

• DRUCKMARKT • 2. Mai 2014 impressions 80

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

Swiss Edition +

„LETTERPRESS IST COUTURE AUF PAPIER.“

Den Stecker gezogen

Trend Druck-Manufakturen. Seite 14.

Print & Finishing: Die vierte Dimension: der Druck. Seite 10.

Online-Druck: Standarddrucksachen im Vergleich. Seite 20.

Hybridruck: Virtuosen der Mailingproduktion. Seite 26.

Bildung, Termine & Events: Terminkalender. Seite 44.

Foto: Marcus Gloger



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.ch



Die Dossiers oder die mit umfangreichen Marktübersichten versehenen, als Investitionskompass gekennzeichneten Hefte, sind auf der Internetseite des Druckmarkt für einen einheitlichen Betrag von 18,00 CHF zu bestellen.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.ch

3D-Gegenstände statt Papierbögen

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 09 Menschen & Karrieren

Print & Finishing

- 10 Die vierte Dimension: der Druck
- 12 Offset, Inkjet und Robotik
- 14 Den Stecker gezogen
- 19 Print bleibt – Wachstumsmarkt Onlinedruck
- 20 Standarddrucksachen im Vergleich
- 22 Digitaldruck und Web-to-Print: Passt das?
- 24 Online aktuell und einmal pro Woche Print
- 26 Virtuosen der Mailingproduktion
- 30 In der Kürze liegt die Würze
- 31 Nachrichten
- 34 Maßgeschneiderte Print-Lösungen für viele Verpackungsformen
- 36 Vielfältige Anlegerlösungen
- 37 Ausbau der KBA Colora
- 38 Lithoman 64-Seiten im liegenden Format

Bildung, Termine & Events

- 44 Terminkalender
- 45 Nachrichten
- 47 Was verbirgt sich hinter ›SoLoMo‹?
- 48 Marketing und Vertrieb – zwei wichtige Hebel im Verdrängungsmarkt
- 50 Seminare & Veranstaltungen
- 51 Business to Business
- 51 Impressum

Es wäre sicherlich maßlos übertrieben, würde man die zweifellos vorhandene ›Lust am Analogen‹ zum Megatrend erklären wollen. Dennoch entwickelt sich so etwas wie ein Trend zum Handwerklichen, auch zum handwerklichen Drucken. Haptik, Wertigkeit, die Schönheit von Papier, bleigesetzter Zeilen und manuell gefertigter Bücher sind ganz offensichtlich Dinge, die vielen Liebhabern wertvoll genug erscheinen, um beispielsweise für Visitenkarten tiefer in die Tasche zu greifen als es industrielle Druckereien anbieten. Vielleicht weil es individueller ist, vielleicht auch, weil es ein wenig Nostalgie ist. Aber solche Bewegungen gibt es immer dann, wenn das Tempo neuer Techniken Atem raubend wird.

Das gilt aber nicht nur für digitale Medien. Auch in unserer Branche hat das Tempo der Veränderungen zugenommen, ein Aufbruch in neue Märkte lässt sich feststellen und auch dabei könnte einem der Atem stocken. Denn während Print immer und immer wieder der nahe Tod vorhergesagt wird, vergessen die meisten (weil sie es auch nicht wissen), dass es jenseits von Zeitungen und Zeitschriften noch eine ganz andere Welt des Druckens gibt – nämlich die der Verpackung und des industriellen Drucks. Ohne bedruckte Verpackungen würde (nicht nur) der heimische Haushalt zusammenbrechen und ohne spezielle Druckverfahren würde heute beispielsweise kein Auto mehr fahren können. Diese andere Welt des Gedruckten nennt sich neudeutsch ›Industrial Print‹, wobei es nicht um automatisiertes Drucken in grafischen Betrieben geht, sondern um drucktechnische Anwendungen, die bei der Fertigung in vielen Industriebranchen gefragt sind.

Inkjet-Druck ist auch hier das Schlüsselwort. Durch den Tintenstrahldruck ist bei allem, was sich Drucken nennt, einiges in Bewegung geraten. Denn mittels Inkjet lässt sich – von Flüssigkeiten abgesehen – nahezu alles bedrucken. Auch dreidimensionale Gegenstände. Damit verlässt der Druck die Dimensionen Höhe mal Breite und den geliebten Bogen Papier. Oder um es auf eine Formel zu bringen: Höhe x Breite x Tiefe + Druck = 4D. Und diese vierte Dimension verspricht ein hoch interessantes Geschäft zu werden. Denn der digitale Direktdruck spart zeitaufwändige und teure manuelle Arbeiten im industriellen Fertigungsbereich. So ist auch zu verstehen, dass sich Heidelberg intensiv mit dem Inkjet-Druck beschäftigt und (neben anderen) eine Maschine baut, die Bälle bedruckt statt Papierbogen.

Und das ist wohl erst der Anfang. Wir werden in absehbarer Zeit zunehmend Druckmaschinen sehen, die nicht mehr nur offline irgendetwas papiergebundenes produzieren, sondern in Fertigungsprozesse integriert sind und Produkte während ihrer Herstellung veredeln.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

FLINT GROUP VERKAUFT Die Verhandlungen über den Milliarden-Deal zwischen dem Flint-Eigentümer CVC und einem Konsortium aus dem US-Mischkonzern Koch Industries und der Investmentbank Goldman Sachs sind abgeschlossen. Das Konsortium übernimmt Flint. Dazu soll eine neue Gesellschaft gegründet werden, die dann 100% der Flint-Anteile erwerben soll. Die Transaktion soll bis Mitte des Jahres abgeschlossen sein. Nach Angaben von Wirtschaftspressediensten soll Flint für mehr als 2,2 Mrd. € verkauft worden sein, was in etwa dem Umsatz des vergangenen Jahres entspreche. Unternehmenssitz der FlintGroup ist Luxemburg. Der Finanzinvestor CVC hatte Flint Ende 2005 aus der BASF-Tochter XSYS (zuvor unter anderem Kast + Ehinger) und der amerikanischen Flint Ink geformt. Das Unternehmen beschäftigt 6.600 Mitarbeiter und stellt in erster Linie Druckfarben, Druckplatten und Geräte für die Verpackungs- und Druckindustrie her.

RINGIER KAUFT »LE TEMPS« Vergangenen Oktober starteten die bisherigen Mehrheitsaktionäre Ringier und Tamedia einen Verkaufsprozess der westschweizer Tageszeitung, der offenbar nicht zum Ziel führte. Offenbar lag keine finanziell ansprechende Offerte vor. Nach Prüfung der verschiedenen Dossiers habe »Ringier Interesse an der Übernahme der Tamedia-Beteiligung geäußert«, heißt es zum Ablauf der Transaktion. Am 10. April 2014 seien die Verträge unterschrieben worden. »Le Temps« werde in die Organisation von Ringier Romandie integriert.

VISTAPRINT KAUFT PIXART Als unangefochtener Marktführer im Segment Web-to-Print für professionelle Kunden in Italien und unter den wichtigsten Akteuren auf europäischer Ebene, geht Pixartprinting auf den Weltmarkt. Am 1. April 2014 übernahm Vistaprint die Gesellschaft mit einem Gesamtwert von 127 Mio. €. Vistaprint erwirbt eine Beteiligung von 97% an Pixartprinting; die restlichen 3% verbleiben im Besitz des Gründers von Pixartprinting, Matteo Rigamonti. Pixartprinting soll an der Seite von Vistaprint auch weiterhin seinen Weg mit eigener Identität und Blick auf den Weltmarkt gehen. In den vergangenen zwei Jahren erreichte das Unternehmen aus Venetien eine durchschnittliche Umsatzsteigerung von mehr als 35% und ein Ergebnis-Wachstum von rund 43%. 2013 betrug der Gewinn über 15 Mio. €. » www.pixartprinting.de

UMFIRMIERUNG Ab sofort firmiert die Sächsische Druck- und Verlags-haus AG als »SDV – Die Medien AG«. »Mit der Namensänderung dokumentieren wir die positive Entwicklung unseres Unternehmens seit der Gründung 1990«, erklärt der Vorstandsvorsitzende Christoph Deutsch. »Aus dem kleinen, lokal verwurzelten Druck- und Verlagshaus in Dresden ist im Laufe der Zeit ein deutschlandweit agierendes Unternehmen mit mehreren Standorten geworden.« Bisher war SDV – Die Medien AG nur Name der Dachmarke.

INFOPOST WIRD TEURER Die Infopost, eine der beliebtesten Möglichkeiten, adressierte Werbesendungen zu verschicken, wird teurer, da die Deutsche Post zum 1. Juli 2014 eine Preiserhöhung vornehmen wird. Der Preis wird in den Formaten Standard, Kompakt und Maxi um drei Cent angehoben. Das Format Infopost Groß bleibt von der Erhöhung ausgenommen. Nach Angaben der Post reagiere man mit der Preisanpassung auf Kostensteigerungen. Ebenfalls zum 1. Juli wird die Ermittlung von Sendungsgewichten bei Produkten der Presse-Distribution geändert. Die bisherige kaufmännische Rundungsregel entfällt. Sendungen werden den Gewichtsstufen nach ihrem tatsächlichen Gewicht zugeordnet.

galledia-Gruppe ZWEITES ERFOLGREICHES GESCHÄFTSJAHR

Das seit Januar 2012 als Joint Venture der dfmedia ag (vormals Druckerei Flawil AG) und der Rheintaler Druckerei und Verlag AG tätige Medienunternehmen galledia ag blickt auf ein erfolgreiches zweites Geschäftsjahr zurück. Es seien in allen Geschäftsbereichen teils deutlich über dem Branchenschnitt liegende Ergebnisse erzielt worden. Der konsolidierte Umsatz sei um 5% gegenüber dem Vorjahr auf rund 42 Mio. Franken gesteigert



Gebäude der galledia ag am Standort Flawil.

worden, teilte das Unternehmen mit. Das Ergebnis vor Steuern und Abschreibungen (EBITDA) liege deutlich über dem Branchenschnitt. Im Ergebnis bereits berücksichtigt seien Integrationskosten der im Oktober 2013 als 100-prozentige Tochtergesellschaft neu gegründeten UD Medien AG in Luzern. Im Geschäftsbereich Print, der umsatzstärksten Sparte der galledia-Gruppe, wurde nach Angaben des Unternehmens das Budget um rund 2% übertroffen. 2013 seien in dieser Sparte Investitionen von rund 2,9 Mio. CHF getätigt worden. Im Vordergrund standen dabei eine Versandanlage, zwei neue CtP-Systeme sowie eine 2-Farben-Offset-druckmaschine.

Die eigenständigen Gesellschaften galledia verlag ag, MediaSec AG, MotorMedia GmbH und galledia frauenfeld ag sind im Geschäftsbereich »Verlage« zusammengefasst. Dieser Geschäftsbereich gibt 22 Fachzeitschriften mit über 240 Einzelausgaben pro Jahr heraus. Der Umsatz von knapp 17 Mio. CHF liege über den Erwartungen.

» www.galledia.ch

Mit gutem Beispiel voran BUNDESVERBAND ARBEITET KLIMANEUTRAL

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) arbeitet 2014 klimaneutral. Erreicht wird dies durch die Kompensation des CO₂-Fußabdrucks des Verbandes. Dieser wird mit dem Klimarechner der Verbände Druck und Medien berechnet und mit Klimaschutzmaßnahmen im Projekt »Wasseraufbereitung mit LifeStraw« in Kenia ausgeglichen. Seit diesem Jahr ermöglicht der Klimarechner neben der produktbezogenen Emissionsermittlung auch die Berechnung des unternehmensbezogenen CO₂-Fußabdrucks. In diesem Zuge hat sich der bvdm entschieden, mit gutem Beispiel voran zu gehen und diesen für sich selbst auszugleichen. »Wir hoffen, für Unternehmen aber auch für die Verbände in Deutschland ein Zeichen zu setzen. Bei 15.000 registrierten und davon 5.000, die sich politisch engagieren, besteht für den Umweltschutz enormes Potenzial«, erklärt Julia Rohmann, Referentin für Umweltschutz beim bvdm. Die für den bvdm errechneten Emissionen werden durch die Stilllegung von Klimaschutzzertifikaten im GoldStandard-Projekt »LifeStraw« ausgeglichen. Im Rahmen dieses Projektes bekommt die Bevölkerung in ländlichen Regionen Kenias Wasserfilter zu Verfügung gestellt. Bereits ein LifeStraw Family-Wasserfilter liefert mindestens 18.000 Liter Trinkwasser, genug um eine vierköpfige Familie mindestens drei Jahre lang mit sauberem und gesundheitlich unbedenklichem Trinkwasser zu versorgen. Für kenianische Haushalte, die mit den Filtern ausgestattet sind, erübrigt sich das in Afrika sonst gängige Abkochen von Wasser auf meist offenen Feuerstellen. Das mindert die lokale Abholzung und spart CO₂ – in Summe werden CO₂-Einsparungen von über zwei Millionen Tonnen pro Jahr erwartet.

» www.bvdm-online.de

Efl erweitert Portfolio**GROUP RHAPSO S.A.,
FRANKREICH, ÜBERNOMMEN**

Efl hat die Group Rhaps S.A., den in Les Ulis ansässigen Entwickler von Druck- und Verpackungssoftware, gekauft. Die Mitarbeiter werden übernommen und in den europäischen Geschäftsbetrieb von Efl integriert.

Rhaps Graphisoft ist ein MIS, das vorwiegend in den französischsprachigen Ländern vertrieben wird. Rhaps PC-Topp ist eine Lösung für die Planung und Produktionssteuerung in der Wellpappenindustrie, die weltweit vertrieben wird und in 13 Sprachen erhältlich ist.

Durch diese weitere Übernahme wird Efl seine Position als führender Anbieter von ERP-Lösungen in Europa stärken. »Durch unsere starke Präsenz in Europa eröffnet uns die Übernahme von Rhaps Wachstumschancen durch die Erweiterung des Angebots im Wellpappenmarkt und durch die Verstärkung im Bereich der MIS- und Planungslösungen«, sagt Marc Olin, COO von Efl.

➤ www.efl.com

20 Jahre Druck+Form**EINE TRADITIONSMESSE FEIERT
JUBILÄUM**

Die Druck+Form ist neben der drupa die älteste deutsche Druckfachmesse und feiert vom 8. bis 11. Oktober 2014 ihr 20-jähriges Jubiläum. Auch in diesem Jahr will die Fachmesse praxisorientierte Lösungen, Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Druck- und Mediavorstufe, Software, Systeme, Web-to-Print, Digitaldruck, Offsetdruck, Druck- und Papierweiterverarbeitung zeigen. Als Plus der Druck+Form nennt der Veranstalter das Zusatzangebot mit Print Factory Academy, MediaLounge und Print Factory Tour, das den Besuchern eine Ergänzung zum Messebesuch bietet.

Die Druck+Form bietet der Branche seit nunmehr 20 Jahren eine Plattform für Information, Beratung und Investition. So sind beispielsweise erstmals die Mitglieder des Verbandes Doxnet zum Round Table eingeladen.

Bereits zum jetzigen Zeitpunkt sei der Anmeldestatus für die Messe befriedigend.

➤ www.messe-sinsheim.de

Namenswechsel**AUS TNT POST WIRD POSTCON:
B2B BLEIBT KERNGESCHÄFT**

Am 19. März hat die Unternehmensgruppe TNT Post umfirmiert, heißt jetzt Postcon und hat alle Gesellschaften unter einer Marke



zusammengefasst. Neben dem angestammten Briefdienst werden weitere Leistungen rund um Geschäftspost und Versand angeboten. Dazu gehören Briefdienstleistungen mit eigenen Zustellstrukturen und das Großkundengeschäft. Auf internationaler Ebene wird die Zusammenarbeit mit der Spring Global Mail fortgesetzt. Postcon und Spring Global Mail sind 100-prozentige Töchter der niederländischen PostNL-Gruppe.

Tarifergebnis erzielt**ABSCHLUSS BIETET HOHE
PLANUNGSSICHERHEIT**

In der fünften Runde der Tarifverhandlungen für die Druckindustrie haben sich der Bundesverband Druck und Medien (bvdv) und die Gewerkschaft ver.di am 15. April 2014 in Berlin auf einen neuen Flächenlohnvertrag mit 27-monatiger Laufzeit geeinigt. Der Vertrag sieht eine Lohnerhöhung von 3,0% ab dem 1. Mai 2014 sowie eine weitere Steigerung um 1,0% ab 1. April 2015 vor. Da die Erhöhung nach vier Leermonten im Jahr 2014 einsetzt, werden die Betriebe in diesem Jahr real mit lediglich 2% belastet.

Dieser Abschluss liegt deutlich unter ver.dis Forderung nach 5,5% mit einer Laufzeit von 12 Monaten. Über diesen Abschluss hinaus hält der bvdv weiterhin an der Vereinbarung zur grundlegenden Überarbeitung des Manteltarifvertrages fest. Dafür wurde ver.di eine Verhandlungspflicht abgerungen. bvdv-Verhandlungsführer Sönke Boyens wertet das Ergebnis als einen zukunftsorientierten Kompromiss.

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

www.mkwgmbh.de



**Graphische
Maschinen**

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

Pitney Bowes

OFFENE RAUMKONZEPTE UND FLEXIBLERE ARBEITSZEITEN

»Die Verlagerung unseres deutschen Hauptstandortes von Heppenheim nach Darmstadt ist mehr als ein bloßer Ortswechsel – wir möchten damit eine neue Ära einläuten«, sagt Ralf Spielberger, Geschäftsführer von Pitney Bowes Deutschland und Österreich über den kürzlich vollzogenen Umzug von Pitney Bowes. Von den rund 400 Mitarbeitern der Region DACH hat ein Großteil neue Räume bezogen, und wurde auch Teil eines mo-



dernen Arbeitskonzeptes. Der neue Firmensitz bietet Raum für moderne Arbeitsplätze und eine offene Raumstruktur. Flexiblere Kernarbeitszeiten und neue Home-Office-Regelungen erleichtern den Ortswechsel und ermöglichen die individuelle Gestaltung des Arbeitstags und vor allem des Arbeitswegs für jeden Mitarbeiter. Das neue Gebäude liegt in unmittelbarer Nähe des Darmstädter Hauptbahnhofs an der Poststraße und wurde bis vor Kurzem von der Deutschen Post AG genutzt. Die Räumlichkeiten wurden gemäß den Wünschen von Pitney Bowes umgestaltet. Dabei entstanden moderne Großraumbüros, Besprechungsräume in verschiedenen Größen, Lounge-ähnliche Bereiche für informelle Meetings sowie Rückzugsmöglichkeiten zum stillen Arbeiten. Besucher können zudem an speziellen Arbeitsplätzen (»LAN-Lounge«) die Zeit zwischen zwei Terminen nutzen.

» www.pitneybowes.de

Kern GmbH

BEI NEUKUNDEN UND BETRIEBSERGEBNIS GEPUNKTET

Nach einer Mitteilung der Kern GmbH konnten alle Geschäftsbereiche trotz schwieriger Rahmenbedingungen ihre Ergebnisse halten oder verbessern. Auch die Kundenzufriedenheit hat einen Höchstwert erreicht. »Es zahlt sich aus, dass wir nicht nur in Innovationen bei Hard- und Software, sondern auch in unsere Mitarbeiter investieren«, kommentiert Geschäftsführer Rainer Rindfleisch den Geschäftsverlauf. Zu den guten Nachrichten gehöre auch, dass man bei Preisen und Auszeichnungen wieder Erfolge verbuchen konnte: Die Kern GmbH wurde für den »Großen Preis des Mittelstandes« nominiert. Als einziger Wirtschaftspreis Deutschlands betrachtet diese Auszeichnung nicht allein Zahlen, Innovationen oder Arbeitsplätze, sondern das Unternehmen als Ganzes und in seiner Rolle in der Gesellschaft.

Neben guten Geschäften mit Stammkunden verbuchte Kern Verkaufserfolge mit Partnern aus dem Kreis der Digitaldrucksystem-Hersteller. »Im letzten Jahr haben sich zwölf Neukunden für den Kauf einer Kern oder KAS Kuvertiermaschine entschieden, die Hälfte davon durch die gute Zusammenarbeit mit besagten Partnern«, sagt Produktmanagerin Sybille Stöckle. Kern hat sich zum Ziel gesetzt, diese Aktivitäten weiter auszubauen und die Zusammenarbeit mit dem grafischen und dem Bürofachhandel zu forcieren.

Schwerpunkt der diesjährigen Vertriebsaktivitäten wird die einwöchige Open House Veranstaltung im Schweizer Stammwerk Münsingen sein. Kunden, Interessenten und Partner dürfen sich auf interessante Produktneuheiten und -entwicklungen im Hard- und Softwarebereich sowie ein kurzweiliges Rahmenprogramm freuen.

» www.kerngmbh.de

Herma

6,4% UMSATZPLUS IN DER GRUPPE

Die Herma Gruppe hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 2013 ihren Expansionskurs fortgesetzt und im Geschäft mit Haftmaterial, Etiketten und Etikettiermaschinen erneut Absatzsteigerungen erreicht: Der Umsatz von 261,2 Mio. Euro entspricht gegenüber dem Vorjahreswert von 245,6 Mio. Euro einem Plus von 6,4%. »Nachdem wir 2012 den bis dahin höchsten Jahresumsatz in der Unternehmensgeschichte hatten, war es 2013 eine besondere Herausforderung, daran anzuknüpfen. Es ist uns gelungen, und wir sind wiederum stärker gewachsen als der Markt«, erläutern die Geschäftsführer Sven Schneller (links) und Dr. Thomas Baumgärtner.



Dabei profitierte Herma vom im Inland akzeptablen Wirtschaftsumfeld, während im Euroraum Konjunkturfalste herrschte. Dennoch erzielte das Unternehmen mit Hauptsitz in Filderstadt bei Stuttgart Exportsteigerungen von 5,9%. Im Inland lag der Zuwachs bei 6,9%.

In absoluten Zahlen steuerte der Geschäftsbereich Haftmaterial 2013 rund die Hälfte zum Unternehmenswachstum bei. Der Umsatz stieg von 140,0 Mio. Euro um 5,7% auf jetzt 147,9 Mio. Euro. Mengenmäßig lag das Wachstum mit Haftmaterial bei 11%. Der Geschäftsbereich Etiketten verzeichnete 5,2% Zuwachs und Erlöse von 78,4 Mio. Euro. Das prozentual größte Wachstum erarbeitete sich 2013 der Geschäftsbereich Etikettiermaschinen. Der Anstieg von 31,1 Mio. Euro auf 34,9 Mio. Euro entspricht einem Umsatzplus von 12,2%.

Model-Gruppe

VOLUMEN- UND UMSATZSTEIGERUNG

Die auf dem Gebiet von Verpackungen aus Voll- und Wellkarton tätige Model-Gruppe erzielte im vergangenen Geschäftsjahr einen konsolidierten Umsatz von CHF 689 Mio, 8,9% mehr als im Vorjahr. Sie beschäftigte 2013 im Durchschnitt 40 Personen mehr, nämlich 3.158, davon über 1.000 Mitarbeitende in der Schweiz.

Die Gruppe war in ihren Ländermärkten erfolgreich und konnte ihre Marktpositionen ausbauen. Zur Umsatzsteigerung speziell beigetragen haben die Werke in Tschechien, Polen, Kroatien, die Schweizer Papierfabriken Thurpapier und Aarepapier sowie die deutsche Model Kramp GmbH. Auch die Schweizer Verpackungsbetriebe legten voluminös zu. Der nach wie vor ungünstige Wechselkurs verbunden mit vergleichsweise hohen Lohnkosten verstärkte aber den Wettbewerbsdruck aus den umliegenden Ländern derart, dass die markant gestiegenen Rohstoffkosten nur marginal den Preisen für die Verpackung zugeschlagen werden konnten.

Gesamteinvestitionen in der Höhe von CHF 50 Mio. flossen hauptsächlich in die Erneuerung, Erweiterung und Automatisierung des Maschinenparks. Eine neue Produktionshalle im böhmischen Nymburk und die Einführung von SAP im mährischen Opava, waren besonders anspruchsvolle Projekte, welche die gute Marktstellung in Tschechien konsolidieren sollen.

In der Schweiz wurden Erneuerungs- und Automatisierungsschwerpunkte in Niedergösgen und Weinfelden gesetzt.

Im laufenden Jahr werden die Investitionen noch höher ausfallen, unter anderem weil das Wachstum in Polen und Kroatien Kapazitätserweiterungen erfordert.

» www.modelgroup.com



Die neue KBA RotaJET 76 Inkjet-Digitaldruck von Offsetprofis

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



Anzeigenblätter 2013**LEICHTER RÜCKGANG
VON UMSATZ UND AUFLAGE**

Der Netto-Werbeumsatz der Anzeigenblattverlage in Deutschland war im Geschäftsjahr 2013 leicht rückläufig. Dies teilt der Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) im Vorfeld seiner Frühjahrstagung in Berlin mit. »Der Netto-Werbeumsatz in unserer Branche ging um 3,5 Prozent zurück und liegt für das Geschäftsjahr 2013 bei 1,932 Milliarden Euro. In Anbetracht der zunehmenden Konkurrenz und des starken Preisdrucks können wir mit diesem Stand durchaus zufrieden sein. Anzeigenblätter sind weiterhin drittgrößter Werbeträger«, sagt BVDA-Geschäftsführer Dr. Jörg Eggers.

Im Geschäftsjahr 2013 verzeichnet der BVDA für das Anzeigengeschäft einen Anteil von 1,301 Mrd. Euro und für das Beilagengeschäft einen Anteil von 630,7 Mio. Euro am gesamten Netto-Werbeumsatz der Anzeigenblätter. Insgesamt gibt es 1.406 Anzeigenblätter mit einer wöchentlichen Gesamtauflage von 91,4 Mio. Exemplaren (Stand: Januar 2014). Damit habe sich die Anzahl der Titel (1.406 gegenüber 1.435) sowie die Gesamtauflage (91,4 Mio. gegenüber 94 Mio. Exemplare) im Vergleich zum Vorjahr nur leicht verringert. Als Spitzenverband der Anzeigenblattverlage in Deutschland repräsentiert der BVDA 900 Titel mit einer Auflage von 64,2 Mio. Exemplaren.

➤ www.bvda.de

Kooperation**ARGOS SOLUTIONS UND FABER
ARBEITEN ZUSAMMEN**

Die Faber GmbH, Spezialist für digitale Drucksysteme und Prozesse im Offsetbereich sowie langjähriges RGF-Mitglied, hat eine Kooperation mit Argos Solutions in Belgien vereinbart. Im Rahmen der Zusammenarbeit wird Faber seinen Kunden die UV-Beschichtungsmaschinen von Argos Solutions anbieten. Damit kann Faber nun auch Maschinen für UV-Coating und Schutzlackierung als Alternative zum Cellophanieren und Laminieren anbieten.



Die Geschäftsführer erwarten eine fruchtbare Zusammenarbeit: Tony Michiels von Argos (rechts) und Marc Faber.

Im kleinauflagen Bereich gibt es viele Druck-Erzeugnisse wie Speisekarten, Tischkarten und Einladungen, die digital produziert werden und sich für das Anbringen eines Oberflächenschutzes eignen. UV-Coating bringt hier Vorteile bezüglich Kosten und Zeit. Beeindruckt sind die Faber-Techniker von der exzellenten Verarbeitungsqualität und den hohen Sicherheitsstandards der Finishing-Lösungen von Argos, die weit höher sind als verfügbare Produkte aus Fernost und Niedrigpreisländern.

➤ www.argos-solutions.com
➤ www.faber-gmbh.de

Renaissance hat begonnen**GECHT UND LANDA
ZUR ZUKUNFT VON PRINT**

»Print: Untergang oder Renaissance in der digitalen Ära?« – diese Frage beleuchteten Guy Gecht, CEO von Efi (links im Bild), und Benny Landa, Gründer und CEO der Landa



Corporation, im Rahmen des Konferenzprogramms auf der Ipex 2014 in London. Zahlreiche Anhaltspunkte sahen beide für einen Vorstoß von Print in margenstarke Zukunftsmärkte – von der Personalisierung bis zum Industriedruck. »Drucksachen, bei denen digital gearbeitet wird, sind im Kommen«, sagte Gecht. »Mit wohl keinem anderen Medium lässt sich eine vergleichbare Werbewirkung erzielen wie beispielsweise mit personalisierten Mailings. Ja, es ist gut möglich, dass in fünf bis zehn Jahren insgesamt weniger gedruckt wird. Behaupten werden sich Anwendungen, die Druckereien die höchsten Margen bieten.« Optimistisch gab sich auch Benny Landa: »Anders als bei Büchern, Zeitungen oder Zeitschriften ist Print bei Verpackungen und Akzidenzen einfach unverzichtbar.« Und am erfolgreichsten seien diejenigen, die den Schwerpunkt vom Massendruck zu individualisierten Kleinauflagen verlagert hätten, stellte Guy Gecht fest.

