERNIMMT DIE GESCHÄFTSFÜHRUNG

In der deutschen Vertriebsgesellschaft des Canon Konzerns steht mit dem Jahreswechsel auch ein Führungswechsel an. **Jeppe Frandsen,** seit 2006 Geschäftsführer der Canon Deutschland GmbH, wechselt zum 1. Januar 2014 in die Canon Europazentrale nach London, um dort die Leitung der Production Printing Group in EMEA zu übernehmen. Seine Nachfolge in Deutschland tritt **Rainer Führes,** derzeitig Head of Consumer Imaging Group, Canon Europe, an. Mit Rainer Führes kommt im neuen Jahr ein Manager zurück nach Deutschland, der umfassende Erfahrung in unterschiedlichen Spitzenpositionen bei Canon aufweisen kann. Bereits seit 2001 ist er für die Europazentrale tätig, wo er neben anderen Funktionen für den Geschäftsbereich Emerging Markets verantwortlich zeichnete. Seit 2009 führt er die Consumer Imaging Group Canon Europe.

In der deutschen Geschäftsleitung kommt es zu einer weiteren Ergänzung durch **Servio Notermans** als Country Director Business Imaging und Production Printing. Zu seiner Verantwortung zählen die Produktbereiche multifunktionale Drucksysteme und Solutions, Professional Print, Wide Fomat, Commercial Printing und Business Services. Notermans verfügt über umfassende Erfahrung aus unterschiedlichen Führungspositionen aus seiner Océ-Historie und komplettiert mit Jürgen Schmitz, Country Director Consumer Imaging, in Deutschland die Führungsspitze.

› www.canon.de

Menschen & Karrieren

Hartmut Sohn, Produktmanager Digital bei MBO, wurde am 10. Dezember im Rahmen eines kleinen Festaktes in den Ruhestand verabschiedet. Sohn blickt auf fast 50 Jahre Berufsleben und davon 18 Jahre bei MBO zurück. • Polar-Mohr und **Jürgen Freier,** Geschäftsführer Vertrieb und Service, haben sich nach einer Meldung des Schneidemaschinenherstellers einvernehmlich auf eine Beendigung ihrer Zusammenarbeit geeinigt. Freier scheidet mit sofortiger Wirkung aus dem Unternehmen aus.

DR. MARKUS RALL ist seit 1. Oktober 2012 im Unternehmen tätig. Er wird zukünftig als Alleingeschäftsführer die Gesamtverantwortung für das Unternehmen übernehmen. • **LARS NEUGEBAUER,** bei Fedrigoni Deutschland als Key Account Manager in Berlin tätig, hat zum 1. November 2013 die Vertriebsleitung inklusive der Personalverantwortung der Region Nord übernommen. Mit dieser neu geschaffenen Position übernimmt er die Verantwortung der Showrooms in Hamburg und Berlin. • Die Ricoh Schweiz AG hat per 1. November 2013 **THOMAS SZEGÖ** zum Head of Production Printing ernannt. Szegö hat diesen Bereich bereits vergangenes Jahr als Manager Solution Consulting PP mitgestaltet. • **Andreas Euler** wird ab dem 1. Dezember 2013 zum Geschäftsführer der Metsä Board Zanders GmbH ernannt. Dies umfasst sämtliche Tätigkeiten am Standort Gohrsmühle. • Die Ratioform Gruppe bekommt eine neue Führung. Mit Wirkung vom 1. Januar 2014 wird **ULF HEBER** Geschäftsführer beim Verpackungshändler. Er folgt auf **Michael Vollmer,** der das Unternehmen aus persönlichen Gründen verlässt. • Der Aufsichtsrat der Mayr-Melnhof Karton AG hat in seiner Sitzung vom 12. Dezember 2013 **Dr. Wilhelm Hörmanseder** einstimmig für weitere fünf Jahre zum Vorsitzenden des Vorstandes wiederbestellt. • Seit 1. Oktober ist **DIRK CORSTEN** neuer Serviceleiter und Mitglied der Geschäftsleitung bei Bobst Meerbusch. • **NORBERT HÖPFNER,** Senior Sales Manager B2B, übernimmt interimsweise die Leitung des Geschäftsbereichs Printing Solutions der Samsung Electronics GmbH. • Der Bedarf an Outsourcing-Dienstleistungen und Managementberatung nimmt zu, deshalb will sich Canon in dieser Sparte weiter etablieren. Seit dem 1. November 2013 wird der Bereich Canon Business Services neu von **MICHAEL BERCHTOLD** geleitet. Berchtold bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung aus der IT in den Bereichen Customer Service, Professional Services und Outsourcing mit. • Der Eltosch Grafix America Inc. mit Sitz in Batavia, Illinois unterliegt seit 1. Dezember 2013 der alleinige Vertrieb von Eltosch-, Grafix- und PrintConcept-Produkten für Nordamerika und Kanada. Geschäftsführerin von Eltosch America ist **BROOK HENSCHEN,** zuletzt Finanzdirektorin der Grafix USA LP. •

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.

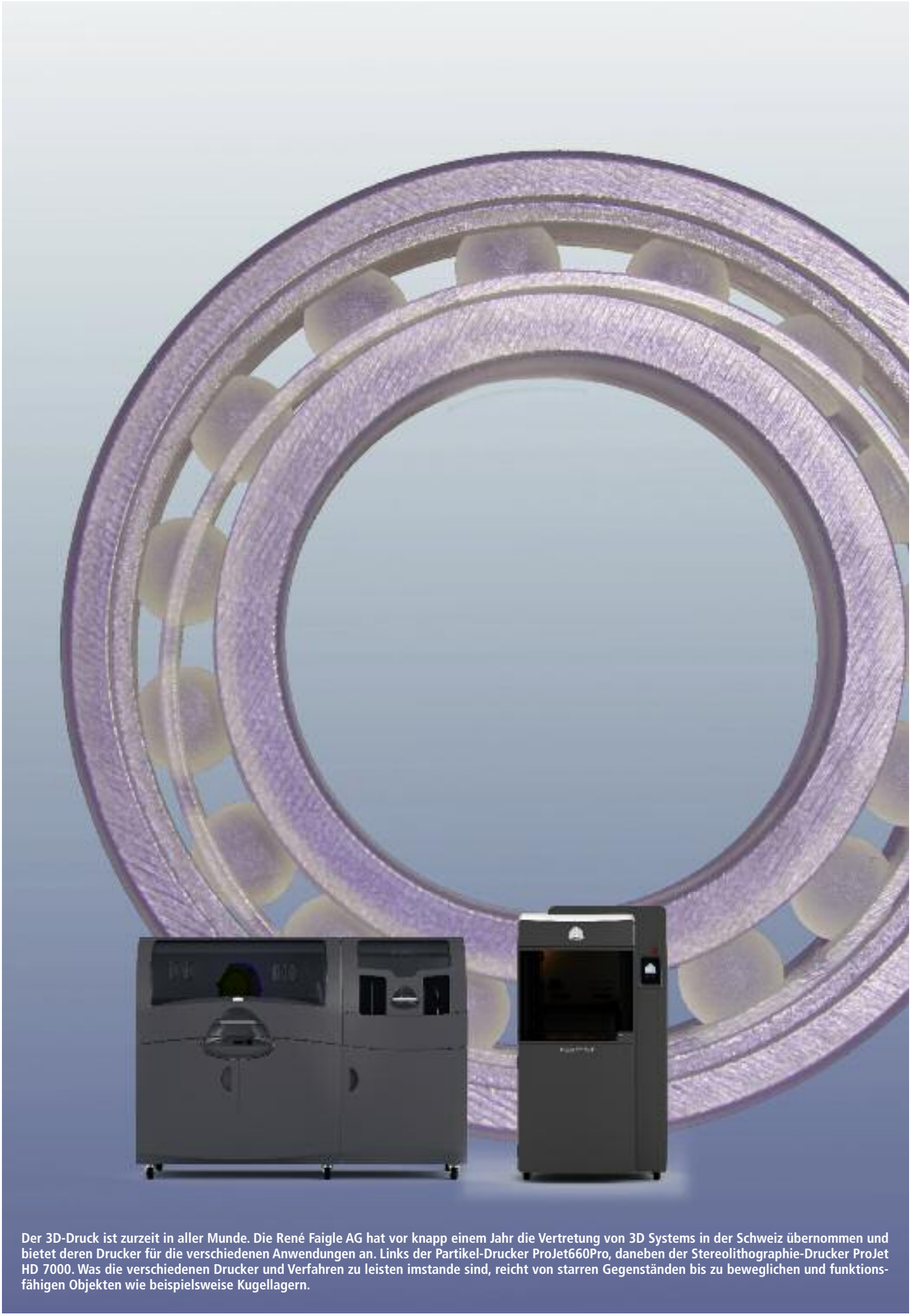
Die innovativen Drucker aus der Anapurna- und Jeti-Familie kombinieren die neueste Technologie mit herausragender Verarbeitungsqualität. Ergänzt um den Asanti Workflow und die Tinten von Agfa Graphics bilden sie eine integrierte Lösung, deren Bestandteile perfekt aufeinander abgestimmt sind.

Nur so erreicht man höchste Produktivität und beste Rentabilität.

Mehr informationen finden Sie unter **www.agfagraphics.de**

AGFA

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.



Der 3D-Druck ist zurzeit in aller Munde. Die René Faigle AG hat vor knapp einem Jahr die Vertretung von 3D Systems in der Schweiz übernommen und bietet deren Drucker für die verschiedenen Anwendungen an. Links der Partikel-Drucker ProJet660Pro, daneben der Stereolithographie-Drucker ProJet HD 7000. Was die verschiedenen Drucker und Verfahren zu leisten imstande sind, reicht von starren Gegenständen bis zu beweglichen und funktionsfähigen Objekten wie beispielsweise Kugellagern.

Drucken jenseits von Rolle und Bogen

Mit dem 3D-Druck und sogenannten additiven Fertigungstechnologien lassen sich Produkte und Bauteile schneller und kostengünstiger herstellen als mit den bisherigen Produktionsverfahren. Die einsetzbaren Materialien werden immer zahlreicher und die Qualitat der Ergebnisse immer besser. Viele sprechen daher schon von der ›Dritten industriellen Revolution‹.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Doch von dem Hype, der derzeit um den 3D-Druck durch alle Medien geistert, will Caspar Steiner nichts wissen: »Wir beschäftigen uns mit dem, was heute machbar ist«. Steiner ist bei der René Faigle AG der Experte und Verantwortliche für den 3D-Druck. Die hat im April 2013 die Vertretung der 3D Systems Corp. übernommen.

»Wir wollen der 3D-Drucktechnologie in der Schweiz zum Durchbruch verhelfen. Mit unserem Support- und Servicenetz sowie unserer technischen Kompetenz haben wir hierzu ideale Voraussetzungen«, ergänzt **Benno Leibbach,** Leiter Marketing bei der René Faigle AG. »Wir wollen uns frühzeitig in diesem Markt positionieren und den 3D-Druck einer breiten Schicht von Unternehmen zugänglich machen. Deshalb haben wir die Vertretung von 3D Systems übernommen.« Die Drucker des Unternehmens aus den USA decken nahezu alle Anwendungen und Preisklassen ab.

Was bis vor Kurzem vielleicht noch nach einem Zukunfts-Roman klang, ist längst Realität und in der Praxis anwendbar: der Druck dreidimensionaler Gegenstände. »Wobei der Begriff ›drucken‹ nur insofern gerechtfertigt ist, als dass ein dreidimensionaler Gegenstand hergestellt wird, indem das Gerät Schicht für Schicht Baumaterial aufträgt, verfestigt und mit der darunterliegenden Schicht verbindet«, erläutert Caspar Steiner. Mit konventionellen Drucktechniken hat es also nur wenig zu tun.

Was kann der 3D-Druck?

3D-Drucker, mit denen zuhause Alltagsgegenstände wie Buttons, Eierbecher oder Tassen hergestellt werden können, begeistern die Menschen. Solche Drucker kosten inzwischen nur noch um die 1.000 Franken und sind damit so günstig, dass sie zum Massenprodukt werden könnten. Ob sinnvoll oder nicht, steht auf einem anderen Blatt.

Doch wenn von industrieller Revolution die Rede sein soll, wenn sich die Welt der industriellen Fertigung so radikal verändere, wie es von einigen Beobachtern erwartet wird, müssen sich die 3D-Drucker in der Industrie erst einmal durchsetzen. Erst wenn Bauteile für Autos, Flugzeuge, Möbel oder Kleidungsstücke mit 3D-Druckern so schnell, zuverlässig und kostengünstig produziert werden können, wie heute in der industriellen Fertigung auf Produktionsmaschinen unterschiedlichster Art, dann wäre das in der Tat eine weitere industrielle Revolution.

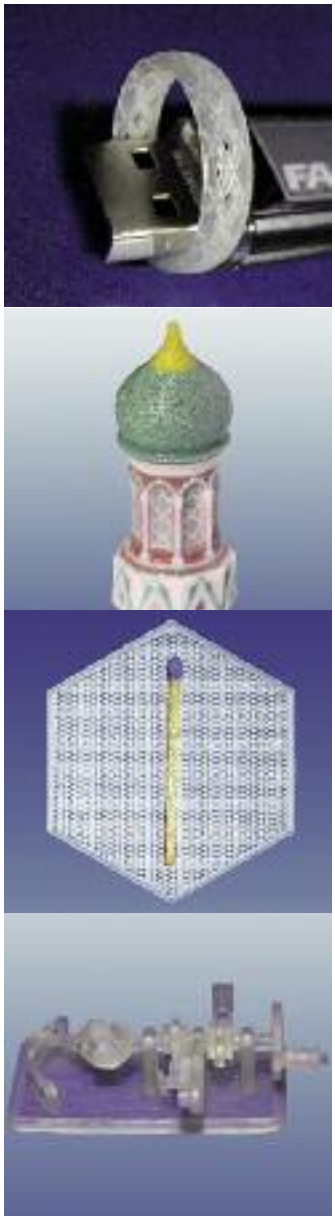
Doch davon ist der 3D-Druck heute noch weit entfernt. Es geht um den Bau von Prototypen, die Herstellung von Gussformen oder den Modellbau. Spritzgebäck, Nudeln, Pralinées oder andere Lebensmittel aus dem 3D-Drucker gehören zunächst noch ins Reich der Visionen, auch wenn solche Anwendungen immer wieder gerne und publikumswirksam in den Medien auftauchen.

»Der Medienhype um den 3D-Druck ist beeindruckend und schadet der Popularität keineswegs. Uns interessieren aber dennoch nicht die Phantasien rund um die Technik, sondern die konkreten Anwendungsmöglichkeiten im professionellen Bereich. Wir wollen mit den potenziellen Kunden nur darüber sprechen, was heute möglich ist. Bei richtigem Einsatz dieser additiven Fertigungstechniken können nämlich bereits ab rund 100.000 Franken enorme Effizienzgewinne erzielt werden«, betont Caspar Steiner. »Das mag bei einem Verfahren erstaunen, das ein Science-Fiction-Autor erfunden haben könnte.«

Rapid Prototyping

Doch ganz so jung ist die Technik nicht. Ihren Anfang nahmen die 3D-Drucker in der Produktentwicklung. Hier ermöglichten sie die schnelle Herstellung von Prototypen (›Rapid Prototyping‹) und Modellen direkt ab CAD-Daten. In diesem Bereich haben sich die Maschinen in der Industrie schon seit dem Beginn des 3D-Drucks vor zwanzig oder mehr Jahren etabliert.

Der große Vorteil des 3D-Drucks besteht nun einmal darin, dass ein Gegenstand Schicht um Schicht aus einem gewünschten Material hergestellt werden kann und dabei auch komplizierte Strukturen integriert.



Höchst filigrane, farbige und präzise Bauteile bis hin zu beweglichen Gegenständen lassen sich heute im 3D-Druck mit verschiedenen Fertigungstechniken herstellen.

Caspar Steiner, Leiter 3D-Systems bei der Rene Faigle AG, sieht für den 3D-Druck vor allem grosses Potenzial bei Schweizer Maschinenbau-Unternehmen. Doch auch Druckereien hätten bereits Interesse angemeldet, um ihre Produktpalette zu erweitern.

Vielleicht muss hier und da anschließend noch etwas abgefräst oder geschliffen werden, aber im Großen und Ganzen kommen die Bauteile oder Modelle fertig aus dem Drucker.

»So kann ein Schuhdesigner das neueste Modell einer Sommersandale in Originalform und -größe drucken und begutachten, ein Goldschmied kann Wachsmodelle eines Schmuckstücks, das als Vorlage für eine Gussform verwendet werden kann, herstellen, oder ein Architekt für die Bauherrschaft innerhalb von Stunden ein bis ins Detail getreues Modell fertigen«, erläutert Steiner. Der 3D-Druck eignet sich aber ebenso auch für das Herstellen von Werkzeugen, Implantaten, Prothesen und so weiter. Selbst die Produktion von Kleinserien ist mit diesem Verfahren heute denkbar.

Allerdings brauchen solche Produktionsprozesse ihre Zeit. Und das ist aus dem Blickwinkel einer industriellen Fertigung noch immer das größte Manko.

Verschiedene Technologien

3D-Drucke beruhen auf Daten, die entweder durch CAD (Computer Aided Design) oder durch das Scannen bestehender Objekte generiert werden. Die so erzeugten Formen werden durch spezielle Programme in extrem dünne Schichten zerlegt, aus denen der Drucker dann das neue Objekt aufbaut.

Deshalb konzentriert sich Caspar Steiner zunächst einmal auf Unternehmen, die bereits Know-how im Umgang mit CAD-Daten haben. Ohnehin sieht er in der Verarbeitung entsprechender Daten einen möglichen Bremsklotz für den 3D-Druck. »Es braucht dazu gute CAD-Techniker. Die Frage ist nur, ob es genug gibt?« Doch Steiner glaubt, dass sich dieses Problem mit der weiteren Verbreitung standardisierter Druckformate abschwächen könnte. Immerhin gibt es das STL-File, eine Art PDF des 3D-Drucks, das einmal geschrieben, nicht gut editiert, aber gelesen werden kann.

Beim 3D-Druck selbst werden verschiedene Technologien und Systeme eingesetzt, die mit ebenso unterschiedlichen Materialien arbeiten. Unterschiede zeigen sich vor allem in der Detailtreue, Präzision, Farbvielfalt und Oberflächenbeschaffenheit. Je nach Verwendung können Objekte aus plastikartigen Kunststoffen, Gips oder Metall hergestellt werden.

»Ein Objektdrucker baut den 3D-Gegenstand Schicht für Schicht mit einem flüssigen und sich wieder verfestigenden Kunststoff oder Pulver auf. Deshalb heißt der korrekte Begriff für diese Technologie auch Additive Manufacturing«, erläutert Caspar Steiner.