➤ www.efi.com

**Bayerischer Printmedienpreis
BUNDESWEITE AUSSCHREIBUNG
GESTARTET**

Bis zum 30. Juni 2014 können sich Unternehmen aus ganz Deutschland um den 11. Bayerischen Printmedienpreis bewerben, der 2014 in drei Kategorien vergeben wird. Der »Unternehmerpreis« für herausragende verlegerische Leistung, der »Technikpreis« für herausragende technische Leistung werden undotiert vergeben. Für herausragende Leistungen junger Unternehmen und innovative Produkte der Branche vergeben die Veranstalter den



mit 10.000 Euro dotierten »Innovationspreis«. Zusätzlich vergibt der Bayerische Ministerpräsident einen Ehrenpreis. Seit 2000 wurde der Preis Persönlichkeiten verliehen, die sich mit ihrem verlegerischen und unternehmerischen Handeln besonders verdient gemacht haben. Die Preisverleihung findet am Abend des 23. Oktober 2014 im Hubertusaal des Schloss Nymphenburg während der Medientage München statt.

➤ www.bayerischer-printmedienpreis.de

KURZ & BÜNDIG

Seit Februar 2014 ist Ernest Green & Son mit Sitz in Toronto, Kanada, offizieller Vertriebspartner von **swissQprint**, dem Schweizer Hersteller von High-End Inkjet-Großformatdruckern. swissQprint ist schon seit rund fünf Jahren in Amerika vertreten: **wifag//polytype** betreut in den USA und Mexiko 22 Maschinen. • Aufgrund steigender Nachfrage nach den ungestrichenen Feinpapieren (WFU) von **Metsä Board** hat der Papierhersteller eine Preiserhöhung für diese Produktgruppe um mindestens 50 Euro pro Tonne angekündigt. Die neuen Preise sollen für alle Lieferungen mit Rechnungsdatum ab 14. April 2014 gelten. • Die **Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH** ist für ihre Dienstleistung »Prozessberatung« von der Initiative Mittelstand mit dem Innovationspreis in der Kategorie Consulting prämiert worden.

Menschen & Karrieren



Tecco verstärkt seine Geschäftsleitung mit **ARNOUD MEKENKAMP**, der seit dem 1. April weltweit für die Vertriebs- und Marketingaktivitäten des Papierspezialisten verantwortlich ist. Seine Aufgabe ist die Internationalisierung der Marktentwicklungen. • Seit Anfang März hat Pitney Bowes in Deutschland eine Doppel-

spitze. Neben **Ralf Spielberg** ist **BARIS ERGUN** ebenfalls Geschäftsführer. Er arbeitet seit 2011 für Pitney Bowes als Finance Director Central Europe und verfügt über langjährige Erfahrung in der IT- und Telekommunikationsbranche. • Flint Group hat **DR. EVA**



FREUDENTHALER zum Vice President Marketing and Technology Flexographic Products ernannt. Gleichzeitig wurde sie in das Leitungsteam der Division Flexographic Products berufen. • Am 1. April 2014 hat bei der Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH **THOMAS KERS-**



TING die Leitung des Key-Accounts übernommen. In dieser Funktion soll er die Betreuung der großen Firmenkunden optimieren und die Entwicklung von Kyocera als Anbieter von ganzheitlichen Dokumentenmanagement-Lösungen vorantreiben. • Mit der Zielset-



zung, einzelne Anwendungsgebiete im Verpackungsdruck zu intensivieren und Synergien im Produktionsprozess zu fördern, hat Anfang des Jahres **DR. LUTZ FRISCHMANN** als Product Director Solvent Based Inks seine Arbeit in der hubergroup aufgenommen. • Anfang April trat **IKUO NAKAGAWA**



sein Amt als President der Konica Minolta Business Solutions Europe GmbH an und wird damit gleichzeitig Mitglied der Geschäftsführung der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH. • Bei Kyocera



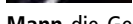
Document Solutions trat am 1. April **TAKASHIRO SATO** die Position des Europa-Präsidenten als Nachfolger von **Yoshiaki Onishi** an, der die letzten drei Jahre die Geschicke des Unternehmens in Europa verantwortete. • Das Amtsgericht Würzburg hat mit Wirkung zum 27. März **DAG-**



MAR REHM als neues Aufsichtsratsmitglied der Koenig & Bauer AG bestellt. Das Mandat war vakant, nachdem Heinz-Joachim Neubürger am 25. Februar auf eigenen Wunsch aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden war. • Zum 1. März übernahm



UDO HOLLBACH als Direktor Vertrieb und Marketing die Leitung der Bereiche Vertrieb und Marketing bei der Papierfabrik Scheufelen. Er löste Horst Lamparter ab, der sich zukünftig verstärkt um internationale Aufgaben kümmern wird. • Am 1. April hat **Dr. Reinhard**



Mann die Geschäftsführung der Nilfisk-Advance AG mit Sitz in Wil übernommen. Sein Vorgänger Marcel Voyame wird sich neuen beruflichen Herausforderung außerhalb des Unternehmens stellen. Country Manager ist Steffen Glöckler, der ab sofort die operativen Geschicke des Unternehmens lenkt.



:Apogee StoreFront

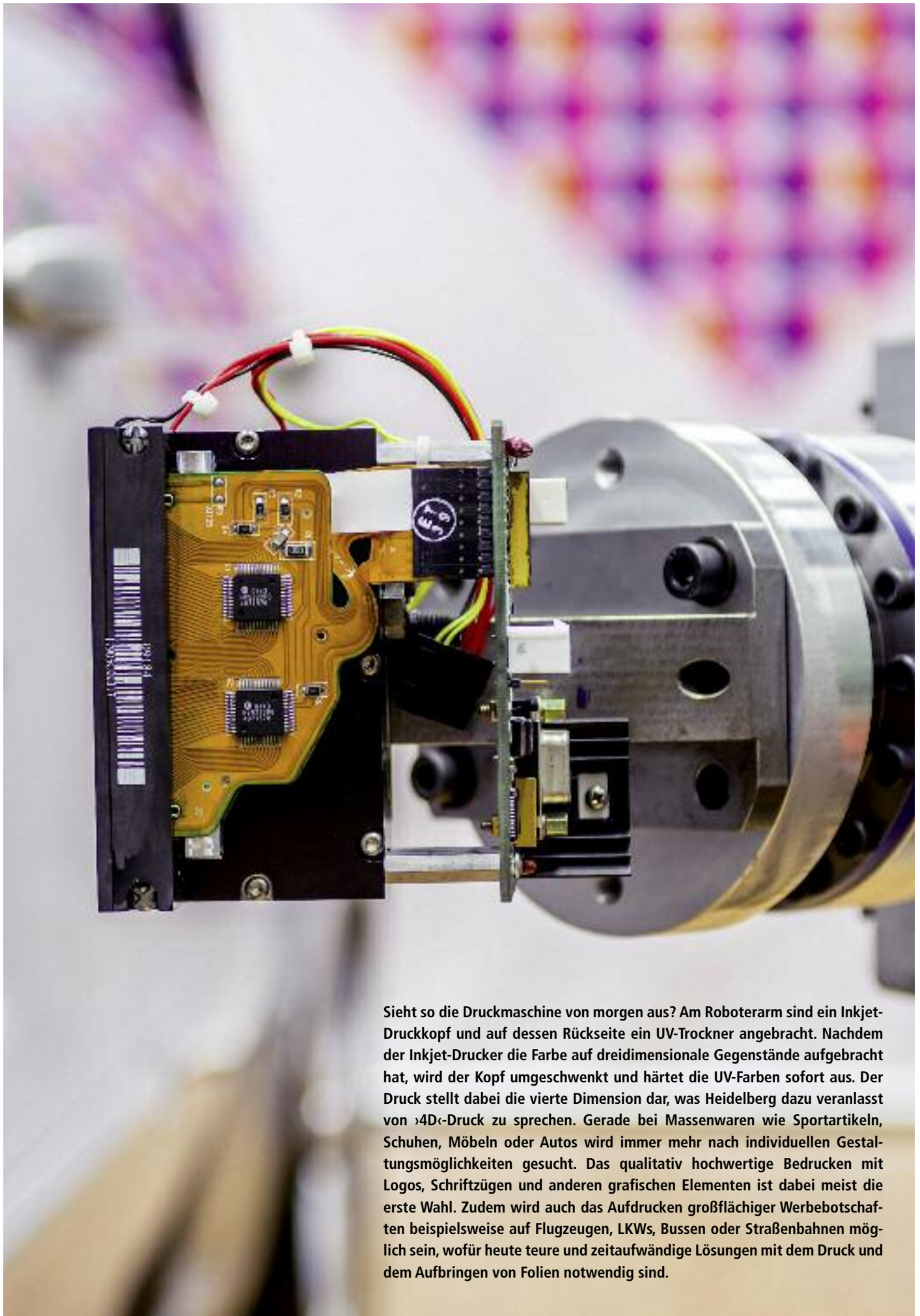
Ihre Web-to-Print-Lösung

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

www.apogeestorefront.com

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.



Sieht so die Druckmaschine von morgen aus? Am Roboterarm sind ein Inkjet-Druckkopf und auf dessen Rückseite ein UV-Trockner angebracht. Nachdem der Inkjet-Drucker die Farbe auf dreidimensionale Gegenstände aufgebracht hat, wird der Kopf umgeschwenkt und härtet die UV-Farben sofort aus. Der Druck stellt dabei die vierte Dimension dar, was Heidelberg dazu veranlasst von »4D«-Druck zu sprechen. Gerade bei Massenwaren wie Sportartikeln, Schuhen, Möbeln oder Autos wird immer mehr nach individuellen Gestaltungsmöglichkeiten gesucht. Das qualitativ hochwertige Bedrucken mit Logos, Schriftzügen und anderen grafischen Elementen ist dabei meist die erste Wahl. Zudem wird auch das Aufdrucken großflächiger Werbebotschaften beispielsweise auf Flugzeugen, LKWs, Bussen oder Straßenbahnen möglich sein, wofür heute teure und zeitaufwändige Lösungen mit dem Druck und dem Aufbringen von Folien notwendig sind.

Die vierte Dimension: der Druck

Die Kooperation zwischen Fujifilm und Heidelberg nimmt konkrete Formen an. Sichtbar wird dies in einer neuen Strategie, mit der Heidelberg Lösungen für den Digitaldruck auf den Markt bringen will. Doch auf der Basis Inkjet-Druck sollen auch vollkommen neue Anwendungsgebiete erobert werden.

Von KNUD WASSERMANN

Wer heute Märkte und Investoren überzeugen will, braucht eine glaubwürdige Wachstumsgeschichte. Die Druckmaschinenhersteller hatten in der jüngsten Vergangenheit jedoch nicht viel zu bieten. Angesichts der strukturellen Veränderungen in der Medienlandschaft ist das Geschäft mit Bogenoffsetmaschinen rückläufig und wird sich im besten Fall auf dem aktuellen Niveau einpendeln. Genau deshalb benötigen die Hersteller eine digitale Strategie. Denn mit konventionellen Druckverfahren lässt sich heute kein Investor mehr hinterm Ofen hervorlocken. Parallel zum angestammten Offset-Geschäft quasi aus dem Stand im Digitaldruck nennenswerte Umsätze zu generieren, ist aber nicht die einfachste Übung. Zu unterschiedlich sind die Technologien und die damit verbundenen Geschäftsmodelle, um sie mit ein- und derselben Vertriebsmannschaft in den Markt zu bringen. Also müssen neue Konzepte her.

Nachdem die Restrukturierung von Heidelberg weitgehend (bis auf ein paar Adaptierungen im Produktportfolio) abgeschlossen sei, werde nun mit Hochdruck daran gearbeitet, das Unternehmen wieder auf Wachstum zu trimmen, betont der Heidelberg-Vorstandsvorsitzende Dr. Gerold Linzbach. Dazu habe man die Aktivitäten in Clustern zusammengefasst, sodass der Digitaldruck im Organigramm des Konzerns erstmals als eigenständiger Geschäftsbereich erscheint. Um hier schneller voran zu kommen, setzt Heidelberg auf Part-

nerschaften und hat zudem die Mittel für Forschung und Entwicklung im Digitaldruck aufgestockt.

In alle Richtungen offen

Mit Ricoh verbindet Heidelberg seit drei Jahren eine Zusammenarbeit. Unter dem Label Linoprint werden deren Digitaldrucksysteme vertrieben, wobei sich Heidelberg auch in die Weiterentwicklung der Maschinen aktiv einbringt. Weltweit wurden seit dem Verkaufsstart 400 Linoprint-Systeme verkauft und jährlich erziele man mit den Systemen einen Umsatz im unteren zweistelligen Millionen-Euro-Bereich. Zu einer genaueren Aussage wollte sich der Heidelberg-Chef nicht hinreißen lassen, da aufgrund der wachsenden installierten Basis und dem damit verbundenen höheren Verbrauchsmaterialeinsatz der Umsatz kontinuierlich steigen werde.

Im November letzten Jahres hatte Heidelberg eine weitere Kooperation angekündigt: Partner ist Fujifilm (siehe Druckmarkt Ausgabe 88), um neue Produkte für den Digitaldruck auf den Weg zu bringen. Doch das scheint längst nicht alles zu sein. »Wir sehen Kooperationen als den effizientesten und schnellsten Weg, den Zugang zu neuen Technologien und Wachstumssegmenten zu erhalten«, sagt Gerold Linzbach.

Die Zusammenarbeit mit Ricoh ist unabhängig von der mit Fujifilm zu sehen, da man sich mit letzterer den Zugang zur Inkjet-Technologie von

Fujifilm gesichert hat. Und mehr noch. Heidelberg sieht in Fujifilm einen idealen Partner und betont, dass es zahlreiche Berührungspunkte über den Digitaldruck hinaus gebe. Zurzeit sei man gerade dabei, das gesamte Portfolio darauf abzuklopfen. Linzbach verwies in diesem Zusammenhang auf das Geschäft mit Verbrauchsmaterialien, das ein enormes Potenzial für Heidelberg darstelle. Wobei es nicht bei dieser Partnerschaft bleiben müsse, er könne sich sogar eine finanzielle Beteiligung von Fujifilm an Heidelberg vorstellen. Man sei in alle Richtungen offen.

Zuerst der Etikettendruck ...

Das erste konkrete Produkt, das aus dieser Allianz hervorgehen wird, ist eine Etikettendruckmaschine auf Inkjet-Basis. Den maschinellen Unterbau steuert der Schweizer Druckmaschinenhersteller Gallus bei, an dem Heidelberg seit Jahren einen Anteil von etwa 30% hält.

Der Etikettenmarkt verzeichnet ein kontinuierliches Wachstum, aber erst etwa 5% des gesamten Volumens würden heute im Digitaldruck produziert. Was aus der Sicht von Stephan Plenz, der im Heidelberg-Vorstand den Bereich Equipment verantwortet, bisher fehlt, ist eine Lösung, die mit der Qualität und Geschwindigkeit konventioneller Etikettendrucker mithalten kann. Im Herbst 2014 soll eine Kombination aus Flexodruck (Gallus) und UV-Ink-

jet-Druck (Fujifilm) präsentiert werden, die bei einer Auflösung von 1.200 dpi eine Geschwindigkeit von 50 m/Min. erzielt. Mit Flüssigtoner-Technologie wäre dies nicht möglich, deshalb habe man sich Anfang des Jahres vom Tochterunternehmen CSAT getrennt.

... und danach B1 im Visier

Parallel dazu hat man die Entwicklung eines Digitaldrucksystems auf Inkjet-Basis für den Akzidenz- und Verpackungsdruck gestartet. Stephan Plenz sieht für eine industrielle Lösung, die auf den Auflagenbereich von 250 bis 2.000 Exemplaren zielt, gute Chancen im Markt. Fujifilm hat für dieses Segment seit der drupa 2012 die Jet Press 720 im Markt, der aus der Sicht von Heidelberg noch



Wissen, wo es lang geht.

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



Die Onlinedruckerei flyeralarm ist weltweit erster »4D«-Druck-Anwender und bedruckt ab Herbst Sportbälle nach individuellem Kundenwunsch.

einige Features fehlen. Dazu gehören unter anderem eine Wendung und Veredelungsmöglichkeiten.

Im Entwicklungslabor in Heidelberg steht bereits eine Fujifilm Jet Press, die man jetzt genau unter die Lupe nehmen werde, um eine hochproduktive Lösung auf den Markt zu bringen. Dabei werde sich Heidelberg aber keineswegs nur auf den reinen Maschinenbau konzentrieren, sondern auch bei Tinten, Workflow und Colormanagement eigenes Know-how einfließen lassen, wie Plenz versicherte.

Hier sei noch einiges zu tun, da mit der Inkjet-Technologie eine komplette Produktreihe bis zum B1-Format angeboten werden soll. »Die Qualität ist vorgegeben, alles andere muss noch angepasst werden«, sagte Plenz. Auf einen Zeitpunkt, bis wann hier erste Lösungen verfügbar sein werden, legte sich das Heidelberg-Management nicht fest. Nach unserer Einschätzung ist die drupa 2016 aber ein durchaus realistisches Datum.

An dieser Stelle drängt sich natürlich die Frage auf, was aus der Zusammenarbeit mit Landa und seiner Nanografie geworden ist oder wird. Hier ist Heidelberg mit einer politischen Aussage zur Stelle: Die Vereinbarung mit Landa sei eine reine Vertriebsvereinbarung. Da die Technologie noch nicht verfügbar sei, könne man auch noch keine Aussage treffen, ob man sie in eine der Speedmaster-Plattformen integrieren könne oder werde. Lauda müsse

jetzt erst einmal liefern, meinte Stephan Plenz und räumte ein, dass er dem direkten Inkjet-Druck, wie er von Fujifilm verfolgt wird, ein höheres Potenzial einräume als der Nanografie.

Höhe x Breite x Tiefe + Druck

Mit der Jetmaster Dimension betritt Heidelberg ein vollkommen neues Marktsegment, das nicht unbedingt zu den Anwendungsbereichen des Offsetdrucks gehört: das Bedrucken dreidimensionaler Objekte. Als erste Anwendung wird der Onlinedrucker flyeralarm mit diesem System handelsübliche Fußballbälle nach Kundenwünschen individuell bedrucken.

Der nächste Schritt ist noch prägnanter. Hier will Heidelberg in industrielle Anwendungen vorstoßen wie in die Automobil- oder Flugzeugindustrie. Via Inkjet-Technologie sollen Autos, LKWs oder auch Flugzeuge mehrfarbig bedruckt und damit personal- oder materialintensive Prozessschritte ersetzt werden. Auch die Integration der Inkjet-Druckköpfe in industrielle Getränke-Abfüllanlagen ist im Visier. Hier arbeitet Heidelberg bereits mit Krones, dem Marktführer auf diesem Gebiet, zusammen.

Das mag alles sehr futuristisch klingen, hat aber eine Logik für Heidelberg. Und warum sollte nicht auch die gesamte Branche davon profitieren können?

nico



KOMMENTAR

Offset, Inkjet und Robotik

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Ob sich Heidelberg nun an neue Märkte heranschleichen will, wie das Wort »sneak« suggeriert, oder ob man Journalisten erlauben wollte, einen »Blick zu erhaschen«? Beides trifft wohl zu. Schließlich öffnete das Unternehmen bei seiner jüngsten Pressekonferenz unter dem Motto »Digital Sneak Peek« sein Heiligtum, die Forschungs- und Entwicklungsabteilung. Zu sehen war viel Interessantes und viel Neues, wie im vorstehenden Artikel zu lesen ist.

Doch bei aller Begeisterung für die Technik: Viel interessanter war der offensichtliche Wandel, den Heidelberg in den letzten Monaten vollzogen hat. Wie weggewischt scheinen Arroganz, Affektiertheit und gekünstelte Selbstdarstellung. Hat man vor wenigen Monaten noch behauptet, Druckereien seien erfolgreich, weil sie Heidelberg-Technologie einsetzen, hört sich das heute anders an: »Heidelberg ist deshalb erfolgreich, weil wir erfolgreiche Kunden haben«, sagte Gerold Linzbach. »Wir haben gelernt zuzuhören und gelernt zu lernen. Wir haben uns etwas zurückgenommen und dadurch eine Menge verändert.« Dieser Veränderungsprozess ist aber längst nicht abgeschlossen. Heidelberg sieht sich auf einer langen Reise, weiß dabei aber genau, wohin man will. »Wir wollen den Kunden alles bieten, was sie brauchen für den Druck von einem Exemplar bis zu hohen Auflagen.«

Damit ist die Botschaft klar. Heidelberg sieht keinen Kampf Offset gegen Digitaldruck. Heidelberg sieht im Digitaldruck die perfekte Ergänzung zum Offsetdruck. Dabei wird das Thema Digitaldruck jedoch weiter gefasst als bisher üblich. Denn es gesellt sich eine weitere Komponente dazu: die Robotik. Wer die Diskussion um das Schlagwort »Industrie 4.0« in den letzten Wochen verfolgt hat, weiß, was gemeint ist. Es geht um die Verknüpfung von IT und Fertigungstechnik. Produkte und Waren aller Art werden künftig völlig anders, intelligenter hergestellt, bisher ausgelagerte Arbeitsschritte werden Teil des Fertigungsprozesses. Durch die Integration von Informationstechnik, Robotik und konventionellen Prozessschritten lassen sich Produkte »massenhaft einzigartig« herstellen. Und genau auf diesem Pfad bewegt sich Heidelberg.

»We love printing«, sagte Gerold Linzbach. »Mit Leidenschaft. Weil es das ist, was wir tun.« Das sagt er ganz sicher nicht, um die Traditionalisten der Druckbranche zu besänftigen, die jetzt sagen mögen: »Was hilft mir das?« Er sagt es aus Überzeugung, weil Heidelberg aufgrund seiner Kernkompetenzen und starker Partnerschaften Treiber völlig neuer Entwicklungen werden kann und will. Denn der Druckmaschinenbauer ist nicht nur auf dem Weg, sich selbst neu zu erfinden, Heidelberg ist dabei, die Druckindustrie zu innovieren, indem das Unternehmen beweist, dass Drucken eben nicht nur zwei Dimensionen hat.

Und wenn Gerold Linzbach sagt, dass er das Umsatzpotenzial im Digitalgeschäft für Heidelberg mittelfristig bei jährlich über 200 Millionen Euro sieht, schließt er damit ja nicht aus, dass es erheblich mehr sein kann. Wer sich nun aber an die Zahl 200 klammert, kann das ja gerne tun. Ich schätze die Perspektiven weit besser ein.

Auch wenn sie nicht jedem gefallen mag: Die Illustration macht Heidelbergs derzeitiges Tun deutlich:



Die Integration verschiedener Verfahrenstechnologien – und das mit Liebe, Herz und Blut.

RICOH Pro™ C901/901S Graphic Arts +

RICOH
imagine. change.

Professioneller Digitaldruck neu definiert

Der Beste seiner Klasse

Innovationen liegen RICOH im Blut. Unsere Produktionsdrucksysteme basieren auf fundierten Erfahrungen durch kontinuierliche Forschung und Entwicklung. Der Pro™ C901/C901S Graphic Arts+ setzt neue Massstäbe in Bezug auf Produktivität, Effizienz, Qualität und Rentabilität.

Das System druckt mit einer Nenngeschwindigkeit von 90 A4-Farbseiten pro Minute im Duplexmodus und unterstützt Papierformate bis zu SRA3 (320 x 450 mm) mit einem Höchstgewicht von 350 g/m².

TEMPO

Höchste Geschwindigkeit seiner Klasse

TECHNOLOGIE

Offsetähnliche Ergebnisse durch ölfreie Fixierung

LEISTUNG

Grosse Bandbreite von Druckjobs

EFFIZIENZ

Umfassende Workflow-Interaktion



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



Mit der Press Boutique im Herzen Bonns zwischen Hofgarten und Rhein hat sich Julian Lorenz Stehberger seinen Traum von ›Entschleunigung‹ erfüllt. Der Dozent für Onlinemarketing und Markenführung sowie Inhaber einer Werbeagentur in der Bonner Südstadt ist fasziniert von der alten Technik. »Was mit den alten Maschinen alles möglich ist, fasziniert mich jeden Tag aufs Neue«, stellt er fest. »Die Verbindung von Material, Prägung und zeitgenössischem Design ist eine Chance, Papier in besondere Formen zu kleiden: Letterpress ist für mich wie ›Couture‹ auf Papier.«

Fotos auf dieser Doppelseite: Marcus Gloger

Den Stecker gezogen

Seit Jahren wird die Zukunft der Druckbranche in Frage gestellt. Online gilt als das Medium der Stunde, Papier ist für viele abgeschrieben. Doch es gibt so etwas wie eine Gegenbewegung. Die rekrutiert sich aus Menschen, die handwerkliches Arbeiten lieben und die zum Teil ausgerechnet aus dem Internet- und Online-Umfeld kommen.

Julian Lorenz Stehberger zum Beispiel, Dozent für Online-Marketing und Inhaber einer Bonner Werbeagentur, hat »den Stecker gezogen« und eine Druckerei-Manufaktur mit historischer Ausstattung gegründet. In der Bonner Press Boutique entstehen Drucksachen, die im klassischen Hochdruck auf geradezu antiken Tiegeln entstehen. Damit greift der 34-jährige einen Trend auf, der eigentlich gar keiner ist, der aber in den USA unter dem Begriff Letterpress schon seit Jahren boomt. Er nennt es Design-Papeterie.

Wirklich von einem Trend zu reden, erscheint mir vielleicht doch etwas zu hoch gegriffen, aber es lässt sich schon seit einiger Zeit beobachten, dass das Interesse am Analogen und an greifbarer Mechanik gerade bei der jüngeren Generation zugenommen hat. Nachvollziehbar, wie ich meine, denn bei aller Liebe für die digitalen Techniken – sehen kann man hier nichts mehr. Und was man nicht sehen kann, versteht man auch nur sehr schwer.

Ganz anders, wenn man Druckereien betritt, in denen (auch wenn es nur ein separater Raum ist) nach »alter Väter Sitte« gedruckt wird – eben wie bei der Press Boutique. Man taucht ganz einfach in eine andere Welt ein. Alte Drucktiegel schnaufen gemächlich vor sich hin. Der Geruch frischer Druckfarbe erinnert an die Zeit weit vor Twitter, Facebook und Co. – als Briefe noch mit Tinte und nicht mit der Tastatur geschrieben wurden.



Entschleunigung

»Was mit den alten Maschinen alles möglich ist, fasziniert mich jeden Tag aufs Neue«, stellt Julian Lorenz Stehberger fest, der seiner Manufaktur den Namen Press Boutique gegeben hat. »Die Verbindung von Material, Prägung und zeitgenössischem Design ist unsere Chance, Papier in besonderer Form zu kleiden: Letterpress ist für mich wie »Couture« auf Papier.«

Der klassische Buchdruck (alle, die noch Bleiletern gesetzt und mit diesen gedruckt haben, wissen das) besticht nun einmal durch seine besondere Haptik. Gerade bei schweren Papieren hinterlassen die Lettern Quetschränder, die das Besondere des Druckverfahrens ausmachen. So entstehen »erlebbarer Drucksachen« wie Visitenkarten, Bierdeckel, Einladungen, Plakate und vieles mehr. Zwei Heidelberger Tiegel, ein hundert Jahre alter Handtiegel und di-

verse andere Maschinen sind dabei genau die richtigen Produktionsmittel. Allesamt sind sie älter als der Gründer. Ihre Instandsetzung, Erhaltung und Nutzung ist deshalb auch Teil des Nachhaltigkeitskonzeptes der Manufaktur.

Das ist es, was Stehberger fasziniert: Als Experte für Onlinekommunikation kennt er aus eigener Erfahrung die Schlagzahl der Medienbranche. Manufakturqualität entsteht jedoch nur mit Ruhe und Kreativität. Diesen Traum von »Entschleunigung« hat er sich mit der Press Boutique erfüllt. Neben individueller Papeterie für Hochzeiten, Geburtsanzeigen oder Visitenkarten entwickelt die Press Boutique auch eigene Editionen und fertigt außergewöhnlich haptische Printprodukte für Agenturen und Unternehmen.

Allen Erzeugnissen gleich ist die haptisch erlebbare Tiefprägung mit ihrem einzigartigen Licht-Schatten-Spiel auf ausgewählten Feinstpapier-

ren. So lässt sich Print werthaltig gestalten – in einem entschleunigten Produktionsprozess, der Qualität garantiert.

Kein Einzelfall, kein Zufall

Doch die Press Boutique ist beileibe kein Einzelfall. Druck-Manufakturen finden sich inzwischen fast überall im deutschsprachigen Raum, sicherlich auch bei anderen europäischen Nachbarn. Doch nicht überall müssen zwangsläufig museale Maschinen stehen. So hat auch der Digitaldruck etliche Drucker dazu bewogen, außergewöhnliche Drucksachen in kleinen Auflagen zu produzieren und handwerklich zu veredeln.

Ein anderes Beispiel ist Wolf in Ingelheim, wo neben dem eigentlichen Druckbetrieb eine Manufaktur insbesondere für das Veredeln von Drucksachen entstanden ist.





Ausschließlich auf antiken Drucktiegeln werden in der Press Boutique Drucksachen in kleinen und mittleren Auflagen gefertigt.



Bei der Wolf Manufaktur kommen traditionelle und moderne Druck- und Veredelungstechniken in Kombination zum Einsatz.

Die Wolf-Manufaktur realisiert wertige Veredelungen und bietet eigenen Angaben zufolge das größte Portfolio an Veredelungen für Printprodukte im deutschsprachigen Raum: Buchdruck, Letterpress, Bostonstyle (was eigentlich alles das gleiche meint), Blindprägung, Farbschnitt, Heißfolienprägung, Heißfolien-Reliefprägung, Siegelmarkendruck, UV-Lack (auch partiell), Form- und Laserstanzung.

Egal ob Karten, Broschüren oder Verpackungen – in der Manufaktur spielt es keine Rolle, ob jemand einmal im Leben tolle Hochzeits- oder Geburtskarten möchte, ob sich ein Unternehmen mit einer veredelten Broschüre mit Heißfolienprägung präsentieren möchte oder ob Verpackungen mit partiellem UV-Lack benötigt werden. Wolf hat die richtige Ausstattung, die richtigen Mitarbeiter und das nötige Fachwissen!

Sinnlichkeit zum Blättern

Das haptische Erlebnis scheint für viele Menschen noch immer ausschlaggebend zu sein, wenn es um Drucksachen geht. Auch oder vielleicht ganz besonders bei Büchern. E-Book, Tablet und Co. zum Trotz: Bei Krimi, Liebesroman und Sachbuch greifen Dreiviertel der deutschen Leser lieber zum »guten, alten Buch«. Und in dem steckt neben spannenden Geschichten oder wertvollen Informationen auch seitenweise echtes Handwerk.

Der Bücherhunger ist nach wie vor groß: Jährlich wächst der Literaturmarkt alleine in Deutschland um rund 80.000 Neuerscheinungen. Von dieser Lust aufs gedruckte Wort profitieren auch Buchbinder, Drucker und Mediengestalter: Sie sorgen für handwerkliche Qualität und präsentieren sich im digitalen Zeitalter von

einer ganz neuen (aber traditionellen) Seite.

In ihrem Atelier Artes et Libri im Grafischen Centrum Empelde bei Hannover arbeitet Buchbindermeisterin Inka Biedermann Tür an Tür mit Werbeagenturen, Verlagen und Druckereien: »Wir stehen jedoch nicht in Konkurrenz zueinander, sondern inspirieren uns gegenseitig«, sagt sie. Die Werbe- oder auch Filmbranche wendet sich an die Meisterin, um mit besonderen Buch-Kreationen die Gunst von Investoren und Kunden zu gewinnen. Denn ein gut gemachtes Buch wirkt – auch in Zukunft: »E-Books und Co. sind zwar praktisch«, meint Biedermann, »verglichen mit der sinnlich erfahrbaren Haptik eines gedruckten, handgebundenen Buches sind sie aber eher Fast Food.«

In ihrem Ein-Frau-Betrieb wickelt die Buchbinderin Bestellungen bis zu 100 Exemplaren ab. »Meistens wenden sich Privatleute oder Unternehmen mit ganz individuellen Wünschen an mich. Ausstellungsbände, kleinere Publikationen und Restaurierungen gehören zu meinem Tagesgeschäft.«

Dabei setzt die 44-Jährige auch auf die digitalen Medien und möchte ihre Homepage zum Online-Shop ausbauen: »Obwohl ich vom gedruckten Wort lebe, dient mir auch die virtuelle Welt dazu, neue Kunden zu gewinnen.« Neben den handwerklichen Tätigkeiten wie Falzen, Schneiden, Färben, Leimen und Prägen hat der Kundenkontakt in Bie-

dermanns Berufsalltag einen hohen Stellenwert: »Viele meiner Kunden geben wertvolle, alte Bücher zur Restauration in meine Obhut. Da ist Vertrauen wichtig.«

Die Kombination macht's

Bei den neu entstandenen Manufakturen gehören Design und Ästhetik zusammen. Wenn man so will, greifen hier Kunst und Handwerk ineinander. Und es ist sicherlich kein Zufall, dass die handwerklich orientierten Drucker und Buchbinder erfolgreich sind.

Für derart produzierte Visitenkarten zahlt der Liebhaber schon gerne einmal 100 Euro, selbst wenn er solche Karten auch für einen Zehner im Internet bestellen könnte.

Doch wenn man schon die alten Techniken aufleben lässt, warum sollte man nicht auch Digitaldruck mit Individualisierung und Personalisierung mit Veredelungen kombinieren? Man tut es. Und natürlich kann man sich auf den Webseiten über die verschiedenen Verfahren und das Angebot informieren. Und bestellen kann man längst auch im Internet.

Manufakturen liegen also ganz offensichtlich im Trend.

- › www.press-boutique.de
- › www.wolf-manufaktur.de



In ihrem Atelier Artes et Libri im Grafischen Centrum Empelde bei Hannover arbeitet Buchbindermeisterin Inka Biedermann Tür an Tür mit Werbeagenturen, Verlagen und Druckereien.

nico



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

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

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

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

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

Geheimtipp: Medienarchitekt

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

4. Lehrgang PM04, Beginn 1. November 2014

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



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



WEB-TO-PRINT

E-Business und Workflows

Mit Karten der Onliner

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



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



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

15,00 € / 18.00 CHF.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Print bleibt – Wachstumsmarkt Onlinedruck

»Wir wachsen kräftig weiter im Onlinedruck«, freut sich Walter Meyer, Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH, über 80.000 neue Kunden, die in den letzten zwölf Monaten zum Kundenstamm der Druckerei hinzugekommen seien. Mehr als 20% Wachstum, vorwiegend im europäischen Ausland, ist das Ziel, mit dem Onlineprinters auch weiterhin wachsen will.

Begleitet wird die angestrebte Entwicklung von Investitionen in Höhe von rund 5,0 Mio. € im Jahr 2013 und geplanten gut 10,0 Mio. € im laufenden Jahr in Mitarbeiter, Infrastruktur, Gebäude und Maschinen. »Unsere Kunden erwarten besten Service, höchste Produktqualität und schnelle Lieferzeiten. Dafür investieren wir laufend«, erläutert Meyer und verweist dabei auf die moderne und zertifizierte Produktion nach ProzessStandard Offset (PSO), in der mittlerweile etwa 100 Druckwerke rund um die Uhr ausgelastet sind. Meyer sieht sich mit dem Erfolgsrezept Onlinedruck bestätigt: »Regelmäßige Investitionen in den neuesten Maschinenpark und Prozessoptimierungen führen zu mehr Kosteneffizienz.«

Wachstumsmotor Mitarbeiter

500 Beschäftigte arbeiten derzeit bei dem mittelständischen Unternehmen in Neustadt an der Aisch, das in der europäischen Metropolregion Nürnberg zuhause ist. Waren es Anfang 2013 noch rund 350 Beschäftigte in Vertrieb und Produktion, so ist die Zahl bis März 2014



Erfolgreiche Partnerschaft: Walter Meyer (Mitte), Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH, mit den Beiratsmitgliedern der Beteiligungsgesellschaft TA Associates Dietrich Hauptmeier (rechts), und Jonathan W. Meeks, Managing Director. Mehr als 20% Wachstum, vorwiegend im europäischen Ausland, ist das Ziel, mit dem Onlineprinters auch weiterhin wachsen will.

um 40% gestiegen: »Unsere qualifizierten Fachkräfte gestalten mit ihrem Einsatz unseren Wachstumskurs maßgeblich mit. Dafür bieten wir langfristig einen sicheren Arbeitsplatz«, sagt Walter Meyer. Zur Belegschaft der Onlineprinters zählen Medientechnologen Druck, Webdesigner, Drucktechniker, Webentwickler und Spezialisten im E-Commerce, Marketing und Vertrieb. Im Kundenservice arbeitet ein Team von Muttersprachlern als Ansprechpartner für Kunden aus 30 Ländern Euro-

pas. Mit ihnen werden insgesamt 14 Onlineshops in Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch, Niederländisch und Polnisch im Telefon- und E-Mail-Support betreut.

Wachstumsmarkt Onlinedruck

»Unser Name steht für Qualität made in Germany«, führt Meyer aus. Mit einem Sortiment von 1.400 Printprodukten in über zehn Millionen Varianten präsentiert sich der Onlineshop nahezu als Vollsortimen-

ter. Publikationen wie Broschüren, Flyer und auch Prints für die Geschäftsausstattung werden nach wie vor klassisch gedruckt und machen den Löwenanteil im Onlinedruck aus.

Neue exklusive Angebote, wie Broschüren ab Auflage 1 und fälschungssichere Eintrittskarten, werden von den Kunden sehr gut angenommen. Ein starker Wachstumsmarkt mit Auftragszuwächsen um die 80% ist der Digitaldruck. Das Rezept »Alle Drucksachen preiswert und schnell aus einer Hand« scheint aufzugehen: Nach Angaben des Unternehmens vertrauen mehr als 300.000 Stammkunden den Onlineshops des Druckdienstleisters: »Wir punkten mit zertifizierter Sicherheit beim Onlinekauf mit dem »Trusted-Shops«-Gütesiegel für Käuferschutz und Kundenbewertungen und dem »TÜV SÜD s@fer-shopping«-Zertifikat für geprüfte Qualität, Sicherheit und Transparenz beim Onlinekauf«, sagt der Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH.

» www.onlineprinters.com

Rod
Krün
Plau

Wir stellen die Fakten klar und bringen sie in die richtige Reihenfolge.
DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Standarddrucksachen im Vergleich

Die Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien und der Nachrichtensender N24 haben zehn Onlinedruckereien getestet und stellten beim Vergleich Preise, Konditionen und die Produktqualität in den Mittelpunkt. Wir veröffentlichen an dieser Stelle einen Teil der Studie.

Hohe Qualität, einfache Gestaltung, schnelle Lieferung – und das bei günstigen Preisen. Mit diesen Versprechen empfehlen sich Online-Druckereien. Doch wie sieht die Praxis aus? Die Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien (DtGV) hat in Kooperation mit dem Fernsehsender N24 zehn große Online-Druckereien getestet (siehe Tabelle). Gegenstand der Untersuchung waren zwei Stichproben pro Anbieter. Die Kriterien untergliederte die DtGV in fünf Haupttestbereiche, wobei jede Frage entsprechend ihrer Bedeutung gewichtet wurde:

- Preise und Konditionen: Wie hoch sind die Preise? Welche zusätzlichen Konditionen werden angeboten? (25% des Gesamtwertes)
- Nutzerkomfort und Internetauftritt: Wie gut ist die Übersichtlichkeit? Wie einfach verläuft der Bestellvorgang? (15% des Gesamtwertes)
- Angebotsvielfalt: Wie breit ist das Produktangebot? (20% des Gesamtwertes)
- Kundendienst: Wurden die Testkunden freundlich und zukunftsorientiert behandelt? Erfolgte eine umfassende und kompetente Beratung? (15% des Gesamtwertes)
- Produktqualität: Wie gut sind Druck und Verarbeitung der bestellten Produkte? (25% des Gesamtwertes)

Preise und Konditionen, Nutzerkomfort und Internetauftritt sowie Angebotsvielfalt wurden laut den Initia-

toren durch Experten analysiert. Der Kundendienst und die Produktqualität seien durch qualifizierte und verdeckte Tester bewertet worden.

Große Schwankungen

Für die Preisanalyse wurden die Preise für 1.000 Visitenkarten, 1.000 Flyer, 100 Plakate und 100 Postkarten sowie Versandkosten bei jedem Anbieter verglichen. Obwohl die Produktauswahl und die für die Preisanfragen verwendeten individuellen Druckparameter zum Standardangebot einer Druckerei gehören sollten, waren laut der DtGV die Tester erstaunt, dass nicht alle Produkte in der gewünschten Auflage oder den entsprechenden Formaten überall verfügbar waren.

Ebenfalls bemerkenswert sei die große Varianz beim Preis einzelner Produkte. Während beim günstigsten Angebot für 1.000 Visitenkarten 18,45 Euro fällig wurden, kosteten diese beim teuersten Anbieter 39,99 Euro. Bei der Preisanalyse der Druckangebote für Plakate schwankte der Preis zwischen 184,34 Euro und 321,30 Euro. Nur ein Anbieter im Test hat Versandkosten für eine Lieferung als »Standardversand« erhoben. Für den Kunden entfällt somit das Kalkulieren mit zusätzlichen versteckten Kosten über eine Versandgebühr weitestgehend. Das zusätzliche Angebot von Bonusprogrammen oder Preisgarantien konnte nur bei 20% beziehungsweise 30% der Druckereien ermittelt werden.

Sieger in der Kategorie Preise & Konditionen wurde Wir-machen-Druck mit der Note »sehr gut« (1,3), knapp gefolgt von Cewe-Print und Saxoprint, die beide ein »sehr gut« (1,4) in dieser Kategorie erhielten.

Guter Nutzerkomfort

Im Mittel wiesen alle Anbieter im Test einen guten Nutzerkomfort auf und konnten mit ihrem Internetauftritt überzeugen. Auf allen Anbieterseiten war sofort ersichtlich, wie Produkte des Anbieters bestellt werden konnten. Auch das Anlegen eines Kundenkontos und die Möglichkeit zum Abruf der eigenen Bestellhistorie wurden von allen angeboten.

Deutliche Unterschiede zwischen den Anbietern zeigten sich im Hinblick auf Gestaltungstipps oder die Möglichkeit, mit vorgefertigten Design-Vorlagen für Visitenkarten oder Flyern zu arbeiten. Bei weniger als der Hälfte aller getesteten Druckereien (40%) fanden sich solche Hilfestellungen. Hier besteht laut DtGV deutliches Optimierungspotenzial. Bei neun von zehn Anbietern konnte ein Papiermuster-Buch bestellt werden. Erfreulich war, dass dieses sogar in knapp 80% der Fälle kostenlos war.

In der Kategorie Nutzerkomfort & Internetauftritt konnte Saxoprint als Erstplatzierte mit der Note »sehr gut« (1,3) überzeugen, gefolgt von Cewe-Print (»sehr gut«; 1,3) und Wir-machen-Druck (»sehr gut«; 1,5)

Breite Angebotsvielfalt

Auch wenn die in den Preisanfragen genutzten spezifischen Anforderungen bei den Druckparametern nur von sechs der zehn Online-Druckereien vollständig bedient werden konnten, sind die gängigsten Druck-Erzeugnisse bei allen Anbietern uneingeschränkt vorhanden, erklären die Initiatoren. Flyer, Broschüren, Visitenkarten und Briefpapier konnten überall bestellt werden.

Mit Einschränkungen in der Auswahl der Druckerei müsse man als Kunde allerdings rechnen, wenn man von diesem Sortiment abweichen möchte. Individuell bedruckte Verpackungen waren nur im Sortiment von 30% aller Anbieter vorhanden, bedruckbare CD/DVD-Hüllen boten 50% der Unternehmen an. Exoten, wie den Dosendruck, boten nur zwei Online-Druckereien an.

Das breiteste Angebotsspektrum im Test haben Saxoprint (»sehr gut«; 1,1), flyeralarm (»sehr gut«; 1,2) sowie Primus-Online-Druck und Wir-machen-Druck (beide »sehr gut«; 1,3) angeboten.

Deutlicher Verbesserungsbedarf

E-Mail-Anfragen an den Kundendienst wurden in nur 58% aller Fälle beantwortet. Ein Anbieter im Test reagierte nach Aussage der DtGV gar nicht auf E-Mail-Anfragen, bei einem zweiten Anbieter wurde eine von zehn E-Mails beantwortet. Dieses Ergebnis sei bedauerlich. Auch

TESTURTEIL ONLINE-DRUCKEREIEN

Anbieter	Internetadresse	Ergebnis	Note
flyeralarm GmbH	www.flyeralarm.de	90,53%	1,6
Cewe-Print GmbH	www.cewe-print.de	90,42%	1,6
Druckerei Wir machen Druck GmbH	www.wir-machen-druck.de	86,42%	1,9
Saxoprint GmbH	www.saxoprint.de	85,70%	2,0
unitedprint.com Deutschland GmbH	www.unitedprint.de	84,64%	2,0
Printgroup GmbH & Co. KG	www.flyerpilot.de	81,99%	2,2
Onlineprinters GmbH	www.diedruckerei.de	80,75%	2,3
Farheap GmbH Germany	www.overnightprints.de	79,09%	2,4
Primus international printing GmbH	www.primus-onlinedruck.de	78,25%	2,4
Vistaprint B.V.	www.vistaprint.de	71,13%	2,9

Nach welchen Kriterien die Druckereien ausgewählt wurden, ist uns nicht bekannt. Dass die Wertung unter dem Strich aber so unterschiedlich ausgefallen ist, erstaunt schon ein wenig. Aber beim Test ging es eben nicht nur um die Druckqualität, sondern auch um den Service rund um die bestellten Drucksachen.

bei den Anfragen, die beantwortet wurden, bestünde Bedarf zur Nachbesserung. In nur 67% wurden die Anfragen umfassend beantwortet. Nur 73% der Antworten erweckten den Eindruck, dass der Sachbearbeiter tatsächlich ein Interesse am An-

liegen des Anfragenden hatte. Auf telefonische Kundendienstanfragen reagierten die Anbieter deutlich häufiger (92%). Allerdings wurden hier die Wartezeiten am Telefon bemängelt: In nur knapp 45% aller Fälle konnte innerhalb von 30 Se-

kunden ein Ansprechpartner erreicht werden. Den mit Abstand besten Kundendienst bot Overnightprints und erreichte in dieser Teilkategorie die Note »sehr gut« (1,4), gefolgt von flyeralarm (»gut«; 2,3) und Cewe-Print (»gut«; 2,5).

Sehr gute Produktqualität

Zur Beurteilung der Produktqualität wurden von jedem Anbieter im Test Visitenkarten und Flyer bestellt. Gewertet wurden die korrekte Produktgröße (Zuschnitt), die Ausrichtung des Drucks auf dem Papier und der gleichmäßige flächige Farbauftrag auf dem Druckprodukt. Insbesondere beim Bilderdruck wurde darauf geachtet, dass diese klar und deutlich erkennbar waren. Fünf der zehn Anbieter (flyeralarm, Flyerpilot, Overnightprints, Primus-Onlinedruck und Unitedprint) erreichten die maximale Punktzahl

und erhielten die Note »sehr gut« (1,0). Alle weiteren Anbieter erhielten die Note »gut«. Hier erkannten die Tester vor allem Schwächen in der Qualität des Bilddrucks.

Testsieger: flyeralarm

Insgesamt bewerteten die Tester flyeralarm mit dem besten Ergebnis und der Note »gut« (1,6). Der Gesamtsieg ist durch Bruchteile von Prozentpunkten beim Ergebnis begründet. Knapp dahinter, ebenfalls »gut« (1,6) wurde das Angebot von Cewe-Print beurteilt. Den dritten Platz konnte sich Wir-machen-Druck mit der Note »gut« (1,9) sichern.

Die Detaillergebnisse der Studie sind gegen eine Gebühr von 650 Euro zzgl. MwSt. bei DtGV (info@dtgv.de) erhältlich.

Herr Rossini macht gern Gewinn.

Er war unter den Ersten, die sich vom Film verabschiedeten, als CTP aufkam und er konnte seinen Gewinn dadurch steigern, dass er seinen Wettbewerbern den entscheidenden Schritt voraus war.

Jetzt legt Herr Rossini einmal mehr nach.

Er hat festgestellt, dass die prozessfreie **Kodak Sonora** XP Platte die Auflagenbeständigkeit, Bebilderungsgeschwindigkeit und Druckfähigkeiten herkömmlich verarbeiteter Platten bietet und ihm ermöglicht, die hochqualitativen Print-Produkte zu liefern, die seine Kunden erwarten ... ohne die Abfälle und den ganzen Ärger der traditionellen Plattenverarbeitung.

Geben Sie weniger für die Plattenherstellung aus
STELLEN SIE UM AUF PROZESSFREI

Erfahren Sie mehr unter
kodak.com/go/sonora

SHIFT TO PROCESS FREE
and spend less on making plates

Kodak

Digitaldruck und Web-to-Print: Passt das?

Die Stärke der großen Online-Druckereien liegt darin, vergleichsweise kleine Auflagen zu sehr günstigen Preisen herzustellen. Das gilt für 100, vielleicht auch 2.500 Exemplare. Aber selbst der ausgefeilteste Offsetprozess ist bei kleinsten Stückzahlen am Ende. Das könnte die Chance für Druckereien sein, sich als Kommunikations- und Marketing-Partner zu etablieren.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Zu den am häufigsten über Web-to-Print abgewickelten Druckprodukten gehören Werbe- und Geschäftsdrucksachen, Kataloge, Handbücher und Mailings. Das wird sicherlich auch künftig so bleiben, doch es ist abzusehen, dass die Drucktechniken die Produkte und ihren Einsatz verändern werden. Drucksachen werden künftig vielleicht noch günstiger, mit Sicherheit aber in noch kürzerer Zeit produziert, damit aktueller und möglicherweise auch individueller. Dieser Schluss liegt schon aufgrund des Trends zu mehr Individualisierung nahe, wird aber auch durch den sich ständig weiterentwickelnden Digitaldruck möglich.

»Bisher waren Drucksachen Massenprodukte, aber die Kunden sind nicht zwangsläufig auch Massenabnehmer«, sagt Norbert Hettrich, geschäftsführender Gesellschafter der Druckhaus Weppert Schweinfurt GmbH.

Die Druckerei bietet Kunden Services als klassische Offsetdruckerei, betreibt daneben aber auch das offene Internet-Portal xposeprint.de und VIP Print, ein geschlossenes Web-to-Print-Portal für die individuelle Geschäftsausstattung und den einheitlichen Auftritt von Unternehmen insbesondere mit Filialstrukturen. »In dem Maße, wie die Technik wirtschaftlicher wird, können individuelle Kundenwünsche im Druck realisiert werden. Damit setzt sich der Einsatz personalisierter Druckprodukte in nahezu allen Lebensbereichen fort«, sagt Hettrich.

Vormarsch des Digitaldrucks

Der Digitaldruck, der dem Offsetdruck mittlerweile in Sachen Qualität kaum mehr nachsteht, ermöglicht maßgeschneiderte Lösungen zur richtigen Zeit: Print-on-Demand macht es möglich.



Druckprodukte wie Zeitschriften und Magazine, Bücher, Kataloge etc. können genau dann gedruckt werden, wenn eine Bestellung vorliegt oder der Markt es verlangt. So können Drucksachen laufend aktualisiert, bei Bedarf personalisiert und blitzschnell gedruckt werden – von kleinsten Auflagen bis hin zur Einzelfertigung.

Dass dies nicht nur Digitaldruckern vorbehalten bleiben sollte, war abzusehen. So bietet beispielsweise die Online-Druckerei diedruckerei.ch seit Kurzem den Broschürendruck ab einem Exemplar an. Broschüren gehören im Drucksachensortiment der Onlinedruckereien zu den Top-Pro-

dukten. Doch mit dem Angebot, Broschüren auf Bilderdruckpapier mit Seitenumfängen von acht bis 60 Seiten 4/4-farbig in jeder beliebigen Kleinauflage stückgenau produzieren zu lassen, ist neu im Angebot der großen Online-Druckereien. »Eine Auflage von zehn Exemplaren liegt

ein Umdenken festzustellen: Weg von der Großauflage, hin zu Geschäftsmodellen, bei denen kleinere Losgrößen die Produktion bestimmen. Der Digitaldruck ist mit seinen Stärken »Just in Time« und »On Demand« inzwischen eine reale Möglichkeit, das Risiko der Verlage zu minimieren – bei identischen Vorbereitungs- und Prepresskosten.

Deshalb lockt Verlage die Möglichkeit des »Print-by-Order«. Mit dieser Strategie bleiben Bücher theoretisch immer lieferbar und das Wort »vergriffen« wäre für den Buchhandel ein Relikt vergangener Zeiten – eben reif fürs Antiquariat.

Die Herstellung eines Buchs oder eines Magazins könnte genau in dem Moment angestoßen werden, wenn eine Bestellung über ein Portal welcher Art auch immer beim Verlag oder dessen Druckerei eingeht. Doch dazu sind erst einmal Investitionen in ein Digitaldrucksystem sowie Maschinen und Geräte in der Weiterverarbeitung notwendig. Mit einer derart flexibilisierten Produktion können dann jedoch die typischen Risiken des Verlagsgeschäftes vermieden werden. Sind diese Investitionen erst einmal getätigt und auch ein entsprechender Bestell-Workflow unter Dach und Fach, bietet der Digitaldruck eine bedarfsorientierte Auflagenplanung. Trotz des sicherlich höheren Stückpreises pro Buch im Vergleich zu einer Offsetproduktion kann bei der digitalen Produktion jedoch mit einer festen Gewinn-

je nach Grammatik der Papiere bei circa 37 Euro«, sagt Heiko Wiederer, Produktentwickler bei der Onlineprinters GmbH. »Eine einzelne Broschüre mit Rückendrahtheftung kostet unter zehn Euro.«

Ob als Testexemplar, als kleine Auflage für Fremdsprachen oder nach der Hauptauflage in kleinen Stückzahlen bei Bedarf – die Möglichkeiten sind eine Überlegung wert.

Risiken minimieren

Was für den Druck von Broschüren gilt, kann durchaus auch ein Modell für Buch-Verlage werden. Gerade bei den Buchdruckern ist derzeit

Inkjet-Druckmaschinen wie die KBA RotaJET ermöglichen den Druck bei Bedarf. Damit werden also Drucksachen in kleiner Stückzahl möglich, womit Zeitungen, Magazine oder generell Werbedrucksachen deutlich an Attraktivität gewinnen können.

Und natürlich lassen sich über variable Daten Zusatzkomponenten vom QR-Code bis hin zu Augmented-Reality-Anwendungen einsetzen.



spanne für jedes verkaufte Buch kalkuliert werden.

Inkjet erschließt neue Märkte

Doch womit lassen sich solche Projekte realisieren? Der Digitaldruck bietet zwar die Techniken Toner und Tinte, doch hat sich der Inkjet-Druck als das am ehesten geeignete Verfahren herauskristallisiert. Viele Versprechen seit Beginn der 2000er Jahre, mit Inkjet-Systemen von Rolle auf Rolle auch wirtschaftlich zu arbeiten, liefen ins Leere. Denn erst die »Drop on Demand«-Technologie erlaubte nach 2008 Auflösungen jenseits von 600 x 600 dpi. Danach gelang Rollen-Inkjet-Druckmaschinen der Durchbruch. Heute arbeiten sie mit gesteigerter Druckqualität oftmals kostengünstiger als Toner-Systeme in Schwarz-Weiß und Farbe. Ob sie auch produktiver sind, ist eine Frage des Papiers. Hier arbeiten Papierhersteller an Qualitätssteigerungen ihrer Papiere und weiter verbes-

serter Bedruckbarkeit. Stellen sich entsprechende Erfolge ein, könnten auch klassische Druckereien für Inkjet-Systeme sensibilisiert werden.

Neben dem Buchsegment etablieren sich aber auch andere Märkte, in denen der Digitaldruck eine Schlüsselrolle spielen könnte. Nachgefragt werden längst auch personalisierte Druckschriften oder Schulungsmaterialien, die auf eine bestimmte Nutzergruppe zugeschnitten sind. Die Möglichkeit, individuelle Drucksachen in Auflage 1 professionell herstellen zu können, wird damit wohl weiter an Akzeptanz gewinnen.