Technologien bei Faigle

»Dazu bieten wir drei Verfahren an. Einmal den Partikel-Druck oder das ColourJet-Printing. Bei dieser Technik wird ein Pulver in Schichten auf eine Platte aufgetragen, mit einer Farbe aus einem Tintenstrahldruckkopf besprüht und gehärtet. Der Partikel-Druck eignet sich zum Beispiel für den Architekturmodellbau oder zur Herstellung von Werbemitteln. Als zweites bieten wir Modelle für den Kunststoff-Druck oder das MultiJet-Modelling. Das Verfahren arbeitet mit einem aus über 300 Düsen bestehenden Dosierkopf. Darunter bewegt sich eine computergesteuerte Platte. Das herzustellende Erzeugnis wird je nach Komplexität durch eine Stützkonstruktion aus Wachs gesichert, die in der Nachbearbeitung ausgeschmolzen wird. Nach dem Auftragen des Kunststoffs wird das räumliche Objekt mit UV-Licht verfestigt. So können komplexe Teile mit feinen Strukturen und selbst bewegliche und funktionsfähige Objekte wie Kugellager produziert werden. Und schließlich ermöglichen unsere Druckermodelle auch den Stereolithographie-Druck, bei dem ein Laser selektiv und mit UV-Strahlen einen Kunstharz härtet. Dieses Verfahren zeichnet sich durch höchste Qualität und Detailgenauigkeit aus und kann auch zur direkten Produktion von Kleinserien eingesetzt werden.«

Erste Wahl

Aufgrund dieser Vielfalt an Fertigungstechniken war 3D Systems für Faigle auch die erste Wahl. »3D Systems ist mit einem Jahresumsatz von 350 Millionen Dollar und mehr als 1.100 Mitarbeitern der größte Hersteller von 3D-Druckern und 3D-Software. In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen verschiedene Hersteller übernommen und damit das Angebot vervollständigt. Das umfasst heute alle bewährten 3D-Drucktechnologien für die verschiedenen Anwendungen«, erläutert Benno Leibbach.

Die Preise der 3D-Drucker für professionelle Anwendungen reichen von 50.000 Franken für einen Partikel-Drucker über 100.000 Franken für ein Modell nach dem Multi-Jet-Mo-

Mit einem Modell der ProJect-Serie 3500 HD Max wird nach dem Multi-Jet-Modeling-Verfahren produziert. Damit ist ein solches Drucksystem besonders geeignet für präzise Kunststoffteile für den Einsatz bei Funktionstests, als Kommunikationsmodelle und weitere Anwendungen. Dabei bietet der 3D-Druck eine breite Materialauswahl, verschiedene Auflösungen und eine erstaunlich einfache Handhabung.

Dabei können Modelle hergestellt werden, die beispielsweise für Funktionstests eingesetzt werden können.

delling-Verfahren und bis zu mehreren hunderttausend Franken für einen Stereolithografie-Drucker.
Die üblichen Schichtstärken, die von den Drucksystemen erzeugt werden, liegen je nach Auflösung zwischen 0,016 mm und 0,4 mm und die Dauer des Druckvorgangs kann je nach Verfahren, Größe und Komplexität des zu druckenden Objektes zwischen wenigen Minuten und mehreren Tagen betragen.

Der 3D-Markt wächst rasant

Sowohl Preise als auch Produktionszeiten scheinen auf den ersten Blick abschreckend. Dennoch ist das Interesse am Einstieg in diese Technik nach Aussage von Caspar Steiner erstaunlich groß. Und der Markt der 3D-Drucker sowie entsprechender Anwendungen entwickelt sich rasant. Nach Einschätzung von Experten könnte das Additive Manufacturing aufgrund der reduzierten Kosten bei der Herstellung von Prototypen und der Individualisierung von Produkten die Weltwirtschaft gravierend verändern.

Auf rund 2,2 Milliarden Dollar wurde das globale Marktvolumen des 3D-Drucks zuletzt taxiert – inklusive der verbrauchten Materialien. Aber das ist erst der Anfang. Der Markt wächst laut dem Maschinenbauverband VDMA in Frankfurt derzeit um rund 25% jährlich. Und glaubt man dem ›McKinsey-Report 3D-Druck‹ ▸

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®

Der Cube 2 von 3D Systems ist für Heimanwender gedacht und kostet in der Schweiz etwa 1.800 Franken.

vom Juni 2013, könnte das Umsatzvolumen schon im Jahr 2025 zwischen 230 und 550 Milliarden US-Dollar liegen. Dabei darf jedoch nicht vergessen werden, dass die Technik für nahezu alle Industrien gleichermaßen interessant ist.
3D-Printer werden bereits heute für unterschiedlichste Zwecke in verschiedenen Industrien wie beispielsweise in der Architektur, Raumfahrt sowie in der Automobilindustrie eingesetzt. Aber auch im Gesundheitswesen, in der Zahnmedizin und Prothetik, sind diese Systeme bereits kaum mehr wegzudenken.

Zwei Arbeitsweise

Doch Caspar Steiner erinnert daran, dass es zwei grundsätzliche Arbeitsweisen gibt. Beim ›Rapid Prototyping‹ werden Modelle erstellt, die noch nicht exakten Vorgaben entsprechen. Sie sind als Visualisierungsobjekte zum Anfassen ideal bei der Produktentwicklung. Beim ›Rapid Manufacturing‹ sind dagegen höchste Genauigkeit und gute Materialeigenschaften gefragt. »Das sind Objekte mit Produktqualität. Entweder handelt es sich dabei um Serienprodukte oder um maßgeschneiderte Einzelanfertigungen«, sagt Steiner.
Dieses Verfahren stehe aber noch ganz am Anfang der aktuellen Entwicklung. Außerdem sei noch gar nicht abzusehen, was da noch alles kommen kann und wird. Das Thema 3D-Druck dürfte also durchaus spannend bleiben und weiter für viel Diskussionsstoff sorgen.

Nicht zu unterschätzende Geschäfts-Chance

Nun sind neue Techniken und Technologien immer interessant. Aber wie passen die Druckindustrie und der 3D-Druck nun zusammen? Für Caspar Steiner liegen die beiden Welten gar nicht so weit auseinander: »Wir sehen, dass zur Zeit 3D-Druckdienstleister entstehen, da die notwendigen Volumen für den profitablen Betrieb eines professionellen 3D-Druckers für ein ›normales Unternehmen‹ nicht einfach zu erreichen sind. Diese Druckdienstleister sind zumeist Startup-Unternehmen – obwohl etablierte Druckereien oder Copyshops gut positioniert wären, um solche Dienstleistungen anzubieten. Insbesondere dann, wenn CAD-Kenntnisse und Kundenbeziehungen zum Beispiel zu Architekten vorhanden sind.«
Schließlich handele es sich um eine nicht zu unterschätzende Geschäftschance. Dabei will Caspar Steiner nicht einfach nur abwarten, sondern aufgrund seines Know-hows im 3D-Druck auch beratend tätig sein. »Faigle steht nicht nur als Lieferant von 3D-Druckern, sondern auch als Partner bei Aufbau und Betrieb eines 3D-Druckbereichs unterstützend zur Seite«, betont er.

› www.faigle.ch/3d
› www.3dsystems.com ■

KOMMENTAR

Warum eigentlich nur zwei Dimensionen?

Seltsam ist es schon. Da glauben die Kunden einer Druckerei nur selten, dass sie auch crossmediale Leistungen erbringen könnte, weil man deren Dienstleistung – Schublade auf und Schublade wieder zu – nur aufs Drucken verstanden haben will. Also nichts da mit Webseiten, multimedialen Lösungen oder gar crossmedialen Kampagnen. Hier glaubt man bei Agenturen besser aufgehoben zu sein. Aber 3D drucken, das sollen Druckereien können. Ja klar doch, weil der Begriff 3D-Druck nun einmal – Schublade auf und wieder zu – das Wort ›Drucken‹ beinhaltet. Und wenn es schon drucken heißt, müssen Druckereien das doch auch können!
Eben nicht! Denn 3D-Druck ist kein Drucken im eigentlichen Sinne. Es ist Fertigungstechnik mit Hilfe von CAD-Daten und eines Drucksystems, das so ähnlich funktioniert wie ein Large Format Printer. Der ist für das Bedrucken von zweidimensionalen Bedruckstoffen ausgelegt und bewegt sich aber über eine X- und Y-Achse über das entsprechende Substrat. Nichts anderes macht ein 3D-Drucker, wenn er einen dreidimensionalen Gegenstand Schicht für Schicht aufbaut.
Was der 3D-Drucker aber bisher nicht macht, sind Anwendungen, die dem traditionellen grafischen Bereich auch nur annähernd zugeordnet werden könnten. Vielleicht ist die Technologie aber auch noch zu jung, zu wenig ausgelotet und aus den verschiedenen Prespektiven noch zu wenig betrachtet und überdacht worden. Denn oftmals wurden Techniken für einen ganz bestimmten Zweck entwickelt, die später einen völlig anderen Zweck erfüllten (oder nutzen Sie Ihr Smartphone etwa nur zum telefonieren?).
Der 3D-Druck hat aber etwas, worin einst die Kompetenz unserer Branche lag: Die Modelle, ob beweglich oder starr, müssen nämlich zunächst einmal eingescannt werden, bevor sich daraus CAD-Daten generieren lassen. Fotografieren oder Scannen, der Umgang mit Software, die Datenaufbereitung und die Datenausgabe – in diesem Fall der 3D-Druck – liegen also doch näher zusammen, als man gemeinhin glaubt. Natürlich muss neues Know-how aufgebaut und wahrscheinlich auch Lehrgeld bezahlt werden. Aber das ist eine Übung, die Druckereien schon in der Vergangenheit (und das nicht nur einmal) bewältigt haben.
Also. Wenn die Kunden den Druckereien die Kompetenz zutrauen, dreidimensional drucken zu können, warum sollte man es dann nicht tun? Schon immer wurden im Siebdruck auch dreidimensionale Gegenstände bedruckt. Warum sollte man diese Gegenstände nicht gleich komplett drucken? Oder noch eine Idee weiter: Hat bisher eigentlich jemand bewiesen, dass sich Papier nicht drucken lässt? Und aus welchem Grund sollte man irgendwann einmal nicht auch Papier in einem Drucker herstellen können? Zuerst druckt man eine beliebig dicke Schicht an Papier oder Karton, veredelt die Oberfläche nach Bedarf, um diese anschließend nach allen Regeln der Kunst zu bedrucken.
Wir, die Druckindustrie, sind Marktführer beim Druck auf Papier und Karton. Weshalb sollten wir uns eigentlich auf nur zwei Dimensionen beschränken?

Klaus-Peter Nicolay

RICOH Pro™ 8100S

RICOH
imagine. change.

Digitale Schwarzweiss-Hochleistungs-Produktionsdrucker

Das neue Pro™ 8100S Produktionsdruck-System bietet herausragende Zuverlässigkeit kombiniert mit erstklassiger Bildqualität und Papierhandhabung. Dies führt zu einer höheren Produktivität und geringeren Kosten.

Das Pro™ 8100S-System druckt bis zu 135 Seiten pro Minute und erreicht Scangeschwindigkeiten von 120 (Simplex) und 220 (Duplex) Seiten pro Minute.
Diese Digitaldrucker ermöglichen die Produktion hochvolumiger Druckläufe mit herausragender Qualität.

QUALITÄT
Hervorragende Bildqualität

PAPIER
Breite Medienunterstützung

TEMPO
Hohe Geschwindigkeit

ROBUST
Erstklassige Zuverlässigkeit

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

Goldgräberstimmung beim 3D-Druck

Auf leisen Sohlen hat sich eine Revolution in der Fertigungstechnik vollzogen – ohne, dass Big Player dabei eine wesentliche Rolle gespielt hätten. Es waren vielmehr Forscher, kleine Start-Ups und Garagenbastler, die mit dem Druck dreidimensionaler Gegenstände begonnen haben, die jetzt als 3D-Revolution um die Welt geht.

Von ANDREA KÖHN

Wie bei vielen technischen Neuerungen der jüngeren Zeit, lebt der 3D-Druck vom Enthusiasmus der Early-Adaptors, meist Technikbastler samt Open-Source-Community. Sie feiern den Trend zur Eigenproduktion, träumen von der Rückeroberung der Produktionsmittel durch die Massen oder von sich selbst nachbauenden Geräten. Es herrscht Aufbruch- und Goldgräberstimmung.

Dabei ist der 3D-Druck gar nicht so neu. Schon in den 1980er Jahren wurden laserbasierte Verfahren für Industrieanwendungen entwickelt, etwa für Prototypen oder für die Produktion von Werkstücken und Bauteilen in geringen Stückzahlen. Gegenüber dem sonst für diese Prozesse eingesetzten Spritzgussverfahren entfallen bei der Herstellung via 3D-Druck die Formenherstellung sowie die Arbeitsschritte schneiden, drehen und bohren.

Die Folgen des 3D-Drucks

Die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Folgen der 3D-Revolution werden erst sukzessive spürbar. In Zeiten, in denen die Produktlebenszyklen kontinuierlich sinken und während die Variantenvielfalt stetig zunimmt, kommen Druck-Robotern, die mit höchster Qualität komplexe Gegenstände individuell herstellen können, wie gerufen.

Nicht zuletzt aus diesen Gründen haben die Messe Düsseldorf und der VDMA anlässlich der Fachmesse K im Oktober 2013 die Marke 3D fab + print gelauncht. Unter diesem Dach werden künftig auf Düsseldorfer Fachmessen Aussteller zusammengeführt und das Thema in den Fokus der Fachöffentlichkeit gerückt. Themenrelevante Messen sind die Medica (November 2014), das Messe-Quartett Gifa, Metec, Thermprocess und Newcast (Juni 2015) und die drupa (31. Mai bis 10. Juni 2016).

Der 3D-Druck ersetzt, verlagert und ergänzt herkömmliche Verfahren und beschleunigt die Innovationsprozesse, weil die Herstellung solider Prototypen und anschaulicher Muster Vorteile mit sich bringt.

Im Consumer-Bereich werden die Stückkosten der Massenproduktion immer niedriger bleiben als die der Individualproduktion, doch wird sich vermutlich ein geringer Teil der Produktionsprozesse zu den Konsumenten verlagern. Diesen Verlust kann die Wirtschaft verschmerzen, weil die Anwender dazu die 3D-Drucktechnik sowie Materialien und Support benötigen und gleichzeitig völlig neue Geschäftsfelder entstehen, zum Beispiel Druckservices für diejenigen, die sich nicht gleich selbst einen 3D-Drucker anschaffen.

Kinderkrankheiten

Der erste große Druckmaschinenhersteller, der in das Geschäft mit 3D-Druckern einstieg, war HP. 2010 bis 2012 hatte sich der amerikanische Konzern mit dem israelisch-amerikanischen Hersteller Stratasys verbündet. Daraus entstanden zwei Geräte unter den Namen HP Designjet 3D und Designjet Color 3D (die heute nicht mehr lieferbar sind). Nun will HP einen zweiten Versuch starten, wie HP-Konzernchefin Meg Whitmann unlängst ankündigte: »3D-Drucker stecken noch in den Kinderschuhen. Es ist aber eine große Chance und wir sind sehr engagiert.« Mitte 2014 soll ein neues Produkt auf den Markt kommen.

Allerdings ist Geduld gefragt, denn nach wie vor sind leistungsfähige 3D-Drucker in der Anschaffung nicht eben günstig und das Material lässt an Vielfalt und Auswahl noch zu wünschen übrig. Zudem produzieren die Geräte zuweilen quälend langsam. Meg Whitmann hat es so beschrieben: »Eine Flasche zu drucken, kann acht bis zehn Stunden dauern. Das ist ebenso interessant wie dabei zuzuschauen, wie Eis schmilzt«.

Dass diese Kinderkrankheiten bald der Vergangenheit angehören könnten, zeichnet sich allerdings ab. Der 3D-Druck ist eben kein Hirngespinst, sondern eine veritable Revolution der Fertigungstechnik. Zwar wird 3D-Druck noch im Umfeld von CAD-gestützten Laserschneidern, Fräsen oder Spritzgussmaschinen gesehen, neue Impulse haben aber bislang nur den wenigsten Branchen geschadet.

Richtig wäre es, den 3D-Druck jetzt neben dem Hoch-, Flach- und Digitaldruck als vierte Säule in den Kanon der Drucktechnologien aufzunehmen. Mit allen Konsequenzen. An den Hochschulen, in der Berufsausbildung, in den Verbänden und vor allem in den Betrieben.

Online-Druckereien bedrucken mittlerweile Objekte wie Christbaumschmuck und Kaffeedosen individuell. Deshalb wäre es nur konsequent, bestimmte Gegenstände künftig auch nach Kundenwunsch herzustellen, zumal Infrastruktur und Fachkräfte bereits vorhanden sind. Eine Erlösperspektive ist klar gegeben – die Geschäftsmodelle müssen jetzt erarbeitet werden: denn nur wer sät, wird auch ernten.

Marktüberblick

Für den Einstieg in den 3D-Druck und das Sammeln erster Erfahrungen bedarf es zunächst einmal wenig. Bausätze und Einstiegsgeräte gibt es schon für rund 300 €, Profigeräte ab 3.000 €. Bei Geräten für die industrielle Fertigung ist zudem eine Preiserosion festzustellen. Dabei kristallisieren sich im 3D-Bereich drei Geräteklassen heraus: für Heimanwender, für Profis und industrielle Anwendungen.

Rund zwei Dutzend Hersteller weltweit bieten derzeit Lösungen an. Die meisten wurden vom RepRap-Projekt von Adrian Bowyer (Professor für Evolutionsforschung an der englischen Universität Bath) inspiriert. RepRap steht für Replicating Rapid-Prototyper und ist eine 3D-Druckmaschine, deren Bauplan Bowyer unter einer General-Public-Lizenz veröffentlicht hat, um eine möglichst weite Verbreitung zu erreichen. In diese

Fußstapfen traten Anbieter wie Ultimaker und Makibox. Auch der amerikanische Hersteller Makerbot aus New York war ursprünglich eine gemeinnützige Organisation. Seit Juni 2013 ist Makerbot Tochtergesellschaft von Stratasys und hat mit Open Source nichts mehr zu tun.

Auch der englische Hersteller Bits From Bytes wurde aufgekauft. Das Unternehmen startete mit dem 3D-Drucker RapMan, einer kommerziellen Version der Open-Source-Hardware RepRap Darwin. Im Oktober 2010 wurde das Unternehmen vom Branchenprimus für den Privatsektor, dem amerikanischen Konzern 3D Systems, übernommen. Dieses Unternehmen strotzt vor Kraft – Forschungs- und Produktionsressourcen sind ausgeschöpft.

Marktführer im Profisektor ist Stratasys. Der Konzern mit Sitz in Eden Prairie (USA) und Rehovot (Israel) sowie neben anderen einer Niederlassung in Rheinmünster, baut Desktop 3D-Drucker bis zu großen Produktionsystemen. Stratasys bietet mit rund 150 Photopolymeren und Thermoplasten auch die größte Vielfalt an Materialien an.

Führend für industrielle Anwendungen im Bereich Lasersintern ist die EOS GmbH aus Krailling bei München. Das von Dr. Hans J. Langer und Dr. Hans Steinbichler 1989 gegründete Unternehmen beliefert Kunden wie MTU, Daimler und BMW mit 3D-Druckern für die Produktionshallen.

Ein Prinzip, viele Verfahren

Der 3D-Druck, auch ›Rapid Prototyping‹ oder ›Additive Manufacturing‹, funktioniert nach einem additiven Verfahren, bei dem die zu druckenden Objekte Schicht für Schicht aus einem, mehreren flüssigen oder pulverförmigen Werkstoffen aufgebaut werden. Dabei finden chemische und physikalische Härtungs- beziehungsweise Schmelzprozesse statt. Deshalb sind die typischen Werkstoffe für den 3D-Druck Kunstharze, Kunststoffe, Metalle oder Keramik.