Technische Dokumentationen und Fachbücher könnten den Trend zum Individualbuch verstärken. Wie hoch die Nachfrage nach individuellen Büchern ist, wird beim Boom für Fotobücher sichtbar.

Fortschritte bei der Produktionsgeschwindigkeit werden dafür sorgen, dass Bücher, Magazine oder Zeitungen im Digitaldruck kostengünstiger werden. Aber auch für größere Auf-

lagen wird der Digitaldruck zunehmend interessant. Abhängig von der Struktur einer Drucksache gehen Systemanbieter wie Canon davon aus, dass auch Auflagen zwischen etwa 100 und 1.000 Exemplaren eine Domäne des Digitaldrucks werden könnte.

Druckerei als »One Stop Shop«

Über diese Tendenzen hinweg zeichnet sich jedoch eine wesentlichere Entwicklung ab. Dass Druckereien heute generell und allesamt vernünftig drucken können, ist keine Frage mehr – der Unterschied liegt heute darin, ob sich das Unternehmen nur als Druckerei oder als Kommunikations-Dienstleister versteht. Drucken heißt dann nicht mehr nur Farbe aufs Papier zu bringen, sondern Technologien zu nutzen, um Drucksachen für den Kunden attraktiver zu machen.

Mit der Bedeutung von Online-Medien im Marketing-Mix wurden be-

reits Möglichkeiten entwickelt, Interessenten beispielsweise durch die Nutzung von in Drucksachen integrierte QR-Codes auf bestimmte Homepages zu locken. Damit stehen Werbedrucksachen, die ihre ganz spezifischen Vorteile gegenüber Online-Medien besitzen, nicht länger als isolierte Marketingaktivität da, sondern als Teil einer Cross-Media-Strategie.

Die Möglichkeiten in diesem Bereich sind noch längst nicht zu Ende gedacht. Es sind weiterhin integrierte und intelligente Kommunikationslösungen im Zusammenspiel mit Internet-Portalen gefragt. Wenn Druckereien diese Prozesse beherrschen und zudem kreativ sind, werden sie für ihre Kunden zum »One Stop Shop«. Die Allianz von Print und Internet wird also noch weit über Web-to-Print hinaus neue Wege der Print-Kommunikation ermöglichen und kann dabei zusätzliches Druckvolumen generieren.

Wir schlagen den Bogen

KONZEPT, DESIGN, WERBUNG, REALISIERUNG

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

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel
+49 (0) 26 71 - 38 36



Online aktuell und einmal pro Woche Print

Lokale Wochenzeitungen haben gegenüber Tageszeitungen zwei Vorteile: niedrigere Druckkosten und ein besser auf die Lesegewohnheiten abgestimmtes Produkt. In Österreich lässt sich schon heute erkennen, wie sich lokale Märkte womöglich auch in anderen Ländern entwickeln könnten.

Von DR. MATTHIAS MÖLLER

Im Markt für lokale Nachrichten haben Wochenblätter gegenüber Tageszeitungen einen Vorteil, der möglicherweise in Zukunft weiter an Gewicht gewinnen kann: die Kombination aus einem Online-Auftritt, wo Leser jederzeit die aktuellen Nachrichten finden, und einem wöchentlich erscheinenden Printmedium, in dem das wichtigste der Woche redaktionell aufbereitet ist. Vor dem Hintergrund der Druckkosten als auch der Leser-Gewohnheiten ist dieser Ansatz zukunftsweisend.

Online lokale Themen abdecken

Deutlich wird das am Beispiel der Regionalmedien Austria (RMA), die als lokale Wochenzeitung sowohl in Print als auch im Onlinebereich Zuwächse verbuchen kann – ganz im Gegensatz zu vielen lokalen Tageszeitungen. Die RMA bündelt 129 lokale Wochenzeitungen unter ihrem Dach. Die Zeitungen werden kostenlos an die Leser vor Ort verteilt. Mit einer Auflage von 3,3 Millionen und einer nationalen Reichweite von 53,5% bei den gedruckten Medien ist RMA Nummer 1 am österreichischen Zeitungsmarkt und größter medialer Nahversorger. Die Reichweite im Print konnte in den letzten Jahren sogar noch ausgebaut werden. Seit 2010 baut die RMA auch ihre Stellung im Online-Markt aus und will dem Leser für möglichst jedes

lokale Thema ein redaktionelles Angebot bieten. Um diese Vision zu erreichen, hat die RMA mit der Einführung des cloudbasierten Redaktionssystems von Gogol Publishing begonnen, externen Autoren – auch Kontributoren genannt – Zugriff auf den Produktionsprozess zu geben. Neben den Redakteuren können nun Vereine, Blogger, lokale Persönlichkeiten oder auch einfache Bürger Artikel verfassen und auf dem Nachrichtenportal meinbezirk.at veröffentlichen. Alle Autoren haben dabei jederzeit und von überall aus Zugriff auf das Redaktionssystem – wenn es sein muss auch direkt vom Ort des Geschehens über eine mobile Reporter-App, mit deren Hilfe Inhalte direkt hochgeladen werden können. Das System selbst wiederum ist so einfach und intuitiv nutzbar, dass es ohne Schulungsaufwand bedient werden kann.

Damit die Inhalte auch beim Leser ankommen, sind sie auf Reichweite optimiert und überall dort präsent, wo die Leser ihre Reise im Internet

starten – also auf Google, Facebook oder vielen weiteren Social-Media-Portalen. Dadurch wurde die Anzahl an lokalen Beiträgen verdoppelt und die der Visits um 700% in drei Jahren gesteigert.

Effizientes Zeitungsmachen

Nicht nur online, sondern auch bei der Produktion der gedruckten Zeitung stellt man sich auf die neuen Herausforderungen ein. Bei der RMA sichert ein durchgängig verbundener und digitalisierter Produktionsworkflow – komplett im Browser – den Zugriff auf alle Daten im Produktionsprozess. Zusätzlich können die Informationen ohne weiteren Aufwand für ein intelligentes E-Paper weiter verwendet werden. Denn die Software weiß immer, welcher Artikel wo steht, ob es online noch weitere Bilder, Videos oder sonstige interessante Metadaten gibt, und kann diese automatisch in das E-Paper einbauen.

Redakteure haben Zugriff auf alle Inhalte aus dem Online-Portal und können diese durch eine dynamische Template-Logik komplett im Browser ohne den Einsatz von Zusatzsoftware – fast wie im offenen Indesign – setzen und bis zum druckfertigen PDF weiterverarbeiten. Natürlich können auch Inhalte direkt im Produktionssystem angelegt werden, zum Beispiel bei Beiträgen, die exklusiv für das Printmedium geschrieben werden. Das System baut auf einem Indesign-

Server-Cluster auf, das im Hintergrund läuft. Die fertigen Einzelseiten werden per Mausklick an die Druckerei gesendet inklusive der richtigen Druckprofile, Bildoptimierungen und so weiter.

Auch die Seiten- und Ausgabenplanung erfolgt direkt im Browser. Vor- und nachgelagerte Systeme für die Anzeigenplanung oder den Anzeigenworkflow sind bruchfrei mit dem System verbunden. Zusätzlich kann von der Ausgabe per Knopfdruck ein E-Paper erzeugt werden. Dieses ist automatisch für alle Endgeräte optimiert und wird auf allen Kanälen veröffentlicht – vom Portal über für mobile Endgeräte optimierte Seiten, bis hin zur E-Paper App.

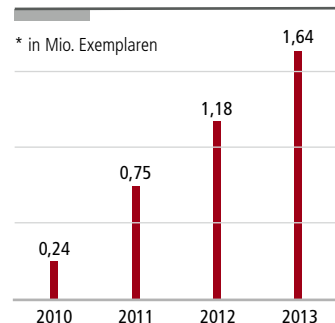
129 Zeitungen auf dem Weg ins digitale Zeitalter

Die RMA hat ihr Produkt durch den Einsatz dieses Redaktionssystems fit für das digitale Zeitalter gemacht und dabei vieles neu gedacht: Die Rolle und Arbeitsweise des Journalisten, die Art, wie das Produkt erstellt wird und auch Vermarktungsformen für die digitale Reichweite. Durch die extrem effizienten und kostensparenden Produktionsprozesse können mit der gleichen Mannschaft auch alle digitalen Kanäle erfolgreich bedient werden.

➤ www.gogol-medien.de

REICHWEITENSTEIGERUNG*

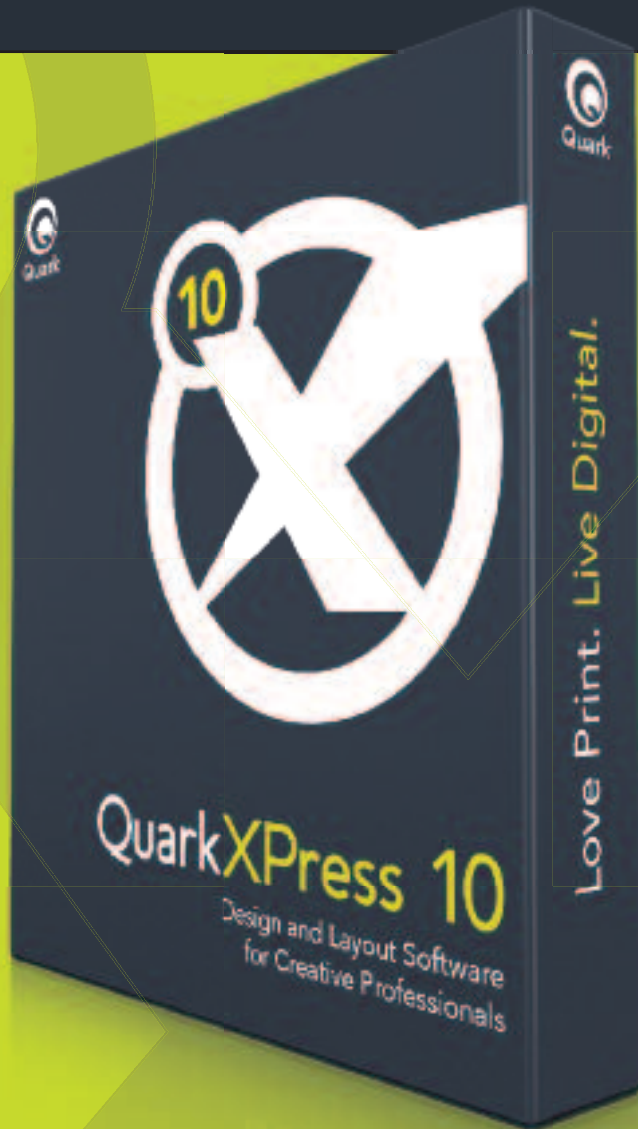
* in Mio. Exemplaren



Quelle: Gogol Medien. Druckmarkt-Grafik: 4/2014.

XPress Yourself!

Kreativer Ausdruck erfordert die richtigen Werkzeuge. QuarkXPress 10 wurde vollständig überarbeitet, so dass es jetzt fantastische Grafiken ausgibt, über virtuose Produktivitätsfunktionen verfügt und eine Designoberfläche bereitstellt, die Ihrer Kreativität Flügel verleiht.



Über 50 neue und verbesserte Funktionen



Xenon Graphics Engine

Vielseitige Echtzeitausgabe von PDF-, Photoshop- und TIFF-Dateien



Unterstützung von HiDPI- und Retina®-Displays

Schöpfen Sie die Displaytechnologie der neuen Generation voll aus



Designinhalte für Tablet- und Smartphone-Apps

Erstellen Sie preisgekrönte Apps für iPad, iPhone, Android und andere mobile Geräte.



Moderne und optimierte Benutzeroberfläche

Durch das weiterentwickelte Anwendererlebnis können Sie schneller und flüssiger arbeiten

www.quark.com/10

QuarkXPress 10 ist kompatibel mit Mac OS 10.7.5 (Lion®), Mac OS X 10.8.x (Mountain Lion®), Mac OS 10.9.x (Mavericks®), Microsoft Windows 7 (32 und 64 Bit), Windows 8 (32 und 64 Bit) und ist verfügbar als unbefristete Lizenz via Download oder DVD.



Einige Beispiele hoch individualisierter Mailings aus der Produktion der Druckerei Kyburz AG.

Virtuosen der Mailingproduktion

Man kann bei der Druckerei Kyburz AG private Einladungskarten in Auflage 100 bestellen, 3.000 Broschüren mit 24 Seiten Umfang oder sonstige Akzidenzen – zentrales Geschäftsfeld ist jedoch die Herstellung raffinierter, kreativer Mailings und Drucksachen mit umfangreicher Personalisierung. Hier praktiziert Kyburz die Hohe Schule der personalisierten Kundenansprache.

Text und Bilder: Kodak

Aufwändig konstruierte Selfmailer mit Pop-up-Modulen und figürlichen Stanzungen oder Mailings mit zig Inhaltskomponenten – je komplexer und herausfordernder, desto besser sind solche Aufträge bei der Druckerei Kyburz aufgehoben. Allen Produkten in dieser Kategorie ist eines gemein: Durch sehr individuelle Ansprache und eine attraktive, außergewöhnliche Aufmachung sollen sie die Aufmerksamkeit der Empfänger auf sich ziehen und so für eine maximale Reaktionsquote sorgen – lieber noch um direkte Verkäufe.

Mit dieser Kompetenz ist die von Konrad »Koni« Kyburz gegründete Druckerei weit über die Grenzen der Schweiz hinaus bekannt. Etwa 30% des Umsatzes werden mit ausländischen Kunden, hauptsächlich aus Deutschland, Österreich und den Niederlanden, erwirtschaftet. In der Schweiz sind namhafte Unternehmen aus einer Vielzahl von Branchen und der Agenturszene unter den regelmäßigen Auftraggebern.

Voller Service

Kyburz deckt dabei die ganze Wertschöpfungskette ab. Layout, Bildbearbeitung und Satz werden auf Kundenwunsch übernommen, Druckdatenaufbereitung und weitere Druckvorstufenfunktionen kommen dazu, das Management und die Programmierung von Adressdaten und weiteren variablen Datenbeständen, Rollenoffset, Bogenoffset und Digitaldruck, komplexes Inline-Finishing,



Kodak Prosper S10 Eindrucksysteme in den Inkjet-Towern einer Jet Web-Finishing-Linie.

klassische Druckweiterverarbeitung sowie Lettershop- und Versandleistungen.

Hochvolumige Mailingproduktionen druckt und verarbeitet das Familienunternehmen Kyburz auf einer 16-Seiten-Rotoman-Rotation und einer spezifisch konfigurierten, mit Inline-Finishing-Modulen bestückten Acht-Seiten-Octoman-Rotation (beide von

manroland) sowie drei hoch spezialisierten Web-Finishing-Linien von Jet Web und Scheffer. Auf den je 50 m langen Anlagen werden die im Rollenoffset bedruckten Papierbahnen in einem Durchgang zu fertigen Mailings verarbeitet. Die Finishing-Linien beinhalten dabei Module für das Auftragen von Lacken, Rubbelfarbe oder Gummierung, mehrfa-

Konrad Kyburz, Sascha Brändle und Patrick Kyburz (von links) auf der Galerie einer Web-Finishing-Linie an einem Inkjet-Tower, in dem Kodak Prosper S10 Eindrucksysteme in Aktion sind.



DRUCKEREI KYBURZ AG

An der Spitze der vollstufigen Druckerei Kyburz AG mit 135 Mitarbeitern steht ein Geschäftsleitungstrio, bestehend aus Konrad Kyburz, seinem Sohn Patrick Kyburz als Vorsitzender der Geschäftsleitung sowie Sascha Brändle, Bereichsleiter Produktionsvorstufe und Dienste. Konrad Kyburz hat das Unternehmen 1972 gegründet, parallel zu seiner Karriere als Profifußballer beim FC Zürich. »Damals habe ich auf einem Bauernhof mit einer Vierfarben-Bogenoffsetmaschine angefangen. Meine Frau hat unsere beiden Kinder versorgt und die Buchhaltung gemacht. Nebenbei bin ich noch zum Fußballtraining gegangen«, erinnert sich Koni Kyburz. 1987 zog die Druckerei in einen neuen, später in mehreren Etappen erweiterten Industriebau am heutigen Standort in Dielsdorf nahe Zürich, und eine 8-Seiten-Rollenoffsetrotation wird in Betrieb genommen. 1996 stieg Kyburz in die Inkjet-Personalisierung ein. Im Jahr 2000 wurde eine 16-Seiten-Rotoman in Betrieb genommen, ein Jahr darauf folgt die erste Finishing-Linie von Jet Web und 2003 die zweite – beide mit Inkjet-Systemen von Kodak ausgestattet. 2009 kommen die ersten 16 Kodak Prosper S10 für den CMYK-Druck in einer Web-Finishing-Linie ins Haus. Insgesamt 19 weitere folgen in den Jahren 2010 und 2013.

ches Längsfalzen, Aufspenden von Karten, Etiketten oder Warenproben, Perforieren und Stanzen.

Zudem erfolgt in den höchst anspruchsvollen Inline-Prozessen die ein- und beidseitige Personalisierung der Papierbahn mit Inkjet-Eindrucksystemen von Kodak.

Wo Print mit maximaler Individualisierung kommuniziert

Kyburz vertraut seit Langem und in erheblichem Umfang auf die Inkjet-Technologie von Kodak, die das Individualisieren von Druck-Erzeugnissen in Rollenoffsetrotationen und Finishing-Linien erlaubt.

Neben zwölf Kodak Versamark DH90 Druckköpfen, die in der Schefter-Linie installiert sind, verfügt das Unternehmen mittlerweile über 35 Prosper-S10-Eindrucksysteme. Die ersten Einheiten dieses Typs wurden 2009, im Jahr der Markteinführung der Prosper-S10-Systeme, in Betrieb genommen.

Die Druckköpfe bieten eine Druckbreite von 105,6 mm und ermöglichen den variablen Druck bei Bahngeschwindigkeiten bis 305 m/Min. Gedruckt wird mit wasserbasierenden Pigmenttinten und einer Auflösung von 600 x 600 dpi. Was die Anbindung der Inkjet-Systeme an den vorgelagerten Daten-Workflow betrifft, stellt das bei Kyburz genutzte GMC Inspire-System die Individualisierungsdaten für den variablen Druck bereit. Die Kodak Systemcontroller übernehmen die Daten im IJPDS-Format.

Prosper S10 Systeme sind bei Kyburz in der Acht-Seiten-Rollenoffsetmaschine für die Personalisierung auf beiden Seiten der Papierbahn sowie in dedizierten Inkjet-Towern auf den zwei Jet Web-Linien in Aktion. Insgesamt ist es von Vorteil, dass die Eindrucksysteme flexibel zwischen den verschiedenen Produktionslinien getauscht beziehungsweise die Anlagen je nach aktuellen Produktionsanforderungen unterschiedlich mit Druckköpfen bestückt werden können.

Interview mit Konrad Kyburz

Gezielt ansprechen, aber nicht mit Informationen überfluten

Herr Kyburz, Ihr Unternehmen hat große Erfahrung mit Inkjet-Eindrucksystemen. Wie hat das Ganze angefangen?



Konrad Kyburz: Daran erinnere ich mich, als wäre es gestern gewesen. Im Herbst 1996 haben wir unsere erste Jet Web-Finishing-Linie mit sechs Scitex 6240-Inkjet-Druckköpfen ausgestattet, die in einem Matti-Tower montiert waren. Sie hatten eine Auflösung von 240 dpi. Damit konnten wir erstmals die Personalisierung direkt im Finishing-Prozess vornehmen – ein enormer Fortschritt.

Bei welchen Aufgaben sind die Inkjet-Eindrucksysteme unverzichtbar?

Bei allem, was in hoher Auflage personalisiert werden soll: Selfmailer mit Adressierung oder mit farbiger Geopersonalisierung, auf den Empfänger abgestimmte Gutscheine, persönliche Kundenkarten, Kassen-Sammelaktionen für den Einzelhandel, Gewinnlos-Produktionen und so weiter.

Hat sich die Personalisierung von Werbedruck-sachen verändert, seit Sie in diesem Geschäft aktiv sind?

Früher wollte man nur sicherstellen, dass das Mailing beim Empfänger ankommt. Dazu reichte die richtige Adresse. Heute geht es darum, sich mit den Möglichkeiten des variablen Drucks und den Einsatz von Farbe von anderen Mailings abzusetzen. Der Empfänger soll mit einer hochwertigen Drucksache gezielt angesprochen, aber nicht mit Informationen überflutet werden. Mit den Prosper-Systemen in CMYK-Konfiguration können wir diese Anforderungen auf einem früher nicht möglichen Qualitätsniveau erfüllen.

Welche Überlegungen haben zur Anschaffung der Prosper-Eindrucksysteme geführt?

In erster Linie müssen wir als Pioniere den Nachweis erbringen, dass neue Dinge auch funktionieren. Erst danach folgen die Kundenaufträge. So war es auch beim Schritt in die Prosper-Technologie. Wir müssen uns auch in Zukunft einen Vorsprung gegenüber unseren Mitbewerbern erarbeiten. Dazu braucht es den Mut, in neue Technologien zu investieren und neue Wege zu gehen. Unsere Strategie war es schon immer, in unserem Kerngeschäft voranzugehen.

Welche neuen Möglichkeiten haben Sie sich mit den Kodak Prosper S10 Systemen erschlossen?

Mit den Systemen drucken wir Inkjet-Farbe in Offsetqualität auf allen handelsüblichen Papieren, ob unge-

strichen oder gestrichen. Bei anderen Herstellern haben wir das nur auf sehr teurem, speziellem Inkjet-Papier ähnlich gut gesehen. Wir haben auch Vergleiche mit anderen Herstellern auf gleichen Papieren angestellt. Das Resultat hat gezeigt, dass kein anderes Produkt die gleiche hohe Schrift- und Bildqualität erreicht. Ein weiterer Punkt ist, dass das Stitching selbst bei CMYK-Farbbildern sehr gut funktioniert, sodass wir zum Beispiel eine Breite von 21 cm in Farbe variabel drucken können. Aufgrund des Qualitätssprungs, den die Prosper S10 Systeme mit sich gebracht haben, nutzen jetzt viel mehr Kunden diese Möglichkeiten. Dabei reichen die konkreten Anwendungen von der einfachen Codierung bis hin zur Bildpersonalisierung mit 2,5 Millionen verschiedenen Farbbildern.

Gibt es weitere Anwendungen, bei denen die Systeme Veränderungen ermöglicht haben?

Es werden immer mehr Offset-Sortenwechsel durch den Inkjet-Druck ersetzt. Das bringt unseren Kunden auch erhebliche Kostenersparnisse – bei der Produktion, aber auch in der Spedition oder beim Porto. Dazu ein Beispiel: Unser Kunde Möbel Pfister spart bei der Herstellung von Adressauflegern für Kataloge einiges an Kosten, da wir verschiedene Drucksorten nicht mehr im Offset mit Wechselplatten, sondern mit den Prosper S10-Systemen gleich bei der Personalisierung in Farbe drucken. Dazu kommen noch geringere Transportkosten, wenn nicht mehr halb volle Paletten hin und her transportiert werden müssen.

Wie gut sind Ihre Systeme ausgelastet?

Die Eindrucksysteme in den Finishing-Linien sind stärker ausgelastet als die Systeme in der Octoman. Auf den Finishing-Linien laufen etwa 70 bis 80 Prozent der Aufträge mit variablem Inkjet. Aber auch auf der Rolle ist die Tendenz steigend, denn die Möglichkeiten dieser Technologie sind enorm. Insgesamt sind bereits 20 Prozent unserer Inkjet-Produktion vierfarbig.

Was wünschen Sie sich bei der Inkjet-Eindruckstechnologie von Kodak als Weiterentwicklung?

Eine feinere Auflösung und eine noch höhere Geschwindigkeit sind eher unwichtig, da wir wegen der vielen Finishing-Funktionen in den Linien mit Bahngeschwindigkeiten von etwa 200 Meter pro Minute produzieren. Wir hätten aber nichts dagegen, wenn die Druckköpfe schneller ausgetauscht werden könnten. Schön wäre auch, wenn wir die Offsetvordrucke nicht mehr bräuchten, das heißt wenn wir die volle Bahnbreite in den Finishing-Linien via Inkjet bedrucken könnten. Das ist aber noch ein wenig Zukunftsmusik.



Teilansicht einer Jet Web-Finishing-Linie der Druckerei Kyburz AG mit zwei Inkjet-Towern auf der Galerie der Anlage.



Das Betriebsgebäude der Druckerei Kyburz AG in Dielsdorf, etwa 15 km nordwestlich von Zürich.

In der am besten ausgebauten Finishing-Linie lässt sich die Papierbahn auf einer Breite von 900 mm vorder- und rückseitig in einer Farbe variabel bedrucken. Alternativ besteht in dieser Linie die Möglichkeit, bei einer anderen Bestückung und Positionierung der motorisch auf Traversen verfahrenen Eindrucksysteme auf beiden Seiten der Papierbahn je

drei 105,6 mm breite Streifen in CMYK-Vollfarbe zu drucken. Dabei ist auch das sogenannte Stitching, also das Aufteilen und Drucken von Motiven mit einer größeren Breite als 105,6 mm in direkt aneinander angrenzenden Streifen möglich. Stitching-Präzision und Farbpasser werden kontinuierlich von einem Intro DocControl-System überwacht, das

bei Bedarf automatisch Korrekturen veranlasst.

Bezüglich der Papierwahl muss die Druckerei beim Einsatz der Prosper S10 Systeme kaum Konzessionen machen. In den Inkjet-Towern ist die Prosper Image Optimization Station IOS integriert, die die Papierbahn beidseitig mit einer wasserbasierenden Grundbeschichtung vorbehan-

delt. Damit sind die Voraussetzungen für den Einsatz unterschiedlicher marktüblicher Papiere (ungestrichen, matt und glänzend gestrichen) für Aufträge mit Inkjet-Personalisierung gegeben.

› www.kodak.com

› www.kyburzdruck.ch

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

Seit mehr als 30 Jahren schätzen Kunden weltweit unsere Qualität auf höchstem Niveau.



Grafische Systeme

Wir entwickeln und fertigen Systeme und Anlagen für die Grafische Industrie. Im Besonderen für den Bereich Pre-Press des Offsetdruckes. Einzelsysteme bis zu vollautomatisierten Prozesslinien.



Lasersintern

Auch für unsere grafische Industrie. Wir konstruieren und fertigen lasergesinterte Kunststoffteile als Serienteil oder als Prototyp vollständig werkzeuglos. Komplexe Bauteile in kleinen Stückzahlen wirtschaftlich zu produzieren ist unser Ziel.



3D-Laserscan

Auch für unsere grafische Industrie. Wir digitalisieren und dokumentieren Gebäude und Anlagen in den Bereichen Anlagenbau, Reverse Engineering und Architektur.

KOMMENTAR

In der Kürze liegt die Würze

Eine Druckerei X hat sich beispielsweise für eine digitale oder konventionelle Druckmaschine entschieden. Das ist in Zeiten von Investitionszurückhaltung und Konjunkturschwächen schön für den Hersteller der Maschine, der dann in seiner Presseinformation auch gleich betont, dass er ohnehin Marktführer im Segment der Maschinen von A bis B sei. Dies übrigens, weil man in den Marketingabteilungen so lange hin- und her gerechnet hat, bis das mit der Marktführung auch passt. Das soll den Käufern der Maschinen die Sicherheit vermitteln, die richtige Entscheidung getroffen zu haben (und die eigene Verkäufer-schar motivieren). Aber das nur am Rande.

Der Entscheidung der Druckerei sind aber dennoch – trotz Marktführerschaft des Herstellers – umfangreiche Wettbewerbsvergleiche und eine intensive Testphase vorausgegangen. Das sollte zwar selbstverständlich sein – denn wer kauft schon die Katze im Sack? – im Fall der bewussten Verkaufsmeldung geht es aber darum festzustellen, dass die eigene Maschine der des Wettbewerbs überlegen ist. Doch nicht genug damit. Die endgültige Entscheidung für das System A fiel dann schließlich aufgrund der hohen Druckqualität und der Produktivität der Maschine. Denn Druckerei X, so wird versichert, zählt eine Vielzahl von Marketing- und Werbeagenturen zu ihren Kunden, für die eine zeitnahe Produktion und die Wertigkeit der Druck-Erzeugnisse an erster Stelle steht. Die Möglichkeit, mit der Maschine eine große Auswahl an Substraten zu bedrucken, sei für die Druckerei außerdem geschäftsrelevant. Das könnte für andere Druckereien doch auch zutreffen, oder? Und natürlich will die Druckerei mit der neuen Maschine ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern und sich vom Wettbewerb differenzieren.

Dann aber von Mehrwert zu reden, was doch eigentlich selbstverständlich ist, ist wohl das typische Klappern, das zum Handwerk gehört. Deshalb wird schnell noch erwähnt, dass die Druckerei in der Vergangenheit bereits gute Erfahrung mit dem Support des Herstellers gemacht hat, sodass man sich hier weiterhin auf die gute und schnelle Unterstützung verlassen möchte.

Solche und ähnliche Informationen erreichen uns von Herstellerseite und deren PR-Agenturen am laufenden Meter. Wir haben uns allerdings gefragt, wer das noch lesen oder überhaupt erst wissen will? Dass der Kollege eine Maschine X installiert, mag ja aus Gründen der Wettbewerbsbeobachtung für den einen oder anderen noch interessant sein, so lange es sich um eine Installation in unseren Breiten und ganz besonders im deutschsprachigen Raum handelt. Aber ob selbst die Kurzform einer solchen Meldung interessant ist, wenn die Maschine in Südamerika aufgestellt wird, ist die nächste Frage.

Wir haben uns entschieden, solche Meldungen – wenn überhaupt – nur noch in Kurzform wiederzugeben. Diese finden Sie übrigens auf den folgenden Seiten 31 und 34 dieser Ausgabe. Wir meinen, dass dies völlig ausreicht, denn das permanente Grundrauschen der Marketingbotschaften macht die Suppe der Installationsmeldungen nicht schmackhafter. Wir werden es zwar trotz aller Mühe nicht schaffen, werbefreie Kost zu liefern, aber den Versuch nach dem Motto »In der Kürze liegt die Würze« wollen wir trotzdem wagen. In der Hoffnung, dass der Nachrichtenkonsum für Sie, liebe Leser, dadurch leichter verdaulich wird.

Professionelle Falzproduktion

Heidelberg mit neuen Stahlfoldern der BH/CH-Baureihe

Beim Falzen sind für Druckereien und Buchbindereien die Margen oft minimal, die Anforderungen an Produktivität, Falzgenauigkeit und schnelles Umrüsten dagegen aber umso höher. Deshalb bietet Heidelberg die neue Falzmaschinenfamilie Stahlfolder BH/CH an. Dabei handelt es sich laut Hersteller um preislich attraktive und technisch solide Taschenfalzmaschinen (BH-Model-



Die neue Automatisierungstechnik der Stahlfolder BH/CH-Falzmaschinen erleichtert das Einrichten und sichert kurze Rüstzeiten.

le) und Kombifalzmaschinen (CH-Modelle) in den Arbeitsbreiten 56, 66, 78 beziehungsweise 82 cm. Die neuen Maschinen richten sich laut Heidelberg an bestehende Stahlfolder-TH/KH-Kunden, die nach einer preiswerten Kapazitätserweiterung suchen, oder an Kunden, die eine Einstiegsmöglichkeit ins professionelle Falzen benötigen, um

die Wertschöpfung im eigenen Produktionsablauf sicherstellen zu können.

Die neuen Stahlfolder BH/CH bieten nach Angaben des Herstellers einfach zu steuernde Automatisierungsoptionen und verwenden die gleiche Touchscreensteuerung, die bestehenden Anwendern seit vielen Jahren vertraut ist und sicher und einfach durch alle Prozessschritte führt. So könnten die Falzwalzenabstände und Falztaschenanschlüge bei einem neuen Auftrag automatisch eingestellt und abgespeichert werden. Das verkürzt die Rüstzeiten und Wiederholaufträge seien schnell und präzise reproduzierbar. Die Automatisierung vereinfacht darüber hinaus die Bedienung der Maschine, da viele Einstellvorgänge parallel ausgeführt werden könnten und den Bediener entlasten.

Die Stahlfolder BH/CH-Maschinen können mit Optionen und Modulen wie verschiedenen Anlegerarten oder Falzwerkkonfiguration auf die Kundenwünsche zugeschnitten werden. Die Stahlfolder BH-Maschinen sind mit bis zu vier Falzstationen erhältlich, für die CH-Modelle sind die Kreuzbruchvarianten KL, KTL und zusätzlich in der 78er-Arbeitsbreite die Kreuzbruchvarianten KLL und KTLL erhältlich. Die Maschinen können wahlweise mit Flachstapel-, Rundstapel- oder Palettenanleger ausgestattet werden. Die neuen Maschinen bauen auf der bewährten Stahlfolder TH/KH-Baureihe auf und ergänzen diese um günstigere Einstiegsvarianten. Sie sind für vielfältige Anwendungen in der Akzidenz- und Signaturreproduktion geeignet.

➤ www.heidelberg.com

Wissen, wo es lang geht.

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

FKS/Duplo System 5000i**NEUES BROSCHÜRENSYSTEM FÜR DEN DIGITAL- UND OFFSETDRUCK**

Das FKS/Duplo System 5000i ist für die Fertigung von bis zu 9.000 Broschüren im Format DIN A5 quer ausgelegt. Formate von 90 x 75 mm bis zu 356 x 250 mm können verarbeitet werden. Das komplette System wird über einen zentralen PC Controller mit Touchscreen gesteuert, gerüstet und überwacht. Wie die übrigen Broschürenautomaten der FKS/Duplo-Produktpalette, verfügt auch das System 5000i über die Modulbauweise. Das System besteht aus bis zu sechs DSC-10/60i Zusammentragtürmen, dem Broschürenautomaten DBM-500 Pro, dem DBM-500T Fronttrimmer und optional dem DKT-200 für den Kopf- und Fußbeschnitt. Die Produktivität des Systems kann durch den Einsatz einer Rausschnitt-Einrichtung für die Broschürenfertigung im Doppelnutzen auf Wunsch erhöht werden. Der Zusammentragturm vom Typ DSC-10/60i verfügt über zehn Anlegerstationen mit jeweils 65 mm Vorstapelkapazität und dem patentierten Duplo

FKS/Duplo System 5000i.



Air Management System. Dieser Anleger ermöglicht die Verarbeitung von Bogenformaten bis zu 356 x 610 mm mit Grammaturen bis zu 300 g/m². Besonderes Highlight ist die Verarbeitung von Offset- als auch Digitaldrucken sowie eine Kombination aus beidem. Das intelligente Einzugsverfahren des DSC-10/60i ermöglicht auch den Mehrfachabzug aus einzelnen Stationen, sowie die beliebige Kombination einzelner Stationen und macht das System 5000i zum idealen Broschürensysteem, sowohl für den Digitaldruck als auch den Offsetdruck, mit hohen Auflagen bei großen Broschürenumfang.

Das System 5000i kann mit zahlreichen Optionen individuell an die Anforderungen jedes Kunden angepasst werden. Dazu zählen neben der Rausschnitt-Einrichtung unter anderem auch der DSF-2200 Digitalbogenanleger, Ultraschall-Doppelbogenkontrollen, 3 oder 4 Hohner-Drahtheftköpfe (Flachklammer und Ringösen), eine Block- und Versatzauslage sowie eine Lochstanze. > www.fks-hamburg.de

MBO K8 RS**DIE SCHNELLSTE FALZMASCHINE DER WELT**

Die neue Kombifalzmaschine K8 RS ist laut MBO die schnellste Falzmaschine der Welt. Mit einer Geschwindigkeit von bis zu 275 m/Min.



Die MBO K8 RS, hier mit dem Palettenanleger FP120.

könne mit dieser Maschine eine Leistungssteigerung um bis zu 20% gegenüber ihrer Vorgängerin, der K8 Perfection, erreicht werden. Kunden profitieren bei einer Investition in die K8 RS von einer höheren Produktionsgeschwindigkeit und könnten somit die Durchlaufzeit der Aufträge deutlich reduzieren. Möglich sei die Geschwindigkeitssteigerung durch eine verbesserte Technologie im Bereich des Antriebmotors sowie dem Zahnriemenantrieb im Parallelbruch. Neben dem Antriebssystem wurde auch der Trennkopf Vaculift überarbeitet, um der gesteigerten Leistung gerecht zu werden. Um eine störungsfreie Produktion, auch bei diesen hohen Geschwindigkeiten, zu gewährleisten, ist die komplette Maschine mit einer intelligenten Bogenüberwachung ausgestattet. Die K8 RS ist in den Varianten K8 S-KTL und S-KTZ verfügbar.

> www.mbo-folder.com

Heidenreich Print**ANGEBOT MIT ORO PROMOTION ERWEITERT**

Heidenreich Print aus Bünde erweitert mit Promotion-Produkten das Angebot an hochwertigen Print-Erzeugnissen.

Nachdem die Firma Oro Druck aus Werther im Jahr 2013 in die Insolvenz gehen musste, erwarb die Heidenreich Print GmbH die Spezialweiterverarbeitung des Unternehmens. So wurde aus Oro Druck »Oro Promotion – Eine Marke der Heidenreich Print GmbH«.

Dadurch erweitert der Veredelungsspezialist aus Bünde sein bisheriges Produktportfolio erheblich. Das »Oro Promotion Team« entwickelt und produziert nun auch in den Bereichen Mailing/Direktmarketing und Projektmanagement Sonderlösungen. Dazu zählen Produkte wie Rubbellose, Türchenkalender, Selfmailer, Antragsflyer, aber auch besondere Veredelungs- und Verarbeitungstechniken wie Codieren, Spezialfaltungen oder das Aufspenden von Karten.

Die aus der Integration von Oro Promotion entstandenen Synergien stehen in Form von erfolgreichen oder ganz neuen Produkten Print-Buynern und Marketing-Entscheidern zur Verfügung – hierzu hat das Oro Promotion Team auch eine umfangreiche Broschüre entwickelt.

> www.oro-promotion.de

> www.heidenreich-print.de

KURZ & BÜNDIG

Das argentinische Verpackungs- und Druckunternehmen **Cartocor** nahe Buenos Aires gehört zur **Arcor Gruppe**, einem der größten Hersteller von Schokolade, Keksen und vielen anderen Lebensmitteln. Erstmals investierte Cartocor 2013 in eine Bogenoffsetdruckmaschine und entschied sich dabei für eine Großformatanlage **KBA Rapida 142** mit sechs Druckwerken und Lackturm. • **The Garvey Group** in Los Angeles installiert eine **Efi Vutek HS100 Pro** aufgrund der steigenden Nachfrage nach hochwertigen POP-Schildern und Grafiken für den Innen- und Außenbereich der Fernseh- und Filmstudios in Hollywood. • Die **Brühlsche Universitätsdruckerei** in Gießen und **Severotisk** im tschechischen Usti erhalten im Rahmen eines Retrofits neue Leitstandtechnik von **manroland web systems**. • **Sichuan Post & Telecommunication Printing** hat eine Vierfarben Roland 700 HiPrint von **manroland** Sheetfed installiert. • **Screen** ist eine Kooperationsvereinbarung mit dem französischen Unternehmen **TagG Informatique** zur Markteinführung eines IPDS-Controllers für seine Drucksystemfamilie Truepress Jet520 eingegangen. • Die in Manchester ansässige Druckerei **Gask & Hawley** hat sich zur Investition in eine neue **Goss M-600 Rotation** mit integrierter Tintenstrahleinrichtung entschlossen. Die Druckmaschine, deren Installation für September geplant ist, soll eine Reihe von Spezialdruckaufträgen abwickeln, die derzeit im Bogendruck hergestellt werden, und die Produktivität um 85% steigern.

150. ZERTIFIKAT Der Cross-Media-Dienstleister A. McLay & Co. Ltd. mit 140 Mitarbeitern und Sitz in Cardiff, Großbritannien, ist der weltweit 150. Kunde, den Heidelberg im Rahmen des Systemservice-Angebots nach der ISO Norm 12647-2 zertifiziert hat. Immer mehr Druckauftraggeber in industrialisierten Märkten fordern von ihren Dienstleistern einen Qualitätsnachweis hinsichtlich Farbstandards und Prozesskontrolle. All dies beinhaltet die ISO-Norm, die damit zu einem wichtigen Qualitätsnachweis und Marketinginstrument geworden ist. ➤ www.heidelberg.com

ENGPASS BESEITIGT Mit der Inbetriebnahme einer Goss Magnum 4 geriet bei Agderposten Trykk AS im norwegischen Arendal die Weiterverarbeitung zum Engpass. Der Einsteckprozess vermochte mit den Druckgeschwindigkeiten nicht mitzuhalten, eine Erneuerung der Einstecktechnik wurde ins Auge gefasst. Die Wahl fiel auf eine EasySert-Einstecklinie mit Multi-Disc-Peripherie, RollStream-Zusammentragetechnik mit zwei



Anlegern JetFeeder, zwei MultiStack sowie ein PKT-Abtransportsystem. Technisch war EasySert der Favorit. Besonders überzeugt haben der übergabefreie Transport der Zeitungshauptprodukte und der Möglichkeit, Produkte mit kleinen Seitenzahlen zu verarbeiten. ➤ www.ferag.com

Anlegern JetFeeder, zwei MultiStack sowie ein PKT-Abtransportsystem. Technisch war EasySert der Favorit. Besonders überzeugt haben der übergabefreie Transport der Zeitungshauptprodukte und der Möglichkeit, Produkte mit kleinen Seitenzahlen zu verarbeiten. ➤ www.ferag.com

YBBS PREMIUM BOARD Der Papierhersteller Mondi führt mit YBBS premium board einen ungestrichenen Zellstoffkarton mit 100% holzfreier Premium-Qualität auf Primärfaserbasis für Verpackungsanwendungen ein. YBBS board wird in Österreich hergestellt und erfüllt nach Herstellerangaben höchste Umwelt- und Lebensmittelsicherheitsstandards. Die Kartonsorten von hochweiß über elfenbein bis vollflächig durchgefärbt ermöglichen eine einheitliche Farb- und Druckwiedergabe bei beidseitig bedruckten Verpackungen. ➤ www.mondigroup.com

FSC-ZERTIFIZIERUNG Die Zertifizierungsgruppe Deutschland (ZGD) wurde erneut erfolgreich überprüft. Ab sofort ist die Aufnahme weiterer Teilnehmer möglich. Kleine Unternehmen bekommen so einen vereinfachten Zugang zur FSC-Zertifizierung. Bei der ZGD sind mittlerweile mehr als 80 Firmen organisiert, darunter Holz- und papierverarbeitende Betriebe, vor allem Druckereien, sowie verschiedene Handelsunternehmen. ➤ www.zert-gruppe.de

OFFSET-QUALITÄT OPTIMIERT Als Papierevolution bezeichnet Papyrus Deutschland die Qualität seiner MultiDesign-Papiere, die weiter optimiert und den Markterfordernissen angepasst worden sei. Ohne auf den bewährten Look und die Haptik zu verzichten, sei auf Be- und Verdruckbarkeit besonderen Wert gelegt worden. Das Sortiment für die komplette Unternehmenskommunikation und Verkaufsliteratur biete viele Lösungen für einen eleganten und zeitlosen Auftritt zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis, so Papyrus. Das Papier ist in den Weißtönen »white« und »natural« erhältlich sowie mit einer Kombination aus Volumen und Papieroberflächen als »original« (maschinenglatt) und »smooth« (softkalandriert). Mit einer breiten Auswahl an Flächengewichten, Digitaldruckformaten und passenden Briefhüllen bietet MultiDesign ein weites Spektrum an Einsatzmöglichkeiten.

➤ www.papyrus.com

Klimarechner KLIMAFREUNDLICHE PRODUKTION

Die Klimainitiative der Verbände Druck und Medien bietet neue umfassende Möglichkeiten des Ausgleichs von CO₂-Emissionen. Seit März 2014 können mit dem Klimarechner die Betriebsemissionen (Corporate Carbon Footprint – CCF) von Druckereien erfasst werden. Nach einer Kompensation auf Unternehmensebene können alle Produkte mit dem Logo »Print CO₂ kompensiert« ausgezeichnet werden.

»Mit der Erfassung von Betriebsemissionen in unserem Klimarechner unterstützen wir die Druckunternehmen aktiv beim Klimaschutz«, erklärt Julia Rohmann, Projektverantwortliche für den Klimarechner beim Bundesverband Druck und Medien. Die Möglichkeit – neben der bereits existierenden Berechnung von produktbezogenen Emissionen – eine Analyse aller Emissionen und deren Kompensation durchzuführen, wird dazu beitragen, Print noch nachhaltiger zu produzieren, so Rohmann weiter. Dabei können Betriebe zwischen zwei Bilanzrahmen wählen:

Der Unternehmensfußabdruck, im Rechner auch Energiebilanz genannt, beinhaltet direkte Emissionen, verursacht durch die Verbrennung von fossilen Brenn- und Treibstoffen vor Ort, den Fuhrpark des Unternehmens sowie Prozessemissionen. Neben den direkten werden auch die indirekten Emissionen aus der Erzeugung von zugekauftem Strom, Wärme oder Dampf erfasst. Bei einer kompletten Standortbilanz werden zusätzlich zu den Energieaufwendungen alle übrigen Emissionen erfasst, die mit der Unternehmenstätigkeit in Zusammenhang stehen. Dies sind Emissionen ausgelagerter Unternehmensbereiche, materialbedingte Emissionen und Emissionen der Abfallentsorgung und des Recyclings.

➤ www.bvdm-online.de

Iplex-Erfolg für Konica Minolta NEUGESCHÄFT IN HÖHE VON 3,5 MILLIONEN EURO

Konica Minolta feiert den Erfolg der Messteilnahme: Die Expansion des Unternehmens wird durch das Neugeschäft im Umfang von 3,5 Mio. Euro netto unterstützt. Während der sechs Messetage konnten Besucher am 1.200 m² großen Stand von Konica Minolta zwölf Drucksysteme im Einsatz erleben; außerdem wurden Softwareprogramme und weitere Systeme vorgeführt. Dieses Konzept hat offenbar überzeugt. Eine der Hauptattraktionen war die



Die KM-1-Präsentation gehörte zu den Hauptattraktionen am Iplex-Stand von Konica Minolta.

KM-1, eine Farbdruckmaschine mit UV-Inkjet-Bogensystem für das Format B2+, die täglich dreimal mit Demonstrationen präsentiert wurde. Bei der Messe wurde bestätigt, dass Betatests im Laufe des Jahres an Kundenstandorten in Japan, Nordamerika und Europa beginnen. Der Einstieg in die volle Produktion folgt dann 2015. Die Maschine ermöglicht es kommerziellen Druckereien, Druckaufträge in hoher Qualität zu produzieren und damit neue Marktchancen zu nutzen – beispielsweise im Geschäft mit Markenartiklern, die stark personalisierte Verpackungen in Kleinauflagen entwickeln möchten.

Bei einer anderen Technologiepräsentation im Rahmen der Iplex zeigte Konica Minolta erstmals Rollenetikettendruck mit bis zu 18 m/Min. auf der bizhub Press C70RLC. Neben Cross-Media-Anwendungen bietet das Unternehmen außerdem Workflow-Automatisierung und Lösungen anderer Partner für Druckvorstufe und Weiterverarbeitung.

➤ www.konicaminolta.de

Holbox**ERSTE KBA RAPIDA 164 MIT DOPPELACK IN EUROPA**

Mitte März begrüßte Jan Hol, Gründer und CEO der Verpackungsdrukerei Holbox im holländischen Echt mehr als 900 Gäste zur Einweihung seiner neuen KBA Rapida 164-Vierfarbenanlage mit Doppellack. Es ist die erste Großformatanlage KBA Rapida 164 in Europa mit Doppellack-Ausstattung. Die Rapida im Format 120 x 164 cm verfügt über eine umfangreiche Automatisierung und druckt mit einer Leistung bis zu 13.000 Bogen/h.



Jan Hol, Gründer und CEO von Holbox (ganz links), mit seiner Familie und den Ehrengästen vor der neuen KBA Rapida 164.

Holbox druckt seit mehr als 30 Jahren Verpackungen und Displays für den POS. Das Unternehmen bietet seinen Kunden ein komplettes POS-Angebot, das vom Design über die Produktion bis hin zur Anlieferung entsprechender Displays und Verpackungen reicht.

Monteure von KBA und Wifac begannen im Januar mit der Installation der neuen Maschine. Anschließend wurde die Bedienmannschaft intensiv geschult. Es ist die zweite KBA Rapida bei Holbox. Die erste, eine Fünffarben-Rapida 162 mit Lackturm, ist seit neun Jahren ohne größere Störungen im Einsatz. Die im Laufe der Zeit gewachsenen Anforderungen, die schnellen Jobwechsel, die am Markt bekannte hohe Qualität der Großformatanlagen von KBA und der gute Service der niederländischen Vertretung Wifac gaben laut Martijn Holden, technischer Direktor, den Ausschlag.

➤ www.kba.com

Ravensburger Karton**POLAR N 115 PRO BILDET WICHTIGES PUZZLETEIL**

Ravensburger Karton s.r.o. setzt bei der Produktion von Puzzles und Kinderspielen auf die Schneidqualität von Polar. Seit einigen Wochen ist an dem tschechischen Standort der Polar Schnellschneider N 115 Pro im Einsatz.

Die bisher eingesetzte Schneidmaschine konnte den gestiegenen Qualitätsanforderungen nicht mehr gerecht werden und wurde gegen einen Schnellschneider von Polar ausgetauscht. Eine besondere Anforderung dabei war das Schneiden der kaschierten Materialien, denn das neigt dazu, sich zu wellen und liegt somit nicht plan.

Zur Sicherung des hohen Qualitätsanspruchs stehen dem Bediener des Polar Schnellschneiders die folgenden Funktionen zur Verfügung:

Drehsattel: Sollte das Druckbild nicht gerade auf dem Druckbogen platziert sein, so kann das Material über die motorische Winkeldrehung des Sattels parallel zur gewünschten Schnittlinie verdreht werden.

Neigesattel: Zum Ausgleichen von Ober- und Unterschnitttoleranzen kann der Sattel in seiner senkrechten Stellung zum Messer verändert werden.

Niederhalter am Sattel: Liegen die oberen Bogen nicht plan auf der Schneidlage, können sie beim Anlegen am Sattel leicht verrutschen. Mit dem Niederhalter am Sattel können diese oberen Bogen auf der Schneidlage fixiert werden.

Fixomat: Macht aus der flächigen Anlage am Sattelrechen eine Punktanlage. Damit kann Schneidmaterial mit konvexen Kanten besser angelegt werden und ein Verrutschen oder Kippen ist nicht mehr möglich.

Niederhalter vor dem Messer: Verhindert ein Verrutschen und Wegspringen der geschnittenen Nutzen beim Schneiden.

➤ www.polar-mohr.com

➤ www.ravensburger.com

DRUCKMARKT impressions

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

**DER DRUCKMARKT FÜR ZWISCHENDURCH**

Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen können, oder die Informationen, die nicht auf das nächste Heft warten sollen, finden Sie etwa alle 14 Tage in unserem PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«, das auf der Internet-Seite des Druckmarkt publiziert wird und kostenlos abonniert werden kann.

»Druckmarkt impressions« ist kein gewöhnlicher Newsletter, sondern ein vollwertiges DIN-A4-Magazin im PDF-Format, das zeitversetzt oder parallel sowie als Ergänzung zu den in der Schweiz und in Deutschland publizierten Ausgaben erscheint. Damit ist »Druckmarkt impressions« ein ergänzendes Format der gedruckten Fachmagazine mit Nachrichten, Grundsatzartikeln, Anwenderreportagen, mit Termintabellen für Veranstaltungen und Seminare der nächsten Wochen und Monate, mit Beiträgen zur Aus- und Weiterbildung sowie Schwerpunktausgaben zu ausgewählten und aktuellen Themen.

Links zu weiterführenden Informationen oder auf zurückliegende Ausgaben machen »Druckmarkt impressions« zu einem lebendigen Medium, das die gedruckten Ausgaben aktuell und zeitgemäß ergänzt.

Die nächste Ausgabe »Druckmarkt impressions« erscheint am 13. Mai 2014 mit dem Schwerpunkt **Fespa 2014** und **Large Format Printing**.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Für ihr Umweltmanagementsystem ist die **Rajapack GmbH** aus Ettlingen jetzt nach der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001 zertifiziert worden. • **Utax** führt die optimierten DIN-A3-Farb-Multifunktionssysteme 6505ci und 7505ci für hohe Druckvolumen und Leistungen bis 70 DIN-A4-Seiten pro Minute in Farbe ein. • **Kyocera Document Solutions** bringt fünf neue Multifunktionssysteme auf den Markt. Neben den A4-Farbsystemen Ecosys M6026cidn, Ecosys M6526cidn und TASKalfa 266ci hat der japanische Hersteller ab sofort auch die Schwarz-Weiß-Modelle TASKalfa 1801 sowie 2201, die auch Formate bis DIN A3 verarbeiten, neu im Portfolio. • **Nation Media**, Kenias größte Zeitungsdruckerei, investiert in eine neue Colorman 4-1 e:line von **manroland web systems**. • Die österreichische **Reproteam Hansbauer GmbH** in Graz wird eine Weiterverarbeitungsanlage Kongsberg C64 von **Esco** installieren. Die Breite von 3,2 m, Präzision und Geschwindigkeit hätten den LFP-Druckdienstleister überzeugt, teilt der Hersteller mit. • Die **tech-notrans AG** hat bei der **PS PrintService GmbH & Co. KG** im thüringischen Neuhaus-Schierschnitz eine zentrale Farbversorgung für UV-Farbe realisiert. Die UV-Farbversorgung ink.supply UV wird bereits erfolgreich in Druckereien in Kanada, Belgien und Deutschland eingesetzt. • Die **Friedmann Print Data Solutions GmbH** mit Sitz in Reutlingen hat Ende 2013 als erster Druckdienstleister eine von der **Printdata GmbH** gelieferte **Xerox iGen 150** installiert. • Mit der Inbetriebnahme einer Flachbettstanze Expertcut 106 LER der neuesten Generation von **Bobst** hat die **Körtel & Hieke GmbH**, Hainburg, ihre Kapazität in der Herstellung von Faltschachteln und Sichtverpackungen seit Ende 2013 um etwa 40% gesteigert. • Die Akzidenzdruckerei **Bitter & Loose GmbH** im münsterländischen Greven hat sich für den Einsatz einer **Xerox 800 Colour Press** mit FreeFlow Print Server entschieden. • Die **Papierfabrik Scheufelen** will ihre Kernkompetenz in der Produktion gestrichener weißer Papiere ausbauen und investiert 1,5 Mio. Euro in den Aus- und Umbau der Streichmaschine 39. • **ColorGate GmbH**, **n-art-m GmbH** und **Staedtler Mars GmbH** haben sich auf eine Kooperation im Markt des Industrial Printing verständigt. Die Kooperationspartner haben sich zum Ziel gesetzt mit maßgeschneiderten Lösungen Ansprechpartner für die Zielgruppe industrieller Drucker zu sein. • »See The Proof«, die einfache Methode zur Bewertung der Qualität von Digitaldruckproduktionen, hat **Xiikon** jetzt auch für Anwendungen im Faltschachtel-, Dokumenten- und Akzidenzdruck erweitert. Die spezielle Website von Xiikon für diese Kampagne steht jetzt bis Ende 2014 zur Verfügung. • **El Comercio** in Lima betreibt bereits eine Lithoman Illustrationsdruck-Anlage von **manroland web systems**. Jetzt erweitert das Unternehmen seinen Standort mit der ersten manroland-Zeitungsrotation in Peru. • Der **Canon** Großformatdrucker imagePrograf iPF6400SE ist von der **Online Software AG** für den Einsatz mit der Plakatdrucksoftware Prestigeenterprise zertifiziert worden. Die Software für Werbekommunikation am POS ermöglicht professionelles Filial-Marketing und ist mit mehr als 35.000 Installationen in über 20 Sprachen im Groß- und Einzelhandel vertreten. • **Rotocontrol**, Hersteller von Rollenschneid- und Inspektionsmaschinen, hat drei RSC-Maschinen an Kempa Etiketten verkauft. Die Maschinen sollen in der Veredelung von Haftetiketten für Unternehmen aus der Lebensmittel-, Chemie-, Textil- und Telekommunikationsindustrie sowie anderen Branchen eingesetzt werden. • Der auf Pharmazieverpackungen spezialisierte russische Verpackungsdrucker **Typografia Petchatnja** in St. Petersburg erhält im Mai eine Hochleistungs-Mittelformatmaschine **KBA Rapida 106** mit acht Druckwerken und Doppellack-Ausstattung.

KBA-Gruppe auf der interpack 2014

Maßgeschneiderte Print-Lösungen für viele Verpackungsformen

Unter dem Motto »The Right One« zeigen mehrere Unternehmen der Koenig & Bauer-Gruppe gemeinsam zur interpack 2014 vom 8. bis 14. Mai auf dem Stand der KBA-Metronic GmbH Druck- und Kennzeichnungslösungen für unterschiedliche Verpackungsformen und integrierte industrielle Produktionslinien. Unter den führenden Druckmaschinenherstellern hat KBA nach eigen-

duell codiert und markiert. In Bereichen wie dem Bogenoffset für Blechtafeln und Faltschachteln oder der Glaskörper-Direktdekoration im Siebdruck ist der Druckmaschinenhersteller Marktführer.

Produktvielfalt und aktuelle Trends in einzelnen Verpackungssegmenten will KBA in Düsseldorf der Fachwelt weniger anhand von Maschinen als durch beispielhafte Produkte und



Bei mittel- und großformatigen Bogenoffsetmaschinen für den Faltschachteldruck ist KBA Radebeul international eine führende Adresse.



Bei Druck-, Lackier- und Trocknungsanlagen für hochwertige Blechverpackungen ist KBA-MetalPrint Marktführer.



Flexible Verpackungen wie diese werden auf den CI-Flexo-Rotationen von KBA-Flexotecnica produziert.



Der wasserlose UV-Druck auf Plastik und anderen Materialien ist die Spezialität von KBA-MePrint.

nen Angaben das breiteste Know-how und Angebot für das verfahrens- und anwendungstechnisch vielfältige Segment Verpackungsdruck. Blech, Folien, Glas- und Plastikflaschen, Karton, Kunststoff, Wellpappe, Kabel, Reifen – all dies und mehr wird in unterschiedlichen analogen und digitalen Verfahren (Offset, Flexo, Siebdruck, wasserloser UV-Druck, Inkjet-, Laser-, Thermotransferdruck) auf Anlagen oder mit Systemkomponenten aus dem Produktportfolio von KBA und den Tochtergesellschaften KBA-MetalPrint, KBA-Metronic, KBA-MePrint, KBA-Flexotecnica oder KBA-Kammann in hohen, mittleren und kleinen Auflagen bedruckt oder indivi-



Weltweite Nummer 1 bei der Direktdekoration hochwertiger Glasbehälter im Siebdruck und neuerdings auch Digitaldruck ist KBA-Kammann.

Beratungsangebote demonstrieren. Lediglich KBA-Metronic zeigt neben After-Sales-Konzepten und Softwarelösungen Exponate aus ihrem Programm.

www.kba.com

Trillium für TagG Informatique XEIKON SICHERT SICH DEN ERSTEN TRILLIUM-AUFTRAG

TagG Informatique wird die erste Druckerei sein, in der die neue Digitaldruckmaschine Trillium von Xeikon mit Flüssigtoner-Technologie installiert wird. Seit über 20 Jahren erstellt das französische Unternehmen Direktmailings, Werbematerial und sonstige Dokumente für Großkunden. Nach Ansicht von Xeikon ist das Unternehmen aufgrund seiner vielseitigen Produktionsumgebung mit Spezialsystemen und -geräten für die verschiedenen Anwen-



dungsbereiche als Betatester der neuen Druckmaschine gut geeignet. Xeikon Trillium ist eine Flüssigtoner-Technologie, die erstmals auf der drupa 2012 vorgestellt wurde. Die Vierfarben-Druckmaschine erreicht nach Angaben des Herstellers eine Geschwindigkeit von 60 m/Min. bei einer Auflösung von 1.200 dpi und einer Druckbreite von 500 mm. Laborversuche hätten bereits den Nachweis erbracht, dass sich der Durchsatz in Zukunft auf eine Geschwindigkeit von 120 m/Min. erhöhen lasse, heißt es weiter.

➤ www.xeikon.com

Das mehrlagige GreenLabel GARANTIERT KEIN ETIKETTENSCHWINDEL

Klima- und Naturschutz haben besonders in der Verpackungsindustrie hohe Relevanz. Bereits kleine ökologische Verbesserungen haben positive Effekte. Dies hat die Spezialetiketten-Druckerei KilianDruck erkannt und ein biologisch abbaubares mehrseitiges Papier-Etikett entwickelt. Das »GreenLabel« besteht aus einem mehrlagigen, sortenreinen Papierverbund und spart dadurch mitunter Beipackzettel und Umverpackung. Damit ist das



Das GreenLabel von KilianDruck spart Verpackungsmaterial und Ressourcen in der Produktion.

GreenLabel prädestiniert, die Ökobilanz vieler Produkte aufzuwerten. »Viele Verbraucher fordern bei der Verpackung ein Höchstmaß an ökologischen Standards. Das ist mittlerweile ein wesentlicher Aspekt bei der Kaufentscheidung«, sagt Silke Krajewski, Geschäftsführerin von KilianDruck. »Mit dem mehrseitigen Booklet-Etikett »GreenLabel« ist es uns gelungen, diesen ökologischen Aspekten gerecht zu werden.« Bis zu 32 Seiten stark und wiederver-schließbar kann das Label an verschiedenen Gebinden eingesetzt werden.

➤ www.kiliandruck.de

GMG Color erzielt den 1. Platz WETTBEWERB FÜR PROOFING IM TEXTILDIGITALDRUCK

GMG, Entwickler und Anbieter von Farbmanagement-Softwarelösungen, hat beim Wettbewerb »Printing the Expected – Textile« den ersten Platz belegt.

Im Rahmen des diesjährigen »Color-Management-Symposium« stellte die Fogra in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Modeinstitut die Aufgabe, einen Prüfandruck für ausgewählte, farbige Stoffmuster zu erstellen. Der Prüfandruck sollte dann eine optimale messtechnische wie auch visuelle Simulation der farbigen Stoffmuster unter drei verschiedenen Lichtarten zeigen (Lichtart A, D65 und das Kaufhauslicht TL84/F11).

Am Wettbewerb nahmen sechs Firmen mit mehr als einem Dutzend Proofs teil, die für die messtechnische Untersuchung schon vorab an die Fogra geschickt waren. In der anonymen Auswertung wurde dort der CIE Lab2000-Farbabstand zwischen dem Originalmuster und der Nachstellung für jede der drei Lichtarten gemessen. Dazu gab es im Rahmen des Symposiums auch eine visuelle Auswertung, die von einer Jury aus vier Mitgliedern (zwei vom Deutschen Mode Institut und zwei von der Fogra) durchgeführt wurde. Letztlich wurden die von GMG erstellten Prüfandrucke als beste Ergebnisse im korrelierten Vergleich der messtechnischen und visuellen Bewertung mit dem ersten Platz gekürt.

➤ www.gmgcolor.com

➤ www.fogra.org

Druckerei Gerin SPEEDMASTER XL 106 MIT LE-UV-TECHNOLOGIE

Bei der Druckerei Paul Gerin GmbH in Wolkersdorf bei Wien wird Mitte dieses Jahres eine Speedmaster XL 106 mit LE UV (Low Energy) installiert. Die Achtfarbenmaschine mit Wendung und Lackwerk ist die erste mit dieser neuen Trocknungstechnologie in Österreich. »Diese Investition ist für uns der wichtigste Schritt der letzten Jahrzehnte, da wir durch die neuen Möglichkeiten einen noch besseren Service anbieten können und damit Vorreiter



Michael Braun (vorne links), Geschäftsführer und Ernst Scheidl (vorne rechts), Betriebsleiter der Druckerei Gerin produzieren demnächst mit der ersten Speedmaster XL 106 LE UV in Österreich. Heidelberg-Vorstand Stephan Plenz (hinten links) und die österreichischen Vertriebskollegen Silvia und Roland Spatt, Verkaufsleiter Heidelberg Austria, freuen sich mit dem Kunden.

sind«, erklärt Geschäftsführer Michael Braun.

Die neue Maschine ersetzt zwei Maschinen eines anderen Herstellers, ist mit dem Folienpaket ausgerüstet und kann somit saugende und nichtsaugende Substrate bedrucken.

➤ www.heidelberg.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



Industriepreis 2014

AUSGEZEICHNETES KERN-PRODUKT

Platz 1 heißt es für den Hochleistungsschneider Kern 996: In der Kategorie ›Antriebs- und Fluidtechnik‹ hat die Kern GmbH mit dem von vielen Kunden eingesetzten Schneideautomaten den Industriepreis 2014 erhalten. Über die Vergabe der renommierten Auszeichnung entscheidet eine Experten-Jury.

Der Industriepreis wird in 14 Kategorien vergeben. Die Jury bewerte technologische, ökologische und ökonomische Aspekte. Bei allen Bewertungskriterien überzeugte der Hochleistungsschneider die Experten restlos. Der Kern 996 ist insbesondere bei häufig wechselnden Anwendungen die optimale Lösung, weil die Umrüstzeiten auf ein Minimum reduziert werden. Bei einer Leistung von bis zu 66.000 Blatt pro Stunde bringt der Hochleistungsschneider eine enorme Eingabegeschwindigkeit mit.

Innerhalb der White Paper-Prozesse verarbeitet der Kern 996 anfallende Weißzonen von Endlosdokumenten schnell und ohne die Notwendigkeit eines manuellen Eingriffs. Eine starke Schnittleistung, einfache Bedienung und hohe Sicherheit bringt der Schneideautomat genauso mit wie Kombinationsmöglichkeiten mit allen bekannten Kern-Systemen. Das Touchscreen-Interface garantiert einen schnellen Zugriff auf das System. Der Kern 996 ist darauf ausgelegt, im Dauerbetrieb zu arbeiten.

Diese Eigenschaften haben die Jury schlussendlich überzeugt und der Kern GmbH den Industriepreis 2014 gesichert.

➤ www.kerngmbh.de

SKN Druck u. Verlag

WENN TOP-TECHNOLOGIE AUF PREMIUM-PRODUKTE TRIFFT

Zwei ältere Einstecksysteme raus, dafür der weltweit erste FlexLiner von Müller Martini mit einer Produktionsgeschwindigkeit von 30.000 Exemplaren pro Stunde rein – mit einer Maschine weniger erhöhte die auf das Einstecken von Beilagen in Beilagen spezialisierte SKN Druck u. Verlag GmbH & Co. KG in Emden (Ostfriesland) ihre Nettoproduktion um nicht weniger als 79%. »Mindestens 50% gehen auf das Konto unseres neuen Ein-



steck-Systems«, sagt Diplom-Kaufmann **Christian Basse**, Verleger und alleiniger Gesellschafter von SKN.

Möglich gemacht hat diese markante Erhöhung der Produktivität eine Erneuerung des Maschinenparks. Früher hatte SKN im Werk in Emden fünf Biliner von Müller Martini in Betrieb – »von denen wir aber für die Statistik nur viereinhalb berücksichtigt haben, weil einer reparaturanfällig war«, sagt Christian Basse. Heute setzt das 1861 gegründete Familienunternehmen neben drei Bilinern zusätzlich den von Müller Martini an der drupa 2012 als Weltneuheit präsentierten FlexLiner ein. Dieser hat zwei Beilagenanleger mit Streamfeedern, welche die hohe Produktivität gewährleisten, und steht jeweils an den vier produktionsintensivsten Tagen Montag bis Donnerstag rund um die Uhr im Einsatz und in der Regel mit voller Produktionsgeschwindigkeit von 30.000 Exemplaren pro Stunde gefahren wird – notabene auch mit Saugeröffnung! Vom FlexLiner, der nach den Berechnungen Christian Bases mindestens 50% der hohen Produktionssteigerung ausmacht, gelangen die Produkte über einen Auslagentransporteur in den Hochleistungs-Kreuzleger Robusto und werden danach umreift. ➤ www.mullermartini.com

MB Bäuerle

Vielfältige Anlegertechnologien für breites Material- und Formatspektrum

Im Mittelpunkt des Auftritts von MB Bäuerle auf der Interpack in Düsseldorf steht die Präsentation vielfältiger Anlegertechnologien. Als Hersteller von Falz- und Kuvertiersystemen verfügt MB Bäuerle nach eigenen Angaben auf dem Gebiet der Zuführsysteme über langjährige Erfahrungen.

Durch die Einsatzmöglichkeit unterschiedlicher Technologien werde gewährleistet, dass ein breites Material- und Formatspektrum verarbeitet werden könne. Dicke oder dünne Produkte, glatte oder matte Oberflächen, Einzelblätter oder Falzlagen, offene oder geschlossene Kanten, Karten oder Broschüren könnten vom Sauganleger verarbeitet werden. Dabei sei schnelles und sicheres Zuführen garantiert. Auch



Der neue Kataloganleger verarbeitet Produkte mit einer Materialstärke von bis zu 15 mm.

sei eine sichere Produkttrennung gegeben. Möglich werde dies durch ein Prinzip, wodurch bei der Trennung der Dokumente immer optimale Bedingungen geschaffen würden. Auch wenn sich die Füllmenge im Magazin verändere, bleibe der Anpressdruck gleich.

Mit dem neuen Kataloganleger lassen sich nach Angaben von MB Bäuerle nun auch Dokumente mit einer Stärke von bis zu 15 mm verarbeiten. Optional könne der Kataloganleger mit einer Vorstapeleinrichtung ausgestattet werden, um eine kontinuierliche Materialbeschickung zu gewährleisten.

Abgerundet wird das Ausstellungsprogramm unter anderem durch die Präsentation von Friktions- sowie Pick & Place-Anlegern. Die Anleger-systeme sind für einen Stand-Alone-Betrieb beziehungsweise zur Systemintegration geeignet. Außerdem zeigt MB Bäuerle mit dem leafletFolder Net 21 ein computergesteuertes Falzmodul zur Herstellung von Packungsbeilagen für die Pharma-, Kosmetik- und Verpackungsindustrie. Das Falzmodul ist zum Einbau in Kartonier- und Verpackungsmaschinen sowie als Solo-Falzsystem erhältlich. Alle wichtigen Einstellungen erfolgen per Eingabe am Touchscreen-Display. Vier Automatikfalztaschen mit integrierten Bogenweichen ermöglichen alle üblichen Kleinfaltungen bis zu einer minimalen Falzlänge von 15 mm. 16 Falzarten sind fest programmiert und sofort abrufbar. Alle anderen können per Eingabe frei programmiert werden. Die Einstellung der Falzwalzen ist ebenfalls automatisiert und auch die Codeleser fahren per Knopfdruck in eine definierte Position.

Durch die Computersteuerung ist es möglich, dass die Positionen der Falztaschenanschlüge, der Bogenweichen oder der Codeleser gespeichert und bei Bedarf automatisch wieder eingestellt werden können. Wiederholjobs lassen sich somit exakt reproduzieren, was speziell bei kleinen Chargen von sehr großem Nutzen ist. Optional kann der leafletFolder Net 21 mit professionellen Rilleinrichtungen und einer Aussteuerweiche ausgestattet werden.

➤ www.mb-baerle.de

Ausbau der KBA Colora

Bei der Joh. Heider Verlag GmbH und deren Schwesterunternehmen Heider Druck GmbH in Bergisch Gladbach wird im Herbst dieses Jahres die 2006 gelieferte KBA Colora-Anlage um einen Achterturm und Leitstand erweitert.

Text und Bild: KBA

Zusammen mit der 2002 installierten KBA Journal wird die Maschinenlinie dadurch für den 4/4-Druck von bis zu 64 Seiten im Berliner Format aufgerüstet. Mit dem Erweiterungsauftrag setzt der Joh. Heider Verlag die jahrzehntelange, seit 2009 auch auf den Bogenbereich ausgedehnte Partnerschaft mit KBA fort. Im kürzlich erteilten Auftragspaket sind auch die umfassende elektronische Modernisierung und Wartung der vorhandenen Maschinen inbegriffen, womit die Betriebs- und Zukunftssicherheit sowie die Ersatzteilversorgung von elektronischen Komponenten und Software sichergestellt wird.

Der 1889 gegründete Joh. Heider Verlag befindet sich bereits in der vierten Generation in Familienhand und hat sich nach den Anfängen als Zeitungshaus zu einem vielseitigen Verlags-, Druck- und Medienunternehmen entwickelt. Das breite Portfolio reicht heute von Broschüren,



Die KBA Colora-/Journal-Maschinenlinie bei Heider Druck in Bergisch Gladbach nach der Erweiterung.

Magazinen, Büchern, Kalendern und vielen weiteren Akzidenzprodukten im Bogenoffset bis hin zu Anzeigenblättern, Fachzeitungen, Verbandspublikationen, Magazinen, Werbebeilagen, Amtsblättern und ähnlichem im Rollenoffset.

Das umweltorientierte Traditionsunternehmen versteht sich als innovativer Dienstleister für seine jeweiligen Kunden – seien es Verlage, Verbände, Agenturen oder andere Auftraggeber. Überregional gefragte Publikationen wie das Sportmagazin kicker werden Woche für Woche in Teilaufgaben in flexiblen, aber sehr engen Zeitfenstern hergestellt und konfektioniert.

Im Bogenoffset produziert Heider Druck seit Mai 2009 auf einer voll automatisierten Fünffarben-Rapida 106 mit Lackturm.

Das Buchverlagsprogramm umfasst Veröffentlichungen zur Wirtschafts- und Sozialpolitik, Schrifttum zur bergischen Heimat sowie Foto- und Kunstbände. Eine dritte Säule bildet die Akquise und Verwaltung von Print-Werbeanzeigen für Druckereikunden.

Maschinenerweiterung für mehr Farbe

Nach dem Ausbau besteht die Rotation aus zwei selbstständigen und koppelbaren 32-Seiten-Sektionen mit vier Pastostar RC-Rollenwechslern inklusive Rollenbeschickungssystem KBA Patras M, zwei Journal- und zwei Colora-Drucktürmen, zwei mittig angeordneten Falzapparaten sowie vier EAE-Leitständen. Hochauflagige Produkte können mit einer Geschwindigkeit von 75.000 Expl./h und einem Umfang von bis zu 32 Seiten produziert werden. Die ebenerdige Bauweise und die in Sichtweite der Leitstände angeordneten Auslagen sind team- und verantwortungsfördernd und bilden ein Qualitäts- und Motivationsmerkmal gegenüber Konfigurationen mit getrennten Verantwortungsbereichen.

➤ www.kba.com

Kodak Sonora Platte

PRODUKTIONSKAPAZITÄT IN AMERIKA WIRD AUSGEBAUT

Kodak wird in seinem Werk in Columbus im US-Bundesstaat Georgia eine neue Plattenproduktionslinie zur Herstellung der prozessfreien Kodak Sonora Platte aufbauen.

Gründe für diese Kapazitätserweiterung sind neben der stark wachsenden Kundennachfrage nach der Sonora Platte Pläne von Kodak zur Intensivierung der Beschaffung im lokalen Bereich bei gleichzeitiger Verbesserung von Fertigungsqualität, Produktionseffizienz und Kun-



denservice im gesamten Portfolio digitaler Druckplatten.

»Um der Nachfrage gerecht zu werden, zu der die enorm gestiegene Verwendung der Sonora Platte in Nord-, Mittel- und Südamerika geführt hat, müssen wir in unserem Werk in Columbus eine neue, hochmoderne Plattenfertigungsline aufbauen«, bemerkt Brad Kruchten, President of Kodak Graphics, Entertainment & Commercial Films. »Dies ist ein eindeutiger Ausdruck unseres Engagements, nachhaltiges Drucken in Amerika zu ermöglichen.«

Die prozessfreie Kodak Sonora Platte macht den herkömmlichen Verarbeitungsprozess von Offsetdruckplatten komplett überflüssig und bietet die Qualität und Produktivität einer traditionell verarbeiteten Platte. Die Sonora Platte versetzt mehr Druckereien in die Lage, von den ökologischen und wirtschaftlichen Vorteilen einer prozessfreien Platte zu profitieren.

➤ www.kodak.com



Nach der Vertragsunterzeichnung in Bergisch Gladbach v. l. stehend: Hans-Martin Heider, Seniorchef Hans Heider, Guido Heider; sitzend: Günter Noll von KBA, Roberto Heider.

Lithoman 64-Seiten im liegenden Format

Auf dem Weg zu einem fein abgestuften Produktangebot wird manroland web systems noch in diesem Jahr die erste 64-Seiten-Lithoman im liegenden Format an eine nicht genannte Druckerei ausliefern. Sie bietet mit ihrer Produktivität und Flexibilität eine weitere starke Alternative im hochauflagen High-Volume-Druck.

Text und Bild: manroland web systems

manroland web systems hat die Entwicklung im High Volume-Druck stetig vorangetrieben, da jedes Druckunternehmen die für seine Belange perfekte Maschine will, um sich im Druck- und Medienwettbewerb behaupten zu können. Kostensenkung lautet weiterhin die zentrale Kundenerwartung. Hinzu kommt die Forderung nach Produktionsflexibilität – die gleiche Maschine soll hohe Auflagen ebenso effizient drucken können wie Teilaufgaben.

Diese Anforderungen werden laut Herstellerangaben von der Lithoman 64-Seiten im liegenden Format erfüllt. Damit reiht sie sich unter die bereits ausgelieferten Maschinen im Illustrationsdruck ein – neben der 96-Seiten-Maschine (sechs installierte Anlagen) und der 160-Seiten-Lithoman, wie sie bei Kraft-Schlötels in Wassenberg realisiert wurde (siehe auch »Druckmarkt impressions 78«, Seite 27).

Erfahrung beim Bau liegender Drucksysteme

In Augsburg habe man bei liegenden Drucksystemen mit Bahnbreiten von bis zu 2.060 mm und 70.000 Zylinderumdrehungen/h reichlich Erfahrung, stellt manroland web systems fest. Aktuell produzieren weltweit 20 Lithoman 48-Seiten liegend. Dieses Wissen sei auf die 64-Seiten-Lithoman übertragen worden. Die erste Maschine gehe jetzt zu einem Kunden nach Deutschland und soll noch 2014 produzieren.

»Im Projekt erkannte der Kunde, dass die 64-Seiten Lithoman aufgrund seiner Auftragsstruktur die ideale Maschine ist«, sagt Josef Aumiller, Verkaufsleiter Deutschland bei manroland web systems. Deshalb wurde das flexible Konzept der



Vereint High-Volume- und Falzkompetenz von manroland web systems: Die neue Lithoman 64-Seiten liegend gibt dem Markt im Commercialdruck neue Impulse.

Lithoman-Baureihe auf die Kundenwünsche angepasst. »Etliche Automatisierungen und neue Komponenten werden jetzt in die liegende Anlage zum Teil erstmalig integriert«, erklärt Aumiller. »Dazu zählen Entwicklungen wie Automatic Plate Loading, DynaChange, Inline-Control-Systeme und das neue Bediensystem.«

Die liegende 64-Seiten-Lithoman produziert nach Angaben des Augsburger Maschinenherstellers mit bis zu 70.000 Zylinderumdrehungen in der Stunde bei 2.640 mm Bahnbreite und einer minimalen Abschnitts-

länge von bis zu Papier sparenden 872 mm. Damit sei sie um bis zu 33% produktiver als die Lithoman 48-Seiten liegend. Die Sleeve-Technologie und das Zusammenspiel der technischen Features im Druckprozess sorgten auch bei hohem Aus-

stoß für Qualität, wenig Makulatur und Effizienz.

Zu den Features zählt die autoprint-Ausstattung für reibungslosen Auftragswechsel mit dem vollautomatischen Plattenwechsel APL (Automatic Plate Loading) und zahlreichen Inline-Control-Systemen.

manroland web systems hat sich dabei in den letzten Jahren von Fremdherstellern unabhängig gemacht und eigene Inline-Systeme im Markt etabliert: Die Schnittregister- (Inline-Cutoff Control; InlineCutoff Control Dynamic) und Farbdichteregulierung IDC (InlineDensity Control) verkür-

zen die Rüstzeit und sparen ebenso Makulatur ein wie die Fan-Out-Regelung (InlineFanout Control). Für zusätzliche Anwendungen beim Druck von Handelswerbung sorgen Konfigurationen mit dem Einsatz einer fünften Druckeinheit. Zusätzliche Funktionen wie DynaChange zum fliegenden Eindruckwechsel oder das Auftragen von Lacken und Sonderfarben können dann ausgeführt werden. Auch bei der neuen Lithoman arbeiten die Bediener mit dem Bediensystem ControlCenter in Kombination mit dem MobilPad.

Pluspunkt Produktionsvielfalt

Nach Aussage von manroland web systems zählt für den Kunden neben der Wirtschaftlichkeit der hochvolumigen Produktion vor allem die Produktvariabilität. Dafür stehe die Falztechnologie der neuen Lithoman im liegenden Format mit Produkten in den Formaten Broadsheet, Tabloid sowie »In-In-Produkten«. Das führe zu einer Produktivität und Produktionsvielfalt, die Druckspezialisten seit jeher aufgrund der Bahnbreite und somit der Seitenumfänge am Tiefdruck bewundert hätten. Jetzt könnten Commercial-Drucker selbst in dieser Liga spielen.

» www.manroland-web.com

LARGE FORMAT

Know-how
aktuell!

Drucker, Medien und Zubehör

Haben Sie noch den Durchblick bei Large-Format-Druckern, Tinten und Medien? Wenn Sie ehrlich sind: Nein! Eher ist das Thema ein Bereich für Insider, die sich ausschließlich mit dem Großformatdruck beschäftigen.

Dies soll der Investitionskompass ›Large Format Printing‹ ändern. In der Broschüre werden die Techniken noch einmal grundlegend erläutert und von verschiedenen Seiten beleuchtet. Dabei werden die Drucktechniken beschrieben, Begrifflichkeiten geklärt, Druckköpfe und deren Auflösungen zueinander in Relation gestellt, die verschiedenen Tintenarten erläutert und die Funktion der Medien dargestellt.

Über 210 Systeme werden in der Marktübersicht anhand ihrer Funktionen für den Einsatz in Druckbetrieben untersucht und erläutert.

Neben einem Glossar zum Thema Large Format Printing bietet das Heft zudem noch ein detailliertes Anbieterverzeichnis der Hersteller und deren Vertriebspartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



Investitionskompass
Large Format
48 Seiten DIN A4,
davon über 12 Seiten
Marktübersichten sowie
Tabellen, Artikel, Praxis-
berichte, Glossar und
Anbieterverzeichnis.
Zu bestellen ab 5. Mai
2014 im Internet für
15,00 € / 18.00 CHF.



DRUCKMARKTCOLLECTION

www.druckmarkt.com

HuigHaverlag, Niederlande IN JET PRESS 720 VON FUJIFILM INVESTIERT

Die Druckerei HuigHaverlag ist der erste Anwender in den Niederlanden, der in die Fujifilm Jet Press 720, die B2-Bogenmaschine für den digitalen Inkjet-Druck, investiert hat. Mit einer Mischung aus Offset- und Digitaldruckmaschinen war HuigHaverlag immer ein Pionier für die Nutzung neuer Technologien, die das Serviceangebot erweitern oder verbessern können. Unter diesen Aspekten passt die Jet Press 720 perfekt zur Ausstattung der Druckerei.

Auf der Wunschliste von HuigHaverlag stand eine Digitaldruckmaschine, die den Qualitätsansprüchen des Offsetdrucks gerecht wird und dadurch dem Unternehmen die effiziente Produktion von Promo-Packs in kleinen Auflagen ermöglicht. »Als wir sahen, welche Qualität mit der Jet Press 720 erreicht werden kann, erkannten wir, dass



wir unsere Produktion damit auf die nächste Qualitätsstufe bringen können«, erklärt Direktor Chris Knip. Auch war die gleichmäßige Farbgebung der Jet Press 720, die dem Druck der Offsetmaschinen nach ISO 12647-2 angepasst wurde, ein Grund für die Investition. Zusätzlich hat HuigHaverlag auch in XMF-Workflow und XMF-Color-Path investiert.

➤ www.fujifilm.eu

Mondi HIGH-SPEED INKJET PORTFOLIO ERWEITERT

Der Verpackungs- und Papierkonzern Mondi hat sein neues High-Speed Inkjet-Sortiment 2.0 vorgestellt. Neben einem größeren Farbraum soll HSI 2.0 mehr Opazität sowie neue Flächengewichte von 60, 70 und 230 g/m² bieten. Mit der Produktpalette High-Speed Inkjet (HSI) 2.0 sei Mondi die Weiterentwicklung und Optimierung der Papierherstellung für das Inkjet-Sortiment gelungen, teilt der Hersteller mit. Der größere Farbraum gleiche in kritischen Farbbereichen, zum Beispiel bei den Rottönen, die Magenta-Schwachstelle aus und ermögliche damit eine höhere Präzision bei Logos oder der Reproduktion von Bildern. Der größere Farbraum bringe zudem Einsparpotenzial bei den Druckfarben mit sich.

»In enger Zusammenarbeit mit Kunden konnten wir aktuelle Män-

gel der High-Speed Inkjet-Technologie ermitteln: zum Beispiel die unzureichende rote Farbskala oder die fehlende Wettbewerbsfähigkeit bei bestimmten Offset-Druckaufträgen. Mit der Perfektionierung unseres Inkjet-Produktionsverfahrens können wir nun optimiertes Mondi High-Speed Inkjet Papier mit unterschiedlichem Flächengewicht anbieten. Also mehr Farben, mehr Einsparpotenzial, mehr Produktivität und höhere Wettbewerbsfähigkeit«, wiederholt Johannes Klumpp, Marketing- und Vertriebsdirektor bei Mondi Uncoated Fine Paper, die Eigenschaften des neuen Papiers.

➤ www.mondigroup.com



Modo Northern Light ZWEI NEUE LINER VON METSÄ BOARD

Nach der ausgezeichneten Resonanz auf die ungestrichenen Modo Northern-Light-Qualitäten hat Metsä Board das leichtgewichtige Sortiment jetzt um zwei neue doppelt gestrichene, vollgebleichte Liner ergänzt. Modo Northern Light Litho wurde speziell für die Litholaminierung entwickelt und eignet sich gleichzeitig auch für andere Offset-Anwendungen; Modo Northern Light Flexo wird für den Flexo-Preprint empfohlen.



Beide Qualitäten bieten einen hohen Weißgrad und Glanz sowie ausgezeichnete Druckeigenschaften bei niedrigeren Flächengewichten. Sie sind ideal als Microfluting geeignet und eröffnen im Bereich traditioneller Wellpappenanwendungen neue Möglichkeiten. Die Liner eignen sich für Lebensmittelverpackungen, darunter auch Takeaway- und Imbissprodukte, und weitere sensible Produkte wie Kosmetika und Arzneimittel, da sie aus reinen Frischfasern hergestellt sind. Ebenso eignen sie sich für Handelsverpackungen, POS-Anwendungen, Einkaufstaschen und eine Vielfalt kleinformatiger oder leichtgewichtiger Verpackungen.

Risto Auero, VP Linerboard Sales, Metsä Board. »Wenn man Modo Northern Light sowohl in der gestrichenen als auch ungestrichenen Ausführung in verschiedenen Kombinationen als Außen- beziehungsweise Innendecke einsetzt und die ungestrichene Qualität als gewellte Lage, kann man eine äußerst leichte Wellpappenstruktur schaffen.«

➤ www.metsaboard.com

Richtscheid druck & medien »ANTAPOINTS«-WETTBEWERB GEWONNEN

Gesammelt, gefiebert, gefeiert: Nach fünf Monaten endet der von Antalis für Kunden aus dem Druckbereich organisierte Wettbewerb antapoints, bei dem die Teilnehmer durch den Kauf von Antalis Printprodukten Punkte zum Tausch gegen Sachprämien sammeln konnten. Den für die abschließende Sonderverlosung ausgesetzten Hauptgewinn, ein Digitaldrucksystem im Wert von über 90.000 Euro, sicherte sich Thomas Böhne, Inhaber der Druckerei Richtscheid druck & medien in Oberhausen.

Die Übergabe des Digitaldrucksystems fand im Beisein von Jürgen Luzar, Director Print bei Antalis, Ralf Tienken, Deputy General Manager Marketing bei Konica Minolta Busi-



Von links: Ralf Tienken, Deputy General Manager Marketing bei Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH, Thomas Böhne, Inhaber von Richtscheid druck & medien, Peter Canjé, Sales Manager bei Antalis und Jürgen Luzar, Director Print bei Antalis.

ness Solutions Deutschland GmbH, und dem Kundenberater von Antalis statt.

Der antapoints-Wettbewerb war auch ein Erfolg für Antalis. Das Programm kurbelte den Verkauf und damit die abgesetzten Volumen bei Printprodukten an. Daher hat sich Antalis entschlossen, im Juli eine Neuauflage des Wettbewerbs zu starten.

➤ www.antalis.de

➤ www.konicaminolta.de

Kern GmbH**SCHWARZ-WEISS-DIGITALDRUCK AUF DEM NÄCHSTEN LEVEL**

Im März 2014 wurden zwei Xerox Nuvera 314 EA bei Kern installiert. Diese ersetzen die beiden bisher vorhandenen Modelle Nuvera 120 und 288. Mit dem größeren Durchsatz von jeweils 314 Seiten DIN A4 pro Minute im beidseitigen Druck erhöht die Kern GmbH damit signifikant die Produktionsleistung im Schwarz-Weiß-Digitaldruck. Dazu tragen auch die neuen Produktionsstapler bei, mit denen ein kontinuierlicher Fortdruck ohne Unterbrechungen durch die Bogenauslage möglich wird.

»Wir wollen stetig unsere Leistung und Produktivität verbessern, um unseren Kunden qualitativ hochwertige Produkte bieten zu können«, sagt André Kern, Geschäftsführer der Kern GmbH. Von der Leistungssteigerung profitiert insbesondere der Bereich der Laserpersonalisierung innerhalb der Mailingproduktion. Die beiden neuen Digitaldruckmaschinen verfügen, ebenso wie die bisherige Nuvera 288, über ein erweitertes Bogenanlegerformat von 49 x 32 cm. »Damit sind wir auch weiterhin für anspruchsvollste Selfmailer-Anwendungen gerüstet«, freut sich André Kern. Mit der Nuvera-Serie von Xerox können Papiere mit einer Grammatik von 56 bis 250 g/m² bedruckt werden. »Die neuen Maschinen helfen uns, höhere Auflagen in kürzerer Zeit zu produzieren. So lassen sich Aufträge nun schneller fertigstellen und dennoch ist eine hohe Qualität gewährleistet. Wir sind sehr zufrieden«, sagt Michael Scholler, Teamleiter im Digitaldruck.

➤ www.kerndruck.de

Color to Go**FARBMESSUNG MIT LEICHTEM GEPÄCK.**

SpectroPocket für Android ist ein System zum Messen einzelner Farbfelder auf verschiedenen Bedruckstoffen und zum Anzeigen der gemessenen Farbdaten auf mobilen Android-Geräten in Verbindung mit marktüblicher Spektralmesstechnik. SpectroPocket ist eine portable Elektronikbox mit Akku und integrierter Software. Spektrale Daten werden interpretiert und auf einem Android-Smartphone oder Tablet visualisiert. Die Box wird via USB-



Schnittstelle mit dem Spektralmessgerät verbunden, die Kommunikation zwischen der SpectroPocket Box und dem mobilen Gerät erfolgt via Bluetooth. Zurzeit unterstützt SpectroPocket für Android die Spektralfotometer i1Pro, i1Pro 2 und ColorMunki Design von X-Rite. Für die Visualisierung auf Smartphone und Tablet steht eine Android-App bereit.

Mit spektralen Remissionswerten, Kurvendiagrammen, LAB-, XYZ- und RGB-Werten sowie Dichten stehen auf dem Android-Gerät alle notwendigen Anzeigemodi zur Verfügung. Auch das Anzeigen der Differenz zwischen Messungen als Delta-E-Wert ist möglich. Perfekte Farbdichten aus spektralen Messungen errechnet die Bestmatch-Funktion. Farbwerte und ganze Messreihen lassen sich im Standardformat CxF (Color Exchange Format) zur Weiterverwendung exportieren oder von dort importieren.

➤ www.digiinfo.com

Horizon auf der Interpack 2014 EUROPA-PREMIERE FÜR NEUE STANZMASCHINE

Horizon präsentiert auf der Interpack erstmals in Europa die neue Stanzmaschine RD-4055. Die Stanzmaschine RD-4055 ist nach Angaben des Herstellers für kleinere und mittlere Auflagen konzipiert und arbeitet mit einem flexiblen rotativen Stanzprinzip, bei dem unter anderem das zu stanzende Material in der Maschine vorwärts und rückwärts transportiert werden könne. Dadurch ließe sich die Stanzform im Mehrfachnutzen verwenden. Das



Rotative Stanzmaschine RD-4055 von Horizon.

Ergebnis sei eine Kostenreduktion bei den Stanzformen. Bis zu 6.000 Exemplare im maximalen Format 400 x 550 mm verarbeitet die Maschine pro Stunde nach Angaben von Horizon. Durch eine optionale Separiereinheit entfällt das manuelle Heraustrennen der Produkte vom Bogen. Als Lösung für Stanzen, Anstanzen, Rillen und Perforieren öffne die Horizon RD-4055 eine ganze Reihe von Anwendungsmöglichkeiten, darunter zum Beispiel personalisierte Verpackungen, Präsentationsmappen, Spiel- und Visitenkarten, Aufkleber, Etiketten, Mailings, Flyer in ausgefallenen Formen und vieles mehr. Darüber hinaus will Horizon auf der Messe Lösungen für Kleinstfalzungen speziell für den Pharmabereich (AF-406T6A), für die Folienkaschierung zur Verpackungsveredelung (Mercury 530 SF) sowie für kombiniertes Rillen, Perforieren und Falzen (CRF-362) zeigen.

➤ www.horizon.de

Mark Andy AG**MARKTPRÄSENZ IN DACH VERSTÄRKT**

Mark Andy, Hersteller und Lieferant für Flexo-Druckmaschinen, verstärkt seine Marktpresenz im deutschsprachigen Raum. Zum 1. April 2014 erhielt die Mark Andy AG in der Schweiz Unterstützung von zwei etablierten Partnern in der Branche: PrintConcept Grafische Maschinen aus Kohlberg wird die Gebiete Baden-Württemberg, Bayern, Schweiz und Österreich betreuen, die restlichen Bundesländer in Deutschland werden von der

Graphic Team GmbH aus Frankfurt betreut.

Die Performance-Serie, bestehend aus den Flexodruckmaschinen P3, P5 und P7, wie auch die Rotoflex-Baureihe, Inspektions-, Schneid-, und Stanzmaschinen zählen zu den Highlights aus dem Hause Mark Andy. Seit Einführung der P-Serie 2009 wurden mehr als 350 Maschinen installiert.

Neben dem Etikettendruck hat Mark Andy zahlreiche Installationen in speziellen Anwendungsbereichen wie dem Aluminium-, Laminat-, Karton- oder Verpackungsdruck im Markt und deckt dabei Materialbreiten bis 670 mm ab.

➤ www.printconcept-gm.de

➤ www.graphic-team.eu

Mediengruppe Oberfranken COLORMAN E:LINE 50 MIT AUTOPRINT-AUSSTATTUNG

Vollautomatisierung, höchste Wirtschaftlichkeit, Flexibilität und Produktivität sind in Bamberg bald keine Zukunftsmusik mehr. Bereits im April 2015 soll die neue Colorman e:line 50 von manroland web systems in Betrieb gehen. Die Zeitungsrotation für die Mediengruppe Oberfranken bietet dabei alles, was man sich an neuesten Technologien und Automatisierungslösungen vorstellen kann. Ab April ersetzt die 32-Seiten Maschine dann vollständ-



Die Colorman e:line: Höchste Flexibilität und Produktivität garantiert.

dig die zwei bisherigen Bestandsmaschinen von Koenig & Bauer. Mit zahlreichen verschiedenen Geschäftsbereichen bietet die Mediengruppe Oberfranken ihren Kunden und Partnern ein einzigartiges crossmediales Potenzial. Während Zeitungen und Anzeigenblätter sowie einige Online-Medien speziell auf Franken zugeschnitten sind, agieren Druckereien, Fachverlage und das hauseigene Venture-Capital-Unternehmen im gesamten deutschen, teilweise auch europäischen Markt. Für den Druckstandort in Bamberg, an welchem acht unterschiedliche Tageszeitungsausgaben der Mediengruppe Oberfranken produziert werden, hat das Unternehmen nun entschieden, in die Zukunft zu investieren. Ab April 2015 wird hier auf einer vollausgestatteten Colorman e:line 50 von manroland web systems produziert.

➤ www.manroland-web.com

HP ANTI-FÄLSCHUNGSPROGRAMM AUFGESETZT

HP investiert kontinuierlich in die Entwicklung der HP Original Toner-Kartuschen und gewährleistet so höchste Qualität und ein effizientes Kosten-Nutzen-Ergebnis.

Anwender wissen häufig nicht, wie viel Technologie in einer HP Original Toner-Kartusche steckt. Doch dieser Teil macht sogar 70% der Intelligenz im Produkt des Druckers aus. Damit das Herzstück immer auf dem technologisch neuesten Stand ist und HP für seine Drucker auch stetig den besten Standard anbieten kann, arbeiten 100 Ingenieure und Wissenschaftler kontinuierlich an der Weiterentwicklung der Original HP Toner.

Doch Qualität hat seinen Preis und Nutzer empfinden Alternativen oder Fälschungen oft als kostengünstiger. Dabei lohnt es sich in Toner zu investieren, denn die Wahl hat direkten Einfluss auf das Druckergebnis und der Nutzer spart am Ende Papier- und Druckkosten ein. So weisen HP Original Toner-Kartuschen zum Beispiel eine außergewöhnliche Reinheit der Farben sowie eine innovative, chemische Zusammensetzungen auf, die optimale Druckleistungen erzeugt und gleichzeitig lange hält.

Gefälschte Kartuschen können hingegen diese Qualität und Zuverlässigkeit nicht konsequent gewährleisten. Es kann zum Beispiel davon ausgegangen werden, dass Refiller andere Formeln und Bestandteile entwickeln. Das Zubehör harmonisiert dann in der Regel nicht mit den HP Druckern und am Ende werden schlechte Druckergebnisse erzielt beziehungsweise Schäden am Drucker erzeugt. Um solch illegale Produkte aus dem Markt zu ziehen, hat HP ein Anti-Fälschungsprogramm (ACF) aufgesetzt, das dabei hilft Fälscher und Fälschungen auffindig zu machen. Auch möchte HP damit seine Kunden ermuntern, aufmerksam gegenüber Fälschungen zu sein.

➤ www.hp.com/go/anticounterfeit

Serialisierungslösung aus einer Hand

Neues Komplettsystem Digiline Single 450 von Atlantic Zeiser

Voraussetzung für größtmögliche Effizienz beim Serialisieren von Arzneimittel-Verpackungen ist das Zusammenspiel von Drucker-, Kamera- und Transportmodul sowie einer Serialisierungssoftware. Um flache Kartons mit hoher Auflage zu serialisieren, gibt es mit dem System Digiline Single 450 deshalb jetzt eine neue Lösung von Atlantic Zeiser, die zur Interpack präsentiert

kontraststarke Codierungen. Die verwendete spezielle UV-Tinte ist laut Atlantic Zeiser beständig gegen Wasser, Alkohole und Lösemittel. Versehentliches nachträgliches Verwischen der Codes ist damit ausgeschlossen.

Je nach Drucksystem hat die Linie eine Transportgeschwindigkeit von 30 bis 60 m/Min., was ungefähr 120 bis 240 typischen Pharmaver-



Beim Serialisieren flacher Kartons bietet das Komplettsystem Digiline Single 450 von Atlantic Zeiser größtmögliche Sicherheit. Im Zusammenspiel mit der optionalen Software Medtracker verhindert es versehentliche Fehler der Maschinenbediener.

wird. Zusammen mit der optionalen Software Medtracker sorgt das System nach Herstellerangaben für Zuverlässigkeit beim Generieren und Drucken der Codes. »Gerade das Verwalten und Zuweisen von Nummernkreisen sind für Verpackungsdienstleister und Pharmahersteller Herausforderungen«, erläutert Helmut Schneider, Group Product Manager Packaging bei Atlantic Zeiser. Die übergeordnete Intelligenz von Medtracker verhindert selbst bei fehlerhafter Bedienung das doppelte Vergeben von Nummern. Die Software unterstütze aber auch das Reporting der Produktionsergebnisse.

Die Digiline Single 450 ist ausgelegt für Bogen beziehungsweise Kartons mit einer Größe von 80 x 100 mm bis 450 x 500 mm, die Druckbreite reicht von 36 bis 210 mm. Damit deckt sie die gängigsten Maße im Pharmabereich ab. Ausgestattet mit einem Omega UV Inkjet Drucker, liefert das System tiefschwarze,

packungen je Minute entspricht. Die robuste Bauweise des Transportsystems, das vom Maschinenhersteller Kohmann entwickelt wurde, ist auf Langlebigkeit und Standfestigkeit ausgelegt. Der bedienerfreundliche Anleger soll schnelle Jobwechsel ohne lange Rüstzeiten gewährleisten. Die konfigurierbare Ausstattung der Digiline Single 450 umfasst neben Transport- und Drucksystem auch die Untermischungs- und Verifikationskameras. Optional lässt sich zusätzlich eine Label-Einheit oder ein zweiter Drucker für einen Helper-Code integrieren. Die Digiline Single 450 ist außerdem geeignet, um bei Kosmetik-Verpackungen sichtbare und unsichtbare Codes für das Graumarkt-Monitoring und gleichzeitig QR-Codes für das Kundenmarketing aufzubringen.

➤ www.atlanticzeiser.com

EUROPE'S INDUSTRY DNA

© Fotolia



EDP AWARDS 2013/2014

Jedes Jahr treffen sich Experten und Fachjournalisten der führenden europäischen Fachzeitschriften für digitale Produktion, um die aktuellsten technologischen Entwicklungen zu evaluieren und zu bewerten. Die Produktauswahl reicht von Software über Digitaldruckmaschinen, Peripherie, Endverarbeitung und Veredelung bis hin zu Tinten und Druckmaterialien.

Aus allen Einreichungen wird das beste Produkt jeder Kategorie mit dem EDP Award geehrt. Diese Beurteilung soll den Anwender in seiner Kaufentscheidung unterstützen und dem Hersteller eine Wertsteigerung seines Produktes vermitteln.

Im vergangenen Jahr wurde 23 Trophäen für die Besten in ihrer Kategorien vergeben. Welche Produkte mit welcher Begründung gewonnen haben, finden Sie auf www.edp-award.org, wo der technische Report, basierend auf allen Einreichungen, zum Download bereitsteht.

Ebenfalls auf der Website finden Sie alle aktuellen Einreichungen des Awards 2014. Die Gewinner dieses Jahres werden am 21. Mai anlässlich der Fespa Digital in München verkündet.



Mitglieder Magazine 2014:



INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2014			
08. 05. - 14. 05. 2014	interpack, Processes and Packaging	Düsseldorf	 www.interpack.com
20. 05. - 23. 05. 2014	Fespa Digital	München	 www.fespa.com
21. 05. 2014	Creative Printing 2014	Wien	 www.amiando.com/cp14.html
23. 06. - 25. 06. 2014	Doxnet, 16. Fachkonferenz 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
2015			
10. 03. - 12. 03. 2015	ICE, International Converting Exhibition	München	 www.ice-x.com
19. 05. - 23. 05. 2015	Grafitalia, Fachmesse für die grafische Industrie	Mailand	 www.grafitalia.biz
19. 05. - 23. 05. 2015	Converflex, Fachmesse für Papierverarbeitung und Verpackungsdruck	Mailand	 www.converflex.it
19. 05. - 23. 05. 2015	IPack-IMA, Messe für die Verarbeitungs- und Verpackungstechnologie	Mailand	 www.ipack-ima.com



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

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

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

ÖFFNUNGSZEITEN

MONTAG

14.15 UHR – 18.30 UHR

DIENSTAG BIS FREITAG

10.15 UHR – 13.00 UHR

14.00 UHR – 18.30 UHR

SAMSTAG

NACH VEREINBARUNG

Impressed**SMART AUTOMATION
ROADSHOW III**

Im Mai 2014 startet die Impressed GmbH die dritte Smart Automation Roadshow durch 9 Städte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Unter »Smart Automation« versteht Impressed die intelligente Verknüpfung bestehender Systeme und Programme zu einem automatisierten Produktionsworkflow. Wie lassen sich inner- und zwischenbetriebliche Produktionsabläufe effizienter gestalten? Das ist die zentrale Frage der Impressed Automation Roadshow (ISAR). Im Mittelpunkt der ISAR III steht die Verknüpfung von Auftragsdaten (xml, jdf, Datenbanken) mit den Produktionsdaten (PDFs, offene Dateiformate etc.) und die damit verbundene standardisierte und automatisierte Prozess- und Produktionssteuerung. Medien- und Druckdienstleister haben für die zahlreichen Aufgaben und Probleme bei der Erstellung, Verwaltung, Korrektur etc. von Daten in unterschiedliche Soft- und Hardware investiert.

Impressed zeigt auf der ISAR III, wie Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen in alle Stufen des Produktionsprozesses mit einbezogen werden können. Auf Basis eines exemplarischen Management-Information-Systems und einer Produktionsdatenbank wird die Möglichkeit demonstriert, die Kommunikation zwischen Kunde und Dienstleister zu optimieren, auftragsspezifische Prüfungen und Korrekturen vorzunehmen und diese Daten dem Kunden zur Freigabe zu übermitteln.

➤ www.impressed.de

Polar PACE Days 2014**AUTOMATISIERUNG
BEIM SCHNEIDEN**

Vom 12. bis 16. Mai 2014 veranstaltet Polar am Firmensitz in Hofheim seine PACE Days 2014. Im Fokus stehen dabei die Automatisierungsmöglichkeiten beim Schneiden. Polar zeigt dort, wie Kunden ihren Schneidprozess optimieren können.

Highlight der Veranstaltung ist zugleich eine Weltneuheit: Polar Easy-Load 75. Das Produkt schließt die Lücke zwischen manuellem und



automatischem Rütteln bis zum Format 121 x 162 cm.

Die CuttingSystems PACE von Polar stehen für die Automatisierung beim Schneiden. PACE ist die Abkürzung für Polar automation for cutting efficiency. Kernstück sind der Drehgreifer Autoturn und der Schnellschneider Autotrim. Das ermöglicht bis zu fünf automatische Schnitte. Während dieser Zeit kann der Bediener bereits die nächste Schneidlage vorbereiten. Damit kann entweder die Produktivität gesteigert oder Personal eingespart werden.

Mit dem Dreiseitenschneider BC 330 bietet Polar auch ein Produkt zum automatischen Schneiden klebegebundener Produkte an. Das Gerät ist speziell für die Kunden interessant, die hin und wieder klebegebundene Produkte fertigen und diese manuell auf der Schneidemaschine auf Format schneiden. Mit dem BC 330 kann das Binden und Schneiden parallel von einem Bediener erledigt werden, ohne die Schneidemaschine zu blockieren.

➤ www.polar-mohr.com

Gelungene Premiere**»KIELER PRINT COCKTAIL
2014«**

Das RGF-Mitglied hard & soft aus Kronshagen bei Kiel lud zum ersten »Kieler Print Cocktail« mit Symposium am 2. und 3. April ein. Die Veranstaltung der Print Cocktail Reihe bildete den Anfang und Start ins Print Cocktail Jahr 2014. Zahlreiche Besucher und namhafte Aussteller genossen die persönliche Gesprächsatmosphäre und geschickte Zusammenstellung der Themen des Symposiums.

Weltpremiere feierte die Kooperation zwischen den RGF-Partnern Forever und Systemata. In enger Zusammenarbeit haben sie eine Softwarelösung für T-Shirt-Transferanwendungen entwickelt, die farblich und haptisch korrekte Ergebnisse liefert – bisher ein Manko vieler Lösungen. Systematas Softwarelösung erzielt dies in Kombination mit OKI-Systemen ES7411WT, ES9420WT und den Forever-Transferpapieren. Darüber hinaus wird durch Optimierung des Farbauftrags Toner eingespart. Neben Live-Vorführungen der Aussteller fanden spannende Vorträge von Experten aus der Industrie zu den Themen »Standardisierung im Digitaldruck«, »5 Farben: Digitaler Farbdruk mit Weiß und Lack«, »Kannibalisierungsangst bei Mobile Publishing« und »Neo und 3D-Druck – Die Grenzen liegen in der Phantasie« statt.

➤ www.hardsoft-kiel.de

Papyrus inn**»EDEL BEEINDRUCKEN –
HAPTISCH KOMMUNIZIEREN«**

Kommunikation ist mehr als Wort und Bild, auch das Berühren von Papier als Informations- und Markenträger vermittelt wichtige Botschaften. Wie Unternehmen davon profitieren, verraten hochkarätige Referenten auf der nächsten »Papyrus inn« am 8. Mai 2014 in Kirchheim-Heimstetten – dem Papyrus Deutschland Standort bei München. Unter dem Motto »Edel beeindrucken – haptisch kommunizieren« geht die erfolgreiche Veranstaltungsreihe für Verantwortliche aus Marketing, Werbung und der grafischen Branche in die nächste Runde. Alfred König von König Konzept gewährt Einblicke in die Geheimnisse der haptischen Kommunikation und Ali J. Bazooband von Achilles Präsentationsprodukte zeigt wie man Print richtig »pimpt«. In der Podiumsdiskussion »praxisorientiert und wertvoll« sprechen Matthias Hauer (Typographische Gesellschaft München), Daniel Wittke (KMS Team) und Karl-Heinz Stockbauer (Seismographics JK) über neueste Trends, Ideen und wertvolle Erfahrungen. Ein echtes Highlight der ersten »Papyrus inn« 2014 ist eine Ausstellung zum Thema »Historisches Drucken«. Darüber hinaus erhalten die Besucher wieder viel Gelegenheit, sich in entspannter Atmosphäre auszutauschen und den Arbeitstag informativ ausklingen zu lassen. Unterstützt wird die Veranstaltung von der Büttenpapierfabrik Gmund, Papierfabrik Scheufelen und Lenzing Papier. Im Laufe des Jahres folgen weitere Veranstaltungen an verschiedenen Standorten von Papyrus Deutschland, unter anderem im September in Ettlingen.

➤ www.papyrus.com

INKJET MACHT DRUCK: Dem Inkjet-Digitaldruck gehört die Zukunft. Der swiss publishing day am 20. Mai 2014 in Winterthur nimmt sich dem Thema an und will Orientierungshilfe bieten. Druckern und Publishern soll ein Überblick des aktuellen Standes der Technik gegeben und aufgezeigt werden, was die Zukunft zu bieten hat. Welche Chancen der Digitaldruck Prepress-Profis bietet und welche Kompetenzen künftig gefragt sein werden, gehören ebenso zum Programm wie zwei Referate von Adobe-Evangelist Rufus Deuchler zu den Neuheiten der Creative Cloud und zu Adobe Muse sowie eine Session von Stephan Jaeggi zu den Möglichkeiten von PDF/X-4 und PDF/VT. ➤ www.swiss-publishing-days.ch

XEIKON CAFÉ Wie kann digitale Produktion die Etiketten- und Verpackungsindustrie verbessern und verändern? Wie kann sie kleine und mittlere Auflagen in rentable Geschäfte verwandeln? Etiketten- und Verpackungsdrucker und -veredler können das beim Xeikon Café, das vom 20. bis 22. Mai 2014 von Xeikon im belgischen Lier (Antwerpen) stattfindet, herausfinden. ➤ www.xeikoncafe.com

MESSEN IN MAILAND Im nächsten Jahr finden zur Weltausstellung Expo 2015 unter dem Motto ›Feeding the Planet, Energy for Life‹ vom 19. bis 23. Mai in Mailand die Grafitalia, Italiens bedeutendste Fachmesse für die grafische Industrie, und die Converflex, Fachmesse für Papierverarbeitung und Verpackungsdruck, gemeinsam mit der IPack-IMA, Italiens führender Messe für die Verarbeitungs- und Verpackungstechnologie, statt. ➤ www.grafitalia.biz ➤ www.converflex.it ➤ www.ipack-ima.com

CAMPUS FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE Am 21. Mai startet zum dritten Mal der Managementkurs für Führungskräfte und Geschäftsführer der Druckindustrie. Mit dem ›Managementprogramm für Unternehmensführung‹ bietet die campus managementakademie für druck und medien gmbh ein bewährtes Qualifizierungsprogramm an, das seine Absolventen dabei unterstützt, ihre Betriebe erfolgreich für die Zukunft aufzustellen. Die Unternehmerverbände der Druck und Medienbranche setzen sich damit gemeinsam mit dem Bundesverband Druck und Medien für die Sicherung und Förderung der Branche durch spezifische Weiterbildungsprogramme ein. ➤ www.campus-mdm.de

PRINTED ELECTRONICS Gemeinsam mit der Papiertechnischen Stiftung (PTS) und der PVF-Vertriebs GmbH präsentiert der Cluster Print das Know-how und die Innovationskraft der bayerischen Druck- und Medienindustrie auf der Messe für gedruckte Elektronik Lope-C, die vom 27. bis 28. Mai in München stattfindet. ➤ www.cluster-print.de

›MEET KODAK IN DER SCHWEIZ‹ ist eine Einladung an Unternehmer und Führungskräfte aus dem Akzidenz- und Verpackungsdruck aus dem gesamten deutschsprachigen Raum, sich am 14. Mai 2014 am neuen Kodak-Europa-Hauptsitz in Eysins bei Genf einen Überblick über Kodak-Produkte und -Technologien zu machen. Dabei haben die Teilnehmer Gelegenheit, im Technologiezentrum neue Produkte und Systemlösungen in Demonstrationen zu erleben und mit Experten des Herstellers zu diskutieren. Neben Bebilderungstechnologien geht es um Lösungen zur digitalen Druckformherstellung für den Offset- und Flexodruck, um Workflow-Systeme und deren Einzelkomponenten und nicht zuletzt um den Digitaldruck. ➤ www.kodak.com

Heidelberg

VERANSTALTUNGEN IM PRINT MEDIA CENTER

Im ersten Halbjahr 2014 veranstaltet Heidelberg im Print Media Center (PMC) ›HEI Open Days‹ und ›Heidelberg Info Days‹. Einige Veranstaltungen wurden bereits durchgeführt, weitere stehen noch auf dem Terminkalender.

HEI Open Days finden am 22. Mai und 26. Juni 2014 von jeweils 9.00 Uhr bis 16.00 Uhr in Heidelberg statt. Hier können sich die Kunden einen Überblick über eine vollstuf-



Bei den HEI Open Days können sich Werbedruckereien einmal pro Monat im Print Media Center umfassend über Lösungen von Heidelberg informieren.

ge und komplett integrierte Druckerei verschaffen. Dies umfasst den Digitaldruck, alle Formate des Offsetdrucks sowie die passenden Weiterverarbeitungssysteme. Bei diesem ›Tag der offenen Tür‹ im PMC erwarten die Besucher an allen Maschinen Fachleute von Heidelberg, die mit praktischen Demonstrationen

alles Wissenswerte rund um die Druckproduktion vermitteln. Dazu gehören auch abgestimmte Verbrauchsmaterialien von Heidelberg Saphira und die entsprechenden Service- und Dienstleistungsangebote.

Bei den Info Days steht jeweils ein konkretes Thema im Mittelpunkt. Dabei werden Lösungen zu den aktuellen Trends in der Printmedienindustrie gezeigt. Die Veranstaltungen dauern jeweils von 9.00 Uhr bis 16.00 Uhr. Sowohl im PMC in Heidelberg als auch im PMC in Wies-



Die Heidelberg Info Days stellen ein Thema in den Mittelpunkt – wie beispielsweise die Heidelberg Info Days zum Thema Packaging im Print Media Center in Wiesloch-Walldorf.

loch-Walldorf sind die aktuellsten Maschinenmodelle zu sehen. Alle Maschinen – von der Vorstufe über den Druck bis hin zur Weiterverarbeitung – sind komplett in den Prinect Workflow integriert. Der Schön- und Widerdruck mit Schwerpunkt LE UV ist vom 14. bis zum 15. Mai 2014 zu sehen. 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.

Im PMC in Wiesloch-Walldorf dreht sich vom 4. bis zum 5. Juni 2014 alles um Spitzenleistung für Verpacker. Über zwei Formatgrößen und mit drei Verpackungs-Workflows wird gezeigt, wie kleine und mittlere Faltschichtelaufgaben mit höchster Produktivität hergestellt werden können.

➤ www.heidelberg.com

LESE-TIPP



Weiterführende Informationen zu den Terminen finden Sie auch in der Ausgabe ›Druckmarkt impressions 79‹.

Wettbewerb

DER NEUNTE FEDRIGONI TOP AWARD HAT BEGONNEN

Ein internationaler Wettbewerb der sich an alle Kreativen richtet, die zwischen Mai 2013 und Juli 2014 hochwertige Arbeiten mit Fedrigoni-Papieren umgesetzt haben, hat begonnen. Agenturen, Grafiker, Druckereien, Verleger oder auch Industrieunternehmen haben hier die Möglichkeit ihre außergewöhnlichen Projekte zu präsentieren. Druckprojekte können für folgende fünf Kategorien eingereicht werden:

- 1) Bücher (Gianfranco Fedrigoni gewidmet): Bücher, Kunstkataloge etc.
- 2) Corporate Publishing: Broschüren, Produktkataloge, Geschäftsberichte, Grußkarten und Einladungen, Kalender, Notebooks, Tagebücher etc.
- 3) Etiketten: auf einer Verpackung angebracht wie Lebensmitteletiketten, Weinetiketten, Spirituosenetiketten etc. (unterstützt durch die Firma Manter).
- 4) Verpackung: Schachteln, Etuis, Papiertragetaschen, Displays etc.
- 5) HP Indigo Digitaldruck: Druckprojekte die im HP Indigo Digitaldruck realisiert wurden.

Die Bewertung und Auswahl der Arbeiten ist einer Gruppe internationaler und unabhängiger Experten aus der Welt des Designs und der Grafik anvertraut und beruht auf Kriterien wie Originalität, Funktionalität und Umsetzung sowie dem kreativen Einsatz des Papiers. Die Gewinner erhalten eine Auszeichnung und die Arbeiten werden im März 2015 auf einer Ausstellung in London präsentiert. Zusätzlich wird ein Katalog erstellt, der während der Ausstellung verteilt und an ein qualifiziertes Publikum verschickt wird. Eine Auswahl der besten Arbeiten wird anschließend im Internet veröffentlicht.

Die Teilnahme am Fedrigoni Top Award ist kostenlos, Anmelde-schluss ist am 31. Juli 2014.

➤ www.fedrigonitopaward.com

Online Print Symposium 2014

Was verbirgt sich hinter ›SoLoMo‹?

Kunden von Druckereien müssen zunehmend auch mobil, lokal und in sozialen Netzwerken erreicht werden. Auf dem Online-Print-Symposium (15./16. Mai in München) erfahren die Teilnehmer warum und wie.

Professor Dr. Gerrit Heinemann leitet das eWeb Research Center an der Hochschule Niederrhein und ist einer der einflussreichsten Experten im Bereich E-Commerce. Er greift die Besonderheiten des E-Business als Vertriebskanal, seine regionalen Aspekte und den wachsenden Einfluss sozialer Vernetzung und mobiler Kundenzugänge in seinem Leitvortrag zum Thema ›SoLoMo:

Always on – Die soziale, lokale und mobile Zukunft des Shoppings‹ auf: »Durch das Mobile Internet und die neuen Smartphones ist die Kommunikation an jedem Ort und zu jeder Zeit möglich. Dabei teilen Nutzer zunehmend Informationen zu ihrem Aufenthaltsort und zu lokalen Angeboten. Diese werden nicht mehr zeitversetzt, sondern in Echtzeit mit dem Netzwerk ausgetauscht. Insofern ist das soziale Netzwerk durch das Mobile Internet Begleiter in allen Lebenssituationen und zu allen Themen an allen Orten.« Er regt an, dass sich auch Online Print Shops mit diesen neuen Möglichkeiten der Vermarktungseffizienz auseinandersetzen, die sich aus der sozialen, lokalen und mobilen Vernetzung (SoLoMo) ergeben.

Branchenspezifisch vertiefen wird dies Thomas Wieneritsch. Er be-

schäftigt sich seit 2003 mit der Neukundengewinnung durch Suchmaschinen speziell im E-Business Print und hat ein Online-Portal für regionale wie auch im Internet agierende Druckereien aufgebaut. In seinem Vortrag ›Online regional erfolgreich in der Praxis‹ wird er am Beispiel einer mittelständischen Druckerei erläutern, wie Druckleistungen sich online und/oder regional vermarkten lassen.

Neben diesen Schwerpunktthemen, zu denen es noch weitere Referate geben wird, greifen die zwei Vortragsstage des Online Print Symposiums viele weitere Themen auf, so zum Beispiel Smart Automation oder Strategien zur Preisfindung. In der Keynote wird Clément Moreau, CEO von Sculpteo, die ›3D-Druckfabrik in der Cloud‹ vorstellen und einen Einblick vermitteln, wie die 3D-Fertigung heute und in Zukunft aussehen wird.

Dr. Andreas Kraushaar von der Veranstaltergemeinschaft Fogra, zipcon consulting und Bundesverband Druck und Medien betont die Bedeutung einer richtigen Positionierung im Online Print Business: »Es reicht nicht, nur einen Online Print Shop zu eröffnen, der Vertriebsweg Online stellt auch Profis in diesem Bereich ständig vor neue Herausforderungen. Das Online Print Symposium liefert daher nicht nur Einsteigern Anregungen, wie sie ihr Online Business ankurbeln können. Wir erwarten wieder das Who is Who im deutschsprachigen E-Business Print, das Symposium ist daher wieder der Ort, die bestimmenden Trends zu entdecken und sich zu vernetzen.«

Das Symposium findet erneut im Kongresshotel Arabella Sheraton in München statt. Erstmals ergänzt dieses Jahr ein Tutorial-Tag das Symposium.

➤ www.online-print-symposium.de

Roadshow ›IT Trends 2014‹

ÜBERZEUGENDE SECURITY-KONZEPTE

Sichere Geschäftsprozesse benötigen überzeugende Security-Konzepte – dieser Erkenntnis folgt die Roadshow ›IT-Trends 2014‹ der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH und des Systemhauses Raber+Märcker bis Juni 2014 an bundesweit sechs Standorten. Auf der Agenda der kostenlosen Informations-Veranstaltungsreihe stehen effektive IT-Schutzstrategien für Unternehmen vom gesicherten MFP bis zur virtuellen Selbstverteidigung bei einem Live-Hacking.

IT-Strukturen, Mobile Solutions oder BYOD machen Arbeitsprozesse in Unternehmen effizient und produktiv. »Die Kehrseite aber ist: Je komplexer der Mix aus Hardware, Applikationen und Services, desto höher die Gefahr von Sicherheitslücken. IT-Security wird deshalb immer mehr eine kritische Größe für effiziente Geschäftsprozesse. Auf der ›IT Trends 2014‹ zeigen wir ausgewählte Services, mit denen ein Datencrash verhindert wird«, erläutert Axel Fritsch, Senior Manager Regions bei Konica Minolta Business Solutions Deutschland.

Dabei konzentrieren sich Konica Minolta und sein Tochterunternehmen, das Systemhaus Raber+Märcker, auf aktuelle Entwicklungen zu den Themen bizhub Secure, Managed Monitoring, unternehmensinterne IT und Live-Hacking. In der Projektpraxis reichen die Security-Services der Spezialisten für Business Workflow-Lösungen aber mittlerweile von der Beratung, Analyse, Bewertung von (Fremd-)Konzepten, Produktvergleich und Konzeption bis hin zur Implementierung oder Betrieb als Managed Services.

Verbleibende Termine sind der 13. Mai in Ulm, 15. Mai in Nürnberg, 20. Mai in Feldkirchen, München und der 22. Mai in Friedrichshafen.

➤ www.konicaminolta.de

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹.

Telefon 0 26 71 - 38 36
E-Mail: nico@druckmarkt.com

Doxnet Veranstaltungen 2014 MESSEN UND EIGENE VERANSTALTUNGEN

Das Erfolgsgeheimnis von Doxnet ist schnell gelüftet: eine Mischung aus Fachvorträgen, direkten Kontakten zu führenden Herstellern der Hard- und Softwarebranche, ein einzigartiges Branchennetzwerk sowie ein ausgewogenes Tagungsangebot machen den Verband und seine Dienstleistungen so attraktiv. Mit über 700 Fachleuten aus rund 200 Firmen und Organisationen bietet der Verband seinen Mitgliedern ständig aktuelle Informationen und Veranstaltungen – in der Summe eine hochinteressante Plattform für einen Wissensaustausch. Über das Jahr verteilt bietet der Verband folgende Veranstaltungen an:

16. Doxnet Fachkonferenz und Ausstellung im Kongresshaus in Baden-Baden (23. bis 25. Juni 2014); Doxnet Studienreise zu Steinbeis Papier GmbH nach Glückstadt (3. + 4. Juni 2014); Doxnet Round Table während der DMS Expo in Stuttgart (8. Oktober 2014); Doxnet Round Table während der Druck + Form in Sinsheim (9. Oktober 2014); Doxnet-vor-Ort in Wien und Großebersdorf (20. + 21. Oktober 2014) und Doxnet-Tag in München (6. November 2014).

➤ www.doxnet.eu

Etablierter Branchentreff »PRINT COCKTAIL« WIEDER AUF DEUTSCHLAND-TOUR

Der RGF, Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants, veranstaltet auch 2014 gemeinsam mit Partnern aus Handel und Industrie die Print Cocktail Reihe. Der Print Cocktail wird neben dem traditionellen Veranstaltungsort in Krefeld (28. bis 30. Oktober) auch noch in Erfurt Station machen (14. bis 15. Mai). Burghold und Frech, renommierter Fachhändler in Erfurt und RGF-Mitglied, hat in enger Zusammenarbeit mit der



Messe Erfurt die Vereinbarung getroffen, den Erfurter Print Cocktail mit den Erfurter Messeveranstaltungen RapidTech, Fachmesse und Anwendertagung für Rapid-Technologie und FabCon 3.D, deutsche Personal Fabrication Convention, zu verschmelzen. Der Erfurter Print Cocktail findet in der Glashalle auf dem Erfurter Messegelände statt. Für die Kunden von Burghold und Frech und Börner Systeme für Werbetechnik und Digitaldruck ist der Eintritt zu allen Veranstaltungen kostenfrei.

➤ www.printcocktail.de
➤ www.burghold-frech.de
➤ www.rapidtech.de
➤ www.fabcongermany.com

2. Strategie-Event der campus managementakademie

»Marketing und Vertrieb – zwei wichtige Hebel im Verdrängungsmarkt«

Dass mit dem 2. Strategie-Event der campus managementakademie für druck und medien gmbh, einer Initiative und Tochtergesellschaft des Verbandes Druck + Medien Nord-West e. V., wichtige Themen getroffen wurden, zeigte das große Interesse an dieser halbtägigen Veranstaltung. Mehr als 60 Unternehmer und Geschäftsführer von kleinen wie großen Verlagen, Druckereien, Agenturen und Medienhäusern folgten den drei Vorträgen und diskutierten gemeinsam die Herausforderungen und möglichen Lösungswege für ihre Betriebe.

Eröffnet wurde das Event durch Oliver Curdt, Geschäftsführer des VDM Nord-West. Er zeigte Zahlen und Fakten der Branche auf. Die Benchmarks für das eigene Unternehmen und die Perspektiven, die sich aus den Fakten ergeben, zeigte Curdt als logische Konsequenz für die Teilnehmer auf. Dabei wurde klar, dass sich die Branche in einem absoluten Verdrängungswettbewerb befindet und dass eine eindeutige Positionierung und Strategie im Markt ein absolutes Muss ist. Aber auch die nach wie vor gute Perspektive zeigte Oliver Curdt auf und machte Mut, sich in einem kompetitiven Marktumfeld zu behaupten. Curdt zeigte anhand von aktuellen Studien und Umfragen auf, dass die heutigen Kunden auch weiterhin auf den Druck zählen und er für sie ein unverzichtbares Medium darstellt.

Im zweiten Teil stellte Simone Marhenke, Geschäftsführerin der campus managementakademie, die beiden strategischen Hebel Marketing und Vertrieb vor. Die Bedeutung und die enge Verzahnung der beiden Themen in klaren operativen Maßnahmen waren die Inhalte ihres Vortrags. Ohne strategisches Marketing kein erfolgreicher Vertrieb. Die Differenzierung des eigenen Unternehmens gegenüber Mitbewerbern und ein aktiver und auf die Bedürfnisse des Kunden ausgerichteter Vertrieb sind dabei zwei wesentliche Prämissen.

Detlef Luthin, Geschäftsführer der Media-Print Informationstechnologie GmbH, zeigte, dass Marketing und Vertrieb Chefsache sind. »Die lösungsorientierte Vertriebsausrichtung ist heute unser Weg. Wir möchten mal für sie drucken ist für uns kein Vertriebsansatz«, sagte Luthin und bestätigte die Bedeutung des genauen Herausarbeitens eigener Stärken. Dabei zeigte er den Gästen, wie bei MPI die Erfahrungen, die bei jedem einzelnen Auftrag und bei jedem Kunden gemacht werden, analysiert und im Vertriebsteam reflektiert werden. »Wir müssen uns täglich hinterfragen und sehen, wie wir uns verbessern können.«

Im Herbst startet das dritte Senior Campus Programm.

➤ www.vdmnw.de
➤ www.campus-mdm.de

KURZ & BÜNDIG

Die **Papierfabrik Scheufelen** ist neues Fördermitglied des **Fachverbands Medienproduktions e. V. (f.m.p.)** und will mit innovativen Papieren und kreativen Ideen die Arbeit des Verbandes bereichern. • Zur Eröffnung des neuen **Müller Martini Print Technology Center** sowie zur Feier des 50-Jahr-Jubiläums findet am 6. und 7. Mai in Maulburg ein Open House statt. Besucher können neben Fachvorträgen und dem Erfahrungsaustausch mit Druckspezialisten die Druckmaschine Concepta und die formatvariable VSOP in Aktion erleben. • Das Praxis-Seminar »PDF/X-4 – der neue Standard für digitale Druckvorlagen« mit **Stephan Jaeggi** findet am 24. Juni 2014 in Olten (Schweiz) statt. • **Eltromat** führt am 21. und 22. Mai 2014 in Bad Oeynhausen eine kostenfreie Informationsveranstaltung zum Druckbild-Inspektionssystem twin_check 2.0 durch. • Vom 22. bis 25. Mai 2014 veranstaltet der **Fachverband für multimediale Informationsverarbeitung e. V. (FMI)** seine Jahrestagung in Zinnowitz auf der Ostseeinsel Usedom. • 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.

WIR GEBEN DER BRANCHE EIN **Gesicht!**



In jeder Ausgabe ein Neues. Denn wir analysieren sechs mal jährlich die Markt-Situation anhand von Trends, Meinungen und Ereignissen. Wir lassen Menschen, «Macher» und Manager zu Wort kommen, kommentieren, präsentieren und informieren.

Wenn der Druckmarkt bisher nicht zu Ihnen kam, können Sie dies sofort ändern. Mit einem Abo, das sein Geld wert ist.

Das Jahresabonnement kostet CHF 50.00 (Inland) beziehungsweise CHF 75.00 (Ausland) inkl. Porto + Versandkosten. Weitere Informationen und Bestellformulare auf unserer Internetseite.

Themen auf den Punkt gebracht.

DRUCKMARKT 
Managementmagazin

Druckmarkt • Abo-Service
Postfach 485 • CH-8034 Zürich
Telefon +41 44 380 53 03 • Fax +41 44 - 380 53 01
www.druckmarkt.ch

f:mp.

»ALLES WAS RECHT IST 2.0« –
ONLINE/MOBILE/PRINT

Aufgrund der aktuellen Entwicklung im Bereich der Online- und Mobile-Anwendungen wurde der Schwerpunkt der Seminarreihe »Alles was Recht ist 2.0« speziell auf diesen Bereich gelegt, ohne das Basiswissen zu Vertragsgestaltung, Geschäftsbedingungen und Gewährleistung zu vernachlässigen. Jeder, der sich im Berufsalltag mit der Produktion von Print-, Online- oder digitalen Medien auseinandersetzt, wird auch mit rechtlichen Erfordernissen konfrontiert. Die Seminarreihe »Alles was Recht ist 2.0«, die der f:mp. in Kooperation mit der Kanzlei Ellmer & Bengsch-Ellmer veranstaltet, vermittelt notwendige Kenntnisse, um juristische Fallstricke vermeiden, frühzeitig erkennen und weitestgehend selbstständig lösen zu können.

Dazu werden unter anderem typische Probleme und gesetzliche Vorgaben erläutert und ein Überblick über Rechte und Pflichten geboten. Der Referent Horst-Michael Ellmer, Rechtsanwalt und Mediator, beantwortet gerne auch Fragen zu individuellen Problemstellungen aus dem Berufsalltag der Teilnehmer. Hierdurch wird neben der hohen Relevanz des Themas an sich auch ein konkreter Praxisbezug geschaffen. Die Seminare finden am 8. Mai 2014 in Hamburg, am 12. Mai 2014 in Frankfurt, am 2. Juni 2014 in Köln und am 25. Juni 2014 in München statt.

Die Kosten der Teilnahme betragen 395 Euro. Mitglieder des f:mp. zahlen eine verminderte Seminargebühr von 295 Euro. In den Preisen sind neben ausführlichen Seminarunterlagen auch Getränke und Mittagessen enthalten.

» www.f-m-p.de/seminare

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2014	Veranstaltung	Ort
05. 05.	vdmb, XML Basis: XML im Publishing-Workflow	Ismaning
05. 05. - 06. 05.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim
06. 05. - 07. 05.	Fogra, Computer-to-Plate – Praxis mit unterschiedlichen Plattentechnologien	München
07. 05.	vdmb, Gestaltung Spezial: Responsive Layout	Ismaning
07. 05.	vdmb, Anwendungstechnik: Druck unter der Lupe	Ismaning
07. 05. - 08. 05.	WAN-IFRA, Crossmediale Anzeigenkonzepte	Darmstadt
09. 05. - 10. 05.	tgm, Typografie intensiv 10 – Farbe	Germering
10. 05. - 11. 05.	tgm, Responsive Weblayouts mit HTML und CSS	München
12. 05.	cleverprinting, Colormanagement in der Praxis	München
13. 05.	cleverprinting, Acrobat und PDF/X	München
13. 05.	tgm, Orientierung durch Typografie	München
14. 05.	Dr. Hönle AG, Basiswissen UV- und UV-LED-Technologie	Gräfelfing
14. 05.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	München
14. 05. - 15. 05.	Heidelberg PMA, Schön- und Widerdruck mit LE UV	Heidelberg
15. 05.	vdmb, Photoshop Spezial: moderne Bildbearbeitung 2	Ismaning
15. 05.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android Tablet	München
15. 05. - 16. 05.	Fogra, Online Print Symposium	München
16. 05.	cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator	München
17. 05.	tgm, Aufgaben automatisieren in InDesign	München
18. 05.	tgm, Von InDesign zum EPUB	München
19. 05.	cleverprinting, Colormanagement in der Praxis	Düsseldorf
19. 05. - 20. 05.	WAN-IFRA, Tablet Publishing	Darmstadt
19. 05. - 20. 05.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus	Hofheim
20. 05.	cleverprinting, Acrobat und PDF/X	Düsseldorf
20. 05. - 21. 05.	vdmb, Acrobat Pro: Highend-PDF	Ismaning
21. 05.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Düsseldorf
22. 05.	Heidelberg PMA, HEI Open Days	Heidelberg
22. 05.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android Tablet	Düsseldorf
23. 05.	cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator	Düsseldorf
24. 05. - 25. 05.	tgm, Typografie-Einstieg	München
26. 05. - 27. 05.	vdmb, Illustrator/InDesign Spezial: Verpackungs- und Etikettenerstellung	Ismaning
26. 05. - 27. 05.	tgm, Adobe Illustrator	München
27. 05. - 28. 05.	cleverprinting, Zweitägige Weiterbildung zum Cleverprinting-Datenchecker	Frankfurt
30. 05. - 31. 05.	tgm, Typografie intensiv – Raster	Germering
01. 06.	tgm, Geodaten visualisieren	München
02. 06.	tgm, Adobe Illustrator	München
02. 06.	cleverprinting, Colormanagement in der Praxis	Hannover
03. 06.	cleverprinting, Acrobat und PDF/X	Hannover
04. 06.	cleverprinting, PitStop	Hannover
04. 06.	vdmb, Colormanagement: Colormanagement in DTP-Anwendungen	Ismaning
04. 06. - 05. 06.	WAN-IFRA, Zeitung Digital 2014	Berlin
04. 06. - 05. 06.	Heidelberg PMA, Spitzenleistung für Verpacker	Wiesloch
05. 06.	tgm, Adobe Illustrator	München
05. 06.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Hannover
06. 06.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android Tablet	Hannover
10. 06. - 11. 06.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

» cleverprinting.de
» print-media-academy.de

» fogra.org
» tgm-online.de

» hoenle.de
» vdmb.de

» polar-mohr.com
» wan-ifra.org

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung



Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget im Druckmarkt und im Internet im PDF-Magazin «Druckmarkt impressions».

Telefon +41 44 380 53 03

KUVERTS

ELCO
switzerland

Elco AG
Wildschachen
5201 Brugg
T 056 462 80 00
F 056 462 80 80
www.mylco.ch

WEITERVERARBEITUNG

BEORDA
Direktwerbung



Couvertieren, Folieren...
ein Fall für uns!

www.beorda.ch

GÜTESIEGEL.



Publikation2014
FOKUSST
KOMPETENT
TRANSPARENT

ZERTIFIZIERTE QUALITÄT.
DRUCKMARKT wurde vom Verband Schweizer Medien mit dem Gütesiegel für das Jahr 2014 ausgezeichnet.

VERSCHIEDENES



WEIN UND PASTA – MEHR NICHT!

Wein und Pasta – was braucht es mehr? Man sitzt zwischen Regalen mit Antipasti, Teigwaren und Weinen aus allen Gegenden Italiens und isst eines der beiden unkomplizierten Pastagerichte: schnell, ohne Firlefanz, hergestellt und serviert mit italienischer Herzlichkeit. Dazu im kommunikativen Ambiente ein Glas Wein, einen Espresso – mehr nicht.

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich
043 243 69 30

IMPRESSUM

«Druckmarkt» ist ein unabhängiges Magazin und offizielles Mitteilungsorgan von asw, «gib» Zürich, GFZ, IRD Schweiz und anderer Vereinigungen. Informationen der Verbände oder Organisationen erfolgen in deren redaktioneller Eigenständigkeit und ausserhalb der Verantwortung der «Druckmarkt»-Redaktion. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion dar. Der Verfasser von Beiträgen ist für die inhaltliche Richtigkeit, für rechtliche Korrektheit sowie für die Beachtung der Rechte Dritter verantwortlich. Er trägt allfällige rechtliche Konsequenzen alleine und verpflichtet sich, «Druckmarkt Schweiz» von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die aufgrund seiner Beiträge geltend gemacht werden, freizustellen.

Auflage und Bezug

Druckmarkt Schweiz erscheint im 14. Jahrgang 6 mal pro Jahr in einer Auflage von 3'700 Exemplaren (WEMF beglaubigt 9/2013). Jahres-Abopreis: 50.00 CHF (Ausland: 75,00 CHF).

Copyright

Alle Informationen unterliegen dem Copyright. Vervielfältigungen gleich welcher technischen Form oder Menge sind nur mit Genehmigung des Verlags und Quellenangabe zulässig.

Verlag und Herausgeber

DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH
Seefeldstrasse 62, CH-8008 Zürich
T +41 44 380 53 03
F +41 44 380 53 01

Redaktionsbüro Schweiz

Druckmarkt Schweiz
Postfach 485, 8034 Zürich
Ansprechpartner Verkauf:
Jean-Paul Thalmann
thalmann@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
F +41 44 380 53 01
M +41 79 405 60 77

Redaktion

Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay
(Chefredaktor)
nico@druckmarkt.com
T +41 44 380 53 04
M +49 160 970 790 73
Ahornweg 20, D-56814 Fankel

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

Druckmarkt im Internet:

www.druckmarkt-schweiz.ch
www.druckmarkt.ch



Karl Schwegler AG
Druckerei mit Format

** Makete Offset + Digital
Grossformatdruck bis 130 x 100cm*

Karl Schwegler AG Hagenholzstrasse 65 8050 Zürich
Telefon 044 308 84 11 www.schwegler.com

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



Henry Ford

Verbraucher vergessen schnell. Auch Marken. Und Kunden vergessen Ihre Produkte, wenn die richtigen Impulse fehlen. Deshalb ist das Unterbrechen der Werbe-Kommunikation bewiesenermassen mit hohen Risiken verbunden. Druckmarkt bietet auch in Zeiten schmaler Etats budgetfreundliche Anzeigenpreise.

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