Dazu nutzen die Hersteller eine Reihe von Druck-Verfahren, die sich zum Teil sehr ähneln und sich oftmals nur durch einige wenige, patentierte Variationen unterscheiden. Die wesentlichen Verfahren sind dabei das selektive Laserschmelzen, das Elektronenstrahlschmelzen für Metalle, das selektive Lasersintern für Kunststoffe, die Stereolithografie, das Digital Light Processing, das Polyjet-Modeling für Photopolymere sowie das Fused Deposition Modeling für Thermoplaste.

Die meisten 3D-Drucker verarbeiten nur einen Werkstoff oder eine Werkstoffmischung mit einem Druckverfahren. Versuchsweise wurden aber schon kombinierte Druckverfahren und das Drucken von Kunststoffen in unterschiedlichen Härtegraden und Farben erprobt.

Stratasys hat sich eine Variante der Schmelzschichtung, die FDM-Technologie (Fused Deposition Modeling), patentieren lassen. Dabei werden feine, halbflüssige Stränge aus einem thermoplastischen Kunststoff geschmolzen und mit einer Spritzdüse Schicht für Schicht zum fertigen Objekt geformt.

Bei der PolyJet-Technologie kommen Photopolymere zum Einsatz, die unter UV-Licht aushärten und sich kaum mehr von im Spritzgussverfahren gefertigten Produkten unterscheiden.

Kurzum: Ob es um hochwertige Endprodukte, Unikate oder Kleinserien geht – die Leistungsfähigkeit der 3D-Drucker reicht heute bereits aus, um viele denkbare und noch nicht gedachte Anwendungen zu realisieren.

Der Text wurde uns von der Messe Düsseldorf zur Verfügung gestellt.

Beispiel für eine smarte Verpackung für Konsumgüter und Lebensmittel mit integriertem ›HiLight‹-Lichteffekt. Quelle: Karl Knauer GmbH

Gedruckte Elektronik kommt weiter voran

Seit Jahren ist von gedruckter Elektronik, von organischen Schaltungen und intelligenter Mikroelektronik aus der Druckmaschine die Rede. Viel von dem ist bisher noch nicht ins Bewusstsein der Branche oder gar der Öffentlichkeit vorgedrungen. Doch es tut sich was, wie die folgenden Beispiele zeigen.

»Kunststoffe mit einstellbaren Werkstoffeigenschaften, formstabil als Thermo- oder Duroplast sowie Elastomer, Folie oder Beschichtung, granular oder geschäumt, sind von einfachen Gebrauchsgegenständen bis zu konstruktiv anspruchsvollen Strukturelementen in Fahrzeugen und Bauten ein unabdingbarer Teil unserer Lebenswelt.« So hieß es in einer Veröffentlichung der Messe Düsseldorf zur K 2013. Dies dürfte sich für viele in unserer Branche eher nach Chemie-Unterricht anhören, denn als Anreiz, sich mit diesen Techniken zu beschäftigen. Dennoch ist vieles von dem, was unverständlich scheint, nicht nur angedacht, sondern bereits in der Praxis umgesetzt (siehe auch unseren Beitrag ›Visionäres für Print‹ in der ›Druckmarkt‹-Ausgabe 83 im Februar 2013). Dennoch übersteigt dies auch das Know-how in unserer Redaktion. Deshalb geben wir den Beitrag der K 2013 an dieser Stelle unkommentiert weiter.

Denn nun erweitere sich die strukturelle Vielseitigkeit der Kunststoffe um eine weitere Dimension. Sie dienen mit geeigneter molekularer Konfiguration auch als elektrische Leiter und Halbleiter (wenngleich mit noch eingeschränkter Mobilität der Ladungsträger). Sie fungierten damit als Systemkomponenten der ›organischen und gedruckten Elektronik‹. Organisch deswegen, weil ihre Transistoren, Sensoren und Leuchtdioden nicht auf Silizium oder Galliumarsenid basieren, sondern auf Kohlenstoff-Derivaten. Gedruckt, weil sie als flächiges Schaltungsmuster mit Strukturfeinheiten von einigen zehn Mikrometern mit Druckverfahren wie Flexo, Siebdruck und Inkjet ›von der Rolle‹ auf flexible Substrate druckbar ist.

INTEGRATION IN OBJEKTE Damit erhält man elektronisch oder photonisch funktionalisierte Oberflächen, dreidimensional auf allen möglichen Objekten, auch auf Textilien. Sie bilden kapazitive Touch-Sensoren, großflächige Leuchtfelder mit OLEDs (organische Leuchtdioden), Messfühler und Detektoren für Umweltdaten oder medizinisch relevante Daten wie Temperatur oder Feuchte. Sie arbeiten als organische Solarzellen. Oder als flache, gedruckte Batterien für miniaturisierte Geräte. Das ermöglicht neue Applikationen in ›smarten‹ Objekten und deren Vernetzung im ›Internet der Dinge‹. Die neue (fünfte) Edition der Roadmap der OE-A (Organic and Printed Electronics Association), einer Arbeitsgruppe im VDMA mit über 220 Mitgliedern weltweit, verdeutlicht den Stand und die Trends der organischen Elektronik über einen Zeitraum von zehn Jahren.

OLED – ERSTER MASSENMARKT Zum Massenmarkt gediehen sind kleine OLED-Bildschirme in Handys und Smartphones. Dies hat der organischen Elektronik im letzten Jahr ein Umsatzvolumen von knapp 9 Mrd. US-$ verschafft. Bis 2025 soll daraus ein Markt von 200 Mrd. $ jährlich werden. Farbstarke und kontrastreiche OLED-Bildschirme für 55"-Fernseher sind bereits erhältlich (zum Beispiel von Samsung und LG), allerdings noch zu Verkaufspreisen um 10.000 $.

OLED-Lichtquellen dagegen stehen in Konkurrenz zu LEDs und Halogenlampen. Sie versprechen ein großflächig gleichmäßig emittiertes, dynamisch farbsteuerbares Licht und können architektonisch attraktiv auf die Oberflächen vertrauter Objekte im häuslichen Bereich aufgebracht werden. Ebenfalls hat die Autoindustrie einen Blick auf diese Technologie geworfen.

FLEXIBLE BILDSCHIRME FÜR E-READER Auch die E-Reader von Amazon oder Sony mit ›elektronischem Papier‹ von E-Ink sind wegen des energetisch günstigen, bistabilen Anzeigeprinzips der elektrophoretischen Displays populär. Sie eignen sich im Wesentlichen zur Darstellung statischer Inhalte wie Buchseiten.

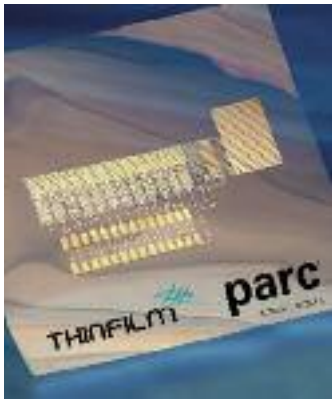
Der nächste Entwicklungsschritt bringt leichtere, flexible, vielleicht sogar aufrollbare E-Reader und Tablets ohne schwere Deckgläser. Am weitesten ist Plastic Logic, die ›Backplanes‹ aus organischen Dünnfilmtransistoren (OTFT) herstellt, also der Aktivmatrix zur individuellen Ansteuerung der Pixel.

Was die Entwicklung der organischen Photovoltaik und Anzeigetechnik derzeit bremst, ist ihre hermetische Einkapselung gegen den atmosphärischen Wasserdampf, der ihre Elektroden korrodiert und die Lebensdauer verkürzt. Die Lösung sind auflaminierte Barriere-Folien. Bestens geeignet erscheinen transparente Schichten aus amorphem Siliziumdioxid (Tonerde).

Flexibler elektrophoretischer Farbbildschirm für E-Reader oder Tablets mit Backplane aus organischen Transistoren (OTFT). Quelle: Plastic Logic.

Smarte Verpackung für Arzneimittel mit per Smartphone auslesbarem Datenspeicher. Quelle: Holst Centre.

Flache Batterien (Ni-Metallhydrid) auf Folie von der Rolle gedruckt. Quelle: Varta.



Gedrucktes Array mit nichtflüchtigem Speicher und Transistor-Logik. Quelle: Thinfilm und PARC.

TREIBER DER ANWENDUNG Die Treiber der Applikationsentwicklung finden sich in der Automobil- und Pharmaindustrie, bei der Consumer-Elektronik und in sogenannten ›smarten‹ Verpackungen für Lebensmittel, Medikamente und andere Konsumartikel. Solche Verpackungen können mit ein- oder aufgedruckten Funk-Etiketten (RFID-Tags) die Warenwirtschaft effizienter gestalten und dem Verbraucher über dynamisch aktualisierte Anzeigefelder das Verfallsdatum nennen, auf unterbrochene Kühlketten empfindlicher Güter verweisen oder die Authentizität hochwertiger Artikel durch die Anbindung an rückverfolgbare Lieferketten garantieren.
In Autos der Premium-Klasse kommen als nächster Schritt organische Displays und Touch-Sensoren als Ersatz der mechanischen Anzeigen und Schalter sowie komplexe Rückfahrscheinwerfer mit OLEDs, unter anderem von Audi, um die heutigen LED-Leuchten energiesparend zu ersetzen.

ORGANISCHE PHOTOVOLTAIK UND BATTERIEN Die organische Photovoltaik (OPV) ist bereits kommerziell verfügbar, zur lokalen Versorgung mobiler Daten- und Consumergeräte. Langfristig sind auch Anwendungen in der Außenhülle von Fahrzeugen und Gebäuden (BIPV, building integrated photovoltaics) zu erwarten.
Als Systemkomponenten liegen gedruckte Datenspeicher in Gestalt ferroelektrischer, nicht-flüchtiger Speicherfolien des finnischen Herstellers Thinfilm vor. Sie lassen sich mit einer beim kalifornischen Auftragsforscher PARC entstandenen Transistor-Logik zu software-adressierbaren Speicherbausteinen kombinieren. Mit einem gedruckten Temperaturfühler und einem Anzeigefeld samt gedruckter Batterie wird daraus ein komplettes Messsystem.
Gedruckte Batterien stehen bei der Systemintegration ebenfalls im Fokus. Sie lassen sich mit Anzeige- und Leuchtfeldern, Touch-Sensoren und Solarzellen in Verpackungen, Textilien und andere Gebrauchsgegenstände integrieren – auf einer neuen Ebene der Wertigkeit und Funktionalität.

MESSETHEMA GEDRUCKTE ELEKTRONIK Das Thema ›organische und gedruckte Elektronik‹ war auf der K 2013, der Fachmesse für die Kunststoff- und Kautschukindustrie im Oktober 2013 in Düsseldorf, im Pavillon Printed Electronics Products and Solutions präsent. Dort bekamen sowohl Drucktechnologien als auch funktionalisierte Oberflächen wie RFID-Lösungen, flexible Displays und OLEDs eine Plattform.
Auch auf der InPrint Anfang April in Hannover (siehe auch Seite 42) wird es weitere Informationen zu diesem Thema geben.

■

OE-A Whitepaper

›ROADMAP FOR ORGANIC AND PRINTED ELECTRONICS‹

Erste Produkte sind bereits auf dem Markt: gedruckte Photovoltaik, flexible Displays, intelligente Kleidung. Die Branche ist jung, entwickelt sich aber zu einer eigenen Industrie. Organische und gedruckte Elektronik wird viele Anwendungen revolutionieren, klassische Druck-Erzeugnisse aufwerten und im Werbe- und Verpackungsbereich neue Möglichkeiten bieten. Was bereits machbar ist (beispielsweise organische Leuchtdioden OLEDs in Design-Leuchten) und was in Zukunft möglich sein könnte zeigt die fünfte Ausgabe der Roadmap der OE-A (Organic and Printed Electronics Association).

Mehr als 250 Experten haben an der Ausgabe mitgewirkt. Darin beschreibt die OE-A den technischen Fortschritt der gedruckten Elektro- und wagt einen Blick in die Zukunft. Dabei wurden alle existierenden Anwendungen und Technologien analysiert, die Trends abgeleitet und die größten Herausforderungen definiert.
Die OE-A Roadmap teilt die Anwendungsgebiete der organischen und gedruckten Elektronik in fünf Bereiche ein: organische Photovoltaik, flexible Displays, OLED-Beleuchtung, Elektronik und Komponenten sowie Integrated Smart Systems. Sie gibt auch einen Überblick über verwendete Materialien und die Drucktechnologien.
Das 110 Seiten starke White Paper ›OE-A Roadmap for Organic and Printed Electronics‹ ist ab sofort bei der OE-A (Organic and Printed Electronics Association), dem internationalen Industrieverband für organische und gedruckte Elektronik erhältlich. Der Verband repräsentiert die gesamte Wertschöpfungskette der jungen Industrie.
› www.oe-a.org

Mimaki

MÖGLICHKEITEN DES TEXTILDRUCKS AUF DER INPRINT 2014

Mimaki stellt auf der Fachmesse InPrint Textildruckvorführungen auf unterschiedlichen Stoffarten in den Mittelpunkt seines Messeauftritts. An seinem Stand werden neben dem Sublimationsdrucker TS500-1800 auch Modelle der Inkjet-Serien UJF und JFX500-2131 gezeigt, die das umfangreiche Portfolio des Unternehmens im Textildruck widerspiegeln.
Mit seiner Kompetenz im Textildruck und den Designkonzepten für

industrielle Anwendungen ist das Unternehmen ein wichtiger Ansprechpartner auf der Messe. Da sich der industrielle Druck rasant entwickelt und die Inkjet-Technik auf diesem Wachstumsmarkt eine wesentliche Rolle spielt, bietet das Produktportfolio von Mimaki mit der UV-härtenden Inkjet-Technologie zahlreiche interessante Möglichkeiten.
»Die Systeme von Mimaki werden den in der Textil- und Bekleidungsbranche den Übergang zum Digitaldruck weiter beschleunigen. Mode-Designer und Industrieanwender können damit Kleinserien in brillanten Farben auf speziellen Materialien produzieren, die bisher nicht für den Digitaldruck nutzbar waren. Dazu zählen auch Stoffarten wie Baumwolle, Seide, Hanf und Viskose«, sagt Mike Horsten, General Manager Marketing EMEA, Mimaki Europe.
› www.mimakieurope.com

Know-how aktuell!

WEB-TO-PRINT

E-Business und Workflows

Mit Karten der Onliner

Im Investitionskompass ›Web-to-Print – E-Business und Workflows‹ werden die Themen von verschiedenen Seiten beleuchtet. Da wird die Allianz von Druck und Internet ebenso diskutiert wie die Bedeutung moderner Workflows für die Angebote im Internet. Ein weiterer Beitrag beschäftigt sich mit dem Einbeziehen von Kunden und deren Kunden sowie Handelspartnern in das Geschäftsmodell Web-to-Print, das damit zu einem Modell ›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 Marktübersichten sowie Tabellen, Artikel, Anwenderberichte, Glossar und Anbieterverzeichnis.

15,00 € / 18.00 CHF.

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

DRUCKMARKTCOLLECTION
www.druckmarkt.com

SEEWASSERBESTÄNDIG Gefahrgut-Etiketten auf dem Seeweg müssen seewasserbeständig sein. Um die zuverlässige, Haftung auf einem Transportbehälter zu gewährleisten, ist das perfekte Zusammenspiel von Obermaterial und Haftkleber entscheidend. Mit vier Neuheiten bietet Herma jetzt neue Alternativen zu UV-Acrylathaftklebern und erweitert das bestehende Sortiment. Insgesamt 19 Haftmaterialien erfüllen nun die Kriterien für die Seewasserbeständigkeit. › www.herma.de

AUSGELASTET 2013 war ein starkes Jahr für die systemform Datenbelege GmbH. SEPA-Überweisungen, Lottoscheine, Anträge – die Anzahl der Vordrucke aus Prien am Chiemsee ist lang. Nach Einschätzung des geschäftsführenden Gesellschafters Michael Kappelmaier blicken die Spezialdrucker auf eines der umsatzstärksten Geschäftsjahre seit der Übernahme im Jahr 2002. Aufgrund der anhaltend hohen Nachfrage konnten fünf neue Vollzeitkräfte eingestellt und eine Aushilfskraft in ein reguläres Ausbildungsverhältnis übernommen werden. Alle Mitarbeiter, die sich in den Ruhestand verabschiedet haben, wurden durch neue ersetzt. Setzt sich dieser Trend wie erwartet fort, übernimmt systemform weitere Aushilfskräfte in eine Festanstellung. › www.systemform-datenbelege.de

ÜBERBETRIEBLICH Der Verband Druck und Medien Bayern hat in eine Heidelberg Linoprint C751 Ex für seine überbetriebliche Ausbildung investiert. »Damit bekräftigen wir unseren Anspruch, in der überbetrieblichen Ausbildung auf modernen Maschinen auszubilden«, freut sich Hauptgeschäftsführer Holger Busch über die Errungenschaft. Mit der Anschaffung der Digitaldruckmaschine erweitert die üba auch ihr Kursangebot. Mit dem Kursplan 2014 werden Kurse zum Digitaldruck angeboten. Damit deckt die überbetriebliche Ausbildung des VDMB alle Anforderungen der IHK für die praktische Abschlussprüfung der Medientechnologen Druck Fachrichtung Digital ab. › www.vdmn.de

BERÜHRUNGSLOS Das Traditionsunternehmen Paul Leibinger hat seinen Inkjet-Drucker JET3 und das Kamera-Verifikationssystem LKS 5 für Kennzeichnungen in der Kunststoffbranche optimiert. Die neuen Features, die Produktionsabläufe erleichtern, stellte die Paul Leibinger GmbH auf der Swiss Plastics (21. bis 23. Januar 2014) in Luzern vor. Mitgebrachte oder exemplarische Muster wurden am Messestand live durch den Kleinschrift-Tintenstrahldrucker JET3 markiert. Der Leibinger JET3 bedruckt Produkte wie Extrusions- und Spritzgussteile sowie flache, gewölbte oder raue Oberflächen berührungslos während der laufenden Produktion mit schnelltrocknenden Tinten. Daneben zeigt Leibinger das Kamerasystem LKS 5. Die Bildverarbeitungssysteme lesen und kontrollieren fixe und variable Daten, Textsegmente und Barcodes ›on the fly‹ und dekodieren diese. Zudem ist ein Abgleich von variablen Daten über eine Datenbank möglich. › www.leibinger-group.com

bvdm

ALTONA TEST SUITE 2.0 ANWENDUNGSPAKET

Seit Anfang Dezember ist die neue, vollständig überarbeitete und erweiterte Ausgabe ›Altona Test Suite 2.0 Anwendungspaket‹ auf dem Markt. Sie dient zur Prüfung der PDF/X-Konformität und der Farbwiedergabe aller Software- und Hardwarekomponenten in einem PDF-Workflow von der Medienvorstufe bis zum Druck.

»Die Altona Test Suite – erste Ausgabe 2004, update 2005 – wird weltweit als Standard-Prüfmittel eingesetzt. Über 2.000 Druck- und Medienbetriebe sowie Systemhersteller nutzen sie bereits. Der bvdm leistet mit der ATS 2.0 daher einen wichtigen Beitrag zur internationalen Einführung, Anwendung und Weiterentwicklung der Prozess-Standardisierung gemäß ISO 12647 ff«, erläutert Karl Michael Meinecke, Referent für Technik und Forschung im bvdm, Projektkoordinator und Mitautor des Werkes. Weitere Autoren sind Olaf Drümmer und Florian Süßl von der ECI.

Das Anwendungspaket enthält eine DVD mit den Test-Suite-Dateien, Charakterisierungsdaten und ICC-Profilen gemäß Standard-Druckbedingungen nach ISO 12647. Es besteht weiterhin aus acht Referenzdruckserien von jeweils sechs Test-Suite-Dateien DIN A3, die innerhalb der Normtoleranzen nach ISO 12647-2 gefertigt wurden sowie einer Dokumentation in deutscher und englischer Sprache. Das Anwendungspaket beinhaltet acht Grundversionen der Altona-Test-Suite-Referenzdateien (Testformen DIN A3), die als Referenzdaten beziehungsweise Referenzdrucke zur Verfügung stehen.
› www.bvdm-online.de

diedruckerei.de

FÄLSCHUNGSSICHERE EINTRITTSKARTEN NEU IM SHOP

Im Onlineshop diedruckerei.de gibt es ab sofort fälschungssichere Eintrittskarten der besonderen Art: In Zusammenarbeit mit HP bietet die Druckerei Eintrittskarten mit unsichtbarer UV-Farbe (›Invisible Ink‹) an, die nur unter Schwarzlicht sichtbar ist. »Das Besondere daran ist, dass Kunden den fälschungssicheren Aufdruck der Eintrittskarte in Form von Text, Schrift, Formen und Grafiken komplett selbst gestalten können. Erst unter Schwarzlicht zeigt sich, ob die Karte echt ist oder nicht. Damit werden Eintrittskarten zum fälschungssicheren Designobjekt«, sagt Heiko Wiederer, Produktmanager der Onlineprinters GmbH. »Produziert werden die fälschungssicheren Eintrittskarten auf einer HP-Indigo-Digitaldruckmaschine mit der speziellen Sicherheitsfarbe von HP. Wir sind Beta-Tester und derzeit die einzige Onlinedruckerei, die diese Produkte in ihrem Shop anbietet«, so der Produktentwickler zur exklusiven Partnerschaft. Die Eintrittskarten mit Schwarzlicht-Farbe werden auf Wunsch mit einfacher oder doppelter fortlaufender Nummerierung gedruckt und sind im individuellen Design ab einer Kleinauflage von 100 Stück erhältlich.

Zum Sortiment der fälschungssicheren Eintrittskarten der Onlinedruckerei gehören desweiteren Karten, die mit einem speziellen Sicherheitspapier produziert werden. Dieses Papier besteht aus mehreren Schichten. Erst beim Einreißen der Karte wird eine vorher unsichtbare rote Papierschicht sichtbar.
› www.diedruckerei.de

DS Smith Akylux/Akyboard

VERPACKUNGEN AUS POLYPROPYLEN-HOHLKAMMERPLATTEN

Verpackungen aus Polypropylen-Hohlkammerplatten finden in verschiedensten Gebieten ihren Einsatz und gewinnen aufgrund ihrer vielfältigen Eigenschaften immer mehr an Bedeutung. Ob als witterungsbeständige, robuste und trotzdem leichte Pendelverpackung, oder als hygienische, schadstofffreie und chemisch beständige Einwegverpackungen sind die Anwendungsbereiche vielschichtig und individuell gestaltbar.

Die im Hause DS Smith produzierten und zu 100% recyclingfähigen Materialien Akylux und Akyboard decken all diese Eigenschaften ab. Zudem sind sie bedruckbar und in diversen Farben, Grammaturen und Stärken erhältlich.
Die DS Smith Packaging Switzerland AG mit ihrem Spezalitätenwerk Cawapac in Au/Wädenswil bietet die Möglichkeit, Verpackungen aus Polypropylen-Hohlkammerplatten individuell nach Maß in Klein- und Großauflagen zu produzieren, inklusiv professioneller Beratung, Entwicklung und Musterservice.
› www.dssmith-packaging.ch

Schreckhase investiert

MASSGESCHNEIDERTE AUTOBOND-LAMINIERMASCHINE

Die Druckerei Werbedruck GmbH Horst Schreckhase hat eine Thermolaminiermaschine installiert. Dem ging die Suche nach einer speziell konfigurierten Maschine voraus. Gefordert war die Verarbeitung von 106 cm breiten Druckbogen, eine zweite Spannwelle zum schnelleren Rüsten von Digitaldruckaufträgen und eine alleinstehende Bahntrenneinrichtung für eine bessere Zugänglichkeit der Bediener.
»Die Werbedruck GmbH war schon eine Weile auf der Suche nach einer passenden Laminiermaschine und wurde über unsere Webseite auf Autobond aufmerksam. Dort stellt Binderhaus die Autobond-Maschinen vor. Kurzentschlossen besuchte uns Marcus Schreckhase auf der Druck + Form in Sinsheim«, schildert Michael Jellinghaus, Geschäftsführer der Binderhaus GmbH und deutsche Autobond-Vertretung.
Was er auf der Messe sah, beeindruckte Marcus Schreckhase, sodass er Autobond im englischen Derbyshire zur einer ausführlichen Vorführung besuchte. Daraufhin oderte er für die Werbedruck GmbH die Autobond Mini 106 x 106 THS, eine Thermolaminiermaschine mit max. 5.000 Bogen pro Stunde, einseitiger Laminierung, Palettenanleger mit Trennkopf einer Heidelberg Speedmaster 102, Palettenauslage, alleinstehend ausgeführter Bahntrenneinrichtung und zwei Folienspannwellen.
› www.autobond.co.uk
› www.binderhaus.com

HQ-Hybrid-Verfahren

FLEXICON REVOLUTIONIERT DIE DRUCKQUALITÄT VON FOLIEN

Die Flexicon AG, Dienstleister für die Druckvorstufe von Konsumentenverpackungen, hat ein neues Verfahren entwickelt, das im Flexodruck Ergebnisse wie im Tiefdruck erreicht.
Das von Flint entwickelte Next-Verfahren der Plattenbelichtung für flache Rasterpunktköpfe sowie eine HD-Auflösung der Motive waren für die Experten der Abteilung Service & Innovation bei Flexicon Bausteine für die eigene Weiterentwicklung. Einmal begab man sich an die Entwicklung weitere neuer HD-Oberflächenraster, um die Druck-Ergebnisse verbessern zu können. Der zweite Schritt war die Entscheidung für das Hybrid-Verfahren. »Dabei nutzen wir aus beiden Welten das Beste«, fasst S&I-Chef Bernd Sanning die Effekte zusammen.
Vor der Farbseparation und wissend um die technischen Gegebenheiten des Druckers wird entschieden, ob runde, flache oder beide Rasterpunktformen zum Einsatz kommen. Das neue HighQuality Hybrid-Verfahren von Flexicon bringt damit nicht nur die Druckmotive zum Leuchten, sondern auch die Augen der Flexodrucker. Ein ruhigerer Plattenlauf erlaubt höhere Druckgeschwindigkeiten. Selbst tiefes Schwarz kann in einem Durchgang gedruckt werden. Und durch den höheren Farbübertrag bei geringerem Pigmentanteil verringern sich die Farbkosten deutlich.
› www.flexicon.de

Neues Hello Sortiment

FÜNF OBERFLÄCHEN – VIELE MÖGLICHKEITEN

Paperlinx Deutschland präsentiert mit dem neuen Hello Sortiment ab sofort eine umfassende Auswahl an Bilderdruckpapieren sowohl für tägliche als auch außergewöhnliche Druckanwendungen.
Das Hello-Sortiment vereint fünf verschiedene Oberflächen, die in allen gängigen Grammaturen und Formaten ab Lager verfügbar sind. Alle Qualitäten sind FSC-zertifiziert. Die glänzend und halbmatt gestrichenen Papiere Hello Gloss und

Hello Silk ermöglichen mit einer sehr homogenen Oberfläche ein hervorragendes Druckergebnis mit hoher Druckschärfe. Beide Qualitäten sind in den Flächengewichten 90 bis 400 g/m² erhältlich.
In einem neuen Musterbuch präsentiert Paperlinx Deutschland das komplette Hello Sortiment. In diesem übersichtlichen Arbeitstool zeigen die Druckmuster einen direkten Vergleich des Druckbildes bei unterschiedlichen Qualitäten.
› www.paperlinx.com

KURZ & BÜNDIG

Das Karlsruher **Printdata Systemhaus** für digitale Drucklösungen hat zum 1. November 2013 von **Xerox** die iGen-Zertifizierung erhalten und bietet seinen Kunden schlüsselfertige Digitaldrucklösungen inklusive Weiterverarbeitung, IT und Software an. • **Canon** hat für 40 Office-Drucksysteme aus dem aktuellen Verkaufsprogramm der imageRunner-, imageRunner-Advance- und i-Sensys-Serien das Umweltzeichen Blauer Engel erhalten. • **Elanders** CEO Magnus Nilsson hat **manroland** als Ausrüster für sein schwedisches Geschäftsfeld Bogenoffsetdruck in Mölnyke bestimmt. Damit folgt er seiner früheren Entscheidung, alle Bogenoffsetproduktionen zu einer Einheit in Falköping und Mölnlyke zu vereinen. • Nachdem alle **Samsung** A3-Multifunktionssysteme und vier weitere A4-Laserdrucker mit dem Blauen Engel ausgezeichnet wurden, bietet Samsung nun 39 Drucksysteme an, die den strengen Klimaschutz- und Gesundheitsauflagen des neuen Blauen Engels entsprechen. • Seit Frühjahr 2013 läuft bei **Image Printers,** einer der Top 10 Druckereien in Singapur, die zweite **KBA** Rapida 105. Die Vierfarben-Mittelformatmaschine mit CX Paket ist für das Bedrucken stärkerer Grammaturen ausgelegt. • **Flint Group** Flexographic Products hat eine neue, wasserauswaschbare Lackplatte für UV-Lacke auf den Markt gebracht. Die Platte erfülle höchste Qualitätsansprüche sowohl für die Inline- und Offline-Veredelung als auch für Spot- und Flächenlackierungen, meldet Flint.

Speedmaster XL 106

AKZIDENZDRUCKER SETZEN AUF HOHE PRODUKTIVITÄT

Nach Einschätzung von Heidelberg verfolgen Akzidenzdruckereien in Industrieländern als Geschäftsmodell oft die Kostenführerschaft, um wettbewerbsfähig zu sein. Für eine schlanke und standardisierte Druckproduktion benötigten sie entsprechende Maschinen mit hoher Automatisierung, einfacher Bedienung und kurzen Rüstzeiten.

Durch ihre Presetfunktionalitäten über die gesamte Maschine – vom Anleger über die Druckwerke inklusive Wendung, bis hin zum Ausleger – habe sich die Heidelberg Speedmaster XL 106 als Maßstab im Format 70 cm x 100 cm entwickelt, teilt der Hersteller mit. Vorgestellt wurde sie auf der drupa 2012. Seither sind nach Angaben von Heidelberg über 300 lange Wendemaschinen als Acht-, Zehn- oder Zwölffarben im Markt installiert, wobei die meisten davon in Ländern wie Deutschland, England, USA, Japan, Belgien und der Schweiz produzieren. Die Druckereien schätzen an den Maschinen nach eigenen Angaben die dauerhaft stabile Leistung bei einer großen Bandbreite an Bedruckstoffen.

Die Speedmaster XL 106 bietet ein breites Konfigurationsspektrum in ihrer Formatklasse. Es gibt sie von zwei bis 19 Werken mit oder ohne Wendeeinrichtung. Als maßgeschneiderte Maschine ist sie als LPL-Konfiguration (Lack-Wendung-Lack), als Duo-Press mit Flexo- vor Offsetdruckwerken oder als rotative Stanze für zum Beispiel Inmould-Etiketten erhältlich. In der LPL-Version werden in einem Durchgang die Vorder- und Rückseite des Bogen bedruckt und lackiert, und der Bogen kommt so trocken auf den Stapel, das er direkt weiterverarbeitet werden kann, was einen Produktivitätsgewinn von 30 bis 40% gegenüber einer Geradeausmaschine bedeutet.

› www.heidelberg.com

Aktiver Erfahrungsaustausch

Anwender der KBA Cortina trafen sich bei marks-3zet

Eine der aktivsten und erfolgreichsten User Groups der Druckbranche, die Nutzer der wasserlos druckenden Zeitungsrotation KBA Cortina, traf sich Ende November 2013 zu ihrem neunten User Workshop in Mülheim/Ruhr.

Dort hat marks-3zet seinen Sitz, dieses Mal Gastgeber für das Cortina-Anwender-Treffen. Für viele der Cortina-Anwender ist marks-3zet einer der wichtigsten Partner in der Lieferindustrie: Das Mülheimer Unternehmen ist nicht nur Vertriebspartner für die Toray-Wasserlos-Druckplatten. Hier wird – im Wasserlos-Druckzentrum – auch aktiv an der Verbesserung und weiteren Verbreitung des wasserlosen Offsetdrucks gearbeitet. Und seit 2012 hat marks-3zet zudem als Generalunternehmen für Vorstufenlösungen in Zeitungsbetrieben ein weiteres Standbein in diesem Segment der Druckindustrie.

Dass die Cortina-Anwender eine starke Gemeinschaft bilden, zeigte schon allein der Besuch der Veranstaltung: 15 Unternehmen – und damit nahezu alle derzeitigen Cortina-Druckereien – waren in Mülheim vertreten. Sie freuten sich besonders darüber, dass sich in den vergangenen Wochen zwei weitere Zeitungsdruckereien – in Trier und Trondheim (Norwegen) – für eine Investition in den umweltfreundlichen wasserlosen Offsetdruck entschieden haben.

Und es gibt auch schon Untergruppen: So haben einige skandinavische Cortina-Drucker dieses Jahr eine ›Nordic Group‹ aus der Taufe gehoben, die dem intensiven Erfahrungsaustausch dieser Anwender aus Dänemark, Schweden und Finnland dient.

Rund 60 Vertreter von Cortina-Anwenderbetrieben aus ganz Europa sowie Lieferfirmen trafen sich zum 9. User Workshop dieses Mal bei marks-3zet in Mülheim/Ruhr.

Insgesamt nahmen rund 60 Druckfachleute an dem Treffen teil, denn auch eine Reihe von Farb- und Papierherstellern hatten ihre Experten nach Mülheim entsandt um an den Erfahrungen aus der Praxis zu partizipieren und die vielfältigen Fragen der Anwender zu beantworten.

Beim diesjährigen Workshop wurden unter anderem detaillierte Materialbewertungen durch die Arbeitsgruppe ›Papier und Farbe‹ sowie die Ergebnisse der Arbeitsgruppe Fehleranalyse/Qualitätsmanagement vorgestellt. Peter Benz, Projektmanager für die Cortina, präsentierte gemeinsam mit mehreren KBA-Kollegen weitere Entwicklungen der Maschinentechnik sowie beispielhafte Druckprojekte aus dem Kreis der Anwender. Diese, zum Teil preisgekrönten Produkte demonstrierten eindrucksvoll, dass mit der Cortina Akzidenz-Druck in hoher Qualität möglich ist.

› www.kba.com

Kodak

SONORA PLATE GREEN LEAF AWARDS VERLIEHEN

Mit dem ›Sonora Plate Green Leaf Award‹ zeichnet Kodak Kunden aus, die außergewöhnliche Anstrengungen unternommen haben, um die Umweltauswirkungen ihrer Produktion durch unterschiedliche Initiativen zu reduzieren. Vier Unternehmen wurden zu Preisträgern der erstmals verliehenen Auszeichnung ernannt. Alle Gewinner der Sonora-Awards (die Druckerei Aschenbrenner GmbH, GP Tryk, Alfa-Design und die Gruppo Konig Print) sind Anwender der prozessfreien Sonora XP-Platte und wenden umweltfreundliche Verfahren an. Dazu zählt unter anderem die Überwachung des Energie- und Wasserverbrauchs im Zuge kontinuierlicher Anstrengungen zur Effizienzverbesserung.

»Wir gratulieren den Gewinnern, die in ihren Betrieben Initiativen mit dem Ziel der Verringerung von Umweltbelastungen sowie der Steigerung der Nachhaltigkeit der Druckproduktion umgesetzt haben«, sagt Rich Rindo, Kodak General Manager. »Das Format und die Qualität der Einreichungen, die wir von den Bewerbern um den Preis erhielten, verdeutlichen die beeindruckenden Schritte, die Druckereien im Rahmen ihrer Umweltinitiativen unternehmen. Wir wollen dieses Programm in den kommenden Jahren noch erweitern und ausbauen, um Unternehmen auszuzeichnen, die ihrer Verantwortung für die Umwelt durch ökologisch vorteilhafte Veränderungen nachkommen.«

› www.kodak.com/go/sonoragreenleaf

Jorg Label.Web 220

DER PREISWERTE EINSTIEG IN DEN ETIKETTEN-MARKT

Mit dem Label.Web 220 hat die Jorg Graphische Produkte GmbH aus Dortmund jetzt ein Rollendrucksystem für den Etikettendruck im Lieferprogramm. Das Gerät für den Narrow-Web-Bereich verarbeitet mittels Unwinder und Rewinder Bahnen bis zu einer Druckbreite von 220 mm. Hierbei werden die Etiketten von einer Blankorolle bedruckt und anschließend auf ein individuelles Format geschnitten oder zur weiteren Verarbeitung

aufgewickelt. Der Label-Drucker ermöglicht den Individualdruck von kleinen und mittleren Auflagen. Die integrierte Memjet Druckkopf-Technologie arbeitet nach einem patentierten Inkjet Prinzip. Im Single-Pass-Druckgang werden alle Farben (CMYK+K) gleichzeitig auf das Substrat übertragen. Dadurch ergibt sich eine Produktionsgeschwindigkeit von 30 cm/Sek. Dabei erzeugen 70.400 Druckdüsen eine physikalische Auflösung von bis zu 1.600 x 1.600 dpi.

Eine Druckkosten-Kalkulation sowie ein Job- und Medienmanagement runden das Angebot ab.

› www.jorg.de

bc medien ag

MIT XEROX IGEN 150 KAPAZITÄTEN VERDOPPELT

Die bc medien ag mit Sitz in Münchenstein bei Basel hat sich auf der Suche nach einer zukunftsorientierten Drucklösung für zwei iGen 150 ›Quebec‹ XXL von Xerox entschieden. Die Highend-Farbproduktionssysteme bieten dem modernen Medienproduktionsbetrieb vielfältigen Nutzen: War das Unternehmen zuletzt an der Kapazitätsgrenze, so kann bc medien mit dem Einsatz der beiden iGen die Kapazitäten auf einen Schlag verdoppeln. Dies ist für bc medien insofern von Bedeutung, als man sich vom Crossmedia-Angebot und über das Druckangebot auf onlinedruck.ch eine stete Steigerung des Druckvolumens verspricht.

Der Entscheid zugunsten von Xerox wurde maßgeblich dadurch bestimmt, dass mit den beiden iGen spürbare Produktivitätssteigerungen möglich sind: Automatisierte Prozesse in der Druckvorstufe und Endverarbeitung, ein umfangreicher Funktionsumfang sowie ein hohes Arbeitstempo sorgen für mehr Volumen in kürzerer Zeit und damit für eine hohe Rentabilität.

Xerox implementiert die beiden iGen 150 mit je zwei XXL-Feeder- und Stacker-Modulen, einem Transfer Overdrive für die Erweiterung der Medienvielfalt, zwei FreeFlow Print Servern für die Workflow-Optimierung sowie der Match Assure Software für hochqualitatives Farbmanagement.

› www.xerox.ch

hubergroup

NEUE UV-FARBSERIEN FÜR EISENDOTIERTE UV-LAMPEN

Als Alternative zum Druck mit ölbasierten Farben werden immer mehr Druckmaschinen für den ozonfreien UV-Akzidenz- und UV-Verpackungsdruck mit eisendotierten UV-Lampen ausgerüstet. Als einer der führenden Anbieter von UV-Druckfarben hat die hubergroup nun für diese spezielle Anwendung eine neue UV-Offsetfarbserien entwickelt, die mit dem Kürzel HS und KHS versehen werden. Ab sofort sind die Farben NewV set für saugende und

Druckfarben, die unter eisendotierten Quecksilberdampflampen härten, sind selten im Markt.

NewV poly für nichtsaugende Bedruckstoffe (zum Beispiel für In-Mould-Labels) erhältlich.

Die neuen UV-Offsetfarben wurden nach Angaben von hubergroup für Maschinen der großen Druckmaschinenhersteller entwickelt, die mit den derzeit gängigen eisendotierten Quecksilberdampflampen bestückt sind. Die Entwicklung der KHS-Serie fand in Zusammenarbeit mit Komori statt und wurde für beste Leistung mit deren HUV-Trocknersystem speziell formuliert und ausgiebig getestet.

Im Vergleich zu konventionellen ölbasierten Farben weisen Drucke mit den neuen UV-Farbserien nach Angaben des Herstellers eine verbesserte mechanische Stabilität und schnellere Trocknungseigenschaften auf gestrichenem und ungestrichenem Papier und Karton auf. Die Serie für nichtsaugende Bedruckstoffe biete hohe Haftungseigenschaften auf unterschiedlichen Kunststoffmaterialien. Veredelungen wie Laminierung und Folienprägung seien dabei ohne Einschränkungen möglich.

Hervorragende Druckeigenschaften, bester Farbübertrag, schnelle Trocknung, einfache Handhabung, kombiniert mit guter Punktschärfe und Farbtöne in Übereinstimmung mit ISO 2846-1 / 12647-2 verspricht hubergroup für diese Farbserien.

Auch auf die Arbeitsplatzumgebung wirke sich die puderfreie Produktion, der geringere Energieeinsatz und die ozon-vermeidenden Lampen vorteilhaft aus.

Das NewV HS/KHS Angebot umfasst außer Skalenfarben auch lichtbeständige Rezepturen, Pantone- und Sonderfarben, Metallicfarben und Leuchtfarben.

› www.hubergroup.com

Michael Mittelhaus
Prepress Consultant
Strotwiesen 14
D-49599 Voltlage

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

www.mittelhaus.com

Michael Mittelhaus
prepress consultant

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

Den aktuellen Newsletter lesen Sie unter www.mittelhaus.com

In neue Märkte wachsen

Mit der Entscheidung für eine hoch automatisierte 48-Seiten-Rotation KBA Cortina mit Trockner will die Polaris Trykk AS im norwegischen Trondheim den Kunden mehr Alternativen anbieten. Dabei setzt die Zeitungsdruckerei ihre seit über 35 Jahren bestehende Geschäftsbeziehung mit der Koenig & Bauer AG fort.

Text und Bilder: KBA

»Um in Qualität und Produktivität den Spitzenplatz unter den norwegischen Zeitungsdruckereien zu erreichen, investieren wir mit der wasserlosen KBA Cortina in die Zukunft«, sagt Geschäftsführer Steinar Bakken von Polaris Trykk. »Neben dem Coldset-Druck für das Zeitungssegment verbreitern wir mit der Trocknerausstattung der Anlage unser Produktspektrum um Semicommercials wie Beilagen und Magazine auf gestrichenen Papieren. Mit Coldset-, Heatset- und Hybrid-Produkten können wir unseren Kunden mehr Alternativen anbieten, in neue Märkte wachsen und besser im Wettbewerb mit den elektronischen Medien bestehen. Zur Entscheidung für die Cortina hat nicht zuletzt die hervorragende Öko-Bilanz der Maschine beigetragen.«

Bedeutende Druckereigruppe

Polaris Trykk zählt zu den größten norwegischen Zeitungsdruckereien, deren Geschichte bis 1767 zurückreicht, als die älteste heute noch verbreitete Zeitung Norwegens ›Adresseavisen‹ gegründet wurde. Heute ist Polaris Trykk 100-prozentige Tochter der aus dem Zeitungshaus Adresseavisen hervorgegangenen Polaris Media, einem der drei größten Medienhäuser Norwegens. Mit einem Umsatz von rund 55 Mio. € ist Polaris Trykk mit Standorten in Trondheim, Ålesund, Harstad und Alta in Norwegen regionaler Marktführer. Etwa die Hälfte der Erlöse wird in Trondheim mit dem Druck der Regionalzeitungen ›Adresseavisen‹ und ›Trönder-Avisa‹ sowie mit der Herstellung von Teilauflagen der landesweit verbreiteten Tageszeitungen ›Verden Gang‹, ›Dagbladet‹, ›Dagens Näringsliv‹ und ›Aftenposten‹ erzielt. Tagsüber werden Beilagen für ›Adresseavisen‹ sowie unterschiedlichste Printprodukte für nationale Kunden produziert. »Stolz sind wir besonders darauf, dass dazu einige der größten Druckauftraggeber in Norwegen gehören«, sagt Steinar Bakken.

Top-Ausstattung und hohe Automatisierung

Die mit einem Zylinderumfang von 1.120 mm, einer Abschnittlänge von 560 mm und einer maximalen Bahnbreite von 1.600 mm bestellte hoch automatisierte KBA Cortina wird auf eine maximale Kapazität von 48 vierfarbigen Broadsheet- oder 96 Tabloidseiten und eine Leistung von 40.000 Zyl.U/h ausgelegt. Die Papierversorgung der drei Pastomat-Rollenwechsler mit geteilten Rollenarmen für schnelle und flexible

Produktions- und Seitenumfangswechsel erfolgt über die automatische Rollenbeschickung KBA Patras A. Eine neue Rollen-Auspackstation von KBA erleichtert die Arbeit der Mitarbeiter und erhöht den Durchsatz pro Stunde.

Die drei nur etwa 4 m hohen Kompakt-Drucktürme bieten praxisorientierte Features und bewährte Technik wie vollautomatischen Druckplattenwechsel, Gummituchwaschanlagen, Walzenschlösser für konstante Druckqualität, Druckwalzeneinstellung per Knopfdruck vom Leitstand, getriebelose und damit ölfreie Druckwerke durch AC-Direktantriebe sowie bedienerfreundliche Bedienungs- und Wartungsdisplays.

Produktionsstart der auf 48 Broadsheet- beziehungsweise 96 Tabloidseiten ausgelegten KBA Cortina bei Polaris Trykk in Trondheim ist im Herbst 2014.

Der 13 m lange Heißlufttrockner beinhaltet eine gasverbrauchssenkende, interne thermische Nachverbrennung.

Das Hochleistungs-Klappenfalzwerk KF5 im Zylinderverhältnis 2:5:5 ist im Überbau mit zwei 71°-Trichtern, Leimeinrichtung, drei Strangheftern und Strangteilung ausgerüstet. Längs- und Querperforation, der KBA-Lagenhefter und ein 3. Falz ermöglichen eine breite Produktpalette und hohe Flexibilität. Zur Erleichterung der in Skandinavien sehr verbreiteten Tabloid-Produktion und Verkürzung der Rüstzeiten wird das KBA-Konzept zur Strangsplittung eingesetzt. Dabei laufen die Papierbahnen ungewendet über beide Trichter und die aufgeschnittenen Papierstränge werden erst danach den drei KBA-Strangheftapparaten zugeordnet.

Die spätere Erweiterung der Cortina-Anlage um einen Rollenwechsler, Druckturm und Falzapparat wird bereits bei den Planungen berücksichtigt.

Im Herbst 2014 wird die Cortina zwei KBA Express-Anlagen ablösen, die wiederum 1997 die 1978, 1987 und 1994 gelieferte KBA Commander-Sektionen ersetzten.

Bei der Anlage für Polaris Trykk in Trondheim handelt es sich um den zweiten Cortina-Auftrag für KBA im Jahr 2013. Die andere Maschine geht an die Volksfreund-Druckerei Nikolaus Koch in Trier.

› www.kba.com ■

ICH BIN

EIN *SEHR* STARKER

ANREIZ

ZUM

HANDELN

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

Entdecken Sie mehr unter www.print-power.info

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

PRINT POWER
ADD PRINT, ADD POWER

›Ohne Druck drucken‹

Konzept aufgegangen, so das Fazit von Konica Minolta nach Abschluss seiner bundesweiten Roadshow Production Printing. Für mehr als 500 Kunden und Interessenten drehte sich unter dem Motto ›Ohne Druck drucken‹ von September bis November an neun Standorten alles um einen effektiven Produktionsalltag durch sichere Druckprozesse und zuverlässiges Qualitätsniveau.

Text und Bilder: Konica Minolta

Die Veranstaltungsreihe von Konica Minolta spiegelte einen Branchentrend: Weg von der Produktpräsentation, hin zu vernetzten Lösungen und automatisierten Workflows, die das einfache Herstellen hochwertiger Druckprodukte ermöglichen. Die Besucher erhielten so neben neuen Ansätzen zur Effizienzsteigerung auch wertvolle Impulse – unter anderem für Geschäftsmöglichkeiten durch neue wertschöpfende Anwendungen.

»Wir hatten es bei den Veranstaltungen mit einer durchweg qualifizierten Zielgruppe zu tun. Ihr direktes Feedback hat unseren Ansatz bestätigt: Für Hausdruckereien und Druckdienstleister geht es um Zeit- und Kosteneffizienz in der Produktion sowie um die Möglichkeit zum Ausbau der eigenen Druckdienstleistungen. Lösungen zur Workflowautomatisierung sind hier der Schlüssel. Der Produktionsalltag wird zudem einfacher und entspannter. Unser Motto ›Ohne Druck drucken‹ hat diesen Ansatz erfolgreich aufgegriffen«, sagt Ralf Tienken. Der Deputy General Manager Marketing und Leiter Produktmanagement Production Printing bei Konica Minolta Business Solutions Deutschland zieht ein weiteres positives Fazit der Veranstaltungsreihe: »Gerade für kommerzielle Druckereien sind auch intelligente Kombinationen aus Drucktechnik und Applikationen, die in neue Geschäftsideen münden, ein echter Mehrwert. Wir konnten im Rahmen unserer Roadshow hierfür

einen konkreten Bedarf im Markt feststellen und die passenden Lösungen anbieten.«

Komplette ›Produktionskette‹

Um die Bandbreite dieser Kombinationen aufzuzeigen, hatte sich Konica Minolta deshalb bewusst entschieden, eigene Produktionsdrucksysteme und Lösungen mit speziellem Partner-Know-how zu einer praxisorientierten Produktionskette aus Hardware, Applikationen, Workflows und Finishing-Optionen zu verbinden.

Die dabei eingesetzten Lösungen reichten von Efi Fiery Central, mit der sich Konica Minolta-Druckcontroller in einer zentralen Workflowmanagementkonsole zusammenfassen lassen, bis zur Printgroove JT Suite, mit der Druckdaten aus dem Internet entgegengenommen oder zum Beispiel Visitenkarten erzeugt und in einen automatischen Workflow überführt werden können. Für professionelle Farbkommunikation sorgte das von der Fogra zertifizierte Softproof-System can:view von Caddon, mit dem sich insbesondere eine exakte Farbkommunikation und Druckvorhersage an verschiedenen Standorten realisieren lässt. Gezeigt wurde auch eine Visitenkartenproduktion ohne manuelle Bedienerintervention mit dem FKS DocuCutter DC-645. Als Spezialist für Spezialmedien und Bedruckstoffe wurde auch der Kooperationspartner Antalis in die Roadshow integriert.

Einen Workflow für eine Crossmedia-Kampagne stellte Konica Minolta mit seinem langjährigen Kooperationspartner Objectif Lune dar. Intelligent mit einer CRM-Datenbank verknüpft, ermöglichen die Anwendungs- und Gestaltungsprogramme PlanetPress und Printshop Mail eine äußerst effektive One-to-One-Kommunikation. Es entstehen hochvariable Dokumente aus Texten, Grafiken oder auch automatisch generierten Barcodes. Für Tienken ist dies wichtiger denn je: »Separate und punktgenaue Botschaften durch zielgruppenspezifische digitale Text- und Bildgestaltung erhöhen die Kundenbindung und sind ein Schlüssel für höhere Aufmerksamkeit und Responseraten.«

Highlight bizhub Press C1070

Der Kombination aus System und vielfältigen Applikationen gehört die Zukunft im professionellen Produktionsdruck, davon ist Konica Minolta überzeugt. Doch Produktivität und Effizienzsteigerung erfordern weiterhin exzellente Hardware. Auf großes Interesse stieß deshalb der neue bizhub Press C1070. Auch hier spricht Tienken von einer kundenorientierten Entwicklung: »Beim bizhub Press C1070 haben wir Technik, Design, Bedienung und Wirtschaftlichkeit unserer aktuellen Farbsystemlandschaft aus Kundensicht komplett auf den Prüfstand gestellt – von der Papiereingabe bis zu Endverarbeitungsoptionen. Herausgekommen ist ein System, das marktführend im Hinblick auf Qualität, Bildstabilität, Medienverarbeitung und Produktivität bis in hohe Grammaturbereiche ist.« Auch auf vereinfachte Bedienung wurde Wert gelegt: ›Ohne Druck drucken‹ heißt beim bizhub Press C1070 auch, dass Nutzer schneller und intuitiver zum Druck-Erzeugnis gelangen.

› www.konicaminolta.de ■

Coldset Printing Partners

LEISTUNG UM 45 PROZENT GESTEIGERT

Coldset Printing Partners ist ein Fusionsprojekt, das 2010 mit dem Zusammengehen der ehemaligen Zeitungsdruckereien der Unternehmen Corelio und Concentra umgesetzt wurde. Am Standort Paal-Beringen, rund 80 km östlich von Brüssel, werden Nacht für Nacht über 400.000 Zeitungen produziert. Parallel zum Umbau der Organisation fanden in der Produktionstechnik tiefgreifende Veränderungen mit dem Schwerpunkt Weiterverarbeitung statt. Nach dem Wechsel auf die MultiStack-Technologie leitete Coldset Printing Partners im Sommer 2010 mit der ersten MultiSertDrum MSD-2C die Erneuerung 20-jähriger Einstecktechnik ein. Der Gewinn in Leistung und Wirtschaftlichkeit übertraf die Erwartungen, in den nächsten Jahren folgte die Ablösung zwei weiterer Linien durch die MSD-Technologie.

Geschwindigkeit war der wichtigste Grund für den Wechsel auf die neue Einstecktechnik von Ferag. Die drei Einsteckliniен produzieren mit 42.000 und 43.000 Exemplaren pro Stunde – gegenüber der früheren Technik eine Leistungssteigerung um 45%. Zudem sprach Flexibilität für die MultiSert Drum. Das System bietet bei der Anzahl verarbeitbarer Beilagen und in Bezug auf die Formatvielfalt einen größeren Spielraum, was wiederum zu einer Ausweitung des Beilagengeschäfts beiträgt.

› www.ferag.com

Die hohen Einsteckgeschwindigkeiten mit bis zu 43.000 Ex./h erlauben bei Coldset Printing Partners auf den drei MSD-Liniein die Produktion zahlreicher Ausgaben mit hyperlokalen redaktionellen Inhalten.

Flint Group

NEUE NYLOFLEX TROCKNER UND BELICHTER

Flint Group Flexographic Products hat das Geräteportfolio weiter entwickelt. Mit dem nyloflex Dryer F III und dem Light Finisher F III werden zwei Geräte angeboten, die Produktivität, Konstanz und Qualität bei der Verarbeitung von Flexodruckplatten bieten sollen – insbesondere in Kombination mit dem nyloflex Next Exposure FIII.

Die Konstruktion des nyloflex Dryer FIII mit separater Temperaturkontrolle bringt nach Angaben des Herstellers Energieeinsparungen und erhöht die Trocknungseffizienz. Zudem ermöglichen die sechs Trocknerschubladen eine einfache Bedienung. Die leistungsstarken UV-A- und UV-C-Röhren des nyloflex Light Finisher FIII bewirken kurze Belichtungszeiten.

Der Belichter nyloflex Next Exposure nutzt Hochintensitäts-UVA-LEDs als Lichtquelle, um eine schnelle Vernetzung der photopolymeren Oberfläche zu erreichen. Die intensive UV-Belichtung führt zur Wiedergabe feinster Motivdetails. Zusätzliche Verbrauchsmaterialien sind nicht erforderlich. Im Vergleich zu normalen UV-Röhren erzielen UV-LEDs eine deutlich höhere UV-Intensität, zudem haben sie eine gleichmäßigere Strahlung und eine längere Lebensdauer.

Neben dem nyloflex Next Exposure F III für Formate bis 920 mm x 1.200 mm wird auch der nyloflex Next Exposure F V für Formate bis 1.320 mm x 2.032 mm angeboten.

› www.flintgrp.com

Gesamtpaket

FLYERLINE SCHWEIZ AG ORDERT BEI HEIDELBERG

Die Flyerline Schweiz AG hat bei Heidelberg Schweiz für den Standort Altnau eine Gesamtlösung für Vorstufe, Drucksaal und Weiterverarbeitung bestellt. Der Auftrag umfasst den Prinect Prepress Manager, einen Suprasetter 106 mit automatischer Plattenbeschickung, eine Speedmaster CX 102-4+L LE UV mit Prinect Inpress Control, eine Schneidmaschine Polar N 137 Autotrim mit Logistik-Peripherie und einen Stapelwender von Polar. Die Produktionstechnik wird über den Pressroom Manager in den Druckerei-Workflow Prinect integriert, bei der Polar N 137 ist die Einbindung über P-Net und Compucut gesichert.

Wie schon 2008, als die Flyerline Schweiz AG mit der Investition in die eigenen Digitaldruckmaschinen vom reinen Drucksachenanbieter zum Produzenten mutierte, sollen mit den Bogenoffsetkapazitäten die Wirtschaftlichkeit und Flexibilität weiter verbessert und die Zeitfenster zwischen Bestellungseingang und Lieferung noch einmal deutlich verkleinert werden. Die sofortige Trocknung und Weiterverarbeitung durch die LE-UV-Technologie war denn auch ein Hauptgrund für die Wahl der Lösung von Heidelberg, neben der Tatsache, dass nur Heidelberg eine von der Flyerline Schweiz AG geforderte Gesamtlösung bieten konnte. Eine maßgebende Rolle spielte nach den Worten von CEO Steffen Tomasi die Möglichkeit, die Schneidmaschine Polar in den Workflow zu integrieren und über den gesamten Prozess hinweg effizient zu produzieren.

Der Einstieg in die Bogenoffsettechnologie steht auch im Zusammenhang mit der kürzlich erfolgten Übernahme der Schaub + Rüedi Druck AG in Bern, mit welcher die Flyerline Schweiz AG seit vielen Jahren zusammen arbeitet.

› www.ch.heidelberg.com

Paul Büetiger AG

DIGITAL-READY-SAMMELHEFTER VON MÜLLER MARTINI

Die Schweizer Paul Büetiger AG in Biberist fertigt ihre im Offset und digital gedruckten Beilagen-Booklets für die Medizin- und Pharmabranche sowie Akzidenzprodukte ab Anfang des Jahres auf einem Sammelhefter Presto II Digital von Müller Martini. Insbesondere im Kleinauflagen-Bereich soll ein Produktionsschritt eingespart werden, um die Lieferzeiten zu kürzen.

Die Jahresproduktion von 200 bis 300 Mio. Exemplaren erfolgt nach

den strengen Normen des Total Quality Management – was laut Geschäftsführer Paul Büetiger neben dem Druck auch in der Weiterverarbeitung eine Null-Fehler-Toleranz voraussetzt. »Selbst eine Fehlerquote von 0,01 Promille können wir uns im Pharmabereich wegen möglicher juristischer Konsequenzen nicht leisten.«

Das ist der eine Grund, weshalb man sich für den Sammelhefter Presto II Digital entschieden hat, sorgt doch der Barcode-Leser mit dem Asir-Lesekopf für hohe Sicherheit. Der zweite Grund: Bisher fertigte die Paul Büetiger AG kleine Booklets mit bis zu 120 Seiten – bei höheren Seitenzahlen wird klebegebunden – auf einem mit Kameras erweiterten Sammelhefter 1509 von Müller Martini und einer ebenfalls selber erweiterten Stanzmaschine. »In Zukunft können wir alles inline auf einer Maschine produzieren«, sagt Paul Büetiger.

› www.mullermartini.com

Highspeed in Kempten

Am 12. November 2013 bekamen 70 Druckexperten aus allen Teilen der Welt den Kick hoher Geschwindigkeit sowohl innerhalb als auch außerhalb des Drucksaals zu spüren. Der Anlass: das Technologieforum zur Colorman e:line von manroland web systems in Kempten im Allgäu, wo die erste e:line installiert ist.

Die Teilnehmer fühlten den Rausch der Geschwindigkeit unter anderem in PS-starken KTM X-Bow-Boliden. Der Drucksaal des Allgäuer Zeitungsverlages mit dem Herzstück Colorman e:line.

»Wir wollen Sie in Kempten mit Technik konfrontieren. Heute Abend erleben Sie die Colorman e:line bei der ›Allgäuer Zeitung‹, zur Einstimmung aber genießen Sie reichlich PS auf dem ADAC-Trainingsgelände.« Eckhard Hörner-Maraß, Geschäftsführer manroland web systems, begrüßte in Kempten beim Autotuning-Spezialisten Abt Sportsline die rund 70 Gäste, darunter Kunden aus großen europäischen Druckhäusern. Danach ging es für die Gäste auf die Rennstrecke, wo sie unter anderem in PS-starken KTM X-Bow-Boliden etwas vom Rausch der Geschwindigkeit erleben, zumindest aber die Leistung der Rennwagen selbst ›erfahren‹ konnten. Natürlich gab es nach den Rennen auch eine Siegerehrung für die schnellsten Fahrer.

Hochleistung durch Automatisierung

Klarer Sieger bei der Veranstaltung am Abend war jedoch unbestritten die Colorman e:line. Mit einer Maximalgeschwindigkeit von 50.000 Umdrehungen pro Stunde und ihrem außergewöhnlichen Produktdesign, das mit dem Red Dot Award 2013 ausgezeichnet wurde, setzt die Colorman e:line neue Maßstäbe. Die Rotationsmaschine gibt es jetzt in zwei Varianten: als e:line 45 für mittlere Auflagenbereiche und als Colorman e:line 50 für Druckanwendungen, die hohe Druckgeschwindigkeiten und einen hohen Automatisierungsgrad erfordern.

Markus Brehm, Geschäftsführer des Allgäuer Zeitungsverlags, und der technischen Leiter Wilfried Sutter, erläuterten die Entscheidung des Unternehmens für die Abkehr von den bislang eingesetzten KBA-Rotationen und für die Neuinvestition in die Colorman e:line. Wirtschaftliche Produktion, kurze Rüstzeiten, hohe Druckgeschwindigkeiten und ein hoher Automatisierungsgrad sind zentrale Faktoren für die Geschäftsstrategie des Unternehmens. Besonders die Rüstzeitreduzierung ist dem Allgäuer Zeitungsverlag wichtig. »Bei den acht Regionalausgaben müssen wir fünf Postämter in der Früh bedienen«, berichtet Sutter. Das bedeutet, dass die Produktion um 1:30 Uhr beendet sein muss.

Wie das praktisch geschieht, zeigte der Allgäuer Zeitungsverlag ganz offen bei einer Live-Demonstration der Druckmaschine. Die Gäste bekamen Zugang zur gesamten Anlage und schauten sich die Technologie im Detail an. »Besonders haben mich die APL-Roboter beeindruckt«, erklärte ein bayerischer manroland-Kunde. Damit stand er nicht alleine da. Zu fortgeschrittener Stunde verfolgten die Kunden genau, wie schnell die Colorman e:line für jede der acht Regionalausgaben der ›Allgäuer Zeitung‹ umgerüstet ist. Die Rüstzeiten betragen nur noch etwa drei Minuten pro Regionalausgabe. Dafür wurden auf der deutlich älteren Vorgängermaschine rund 20 Minuten bis zu einer halben Stunde benötigt.

Vier Eckpfeiler

In Kempten erklärten Spezialisten von manroland web systems den Gästen die vier technologischen Eckpfeiler der Colorman e:line: Kurze Rüstzeiten, höchste Druckqualität, Energieeinsparung und höchste Geschwindigkeit bei niedriger Makulatur.

Kurze Rüstzeiten gewährleistet der vollautomatische Plattenwechsel, der mit einer durchschnittlichen Verfügbarkeit von 99,85% glänzt.

Hohe Druckqualität produziert das 9-walzige Farbwerk, das zur vollen Heatsetqualität auf ein 11-walziges Farbwerk mit einer dritten Changierwalze und einer dritten Farbauftragwalze erweiterbar ist.

Die Colorman e:line verursacht niedrige Lebenszykluskosten durch verschiedene Elemente wie die außenliegenden Farbwerkwascheinrichtungen und die voll zugänglichen Druckeinheiten. Der Brückenantrieb spart bis zu 8% Energie gegenüber anderen Maschinen mit mehr Antrieben.

Mit 100.000 Expl./h ist die Colorman e:line 50 die schnellste Zeitungsmaschine der Welt. Automatisierungs- und Regelfeatures wie InlineDampening Control und QuickStart halten die Makulaturquote unten. Hier reiht sich das printnetwork ControlCenter mit dem MobilPad ein. Mit ihm lassen sich schnell und örtlich flexibel Einstellungskorrekturen vornehmen.

› www.manroland-web.com ■

Xcam Box Monitoring

MIT BAUMER HHS SICHER ZUR EINWANDFREIEN FALTKISTE

Mit Xcam Box Monitoring eröffnet Baumer hhs der Produktion von Verpackungen aus Wellpappe mit Inlinern (Flexo-Folder-Gluer/FFG) alle Möglichkeiten der automatisierten Qualitätssicherung. Xcam Box Monitoring erkennt zuverlässig Registerungenauigkeiten der einzelnen Farben im Druckbild, verschobene oder fehlende Schlitze, Bogenschieflauf (Skew), fehlerhafte Laschenklebungen oder von den Referenzgrößen abweichende GAPs. Die einzelnen Module des Systems veranlassen die automatische Markierung aller nicht einwandfreien Faltkisten, damit sie aus der Produktion ausgeschleust werden können, und protokollieren alle Mess-Ergebnisse. Die Daten sind im Statistikmodul für Auswertungen abrufbar, was bei Bedarf Anpassungen im Produktionsprozess ermöglicht. Zudem können die Mess-Ergebnisse als PDF-und XML-Dateien an das BDE-System (Betriebsdatenerfassung) vom Kunden übergeben werden. So integriert sich Xcam Box Monitoring nahtlos in die Prozessketten der Abnehmer der Wellpappen-Verpackungen.

»In der Inline Wellpappenverarbeitung können unsere Xcam Box Monitoring-Systeme mit unserer kontaktlosen Wellpappen-Laschenklebung inklusive integrierter Qualitätskontrolle kombiniert werden und schaffen damit eine durchgängige Basis für eine Null-Fehler-Produktion. Gleichzeitig reduzieren sie mit der automatisierten Qualitätssicherung signifikant ihre Reinigungs- und Rüstzeiten sowie ihren Ausschuss«, fasst Thomas Fischer-Moore, Branchenmanager Wellpappe bei Baumer hhs, den Nutzen der innovativen Qualitätssicherungssysteme seines Unternehmens zusammen.

› www.baumerhhs.com

Edelmann Leaflet Solutions

WEITERVERARBEITUNGSLINIE INSTALLIERT

Edelmann Leaflet Solutions produziert am Standort Lindau unter anderem Flugnavigationskarten. Die Karten enthalten An- und Abflugnavigationsdaten und sind unabdingbar für einen sicheren Flugbetrieb. Sie werden wöchentlich revidiert und in Form von Nachtragswerken (Loseblatt-Sammlung in Bindern mit DIN A5- und gefalzten DIN A4-Blättern) an Piloten von derzeit 46 Fluggesellschaften herausgegeben. Revisionen fallen beispielsweise an,

wenn flugsicherheitsrelevante Anflugdaten von Luftfahrtbehörden geändert werden. Da der Umfang der Revisionen nicht vorhersehbar ist, unterliegen Anzahl, Auflage und Format der zu ändernden Karten wöchentlich starken Schwankungen. Dennoch müssen die Liefertermine der Flugnavigationskarten strikt eingehalten werden. Die Just-in-time-Produktion verlangt eine hohe Produktivität und absolute Ausfallsicherheit.

Um dies zu gewährleisten, hat Edelmann im Sommer 2013 in zwei Xeikon 8500-Digital-Rollendrucksysteme und in eine 20"-Weiterverarbeitungslinie von MBO investiert. Die MBO-Linie besteht aus Abwickler, Querschneider und selektivem Falzwerk. Mit Hilfe des selektiven Falzwerks können die im Wechsel gedruckten DIN A4- und DIN A5-Bogen on-the-fly in hoher Geschwindigkeit auf das gleiche Format gefalzt werden. Neben der Kapazitätssteigerung gewinnt Edelmann auch an Sicherheit. Mittels Barcode findet eine 100-prozentige Qualitäts- und Vollständigkeitskontrolle statt. Fehlerhafte Produkte werden automatisch ausgeschleust.

› www.mbo-folder.com

Brohl Wellpappe

Sieben-Farben-Inliner inklusive Lackwerk und Trocknung von Bobst

Mitte Oktober 2013 nahm die in Mayen ansässige Brohl Wellpappen GmbH & Co. KG einen neuen Inliner Bobst FFG 924 NT RS offiziell in Betrieb. Die Sieben-Farben-Produktionslinie inklusive Lackwerk sowie IR- und UV-Trocknung für die Herstellung hochwertiger Wellpappenverpackungen in einem Arbeitsgang wurde von Brohl Wellpappe und Bobst gemeinsam entwickelt. Sie ist der vorläufige Höhepunkt einer langjährigen Zusammenarbeit, aus der bereits mehrere Prototypen innovativer Maschinen hervorgegangen sind. »Nachdem wir erst vor wenigen Jahren unseren gemeinsam mit Bobst entwickelten Fünf-Farben-Inliner in Betrieb genommen haben, war für uns eine Maschine mit zwei weiteren Farben inklusive Lack, IR-Zwischen- und Endtrocknung, UV-Trocknung sowie kompletter Qualitätskontrolle der nächste logische Schritt«, formuliert Geschäftsführer Maximilian Boltersdorf die Zielsetzung der jüngsten Entwicklungsanstrengungen. Über diese Konfiguration hinaus habe Bobst die Maschine auf Wunsch von Brohl Wellpappe mit weiteren Spezialitäten ausgestattet. So arbeitet die Produktionsanlage mit speziell konfigurierten Druckwerken, was dem Verpackungsspezialisten mehr Flexibilität bietet. »Wir müssen bei Materialwechseln nicht permanent Rasterwalzen wechseln«, sagt Boltersdorf. Entsprechend gebe es kürzere Rüstzeiten und weniger Stillstände.

Weitere Highlights des Inliners sind das Schnellwechselsystem für Rasterwalzen, automatische Drucklängenkorrektur, die Rotationsstanze mit Vakuumtransport und verstärktem Gegenstanzzylinder für Vollausstanzungen, der Falter-Kleber sowie das Qualitätskontrollsystem iQ300, das die Faltkisten lückenlos kontrolliert und nahezu eine Null-Fehler-Produktion bei bis zu 20.000 Faltkisten pro Stunde erlaubt.

»Gemeinsam mit Brohl Wellpappe sind wir sehr stolz auf die erfolgreiche Entwicklung des neuen FFG 924 NT RS. Mit den sieben Farben eröffnet er der Herstellung hochwertiger Faltkisten bei hoher Wirtschaftlichkeit eine neue Dimension in Sachen Produktivität und Qualität«, sagte Ralph Schuck, Geschäftsführer bei Bobst Lyon, anlässlich der offiziellen Inbetriebnahme in Mayen. »Seit der

Freuen sich über die erfolgreiche gemeinsame Entwicklung des neuen Sieben-Farben-Inliners Martin FFG 924 NT RS, der unter der Marke Bobst vermarktet wird. Von links: Ralph Schuck (Geschäftsführer Bobst Lyon), Maximilian und Detlef Boltersdorf (beide Geschäftsführer Brohl Wellpappe) und Dick van Bruggen (Geschäftsführer Bobst Meerbusch).

Installation der ersten Bobst-Stanze vor fast 50 Jahren und des ersten Inliners vor 40 Jahren bei Brohl Wellpappe haben unsere beiden Unternehmen ihre Partnerschaft kontinuierlich ausgebaut. Die neue Maschine ist auch aus Sicht von Bobst ein weiterer Meilenstein.«

› www.bobst.com

Schnell, brillant und ökologisch

Die Akzidenzdruckerei Müller Ditzen AG in Bremerhaven bietet ihren Kunden mit einer Speedmaster CX 102 LE UV vielfältige Veredelungen, hohe Qualität und schnelle Lieferzeiten auf einem breiten Bedruckstoffspektrum vom Naturpapier bis zur Folie. Gleichzeitig wird mit dem klimaneutralen Drucken noch konsequenter der Umweltschutz umgesetzt.

Text und Bild: Heidelberg

»Wie kann ich meinen Kunden noch mehr Qualität und noch nachhaltigeres Drucken bieten?« Diese Frage stellte sich Ronald Huber, Vorstand der Akzidenzdruckerei Müller Ditzen AG in Bremerhaven, und entschied sich für eine Heidelberg Speedmaster CX 102-Fünffarben. Während die Maschine schon in Wiesloch-Walldorf produziert wurde, besuchte Ronald Huber das Druckhaus Becker in Ober-Ramstadt. Hier sah er die beiden Speedmaster XL 106 mit LE UV-Trockner. LE steht für Low Energy und ist ein energiereduziertes Verfahren für den UV-Druck mit hochreaktiven Farben. Damit können qualitativ hochwertig veredelte Printprodukte inline und schneller als bisher produziert werden. Kurz entschlossen änderte Ronald Huber den Auftrag für die konventionelle Maschine in eine LE UV-Maschine. Seit Oktober 2013 wird mit der Speedmaster CX 102-5+L LE UV gearbeitet – der ersten ihrer Art in Norddeutschland. »Wir produzieren nachhaltig und dies bei einer hervorragenden Qualität. Nun können wir unseren Kunden vielfältige Veredelungen wie Hochglanz-, Drip-off-, Matt-Lack oder sogar die Kombination von Matt-Glanz-Effekte in einem Durchgang anbieten. Die Bogen fallen trocken in die Auslage und wir können diese sofort weiterverarbeiten«, erklärt Huber. »Hier eröffnen sich ganz neue Anwendungen, auch was die Bedruckstoffe anbelangt. Wir sind durch den LE UV-Offset nun noch flexibler und können vom Werbe- bis zum PVC-Foliendruck auf saugenden und nichtsaugenden Materialien, selbst auf Naturpapier, bisher nicht für möglich gehaltene Ergebnisse produzieren.«

Ronald Huber, Vorstand der Akzidenzdruckerei Müller Ditzen AG in Bremerhaven, ist mit seiner Entscheidung für die Speedmaster CX 102-5+L LE UV zufrieden. Stolz zeigt er Mathias Willimsky, Produktmanager bei Heidelberg, einen veredelten Druckbogen.

Die Druckerei Müller Ditzen AG ist vom Kleinstunternehmen in wenigen Jahren zu einer der größten vollstufigen Druckereien in der Region gewachsen und beschäftigt 97 Mitarbeiter im Zwei- bis Dreischichtbetrieb. Sie entstand aus dem Zusammenschluss der 1984 gegründeten Müller Druckerei GmbH und der Ditzen GmbH, 1895 als Verlagsdruckerei der späteren Nordsee-Zeitung gegründet. Mit weiteren Verlagen und Mediendienstleister kooperiert Müller Ditzen im Nordsee-Medienverbund, um für mittelständische Unternehmen sowie nationale und regionale Markenhersteller zu produzieren.

Mitte November des letzten Jahres veranstaltete Müller Ditzen einen Tag der offenen Tür, um seinen Kunden die neuen Veredelungsmöglichkeiten mit der Speedmaster CX 102-5+L LE UV zu demonstrieren. Dazu gehörten auch Fachvorträge zum Thema klimaneutralem Drucken. Besonders begeistert waren die Besucher von den Drucken auf Naturpapier, die mit höherem Kontrast und einer hohen Brillanz überzeugen. Durch die sofortige Trocknung kann auf Schutzlack verzichtet werden, womit die Haptik von Naturpapieren erhalten bleibt.

Konsequent nachhaltiges Drucken

Mit der Speedmaster CX 102-5+L LE UV setzt die Druckerei Müller Ditzen AG noch konsequenter den Umweltschutz um. Die Maschine ist klimaneutral hergestellt und die Druckerei kompensierte 220 Tonnen CO_2 in einem Klimaschutzprojekt. Ausgestattet ist sie mit Prinect Inpress Control, das bei laufender Produktion die Farbe und den Passer regelt und die Anlaufmakulatur auf ein Minimum reduziert. Die beim LE UV-Verfahren eingesetzten Farben sind geruchsarm. Außerdem kann durch die sofortige Trocknung in den meisten Fällen auf Puder verzichtet werden. »Bei der Produktion sparen wir bis zu 60 Prozent an Energie«, freut sich Huber über den nachhaltigen Klimaschutz. Schon seit Langem arbeitet die Druckerei mit Strom aus regenerativen Energien.

Im Drucksaal stehen zudem zwei weitere Speedmaster CD 102-Fünffarben. Beide sind mit dem Farbmesssystem Image Control ausgestattet, eine mit zusätzlichem Lackwerk. »Wir haben es geschafft, durch Anpassung in der Druckvorstufe alle drei Maschinen farblich so zu kalibrieren, dass alle das gleiche Druckergebnis produzieren«, erklärt Produktionsleiter Norbert Nowacki zufrieden. »Zu dem großen Vorteil, dass wir mit der neuen LE UV-Maschine durch die trockenen Bogen nun besser planen können und schneller sind, kommt insgesamt eine sehr hohe Flexibilität über alle Maschinen gesehen.«

› www.heidelberg.com
› www.muellerditzen.de

MBO

HOHE EFFIZIENZ MIT DIGITALER WEITERVERARBEITUNGSLINIE

Im Oktober 2013 hat MBO bei KBA in Würzburg eine digitale Weiterverarbeitungslinie installiert. Sie steht Inline mit der KBA-Digitaldruckmaschine RotaJet 76 und wird überwiegend für Demos und kleine bis mittlere Auflagen eingesetzt. Bevor die bedruckte Papierbahn in Bogen geschnitten wird, durchläuft sie eine Bahnspannungskontrollstation mit integrierter Bahnkantensteuerung und Papiergegenbiegevorrichtung. Diese Aggregate sichern die

Die digitale Inline Weiterverabeitungslinie von MBO, bestehend aus Bahnspannungs-kontrollstation, Querschneider und Schuppenstrommodul.

Qualität der Falzprodukte, auch bei zeitkritischen Aufträgen. Anschließend gelangt die Papierbahn in das Kernprodukt der MBO-Linie, den Querschneider SVC 775C. Der Querschneider ist formatvariabel, kann also on-the-fly unterschiedlich lange Bogen und Ausschnitte (Chip-Outs) schneiden. Die Bogen werden mit Hilfe eines Schuppenstrommoduls weitergeleitet und in einem Stapel ausgelegt. Die nicht mehr benötigten Ausschnitte werden abgesaugt.

Durch die digitale Weiterverarbeitungslinie von MBO entfallen manuelle Zwischenschritte, was eine effizientere Produktion ermöglicht. Zudem ist die Linie durch ihre solide Bauweise für den Mehrschichtbetrieb, beispielsweise im Buch- und Akzidenzdruck, bestens geeignet.

› www.mbo-folder.com

Fedrigoni

WOODSTOCK MIT NEUEN FARBEN

Bei ›Woodstock‹ denkt man an das amerikanische Rockfestival aus den 60er Jahren. Bei Fedrigoni bezieht sich der Name hingegen auf eine umweltfreundliche Feinpapierkollektion, die durchgefärbte Recyclingpapiere und -kartonagen enthält. In einem neuen Musterbuch präsentiert Fedrigoni 16 natürliche Farbtöne, darunter sechs neue Farbnuancen: Bianco (Weiß), Cipria (Rosé), Malva (Fuchsia), Azzurro (Hellblau), Pistacchio (Hellgrün) und

Nero (Schwarz). Durch einen Altpapier-Anteil von 80% und 20% FSC-zertifiziertem Zellstoff besitzen diese Naturpapiere eine lebendige Anmutung und stehen für Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit.

Die nötige Steifigkeit, die optimale Bedruckbarkeit und das problemlose Verhalten in der Weiterverarbeitung bleiben trotz der ökologischen Eigenschaften erhalten.

Woodstock ist in den Flächengewichten 80, 110, 140, 170, 225, 260 und 285 g/m² im Format 70 x 100 cm erhältlich. Die Farbe ›Betulla‹ (mit Holzeinschlüssen) ist zusätzlich in 110 g/m² im Format 45 x 64 cm verfügbar, passende Briefumschläge gibt es im Format DIN lang, 12 x 18 cm und C4. Woodstock eignet sich optimal zum kaschieren, für Broschüren, als Vorsatzpapier, für Papiertragetaschen und in den stärkeren Grammaturen als Karton für Verpackungslösungen, für Mappen oder andere grafische Anwendungen.

› www.fedrigoni.de

Heidelberg

BRINGT NEUE SAPHIRA FARBSERIEN AUF DEN MARKT

Mit der Trocknungstechnologie DryStar LE (Low Energy) UV stellte Heidelberg auf der drupa 2012 ein energiereduziertes Verfahren vor, das vor allem Akzidenzdruckern den Einstieg in den UV-Druck ermöglicht. Das Verfahren ist durch den Einsatz hochreaktiver UV-Druckfarben gekennzeichnet und ermöglicht so, die Anzahl der Trocknerlampen in der Maschine und damit den Energieverbrauch deutlich zu reduzieren. Mittlerweile hat sich die

Heidelberg hat seine Drystar LE UV Technologie um die zur Anwendung passenden Saphira Verbrauchsmaterialien ergänzt.

Technologie in vielen Märkten etabliert. Nun ergänzt Heidelberg unter dem Label Saphira das Angebot mit genau darauf abgestimmten Farbserien und bietet Anwendern damit Maschinentechnologie und Verbrauchsmaterialien aus einer Hand.

Die neuen Farbserien, die als Saphira Ink Low Energy UV 100 und 400 erhältlich sind, eignen sich für das Bedrucken von Papier, Karton und nicht saugenden Materialien, bieten gute Glanzeigenschaften sowie eine hohe Rasterpunktqualität. Beide Produktreihen ermöglichen das Drucken nach PSO. Zusätzlich sind ergänzende Verbrauchsmaterialien aus dem Saphira-Sortiment wie Gummitücher, Lacke, Wasch- und Feuchtmittel erhältlich. Heidelberg will dieses Sortiment zusammen mit der LE UV-Technologie weiter ausbauen.

› www.heidelberg.com

Pro L4100

RICOH MIT NEUER GROSSFORMATDRUCKER-SERIE

Ricoh hat die Verfügbarkeit der neuen Latex-Großformatdrucker-Serie Pro L4100 angekündigt. Der neue Großformatdrucker ist für Breiten von 130 cm oder 160 cm erhältlich, hat eine hohe Produktivität von bis zu 18,2 m² pro Stunde und unterstützt bis zu sieben Farben in verschiedenen Konfigurationen. Die umfangreiche Auswahl an bedruckbaren Medien umfasst PVC, Planen, synthetisches Papier, beschichtetes und unbeschichtetes Papier, Folien, Textilien und mehr. Zusätzlich zu CMYK stehen ebenfalls Tinten in Orange, Grün und Weiß zur Verfügung. Durch technologischer Innovationen wie den piezoelektrischen Druckköpfen von Ricoh überzeugen die Modelle Pro L4160 und Pro L4130 mit einer hohen Druckproduktivität und Druckqualität. Beide Systeme arbeiten mit wasserbasierter Latextinte. So verbrauchen sie nur wenig Energie und schonen die Umwelt.

Graham Moore, Director of Business Development bei Ricoh Europe, sagt: »Wir haben die Pro L4100-Serie bereits frühzeitig, nämlich auf der drupa 2012, angekündigt. Seither haben die neuen Modelle den strengen Qualitätssicherungsprozess von Ricoh durchlaufen. Darüber hinaus haben wir die Anregungen aus dem positiven Feedback unserer Kunden umgesetzt. Damit sind wir optimal für das Spezialgebiet des Schilderdrucks aufgestellt und freuen uns, Druckdienstleistern in Europa eine weitere Lösung anzubieten, mit deren Hilfe sie ihr Geschäftswachstum fördern und ihren Kunden wiederum neue Services für das Bedrucken von Displays und Beschilderungen anbieten können.«

› www.ricoh.de

Eine Nische erfolgreich besetzt

Die Lippert Druck GmbH hat sich auf Herstellung von Bedienungsanleitungen und Beipackzetteln spezialisiert. In diesem Segment hat das Unternehmen aus Radevormwald seine NIsche gefunden, in der es heute tätig ist und expandieren will. Dabei vertraut Lippert Druck auf die Falztechnologie von MB Bäuerle.

Von MATTHIAS SIEGEL

Walter Lippert legte im Jahre 1938 die Basis für das Unternehmen in Radevormwald, das nun in der dritten Generation geführt wird und bereits auf sein 75-jähriges Jubiläum zurückblicken kann. Seinerzeit übernahm Lippert einen gebrauchten ›Wachsvervielfältiger‹ inklusive einiger Matritzen und Zeichengeräte sowie Kundenkontakte. Nach dem 2. Weltkrieg begann der Firmengründer zunächst mit Fotografien und dem Druck von Noten. 1948 wurde eine Druckmaschine angeschafft und schon frühzeitig der Start in den Offsetdruck vollzogen.

Neben der Herstellung von Geschäftsdrucksachen, Flyern, Prospekten, Eintrittskarten etc. stehen Druck und Weiterverarbeitung von kleinformatigen Dokumenten im Mittelpunkt bei Lippert Druck. »Mit Standardprodukten allein wird es mittel- und langfristig schwer sein, sich am Markt zu behaupten. Deshalb haben wir nach einer Marktnische gesucht und diese auch gefunden«, erläutert Geschäftsführer Lutz Lippert die Ausrichtung des Unternehmens. Lippert-Druck gilt als Spezialist für Kleinfalzungen in der Region.

Mittlerweile verfügt man über einen festen Kundenstamm aus dem Bereich der elektrotechnischen Industrie, für den man Einbauanleitungen und Bedienungsanleitungen termingenau produziert. Die Kunden kommen vorrangig aus der Region, mittelfristig soll das gesamte Bundesgebiet bearbeitet werden.

Die beiden vollautomatischen Falzmaschinen prestigeFold Net 52 erfüllen die Anforderungen für Lutz Lippert ideal, hier mit dem MB Bäuerle Vertriebsbeauftragten der Region West Sebastian Scheel (r.) und Produktionsleiterin Karin Volter. Das Spezialgebiet ist die Produktion von kleinformatigen Beipackzetteln und Bedienungsanleitungen.

Die stetige Investition in aktuellste Technologie ist einer der Grundsteine, auf dem der Erfolg von Lippert-Druck beruht. Bei Falzmaschinen vertraut man schon seit Jahrzehnten auf MB Bäuerle. Im Jahr 2011 stand dann der Austausch der Falzmaschine multimaster CAS 52 gegen das vollautomatische Falzsystem prestigeFold Net 52 an. Die Maschine verfügt über sechs Taschen im ersten und vier Taschen im zweiten Falzwerk. Die prestigeFold Net 52 bietet einen hohen Automatisierungsgrad vom Anleger bis zur Auslage sowie CIP4-Kompatibilität. Via Touchscreen werden alle Stellelemente an Anleger, Taschenanschlägen, Bogenweichen, Falzwalzen, Linealen und Auslagerollen eingestellt. Durch die Vollautomatik sind manuelle Nachjustierungen kaum noch notwendig. 20 Standardfalzarten für Parallel- und Kreuzbrüche sind fest programmiert. Alle anderen Falzarten können frei programmiert werden. Zudem lassen sich mehr als 200 Jobs abspeichern. »Aufgrund der teilweise geringen Auflagenhöhen und der damit verbundenen häufigen Jobwechsel hilft uns der hohe Automatisierungsgrad im täglichen Produktionsablauf. Schnellschüsse sind einfach zu handeln und die Rüstzeit wird nicht mehr zu einem betriebswirtschaftlichen Problem. Wie in der Branche üblich, ist auch bei uns der Termindruck Normalität. Durch den hohen Automatisierungsgrad erreichen wir eine große Zeitersparnis beim Falzen, wodurch wir unsere Produktivität und Flexibilität erheblich steigern konnten«, erklärt Lutz Lippert die Erfahrungen mit der MB-Falzmaschine. Jetzt entschied sich Lippert Druck erneut für das identische Modell im Rahmen einer Erweiterungsinvestition. »Die Bediener müssen sich nicht umgewöhnen und können ohne Einschränkungen zwischen den beiden Maschinen wechseln. Auch erreichen wir mit unseren Zusatzaggregaten ein Höchstmaß an Flexibilität«, sagt Lutz Lippert. Als Zusatzaggregate kommen bei Lippert Druck das mobile Schwertfalzwerk MS 45, die Stehendbogenauslage SKM 36 und das Zusatzfalzwerk KF 31, mit dem Kleinfalzungen von 18 mm realisiert werden können, zum Einsatz.

Das Know-how der Mitarbeiter in Kombination mit der modernen Falztechnologie hat dazu geführt, dass Lippert-Druck in steigendem Umfang Falzarbeiten für andere Druckereien übernimmt. Besonders wenn es um komplexere Falzjobs geht, wird bei Lippert Druck angefragt. »Diesen Bereich möchten wir gern ausbauen«, so die Devise des Firmeninhabers.

› www.mb-bauerle.de

Quark Publishing System 9

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

NEU: App Studio für Quark Publishing System

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

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

App Studio für Quark Publishing System beinhaltet:

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

Revolutionizing Publishing. **Again.**™

Quark

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2014			
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

Schmuck
Barbara Hauser

Seefeldstrasse 40
CH-8008 Zürich
Tel +41 44 252 21 55
www.schmuck-zuerich.ch

Öffnungszeiten

Montag
14.15 Uhr – 18.30 Uhr

Dienstag bis Freitag
10.15 Uhr – 13.00 Uhr
14.00 Uhr – 18.30 Uhr

Samstag
Nach Vereinbarung

Forum ›Future Print‹

Welche Rolle spielt Druck in der Zukunft? Welche neuen Werte kann Print in Verpackungsdruck und Veredelung schaffen? Das Forum ›Future Print‹, das im März in Zürich parallel zur Messe ›Verpackung Zürich‹ stattfindet, will diese und andere Fragen beantworten und Denkanstöße für Ziele und Strategien von morgen geben.

Das Forum ›Future Print‹, eine Initiative des Messeveranstalters easyFairs, dem Verband Viscom und der Fachzeitschrift Viscom print&communication, findet begleitend zur ›Verpackung Zürich‹ am 26. und 27. März 2014 in der Messe Zürich statt. Im Mittelpunkt stehen die aktuellen Herausforderungen der Branche. Zehn Referenten sprechen über Technologien, Change Management und neue Business-Modelle.

Die Referenten, allesamt erfolgreiche Unternehmer, verraten die Rezepte, die es ihren Unternehmen ermöglicht haben, sich erfolgreich zu positionieren oder neu zu erfinden. Zur Sprache kommen dabei unter anderem die künftige Rolle von Print, crossmedialen Lösungen und Digitaldruck. Die Vorträge gehen auf Perspektiven für neue Produkte, Märkte und Medienlogistik ein, stellen innovative Business-Modelle vor, erläutern intelligente Medienverknüpfungen oder beschreiben die Einführung nachhaltiger Druckverfahren und Prozessoptimierungen.

Fokus Technologien

Das Forum startet am 26. März um 9.30 Uhr mit Vorträgen zum Thema ›Technologien‹. Den Eröffnungsvortrag hält Bernd Zipper, zipcon consulting. Seine Einschätzung klingt optimistisch: »Noch nie gab es mehr Chancen für Druckdienstleister, zusätzliche Vertriebswege zu erschließen«, sagte er am Online-Print-Symposium 2013 in München.

Anschließend gibt Prof. Fritz Bircher vom Institute for Printing Technology, Bern, einen Einblick in aktuelle Arbeiten der Berner Fachhochschule für Technik und Informatik. »Unser Team von Ingenieuren und Physikern stellt sich den Herausforderungen der Druckindustrie«, lautet der Slogan des Instituts. Als Forschungspartner der Schweizer Druckindustrie optimieren und entwickeln die Wissenschaftler gemeinsam mit Industriepartnern Maschinen und Druckverfahren.

Fühlbare Botschaften, zusätzliche Sinnesanreize, persönliche Ansprache des Zielpublikums – das sind nur einige der gewinnbringenden Zugaben, womit sich gewünschte Wirkungen erzielen lassen. Seit vier Generationen lebt die Vögeli AG aus Langnau am Puls der Druckbranche und setzt mit gezielten Innovationen Akzente. Mehr über das Erfolgsrezept des Unternehmens verrät Mitinhaber Markus Vögeli.

Den Wandel gezielt gestalten

›Change Management‹ lautet das Thema von 13.30 bis 16.15 Uhr. Zum Einstieg informiert Prof. Dr. Mike Friedrichsen von der Hochschule der Medien Stuttgart über die zukünftigen Aufgaben von Print, die Anforderungen an Workflows, beleuchtet Hintergründe der Medienentwicklung und zieht Schlüsse für weitere strategische Ausrichtungen.

Lars B. Sondegger regt anschließend unter dem Titel ›Special Solutions Haute Couverture‹ zum Nachdenken über neue Lösungen an.

Abschließend spricht Yves Rogivue, Managing Director Schweiz bei InnerWorkings, Anbieter von Outsourcing-Dienstleistungen. Der weltweit tätige Professional Services Provider verfügt über profundes Know-how im Bereich der Beschaffung, Erzeugung und Bereitstellung von Marketing-Erzeugnissen im Bereich Print, POS und Promotionsartikeln.

Swiss Print Award 2014

Mit der Übergabe des ›Swiss Print Award‹ 2014 startet das Forum um 9.15 Uhr in den zweiten Tag. Der Award wird getragen vom asw, Allianz Schweizer Werbeagenturen, der Kaderschule «gib»Zürich sowie den Fachmagazinen viscom print & communication und dem Druckmarkt Schweiz und ging im letzten Jahr aus dem ›Druckmarkt-Award‹ hervor. Der Award zeichnet herausragende Print-Produkte von Schweizer Agenturen, Druckereien und deren Kunden aus. Die Preisverleihung übernimmt Jean-Paul Thalmann, Herausgeber des Druckmarkt Schweiz und Sprecher der Jury.

Rezepte für eine erfolgreiche Neu-Positionierung

Um ›Business-Modelle‹ geht es anschließend von 9.45 bis 12.00 Uhr: Den Weg von der reinen Offsetdruckerei zum international tätigen Unternehmen, das Komplettlösungen in New Media, Print und Direktmarketing anbietet, erläutert Peter Sommer, CEO bei Elanders, Waiblingen, in seinem Vortrag. Das 1982 gegründete Unternehmen beschäftigt heute mehr als 200 Mitarbeiter.

Einen Einblick in die Geschäftsstrategie der Schweizer Onlinedruckerei Flyerline gibt deren CEO Steffen Tomasi. Neben standardisierten Drucksachen bietet Flyerline, Altnau, maßgeschneiderte Web-to-Print-Lösungen, individuelle Drucksachen aller Art, bedruckbare Möbel, patentierte Wechselrahmensysteme sowie Verpackungen. Im Oktober 2013 präsentierte die Flyerline Schweiz AG ein weiteres einzigartiges Konzept: Designermöbel, die aus bedruckten Hohlkammerplatten innerhalb eines Upcycling-Prozesses hergestellt werden.

Die Abschlusskeynote im Modul ›Business-Modelle‹ übernimmt Axel Schreiner, Sales Director der Gmund GmbH & Co KG, Gmund am Tegernsee. Der Papierhersteller mit mehr als 180 Jahren Firmengeschichte macht immer wieder mit Innovationen von sich reden – zum Beispiel mit einem patentierten, blickdichten Papier namens Blocker oder leuchtenden Farben, die in Papier integriert sind. In Gmund Papier verpackt werden Kosmetika, Parfüms, Spirituosen, feinste Pralinen und viele andere Produkte.

› www.easyFairs.com

Bewährtes noch besser

SEMINARREIHE DER DR. HÖNLE AG

Auch 2014 führt die Dr. Hönle AG ihre Seminarreihe fort. Neben der Erweiterung des Seminarangebots um Aushärten von Farben und Lacken wird das UV-/UV-LED-Grundlagenseminar erstmals auch in englischer Sprache abgehalten. Seit fast 40 Jahren entwickelt und produziert die Dr. Hönle AG UV-Technologie für industrielle Anwendungen. Fast vier Jahrzehnte, in denen die Experten einen riesigen Erfahrungsschatz erworben haben. Vor vier Jahren beschloss Hönle, dieses Know-how an Interessierte weiterzugeben und hat dazu eine Seminarreihe entwickelt.

Neben technischen und chemischen Grundlageninformationen rund um die UV- und UV-LED-Technologie erfahren Interessenten alles über UV-Härtungsverfahren für Druck- und Beschichtungsanwendungen. Seminar-Termine sind für ›Basiswissen UV- und UV-LED-Technologie‹ der 19. März, 14. Mai und 5. November; für ›Aushärtung mit UV-LED‹ der 2. Juli; für ›Aushärten von Farben und Lacken‹ der 15. Oktober und für ›UV-Härtungsverfahren für Druck- und Beschichtungsanwendungen‹ der 26. November 2014.

› www.hoenle.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 der Veranstaltung Druckmaschinen und Produktionslösungen für den Einsatz in der industriellen Fertigung. Die Fachmesse ist auf Technologien für die industrielle Druckproduktion spezialisiert, die als Teil eines Fertigungsprozesses einen funktionalen oder dekorativen Zweck erfüllen. 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 InPrint 2014 findet parallel zur Hannover Messe 2014 in Halle 21 des Messegeländes in Hannover statt. Eintrittskarten sind 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 zudem die Möglichkeiten der verschiedenen 3D-Druck-Techniken und deren geschäftliches Potenzial vor.

Auch Ricoh hat seine Teilnahme als Mitbegründer und Sponsor der InPrint bestätigt. »Wir wollen eine neue Generation von Inkjet-Druckköpfen zeigen, die in der Lage sind, die besonderen Bedürfnisse der unterschiedlichen Anwendungen im industriellen Druck zu erfüllen. Sie werden unter anderem im Textildruck, 3D-Modeling und bei großformatigen Druck-Erzeugnissen eingesetzt. Außerdem stellen wir unsere Aktivitäten und Strategien für den industriellen Druck vor«, erklärt Graham Moore, Director Business Development von Ricoh Europe.

Neben der Zusage von Ricoh haben sich kürzlich auch Kuei, Zünd, CyconJet, Color Alliance, Color-Dec, Epson, Konica Minolta, Machines Dubuit, Notion Systems, Sihl und Xerox als Aussteller angemeldet.

› www.inprintshow.com

Exklusive Management-Klausur

WEGE INS ERFOLGSMODELL E-BUSINESS

Das Internet hat als Absatzkanal für Unternehmen der Druck- und Medienindustrie rasant an Bedeutung gewonnen. Bereits rund 10% des Umsatzvolumens der Druckindustrie wird online gewonnen – Tendenz steigend. Viele erfolgreiche Unternehmer sind daher überzeugt, dass es keine Frage mehr ist, ob Online-Handel ein Weg zum Kunden sein kann, sondern vielmehr, wie dieser Weg noch erfolgreicher, effizienter und kundenorientierter gestaltet werden kann.

Mit dem Angebot einer mehrtägigen Management-Klausur in Hall in Tirol eröffnen die Verbände Druck und Medien Bayern und Baden-Württemberg gemeinsam mit dem österreichischen Branchenverband interessierten Unternehmern die Möglichkeit, ihre Erfolgsgeschichte als Online-Dienstleister strategisch und marktorientiert zu planen. Gemeinsam mit Bernd Zipper, dem Experten für das Thema E-Business, identifizieren die Teilnehmer Trends und Entwicklungen, die morgen über Erfolg und Misserfolg entscheiden. »Wenn das Thema Online-Handel für Sie ein zukunftsweisendes Thema ist oder Sie bereits Erfahrungen sammeln konnten, sollte die Teilnahme an der Klausur für Sie Pflicht sein«, richtet sich Zipper an die Unternehmer der Branche.

› www.vdmb.de

KURZ & BÜNDIG

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. • Die internationale **WAN-IFRA**-Fachkonferenz für Zeitungsdruckthemen wird am 19. und 20. März 2014 in München stattfinden. Das zweitägige Programm mit einem Aufgebot an Referenten aus aller Welt umfasst Vorträge zu zentralen Themen wie Innovationen im Druckprozess, Digitaldruck, Geschäftsstrategien und Innovationen, Zeitschrift, New Revenues und das Potenzial von Print.

Tiefdruck zum Anfassen

ERA SEMINAR AN DER HOCHSCHULE DER MEDIEN STUTTGART

Die European Rotogravure Association (ERA) veranstaltet in Zusammenarbeit mit der Hochschule der Medien Stuttgart vom 12. bis 14. März ein Tiefdruck-Seminar. Das Seminar findet in der Hochschule statt und vermittelt neben theoretischen Grundlagen auch Demonstrationen und praktische Übungen in der Gravur und an der Druckmaschine.

Die hier angebotene Einführung reicht von der Galvanik zur Aufkupferung von Tiefdruckzylindern, der Oberflächenbearbeitung über die Erstellung eines Layouts und der anschließenden elektromechanischen Gravur der Tiefdruckform bis zum Druck auf verschiedenen Papieren mit unterschiedlichen Farbrezepturen.

Neben der elektromechanischen Gravur werden natürlich auch die Prozessabläufe anderer moderner Formherstellungsverfahren erläutert. Alle Arbeitsschritte werden an den Geräten und Maschinen im Tiefdruck-Formherstellungslabor und im Tiefdruck praktisch erprobt. Ein mit den Kursteilnehmern für die Gravur vorbereiteter Zylinder wird mit einem im Kurs erstellten Layout elektromechanisch graviert, gedruckt und zur Qualitätssicherung mit der entsprechenden Messtechnik begleitet.

Der Kurs ist primär abgestimmt auf Mitarbeiter von Tiefdruckereien, Zylinderherstellern und Reproanstalten, Papier-, Substrat- und Farbhersteller sowie Quereinsteiger. Er richtet sich nicht primär an das technisch versierte Personal von Tiefdruckereien. Die Teilnehmerzahl ist auf zehn Teilnehmer pro Kurs beschränkt, um jedem Teilnehmer eine aktive Teilnahme bei den einzelnen Produktionsschritten, das heißt ein ›Begreifen‹ zu ermöglichen.

› www.hdm-stuttgart.de

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2014	Veranstaltung	Ort
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,** Ausschießen für Bogendruck	Lünen
05. 02.	**vdmnw,** Beauty Retusche	Düsseldorf
05. 02.	**vdmnw,** Digitale Bogenmontage mit Preps	Lünen
06. 02.	**tgm,** HTML 5 für Entwickler	München
06. 02.	**vdmnw,** Pitstop Professional	Düsseldorf
06. 02. - 07. 02.	**Fogra,** Color Management Symposium	München
08. 02. - 09. 02.	**tgm,** Fit für die Druck- und Medienproduktion	München
10. 02.	**vdmb,** PSO: Grundlagen für die standardisierte Produktion in der Druckvorstufe	Ismaning
10. 02. - 11. 02.	**vdmnw,** Medienneutrales Publizieren mit Adobe InDesign CS6 und XML	Lünen
10. 02. - 12. 02.	**vdmnw,** Einstieg in die Produktion mit Adobe Photoshop	Lünen
10. 02. - 12. 02.	**vdmnw,** Qualitätsoffsetdruck II	Lünen
10. 02. - 14. 02.	**Heidelberg PMA,** Falzen Aufbau Modul 2	Ludwigsburg
10. 02. - 14. 02.	**Heidelberg PMA,** Stitchmaster ST 500 – Basis	Leipzig
11. 02.	**vdmb,** PSO: Grundlagen für die standardisierte Produktion im Druck	Ismaning
11. 02.	**vdmnw,** Das Netzwerk Google+ effizient nutzen	Düsseldorf
11. 02.	**vdmnw,** Angewandtes Messen und Prüfen im Offsetdruck I	Hamburg
11. 02.	**Impressed,** Enfocus PitStop Starter	Hamburg
12. 02.	**Impressed,** Enfocus PitStop Insider	Hamburg
12. 02.	**vdmnw,** Workflows automatisieren mit Adobe InDesign	Lünen
12. 02.	**vdmnw,** Umstrukturierung, Outsourcing und Fusion in der Druckindustrie	Düsseldorf
13. 02.	**tgm,** HTML 5 für Einsteiger	München
13. 02.	**vdmnw,** PDF/X-4: der neue Standard für digitale Druckvorlagen	Hamburg
13. 02. - 14. 02.	**vdmnw,** Adobe Photoshop Effizient: Kreative Techniken	Düsseldorf
13. 02. - 14. 02.	**vdmnw,** Digitales Publizieren mit dem epub-Format	Lünen
15. 02. - 16. 02.	**tgm,** Skripting in InDesign	München
17. 02.	**vdmb,** InDesign Basis: sicherer Einstieg in das Layouten mit InDesign	Ismaning
17. 02. - 18. 02.	**Polar,** Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim
18. 02. - 19. 02.	**vdmnw,** Professionelle PDF Erzeugung in der Printporduktion	Lünen
19. 02.	**vdmnw,** Umstrukturierung, Outsourcing und Fusion in der Druckindustrie	Hamburg
20. 02.	**tgm,** HTML 5 für Entwickler	München
20. 02.	**vdmnw,** Professionelle PDF Korrekturen mit Adobe Acrobat Pro	Lünen
20. 02.	**vdmb,** Photoshop Spezial: moderne Bildbearbeitung 1: flexibel und verlustfrei	Ismaning
21. 02. - 22. 02.	**tgm,** Typografie intensiv 10 – Die Druckschrift	Germering
22. 02. - 23. 02.	**tgm,** Photoshop für die anspruchsvolle Praxis	München
24. 02. - 25. 02.	**vdmb,** Tablet-Publishing: digitale Magazine fürs iPad & Co. mit InDesign erstellen	Ismaning
24. 02. - 25. 02.	**vdmnw,** Adobe Photoshop Effizient: Colormanagement und Farbkorrekturen	Hamburg
24. 02. - 25. 02.	**Fogra,** Farbmanagement – Grundlagen	München
25. 02.	**WAN-IFRA,** Zeitungsoptimiertes Farbmanagement	Darmstadt
25. 02.	**Heidelberg PMA,** Die Welt der Printmedien	Heidelberg
25. 02. - 26. 02.	**vdmnw,** Just Printing	Lünen

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:
› www.fogra.org › www.impressed.de › www.polar-mohr.com
› www.print-media-academy.de › www.tgm-online.de › www.vdmb.de › www.vdmnw.de

Strategie-Event

WORAN SCHEITERN UNTERNEHMEN?

Am 26. November 2013 veranstaltete der Verband Druck + Medien Nord-West e. V. zusammen mit seiner Managementakademie campus ein Strategie-Event für die grafische Industrie. Kernfrage: Was macht erfolgreiche und weniger erfolgreiche Betriebe in der Zukunft aus?
»Die Erfahrung zeigt, dass erfolgreiche Unternehmen selbst in einem schwierigen Marktumfeld sehr gute Resultate erzielen, während weniger erfolgreiche Unternehmen mit den gleichen Rahmenbedingungen scheitern«, sagt Dr. Pius Küng.
Ziel der Veranstaltung war es, den Gästen die ›Hebel‹ aufzuzeigen, die zu guten Resultaten im Unternehmen führen. »Die wichtigen Trends die unsere Branche treiben sind Unsicherheit bei der Entwicklung der Weltwirtschaft, wenige Wachstumsmärkte, ein hoher Rationalisierungsdruck, ein intensiver Konkurrenzkampf und nicht zuletzt höhere Anforderungen durch die Kunden«, erklärt Dr. Pius Küng.
Die wichtigsten zehn Hebel wurden in der Veranstaltung aufgezeigt und lösten beim anschließenden Get-Together intensive Diskussionen aus. Nicht zuletzt die Ergebnisse aus einer Studie, die aussagt, dass 80% der Unternehmer nur in größter Not strategische Stellschrauben identifizieren und diese bedienen. Die größte Herausforderung sahen die Teilnehmer darin, neben dem operativen Tagesgeschäft diese zusätzlichen Aufgaben zu bewältigen. Der Bitte, dabei Unterstützung anzubieten, kommen der VDM Nord-West e. V. und seine Managementakademie campus mit speziellen Beratungs- und Schulungsangeboten nach.

› www.vdmnw.de
› www.campus-mdm.de

›Inside 3D Printing‹

FACHKONFERENZ KOMMT NACH BERLIN

Die Fachkonferenz ›Inside 3D Printing‹, die in den USA über 3.000 Teilnehmer besuchten, kommt 2014 erstmals nach Deutschland. Die Konferenz informiert über Chancen, Technologien, Praxisbeispiele und den aktuellen Forschungsstand. Am 10. und 11. März 2014 treffen sich in Berlin Experten, Wissenschaftler, Dienstleister, Hersteller, Händler und Risikokapitalgeber sowie Fachleute verschiedenster Branchen, die mehr über den professionellen Einsatz des 3D-Drucks berichten und erfahren wollen. Ziel ist es, den Konferenzbesuchern Impulse für ihr eigenes Geschäftsmodell, produktionstechnische Anregungen und relevante Kontakte zu verschaffen. 3D-Druck verändert derzeit in zahlreichen Branchen die Produktion und die Geschäftsmodelle. Mit additiven Fertigungsverfahren stellen Unternehmen bereits heute eine breite Palette an Produkten her – von Komponenten für die Automobil- und Luftfahrtbranche, über Implantate, Schmuck, Sportausrüstung und Textilien bis hin zu Lebensmitteln. Die Referenten der Inside 3D Printing stellen zahlreiche Beispiele dazu vor. Zu den Vortragenden gehören Vertreter von Boeing, Roland Berger, Mcor Technologies und dem VDMA.

› www.inside3dprinting.de

Medienschule St.Gallen

NEUER LEHRGANG IM MÄRZ – ES SIND NOCH PLÄTZE FREI

Die Medienschule St.Gallen startet am 7. März ihren nächsten Lehrgang in Journalismus und Medienarbeit. Das Angebot richtet sich an Berufseinsteiger, aber auch an Leute, die auf einer Redaktion erste Erfahrungen sammeln.
An insgesamt 21 Kurstagen und in einem Praktikum erlernen die jungen Journalisten an der Medienschule St.Gallen das Handwerk, von Recherche über Interview bis zum Verfassen von Nachricht und Bericht, Reportage oder Porträt. Sie setzen sich auseinander mit Fragen der Ethik oder des Medienrechts, erhalten eine Einführung in Pressefotografie und einen Einblick in verschiedene Medienunternehmen. »Unsere Stärke«, so der Leiter der Schule, Felix Mätzler, »ist die sehr konkrete Arbeit mit den jungen Leuten und die individuelle Betreuung.« So recherchieren und verfassen die Teilnehmenden in jedem Lehrgang Artikel, die dann auch an eine Zeitung verkauft und gedruckt werden. Alle Kursleiter sind Praktiker mit der Fähigkeit zur Reflexion ihrer Arbeit, sie arbeiten bei SRF, Tamedia, WOZ oder sda.

› www.medienschule-ost.ch

Print Grand Prix

ZWEITE DSCOOP EMEA JAHRESKONFERENZ

Mehr als 700 Fachleute aus dem Digitaldruck besuchten die zweite Dscoop EMEA Jahreskonferenz. Der Print Grand Prix fand vom 6. bis 8. November in Rom statt. Die Veranstaltung war ein internationaler Erfolg mit Teilnehmern aus über 36 Ländern.
Während der Konferenz fanden über 30 Schulungssitzungen mit Experten der Branche und Mitgliedern aus vier Themenbereichen statt. Die Teilnehmer nutzten die Gelegenheit, sich über konkrete Aspekte kundig zu machen und tauschten bewährte Verfahren aus, um ihre Geschäftsstrategien zu stärken und ihre Ergebnisse zu optimieren.
Barrie Bramley, ›Intelligent Disrupter‹, und Jim Lawless, Experte für Team-Motivierung, eröffneten die Konferenz mit spannenden Präsentationen. Die Botschaft der beiden Redner motivierte und ermutigte die Zuhörer, Veränderungen zu wagen, alte Grenzen hinter sich zu lassen und das Thema persönliche und Geschäftskommunikation neu anzugehen.
Die Teilnehmer rissen sich darum, die spannenden Produktneuerscheinungen auf der ausverkauften EMEA2 Solutions Showcase Ausstellung zu entdecken, auf der über 35 Partner aus der ganzen Welt vertreten waren. Aufgrund der großen Nachfrage nach Gerätevorführungen wurde der Solutions Showcase in den Druck-Pavillon ausgeweitet, wo die HP Indigo 10000 und 7600 Digitaldrucker vorgestellt wurden.
Die dritte Dscoop EMEA Jahreskonferenz wird im Juni 2014 stattfinden.

› dscoop-emea-conference.pr.co

Karrieretipp: Der Weg zur Spitze

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 Selbständigkeit, 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.

«gib»Zürich-berufsbegleitendes Studium

«Druckkaufmann/-frau EFA»

86. Lehrgang DK86, Beginn am 1. November 2014

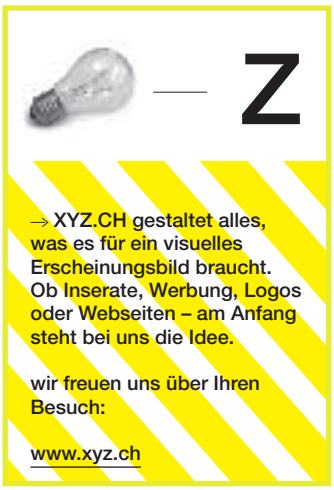
An **Infoabenden** können Sie sich persönlich, eingehend und unverbindlich informieren. Es kann der Schritt zu einer steilen beruflichen Karriere sein.

visCampus

EDUQUA

«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



DIENSTLEISTUNGEN

DRUCKEREIBEDARF

WEITERVERARBEITUNG

WEITERVERARBEITUNG

VERSCHIEDENES

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 aufbearbeitet und erscheinen als Dossier, White Paper oder Investitionskompass mit umfangreichen Marktübersichten.
Alle Angaben in unseren Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

Druckmarkt-Jahres-Abo:
6 Ausgaben pro Jahr: 60,00 € (Inland) und 76,00 € (Ausland) inkl. Porto und Versandkosten.
Heft-Einzelverkauf:
12,00 € plus Versandkosten.

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

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

www.druckmarkt.com

© by Druckmarkt 2013

arcus design & verlag oHG

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

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

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

arcus design & verlag oHG

arcus design 2013 | www.arcusdesigns.de | Foto: www.cranberries-usa.de

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.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher