

DRUCKMARKT 4. November 2014 impressions 86

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

Swiss Edition

Zeitungen nur noch Packmittel?

Fakten und Berichte ab Seite 12.

Markt & Zahlen: Zeitungskiller Internet? Seite 13.

Print & Finishing: Zwischen Zeitung, Apps und Hochglanz. Seite 16.

Bildung, Termine & Events: Terminkalender und News. Seite 46.

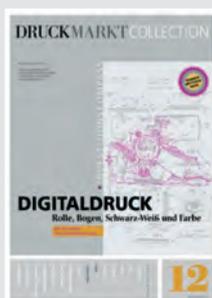


DIE Schlaumacher

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

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

www.druckmarkt.com



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

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Wer macht den ersten Schritt?

Inhaltsverzeichnis

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 08 Auch in der digitalen Welt unverzichtbar
- 09 Vistaprint wird Mitglied der Initiative Online Print

Zeitung

- 12 Zeitungskiller Internet?
- 16 Zwischen Zeitung, Apps und Hochglanz

Print & Finishing

- 20 Schwacher Markt für Rotationsmaschinen
- 22 KBA erweitert Digitaldruckangebot
- 24 Von CtP, Platten und Inkjet-Druckern
- 26 Der Blick auf neue Märkte
- 28 Bewegung im Versandraum
- 29 Premiere bei Gallus für hybrides Inkjet-Etikettendrucksystem
- 30 Nachrichten
- 31 T wie Tee und Typografie als Geschenk-Idee
- 32 Iso-Konform messen und Regeln
- 33 Neue Bücherdruck-Lösung Pagemaster
- 35 Über die wachsende Bedeutung der Haptik
- 39 Die Erfahrungen der Kollegen
- 42 Neue Inkjet-Rolle von Screen
- 43 Erste Mittelformat-Anlage mit LED-Trocknung in Bayern

Termine, Bildung & Events

- 46 Terminkalender
- 47 Nachrichten
- 48 Seminare & Veranstaltungen

- 51 Business to Business
- 51 Impressum

Als die World Publishing Expo (WPE) noch Ifra hieß, als noch mehr als 10.000 Fachleute aus aller Welt die Messe besuchten, als Zeitungshäuser noch richtige Zeitungsrotationen bestellten statt Retrofits – zu jener Zeit trumpften die Hersteller von Rollenmaschinen und Versandraumsystemen auf Pressekonferenzen noch mit ihren Verkaufsbilanzen der zurückliegenden Monate auf. »Mein Kunde, meine Maschine, mein Umsatz!« Die Zeiten sind vorbei. Heute werden eher Botschaften verbreitet, die keinen Anlass zum Jubel verbreiten. Der Würzburger Druckmaschinenhersteller KBA und vor allem sein Vorstand ist aber ehrlich genug, die aktuelle Situation samt belegbarer Zahlen beim Namen zu nennen und die entsprechenden Konsequenzen aufzuzeigen (siehe Seite 20).

Die Investitionszurückhaltung der Verlage und Verleger zerrt schon gewaltig am Geduldsfaden der Druckmaschinenhersteller. Seit Jahren schon. »Aber irgendwann müssen sie investieren«, sagt Christoph Müller, Vorstand bei KBA und für das Rollengeschäft verantwortlich. Das klingt selbstbewusst, aber nicht abwegig. Denn weltweit spüren die Verlage, dass Online-Modelle nicht das Geld einspielen, was sie wirklich kosten. Und auch in unseren Breiten scheint die Verunsicherung zu wachsen, ob die Modelle jenseits von Print wirklich das Geld einspielen, das Verlage zum Überleben brauchen. Zur Situation der Zeitungen veröffentlichen wir in dieser Ausgabe noch einmal den Beitrag, den wir in »Druckmarkt 93« bereits publiziert haben und ebenso das Beispiel des »Trierischer Volksfreund«, der mit der Installation einer neuen Zeitungs-Rotation neue Wege (auch neben der gedruckten Zeitung) einschlagen will.

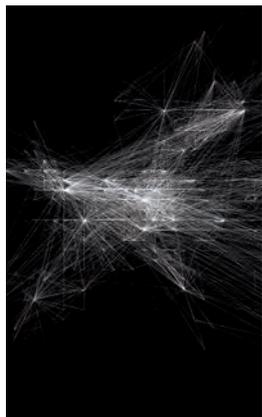
Auch wir glauben nicht an das Ende der Zeitung. Und sie ist sicher für mehr gut, als bloß Lebensmittel einzuschlagen. Wir müssen das Medium Zeitung vielleicht nur neu begreifen. Möglich, dass wir erst an der Schwelle zu einem völlig neuen Medium Zeitung stehen. Digitaler etwa und zwar digitaler gedruckt. Denn die Zeitung ist drucktechnisch betrachtet nur eine Facette der Entwicklungen in der gesamten Drucktechnik. Dabei steht die Zeitung aufgrund ihrer Erscheinungs- und Produktionsweise nicht mehr wie bisher abseits und abgekoppelt von anderen Druck- und Weiterverarbeitungstechniken da, sondern ist mittendrin im Geschehen. Technisch betrachtet ist die Zeitung reif für den digitalen Druck. Jetzt liegt es an den Verlagen, entsprechende Konzepte und Ideen, die ja schon lange diskutiert werden und bisher ungenutzt auf dem Tisch liegen, umzusetzen und weiterzuentwickeln. Die Frage ist nur: Wer macht den ersten Schritt? Dann werden andere nachziehen müssen.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

On the ROAD again



«Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen», dichtete Matthias Claudius im 18. Jahrhundert. Daran hat sich bis heute nichts geändert. Und wenn der Sinn des Reisens darin besteht, unsere Phantasien durch die Wirklichkeit zu korrigieren, wie es Samuel Johnson formulierte, dann geben wir das in unserer aktuellen Ausgabe auch gerne weiter.

Die Wirklichkeit haben wir jedoch nicht ausschließlich nur unterwegs, sondern auch bei der Reise durch die Literatur, in der Zeitungslandschaft und im Internet gefunden – eine doch sehr widersprüchliche Wirklichkeit.

Deshalb bleiben wir dabei: mit eigenen Augen zu sehen die Originaltöne zu hören, ist wesentlich für den Blick auf das Branchengeschehen. So waren wir auch für diese Ausgabe wieder auf Achse. Hier einige Stationen, die zum Inhalt beigetragen haben. Und nicht zu verschweigen: auch am heimischen Schreibtisch bekommen wir mit, was aktuell in der Branche passiert. So ein Journalistenleben ist also doch mehr, als nur auf der Straße unterwegs zu sein.

WO? Es wäre an dieser Stelle zu viel aufzuzählen, was es in den nächsten Ausgaben alles zu berichten gibt. Ein Termin jagte den anderen. Was auch dazu führte, dass diese ›im-pressions‹ so lange auf sich warten ließ. So viel können wir allerdings schon versprechen: **die nächsten Ausgaben** werden spannend!



AMSTERDAM Die diesjährige World Publishing Expo in Amsterdam, die vom Weltverband WAN-Ifra vom 13. bis 15. Oktober ausgerichtet wurde, ist Geschichte. Selbige hat sie allerdings nicht geschrieben. Weniger Besucher zeigen wohl, was Zeitungen derzeit am liebsten tun: sparen. Was das aber auch für den Druckmaschinenbau bedeutet, lesen Sie auf Seite **20**.

ETTLINGEN Über deutlich gestiegenes Interesse an seiner Veranstaltung ›Papyrus Inn‹ berichtet der Papiergroßhändler. Sicher liegt es nicht nur an der Lagerhallen-Atmosphäre, sondern auch an den Themen. Welche Bedeutung der Haptik zukommt, streifen wir in unserem Artikel auf Seite **35**.



TRIER Hätte Kaiser Konstantin geahnt, dass man in Trier durchaus auf Wasser verzichten kann, hätte er dann vor etwa 1.700 Jahren die Kaiserthermen gebaut? Mit Sicherheit. Denn in Trier kommen lediglich die Drucker der Tageszeitung ›Trierischer Volksfreund‹ ohne Wasser aus, seitdem sie mit einer neuen KBA Cortina arbeiten. Mehr über die nunmehr 20. Installation der KBA Cortina und das Verlagskonzept lesen Sie auf Seite **16**.

HEIDELBERG Die Erfahrungen der Kollegen standen im Mittelpunkt einer Veranstaltung im Print Media Center, bei der man sich einig war, dass der Offsetdruck mit hoch automatisierten Maschinen nach wie vor Zukunft hat und vom Digitaldruck sinnvoll ergänzt wird. Mehr lesen Sie auf Seite **39**.



ST.GALLEN Dr. Gerold Linzbach und Ferdinand Rüesch haben ›das Ding‹ nicht nur im übertragenen Sinne zum Laufen gebracht. Sie starteten die Gallus DCS 340 per symbolischem Knopfdruck. Die im April 2014 angekündigte Etikettendruckmaschine mit Inkjet-Technologie ist eine gemeinsame Entwicklung von Gallus, Heidelberg und dessen Kooperationspartner Fujifilm. Wir waren bei der Weltpremiere dabei, berichten auf Seite **29** kurz und werden unsere Eindrücke im nächsten Heft schildern.

IRGENDWO Diesen Ort findet man nur äußerst schwer und wir waren auch nicht da, haben uns aber dennoch in den Zeitungslandschaften in Deutschland und der Schweiz umgesehen. Zudem haben wir einiges an Zahlenmaterial zusammengetragen, das die Zeitung als Medium transparent macht: Seite **12**.



KÖLN Die photokina hat ihre Pforten wieder für zwei Jahre geschlossen. Rund 185.000 Besucher aus über 160 Ländern erlebten eine Messe, die sich so frisch präsentierte wie selten zuvor. Und sie hat deutlich gemacht, dass Fotografie und Druck untrennbar miteinander verbunden sind. Denn auch wenn Kameras auf der Messe im Fokus standen, waren die Druckdienstleistungen nicht zu übersehen. Mehr lesen Sie in der Ausgabe ›**Druckmarkt 93**‹.

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

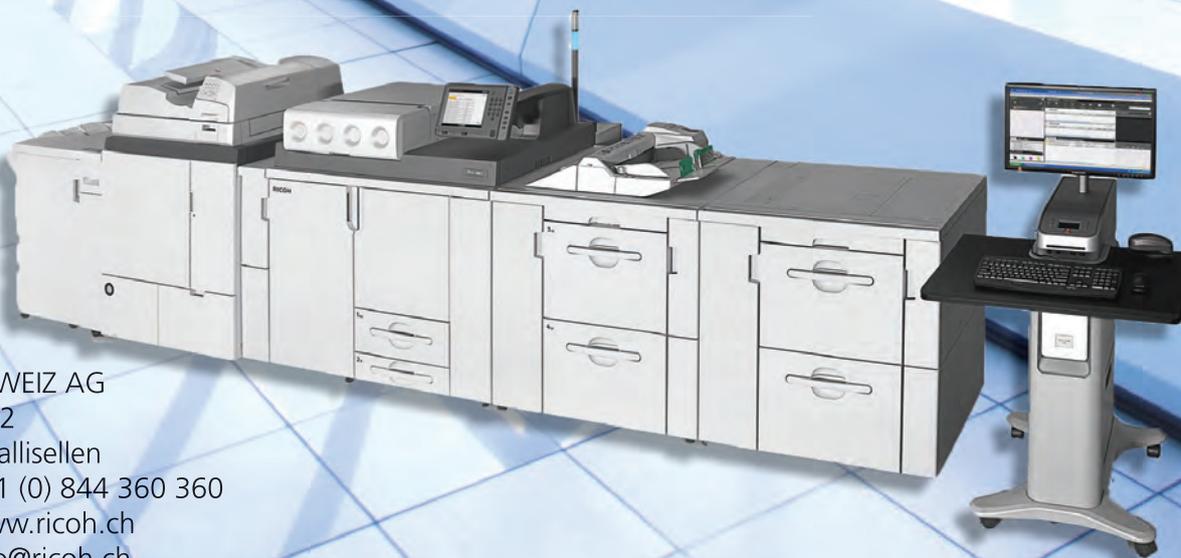
Offsetähnliche Ergebnisse durch ölfreie Fixierung

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

ÜBERNAHME Efl hat Dims! Organizing Print, einen Anbieter von MI- und ERP-Systemen mit Sitz im niederländischen Lichtenvoorde, übernommen. Dims! besteht seit 1986 und bietet Software in verschiedenen Sprachen an, die sich nach Herstellerangaben in komplexere Umgebungen integrieren lässt. Die Mitarbeiter von Dims! sollen Teil der Einheit Efl Productivity Software MIS/ERP werden. Nach Angaben von Efl wächst der europäische Markt für diese Anwendungen. Die Akquisition soll das Geschäft stärken. > www.efi.com

VERKAUF Nach einer Information der Flint Group haben die Merchant Banking Division von Goldman Sachs und Koch Equity Development LLC die Übernahme der Flint Group von CVC-Capital-Partners-Fonds abgeschlossen. Flint stellt Druckfarben, Druckplatten, Drucktücher, Drucksaal-Chemikalien etc. her, betreibt 137 Werke/Tochtergesellschaften in 40 Ländern und beschäftigt rund 6.600 Mitarbeiter. 2013 belief sich der Umsatz auf 2,2 Mrd. Euro.

Die Flint Group ist 2007 aus der Fusion von FlintInk und xsys hervorgegangen. Hinter dem Unternehmen stehen Traditionsunternehmen wie K+E, BASF Drucksysteme, Gebr. Schmidt Druckfarben, Varn und zahlreiche weitere Namen von internationaler Bedeutung. > www.flintgrp.com

KOOPERATION Die datamedia GmbH, Hersteller der MIS-Branchenlösung RSK-Software, und MHS Managementdienstleistungen wollen ihr Leistungsangebot durch eine Kooperation erweitern. Lange praktische Erfahrung in der Führung von Druckereibetrieben und das Wissen um die Werkzeuge und Methoden sollen gebündelt werden. Ziel ist eine kompetente und ergebnisorientierte Beratung von Unternehmen der Druckbranche. > www.datamedia.org

UMFIRMIERUNG Die Umfirmierung der früheren Chesapeake Gruppe zu Multi Packaging Solutions (MPS) ist abgeschlossen. Chesapeake und MPS hatten im Februar fusioniert. Der Zusammenschluss vereint die Unternehmen zu einem weltweit führenden Anbieter von Verpackungslösungen unter einem Dach mit sich ergänzenden Produktangeboten und Herstellungsprozessen. MPS produziert in Deutschland Verpackungen für Marken aus den Bereichen Körperpflege und Kosmetik, Süßwaren, Lebensmittel und Tabak. Allein die fünf deutschen Standorte beschäftigen zusammen etwa 900 Mitarbeiter. Der Umsatz beläuft sich auf 150 Mio. Euro. > www.multipkg.com

ZUSAMMENSCHLUSS Durch den Zusammenschluss der beiden italienischen Tintenhersteller Kiiian Digital und J-Teck3 entsteht eine neue Unternehmensgruppe mit größeren Kapazitäten und Ressourcen, um das Wachstum der Digitaldruckbranche besser zu bewältigen. Beide Unternehmen wollen dabei ihre Unabhängigkeit beibehalten. Mit einem gemeinsamen Portfolio an Tinten wird das Angebot an Inkjet-Tinten, die mit einer Vielzahl von Digitaldruckköpfen kompatibel sein sollen, deutlich erweitert. > www.kiiian.it > www.j-teck3.com

DRUCKINDUSTRIE STABILISIERT SICH

Der aktuelle Branchenbericht des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdM) zur Situation der deutschen Druckindustrie verzeichnet eine Stabilisierung. So werden im Vergleich zum Vorjahr leicht wachsende Umsatzzahlen in Betrieben mit 50 und mehr Beschäftigten genannt. Das Druckgewerbe produzierte im 1. Halbjahr 2014 mindestens genauso viel wie im Vorjahr. Der arbeitstäglich bereinigte Produktionsindex für Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten wuchs sogar mit knapp einem Prozent (0,9%).

Wilhelm Zacharias, bvdM-Wirtschaftsreferent, wertet dies als positives Signal. Er verweist darauf, dass dies das erste ausgewiesene Produktionswachstum seit dem 2. Halbjahr 2011 darstelle. Angesichts der sich stabilisierenden Branchenkonjunktur im 1. Halbjahr 2014, der vergleichsweise positiven Beurteilung der Geschäftslage in den ersten drei Quartalen und trotz des Konjunktumschwungs in der Gesamtindustrie erwartet Zacharias, dass die Branche das Umsatzniveau von 2013 halten kann.

Obwohl von einer weiteren Konsolidierung ausgegangen werden muss, sendet auch der Arbeitsmarkt für Druckberufe positive Signale. So meldet die Bundesagentur für Arbeit für das 1. Halbjahr 2014 steigende Zahlen bei den offenen Stellen. Allein im Juni 2014 wurden 1.053 gemeldet – gegenüber dem Vorjahresmonat ein Anstieg um über 23%. Die spiegelt sich auch bei den Zahlen für Arbeitslose wider, die seit Jahresanfang stetig sinken. > www.bvdM-online.de

GALLUS-ERWERB VOLLZUGEN

Der vom Vorstand der Heidelberger Druckmaschinen AG im Juni 2014 beschlossene vollständige Erwerb der Gallus Holding AG ist vollzogen. Heidelberg war bisher zu einem Drittel an dem Schweizer Unternehmen beteiligt. Bei der Transaktion wurden der Ferd. Rüesch AG 23.000.000 neue Heidelberg-Aktien zu je 2,70 Euro gewährt. Durch die Ausgabe der neuen Aktien wird das Grundkapital um 58,88 Mio. Euro auf rund 659 Mio. Euro erhöht. Ferdinand Rüesch wird durch den Erwerb von rund 9% an Heidelberg-Aktien als Gegenleistung für die Gallus-Beteiligung neuer Ankerinvestor. Die gleichzeitige Stärkung der Kapitalstruktur soll die Neuausrichtung Heidelbergs stützen. Die Übernahme von Gallus soll die Entwicklung und den Einsatz von Heidelberg Digitalprodukten im Etikettenmarkt beschleunigen. > www.heidelberg.com

KBA KOOPERIERT MIT HP

Auf der Graph Expo 2014 hat HP die Kooperation mit KBA bei der Entwicklung neuer Inkjet-Lösungen für den hochvolumigen Wellpappen-Markt angekündigt. Die gemeinsam entwickelten und als HP-Marke angebotenen Rolle-zu-Rolle-Drucksysteme sollen dazu beitragen, dass Verpackungshersteller



Aurelio Maruggi, Vice President und General Manager Inkjet High-Speed Solutions, HP (links), und Christoph Müller, KBA-Vorstand für die Sparte Rollen-druckmaschinen.

Produktivität, Auflagenflexibilität und Angebotsvielfalt erhöhen können.

Nach HP-Recherchen hat der Wellpappen-Verpackungsdruck ein Marktvolumen von ca. 2,5 Mrd. US-Dollar und wächst aufgrund der globalen Markenwerbung und der wachsenden Weltbevölkerung weiter. Kleinere Lagerbestände, verstärkte Mikrosegmentierung und kürzere Produkt-Lebenszyklen führen zu kleineren Verpackungsaufgaben, für die der Digitaldruck prädestiniert ist.

Damit Wellpappen-Produzenten und Druckdienstleister die aufgezeigten Trends für sich nutzen können, wollen HP und KBA leistungsstarke Thermal-Inkjet-Anlagen liefern, die von Rolle zu Rolle produzieren, die Kosten in der Prozesskette senken und dennoch die hohen Anforderungen der Markenartikelindustrie bezüglich Qualität und Produktionsvolumen erfüllen.

> www.kba.com

Lesen Sie mehr im PDF-Magazin >Druckmarkt impressions: 14-tägig mit Nachrichten, Terminen, Hintergrundberichten und Analysen.

DRUCKMARKT impressions

www.druckmarkt.com

AUSGEZEICHNETE FAIRNESS

Großes Lob für Flyeralarm: Europas führende Online-Druckerei im B2B-Bereich hat den Deutschen Fairness-Preis in der Kategorie »Online-Druckereien« entgegennehmen dürfen. Das Würzburger Unternehmen ist eine der größten deutschen E-Commerce-Firmen und setzte sich mit 87,8 von 100 möglichen Punkten gegen sieben Unternehmen in seinem Segment durch. In der großangelegten Verbraucherstudie vom Deutschen Institut für Service-Qualität (DISQ) und dem Nachrichtensender n-tv wurden bei mehr als 40.000 Verbrauchern die Kriterien Preis-Leistungsverhältnis, Zuverlässigkeit und Transparenz in 31 Branchen abgefragt. »Wir freuen uns sehr über den Gewinn des Fairness-Preises. In dieser Studie wurden diejenigen befragt, auf die es ankommt: Unsere Kunden! Sie wissen am besten, wie fair ein Unternehmen ist«, erklärt Markus Schmedtmann, CEO von Flyeralarm.
 > www.flyeralarm.de

ERFOLGSKURS BEI HORIZON

Die Horizon GmbH zieht eine positive Bilanz für das am 31. Juli abgeschlossene Geschäftsjahr. Insbesondere im Segment der digitalen Finishing-Lösungen verzeichnete das Unternehmen nach eigenen Angaben eine deutliche Steigerung. Das Auftragsvolumen liegt über dem Vorjahr, die Eigenkapitalrate des Unternehmens betrage 91%. »Horizon bietet ein Lösungsportfolio von Auflage 1 bis zur industriellen Produktion«, sagt **Rainer Börgerding**, geschäftsführender Gesellschafter der Horizon GmbH. »Durch unseren Fokus auf Flexibilität und Produktivität passen die Lösungen zu den aktuellen Herausforderungen der grafischen Industrie.« Die neu gegründeten Horizon Academy bietet ein breites Schulungsangebot. Dazu wurde das europäische Headquarter in Quickborn erweitert und das Demo-Center um 100% vergrößert.
 > www.horizon.com



zur industriellen Produktion«, sagt **Rainer Börgerding**, geschäftsfüh-

MILLIONEN-INVESTITION

International Paper will rund 20 Mio. Euro in sein Werk Saillat in Frankreich investieren und sich dabei für mehr Umweltfreundlichkeit einsetzen. Die Investition soll die Abwasseremissionen um 30% verringern und ein umweltfreundlicheres Produktportfolio ermöglichen. Die Umsetzung des Projekts soll



2015 abgeschlossen sein. Investiert vor allem in eine Technologie, die mit einem schonenden Verfahren eine verbesserte Faserqualität aus dem Holz extrahiert. Zuvor investierte International Paper schon in seine Services sowie in die Modernisierung der Papiermaschinen des Werks Saillat.
 > internationalpaper.com

HALLENNEUBAU BEI KBA

Im Werk Radebeul der Koenig & Bauer AG entsteht derzeit ein Hallenneubau, wo im März 2015 das Zentrum Thermisches Spritzen mit insgesamt drei Plasmaspritzanlagen sowie einer Hochgeschwindigkeitsflammspritzanlage untergebracht wird. Das für die Beschichtung von Zylindern und Walzen zuständige Zentrum soll neben den in Radebeul produzierten Bogenoffsetmaschinen auch für Rotationsanlagen und Spezialmaschinen zum Einsatz kommen. Die neue Halle, die im Rahmen der Neuausrichtung der KBA-Gruppe gebaut wird, ist mit ihrer Grundfläche von 2.000 m² und einem Investitionsvolumen von über 4 Mio. Euro die umfangreichste Baumaßnahme der vergangenen Jahre im sächsischen KBA-Werk. Für die energiesparende Temperierung der Halle wird diese über Wärmetauscher an den Abluftsystemen vorgewärmt.

> www.kba.com

WHITEPAPER ZUM PRECISION MARKETING

Big Data ist nicht nur für große Unternehmen da. Druckereien aller Größen können datenbasiertes Marketing für ihre Kunden nutzen. Das Whitepaper, »Precision Marketing: Print + Data = Results«, gesponsert von Ricoh Europe, bietet Einblicke und Orientierung für Druckunternehmen, die personalisierte Kommunikation in ihr Serviceangebot aufnehmen möchten. Es zeigt, wie Kundendaten genutzt und wie Datenanalyseverfahren eingesetzt werden. Die bessere Nutzung von Daten festigt laut Whitepaper die Kundenbindung und sorgt für zusätzliche Druckaufträge – oft als Teil einer Kampagne, die sowohl Druck- als auch digitale Kommunikation umfasst. Das Whitepaper enthält zudem Beispiele von Unternehmen, die die Vorteile von Precision Marketing in ihren Mehrkanal-Kampagnen genutzt haben und zeigt, dass dies für Druckunternehmen aller Größen machbar ist.
 > www.ricoh.de

RAPID TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

Graphische
Maschinen

www.mkwgmbh.de

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

VERTRETUNG Die in Veitshöchheim bei Würzburg ansässige KBA-MePrint AG hat die Vertretung der seit Dezember 2013 zur KBA-Gruppe gehörenden KBA-Flexotecnica S.p.A. in Tavazzano bei Mailand übernommen. Die Spezialisten von KBA-MePrint verfügen über fundiertes Know-how in der Bedruckung von Kunststoffen und Verbundmaterialien im Flexo- und im Offsetdruck. Neben eigenen Systemlösungen, darunter eine Neuentwicklung für den hochwertigen Etikettendruck (Narrow Web in Hybridtechnologie), erweitert die KBA-Tochter ihr Angebot um die Flexo-Zentralzylindermaschinen der KBA-Flexotecnica. Sie decken die Segmente flexibler Verpackungsdruck, Dekordruck und Preprint (Wellpappe) ab und werden weltweit eingesetzt. www.kba.com

KUNDENSERVICECENTER Das Kundenserviceteam des mit 14 Onlineshops in 30 Ländern Europas tätigen Onlinedruckdienstleisters Onlineprinters GmbH wächst: Eine Million Euro wurden jetzt am deutschen Firmensitz in der Metropolregion Nürnberg investiert: In dem erweiterten Kundenservicecenter entstanden neue Büroflächen und schnelle IT-Infrastruktur für 40 Arbeitsplätze. Das »Team International« besteht aus Muttersprachlern für Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch, Niederländisch und Polnisch. Sie beantworten telefonisch und per Mail die Kundenanfragen zu laufenden Druckaufträgen, zum Produktsortiment, zum Shop, zur Bedienbarkeit oder zu Zahlungsmethoden. Aufgaben, die mit dem laufenden Ausbau des Sortiments an Offset- und Digitaldrucksachen der Onlinedruckerei ständig wachsen. www.onlineprinters.com



Neues Kundenservice-Team von diedruckerei.de.

entstanden neue Büroflächen und schnelle IT-Infrastruktur für 40 Arbeitsplätze. Das »Team International« besteht aus Muttersprachlern für Englisch, Französisch, Italienisch, Spanisch, Niederländisch und Polnisch. Sie beantworten telefonisch und per Mail die

Kundenanfragen zu laufenden Druckaufträgen, zum Produktsortiment, zum Shop, zur Bedienbarkeit oder zu Zahlungsmethoden. Aufgaben, die mit dem laufenden Ausbau des Sortiments an Offset- und Digitaldrucksachen der Onlinedruckerei ständig wachsen. www.onlineprinters.com

EXPANSION Ab sofort unterstützt Volker Josel als LumeJet-Country-Manager den Ausbau des Vertriebs in Deutschland. Die K&R Graphischer Fachhandel GmbH in Garbsen bei Hannover ist der erste Distributor für LumeJet in Deutschland. Der Vertriebspartner übernimmt den Verkauf und Service der LumeJet S200 in Norddeutschland. Die LumeJet-Technologie nutzt die bewährte Halbtonqualität von Silberhalogenidmedien und den erweiterten RGB-Farbraum. www.lumejet.com

FOKUS TEXTIL Der RGF, Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants, verstärkt sein Engagement im Textilmarkt. Hierfür zeichnete er eine Mitgliedschaft im Verband Deutscher Mode- und Textildesigner (VDMD). Zudem ging der RGF Allianzen mit Caddon, Efl, Epson und Color Digital ein. Color Digital führt für das Deutsche Mode-Institut (DMI) die technische Umsetzung von DMIX, einem digitalen Standard in der Modeindustrie, durch. www.rgf.de

VISITENKARTEN AUCH IN DER DIGITALEN WELT UNVERZICHTBAR

Seit Jahrhunderten gehören Visitenkarten zum Geschäft. Der Austausch der Karten ist eine Zeremonie, die tief im Geschäftsleben verwurzelt ist. Schon seit dem 15. Jahrhundert werden Karten mit geschriebenen Informationen als formelle Botschaften überreicht. Selbst heute, in -mitten der digitalen Ära ausgeklügelter Technologie halten Visitenkarten ihre Stellung als vorherrschendes Mittel, sich vorzustellen und Informationen auszutauschen. Denn die Emotion beim Austausch der Karten ist unersetzlich – ein Grund, warum es digitalen Optionen bis heute nicht gelungen ist, die physischen, gedruckten Karten zu ersetzen.

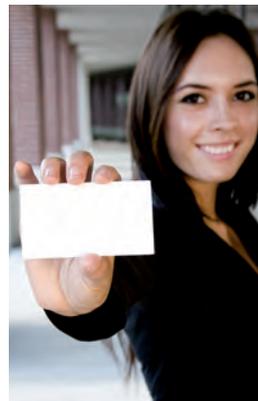
Das bestätigt auch eine Umfrage der Online-Druckerei viaprinto, die zeigt, dass Visitenkarten unverzichtbar bleiben. Bei der Umfrage zu den Trends bei Visitenkarten hielten 96,2% aller Befragten den Einsatz einer Visitenkarte für sinnvoll oder sehr sinnvoll. Für wenig sinnvoll hält sie nur ein ganz geringer Anteil (3,7%) – und das über alle Branchen hinweg. Damit ist die Visitenkarte nach wie vor ein »Muss«.

96,2%
TEILNEHMER EINER
BEFRAGUNG HALTEN
VISITENKARTEN FÜR
SINNVOLL.

FÜR ÜBER 97%
SIND DABEI DIE E-MAIL-
UND WEB-ADRESSE
WICHTIGER ALS DIE
TELEFON-NUMMER.

Präferiert werden von jeweils über 90% der Befragten der Abdruck von Basis-Informationen wie Firmenname und -logo, Name des Mitarbeiters sowie die Adresse. Dagegen sind Kontaktdaten zu Social-Media-Auftritten wenig attraktiv.

E-Mail- und Web-Adresse rangieren ebenfalls unter den Erstplatzierten bei den Kontaktinformationen, wobei der direkte Kontakt per



E-Mail (97,2%) noch vor der Telefonnummer (95,2%) liegt. Über 60% der Befragten drucken die Faxnummer auf ihre Visitenkarte ab. Abgeschlagen mit niedrigen Prozentsätzen sind Informationen wie QR-Codes (22,4% haben ihn auf ihrer Visitenkarte) oder durch Marketing getragene Beiträge wie »Call-to-action«-Aufrufe (5,8%). Ganz klar entscheidet sich das Business gegen Hinweise auf Facebook, Twitter & Co. Lediglich 17,9% weisen die Präsenz eines Facebook-Auftritts aus. Alle anderen Social-Media-Kanäle sind noch wenig vertreten.

www.viaprinto.de

DIGITALDRUCKKONGRESS IN DÜSSELDORF

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) und die Landesverbände richten am 19. Februar 2015 den Digitaldruck-Kongress in Düsseldorf aus. Die Veranstaltung findet in Kooperation mit der Messe Düsseldorf statt. Präsentiert und diskutiert werden die für Druckereien, Hersteller und Agenturen entscheidenden Themenfelder: 1. Märkte und Anwendungen; 2. Strategie, Qualifikation, Investition; 3. Perspektiven, Märkte der Zukunft.

Der Anteil des Digitaldrucks am Gesamtdruckvolumen ist in fünf Jahren um fast 80% gestiegen. In der Sparte Verkaufskataloge ist er von 1,8% auf 15,2% angewachsen und auch bei Plakaten und Geschäftsberichten legte er besonders deutlich zu. Die aktuellen Entwicklungen beweisen, wie wirtschaftlich und effizient die digitale Herstellung und Weiterverarbeitung von Druckprodukten sind. Denn sie bieten auf nahezu allen Feldern Qualitäten, die sich Kunden im Internet-Zeitalter wünschen: zielgruppenspezifisch ausgerichtete Kommunikation, Individualisierung, Personalisierung und Schnelligkeit. Die Möglichkeiten, die der Digitaldruck eröffnet, lassen sich nahtlos in die modernen Marketingstrategien der Unternehmen integrieren beziehungsweise ergänzt sie auf Feldern, die die Online-Kommunikation nicht bietet. Dazu gehören Verpackungen, Textilien, Bücher, Mailings, Dekorationen, aber auch Zeitungen, Großformate oder der funktionale Druck.

www.bvdm-online.de

INITIATIVE ONLINE PRINT

VISTAPRINT WIRD MITGLIED DER INITIATIVE ONLINE PRINT

Von einem »historischen Ereignis« spricht die Initiative Online Print e. V. (IOP), nachdem Vistaprint auf der Jahreshauptversammlung am 18./19. September 2014 der Initiative beigetreten ist. »Mit dem Beitritt des weltgrößten Online-Druckers wird die Branchen-Initiative, der bereits Branchengrößen wie Cewe (Viaprinto, Cewe-Print, Saxoprint) oder Laserline angehören, zu einem der wichtigsten Zusammenschlüsse von Unternehmen der Online-Druck-Industrie weltweit«, kommentiert Bernd Zipper, alter und neuer Vorsitzender der IOP und Geschäftsführer der zipcon consulting. Für die Initiative sei der Beitritt ein wichtiger Schritt: »Der Beitritt von Vistaprint zeigt, wie wichtig es den Keyplayern der Branche ist, die noch junge Online-Print-Industrie gemeinsam zu gestalten. Nur im direkten Austausch, auf Augenhöhe zwischen den online aktiven Unternehmen kann man sich gegenseitig verstehen, gegebenenfalls Synergien schaffen und nutzen. Bemerkenswert ist, dass sich hier Unternehmen zusammenschließen, die im Markt im Wettbewerb zueinander stehen – aber dennoch den persönlichen Dialog nutzen möchten, um den Markt zu entwickeln«, führt Bernd Zipper aus.

Neben Vistaprint sind zudem auch die Longo Group und Discountdruck sowie das Online-Print-Zertifizierungsunternehmen praeambel.com der IOP beigetreten. Weitere Unternehmen wollen sich Ende Januar während der nächsten Versammlung vorstellen. Durch den Beitritt der Longo Group öffnet sich die IOP in Richtung Italien – der Hauptsitz der Longo Group ist Bozen in Südtirol. Künftig wird die IOP zweimal im Jahr die Öffentlichkeit über aktuelle Trends im Online Print informieren und unterstützende Marktzahlen veröffentlichen.



WDR-Computerexperte Jörg Schieb und Bernd Zipper, Vorsitzender der IOP e. V.

eines Onlinedruckers. Hierbei wurde deutlich, wie wichtig dieses Thema noch werden wird. »Gerade beim Fotobuch speichern Kunden die Bilddaten zahlreicher persönlicher Momente ab – dies verlangt von jedem Onlinedrucker ein besonderes Maß an Respekt und Verantwortung im Umgang mit diesen Daten«, so das Fazit Schiebs.

› www.initiative-online-print.de

KATALOGE SIND IMPULSGEBER

Der Erfolg des Internetportals 123kataloge.de hält nach Angaben von von Asendia Germany an. Alleine in den vergangenen drei Jahren sei die Zahl der Besucher auf über 55.000 pro Monat gestiegen. Insgesamt würden monatlich rund 17.500 Kataloge zu den verschiedensten Angeboten von der Reise über Mode und Accessoires bis hin zu Gartenartikeln über das Portal bestellt. Zwar habe die Bedeutung der gedruckten Kataloge als Bestellkanal in den vergangenen Jahren abgenommen, allerdings profitiere E-Commerce deutlich von der Werbung per Katalog.

»Der Print-Katalog ist nach wie vor ein sehr wichtiges Medium für die Kaufentscheidung, unabhängig davon, über welchen Kanal der Kauf erfolgt«, sagt Dorothe Eickholt, Geschäftsführerin von Asendia Germany und Asendia Austria. »Der Katalog gibt Impulse und dient als unverzichtbare Informationsquelle für den Kauf im stationären Handel und im Online-Shop.«

› www.asendia.de

39% GLAUBEN, DASS PRINTMEDIEN KÜNFTIG STÄRKER MIT DEN ONLINE-MEDIEN VERZAHNT WERDEN

67% DER KÄUFE IN ONLINE-SHOPS (72% IM STATIONÄREN HANDEL) WERDEN DURCH PRINT-WERBUNG AUSGELÖST.

KBA UND AH TENSOR KOOPERIEREN

KBA und der amerikanische Hersteller AH Tensor International LLC wollen beim internationalen Vertrieb einfacher Zeitungsdruckmaschinen der Marke Tensor kooperieren.

Eine entsprechende Rahmenvereinbarung unterzeichneten Christoph Müller, Vorstand des KBA-Produkt-



Von links: Christoph Müller, Vorstand KBA-Produktionsmaschinen, Mattias Andersson, CEO von Tensor International, und Alexander Huttenlocher, KBA-Vertriebsdirektor für Rollenoffsetdruckmaschinen.

ses Rollendruckmaschinen, und Mattias Andersson, CEO der Tensor International LLC sowie der Muttergesellschaft DCOS Sweden AB. Demnach wird KBA über sein weltweites Netzwerk neben den eigenen Highend-Rotationen in ausgewählten Ländern auch die einfachbreiten Anlagen von Tensor auf Provisionsbasis vertreiben. Für die USA und Kanada wurde zur Graph Expo ein entsprechender Vertrag zwischen Tensor und KBA North America Inc. bekannt gegeben. Weitere Länder sollen folgen.

KBA deckt mit seinen doppelt- und dreifachbreiten Anlagen in puncto Produktivität, Automatisierung und Bedienkomfort hohe Ansprüche ab. Die bei Ausstattung und Leistung darunter liegenden Maschinen von Tensor kommen dagegen vor allem in stark budgetorientierten, kleineren Zeitungshäusern zum Einsatz.

› www.kba.com

20. DRUCK+FORM GUT VERLAUFEN

Mit einem Zuwachs von 7% lagen die Besucherzahlen bei der 20. Druck+Form nach Angaben des Veranstalters wieder über der Marke von 4.000. Gelobt wurde von den Ausstellern die Qualität der Druck+Form. Sie werde nicht nur dadurch deutlich, dass wichtige Entscheider der Druck- und Grafikbranche die Messe besuchten (75%), sondern auch in den peripheren Angeboten wie der Print Factory Academy und der Print Factory Tour. Sie wurde letztes Jahr ins Leben gerufen und erfreute sich gesteigener Teilnehmerzahlen. Sechs Aussteller demonstrieren den modernen Workflow für ein Print-Produkt von der Gestaltung bis zum fertigen Druck.

Auf der Höhe der Zeit habe sich die Druck+Form mit dem Thema 3D-Druck gezeigt, das neu ins Messekonzept aufgenommen und von den Besuchern begrüßt worden sei. Von der günstigen Einstiegs-Maschine bis zum modernen 3D-Drucker, der die Objekte in der original Farbgebung ausgeben kann, sei das technisch Mögliche demonstriert worden.

Auch steigende Ausstellerzahlen (117 gegenüber 104 im Jahr 2013) sorgen für Optimismus. »Wir sind mit dem Verlauf der Druck+Form sehr zufrieden. Die Aussteller äußerten sich positiv, weil sich die Messe auch in diesem Jahr als Ordermesse erwies und ihren guten Ruf als Branchenplattform untermauern konnte«, sagt Andreas Wittur, Prokurist der Messe Sinsheim.

› www.druckform-messe.de

MENSCHEN & KARRIEREN



Zum 1. August 2014 übernahm **Christian Orschler** die Geschäftsführung des Cluster Druck und Printmedien Bayern in der Nachfolge von Björn Panne, der den Cluster verlässt, um sich einer neuen beruflichen Herausforderung zu stellen. Orschler hat die Verantwortung im Cluster zusätzlich zu seiner bisherigen Funktion als Leiter Kommunikation des Verband Druck und Medien Bayern übernommen. • Papyrus Deutschland hat sich seit dem 15. September 2014 durch **Andreas Laderer** verstärkt. Nach über 25-jähriger Tätigkeit in diversen Führungsfunktionen in Vertrieb und Marketing bei der Papierfabrik Scheufelen wird er seine Erfahrungen mit Kunden und Papier bei Papyrus im Bereich Business Development Grafische Papiere bundesweit einbringen. Außerdem stieg am 1. September



Christof Pagenkopf in das Unternehmen ein. Als Leiter Business Management wird er ein Team von Produkt- und Marktspezialisten im bundesweiten Vertrieb anführen. Er kommt von Berberich Papier, wo er zuletzt Vertriebsleiter war. • QuadTech, Hersteller von automatisierten Druckmaschinensteuerungen hat die Ernennung von **Kai Pistorius** als neuen Sales Managers für Österreich, Deutschland und die Schweiz bekannt gegeben. Er wird den Direktvertrieb leiten und daneben die Niederlassungen in Polen, Tschechien, der Slowakei,



Ungarn und Liechtenstein unterstützen. • **Christian Klamt** übernimmt die Funktion des Verkaufsleiters Zentraleuropa bei der Papierfabrik Scheufelen. Mit Klamt setzt das Unternehmen auf einen erfahrenen Mitarbeiter aus den eigenen Reihen. Er ist bereits seit 1996 im Unternehmen und nach Stationen im Internationalen Vertrieb und in der Vertriebslogistik, zuletzt als Key Account Manager, erfolgreich tätig. • Der Aufsichtsrat der Leica Camera AG hat **Oliver Kaltner**



zum 1. September 2014 in den Vorstand des Unternehmens berufen. Er zeichnet für die Ressorts Marketing, Sales und Retail sowie die Weiterentwicklung der Handels- und Vertriebspartnerschaften verantwortlich. • **Marco Gottschalk** ist der neue Marketing Director in der Consumer Imaging Group bei Canon Deutschland. Seine Aufgabe wird die Weiterentwicklung der Marke Canon und des Geschäfts in Bezug auf Zielgruppen, Produktangebote und Kommunikation sein, um die Marktführerschaft weiter auszubauen. • Seit Juli ist **Sven Schoenwald** als neuer Produktspezialist für die Kompetenzbereiche Folienkaschieren und Bogenrotationsstanzen bei Horizon tätig. In dieser Position verantwortet er die weitere Steigerung der Beratungs- und Schulungsqualität sowie die Entwicklung von Lösungen für komplexe Aufgabenstellungen.



zum 1. September 2014 in den Vorstand des Unternehmens berufen. Er zeichnet für die Ressorts Marketing, Sales und Retail sowie die Weiterentwicklung der Handels- und Vertriebspartnerschaften verantwortlich. • **Marco Gottschalk** ist der neue Marketing Director in der Consumer Imaging Group bei Canon Deutschland. Seine Aufgabe wird die Weiterentwicklung der Marke Canon und des Geschäfts in Bezug auf Zielgruppen, Produktangebote und Kommunikation sein, um die Marktführerschaft weiter auszubauen. • Seit Juli ist **Sven Schoenwald** als neuer Produktspezialist für die Kompetenzbereiche Folienkaschieren und Bogenrotationsstanzen bei Horizon tätig. In dieser Position verantwortet er die weitere Steigerung der Beratungs- und Schulungsqualität sowie die Entwicklung von Lösungen für komplexe Aufgabenstellungen.



ERNEUT SERVICE-CHAMPION

Die Onlinedruckerei diedruckerei.de ist 2014 erneut als Service-Champion unter den Druckereien gewählt worden. Der Service-Champion ist Deutschlands größtes Service-Ranking und wird jährlich von der Tageszeitung ›Die Welt‹ in Kooperation mit der ServiceValue GmbH durchgeführt. Dahinter stehen rund eine Million Kundenurteile zu über 1.500 Unternehmen aus über 180 verschiedenen Branchen.

»Für uns als Online-Druckdienstleister ist der Service-Champion ein wichtiger Spiegel für Kundenzufriedenheit, da die Kunden ihre Bestellung von Drucksachen bei uns online abwickeln«, erklärt Walter Meyer. Bei der großen Kundenbefragung zum erlebten Kundenservice werden Marken und Unternehmen jährlich von hunderttausenden Kunden beurteilt. Die Branche der Druckereien kam 2013 erstmals auf den Prüfstand. »Ein großes Dankeschön an unsere Kunden: Zum zweiten Mal wurden wir in Deutschlands größtem Service-Ranking von zufriedenen Kunden auf den ersten Platz gewählt – vor allen anderen Druckereien«, freut sich Walter Meyer, Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH.

› www.diedruckerei.de

TREFFPUNKT TECHNIK DES BVDM

Beim jährlichen Treffpunkt Technik am 16. und 17. Oktober in Berlin befassten sich die Technik-Gremien des Bundesverbandes Druck und Medien e. V. (bvdm) mit innovativen Branchenthemen und der Lösung technischer Probleme.

Zwei Tage geballte Fachinformation, intensive persönliche Gespräche und fachübergreifendes Networking machten den Treffpunkt Technik 2014 zu einem vollen Erfolg. Rund 80 Experten aus Druck- und Medienunternehmen, Zulie-



Von links: Volker Hotop (Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH, Mörfelden-Walldorf), Matthias Tietz (Rheinisch-Bergische Druckerei, Düsseldorf), Dr. Paul Albert Deimel (Bundesverband Druck und Medien e. V., Berlin), Andreas Schaffner (Tamedia AG, Bern) und Josef Konrad Schiebl (SV Süddeutscher Verlag Zeitungsdruck GmbH, München).

ferindustrie und Forschungseinrichtungen diskutierten Fragen rund um die Themen Prozesssteuerung, Qualitätssicherung und Materialeinsatz. Das ›Forum Innovation‹, zum Auftakt der Tagung, präsentierte unter anderem Themen wie ›Barrierefrei und mobil publizieren‹, ›Digital Asset Management‹, und ›Geschäftsfeld 3D-Druck‹. › www.bvdm-online.de

START IN DER SCHWEIZ UND IN BELGIEN

Flyeralarm treibt die Expansion ins Ausland mit Nachdruck voran und startet ab sofort sein Angebot in der Schweiz und in Belgien. Damit ist das Würzburger Unternehmen in zehn europäischen Ländern vertreten. Bis Ende 2014 sollen weitere Auslandsmärkte folgen. Während die Aufträge auch künftig in Deutschland gedruckt werden, ist das Unternehmen in den jeweiligen Ländern mit eigenen Webshops und häufig mit Niederlassungen präsent.

In der Schweiz und in Belgien können die mehreren hundert Flyeralarm-Produkte in mehr als drei Millionen Varianten zunächst über die Onlineshops flyeralarm.ch und flyeralarm.be in den jeweiligen Landessprachen (Schweiz: deutsch, italienisch und französisch; Belgien: französisch und niederländisch) bestellt werden – von Flyern über Faltblätter, Plakate und Magazine bis hin zu Bannerdrucken und Displays. In Belgien können die Kunden zwischen den Lieferzeiten Standard, Express und Overnight wählen, in der Schweiz wird zunächst der Standard-Versand angeboten, bis Ende des Jahres folgen dann Express und Overnight.

› www.flyeralarm.de



und / oder



Digital mit KBA RotaJET

Kleine Zeitungsauflagen
 Variabler Datendruck
 Print-on-Demand
 Personalisierung
 Individuelle Mailings
 Bücher, Zeitschriften
 Industrieller Druck
 Neue Geschäftsmodelle
 1:1 Marketing

Offset mit KBA Commander

Kleine bis große Auflagen
 Semicommercials
 Kurze Rüstzeiten
 Hohe Druckqualität
 Neue Werbeformate
 Hohe Produktivität
 Automatisierung nach Maß
 Kompakte Bauweise
 Zielgruppen-Produktion

Welchen Weg Sie auch wählen. Wir unterstützen Sie kompetent.

Die Medienbranche ist im Wandel. Druckauflagen werden kleiner und die Zielgruppen spezifischer. Die Ansprüche bei Qualität, Produktivität, Flexibilität und Wirtschaftlichkeit steigen. Neue Werbeformate und neue Geschäftsmodelle mit Mehrwert sind gefragt. Als Technologieführer bietet KBA maßgeschneiderte Lösungen für Ihre Anforderungen – egal ob im bewährten Offset oder im Inkjet-Digitaldruck.

Mehr Infos? Anruf genügt.

Besuchen Sie uns auf
 der World Publishing
 Expo in Amsterdam
 vom 13.-15.10.

Halle 11, Stand 250

Breaking News:

Die Hunde sterben aus!

ni. FANKEL, 30. September. Natürlich ist das dummes Zeug! Allerdings könnten Hunde, die dem Herrchen die Zeitung bringen, bald ohne Arbeit sein. Denn wo immer man surft oder blättert, wird die Zeitung als Auslaufmodell bezeichnet. Selbst von denen, die damit ihr Brot verdienen. Der Abgesang auf das Traditionsmedium wird immer lauter. Unisono werden Strukturveränderungen und vor allem das Internet

für die sinkenden Leserzahlen verantwortlich gemacht. Doch ist das wirklich so? Liegt es wirklich nur am Internet, dass es den deutschen Zeitungen heute schlecht geht? Medienforscher sehen auch andere Gründe für sinkende Leserzahlen. Und wir sehen auch, dass es sehr wohl Chancen für die Zeitung gibt. Allerdings: Einfach so weitermachen wie bisher, wird tatsächlich mit nur geringem Erfolg beschieden sein.



Zeitungskiller Internet?

Eines der größten Probleme unserer sogenannten Informationsgesellschaft ist die mangelnde Medienkompetenz der Menschen. Wenn sie kaum noch zwischen Werbung, Berichterstattung und Kommentar unterscheiden können, hat das auch massiven Einfluss auf das Lesen von Tageszeitungen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Im Sommer war wieder eine Nachricht zu lesen, die sich (so oder ähnlich) zum xten Male wiederholt hat und geradezu austauschbar ist: »Die Konsolidierung der deutschen Zeitungslandschaft schreitet voran«, hieß es da, als die Unternehmensgruppe Aschendorff, Herausgeber der »Westfälische Nachrichten«, im Rahmen einer sogenannten Sanierungsfusion die im Dortmunder Medienhaus Lensing erscheinende »Münstersche Zeitung« übernahm. Gleichzeitig setzte Lensing den Rostift bei zwei Lokalausgaben der »Ruhr-Nachrichten« an, die Ende Oktober eingestellt werden.

Kein Einzelfall, denn viele Zeitungen kränkeln oder schreiben Verluste, da Werbeeinnahmen und Leserzahlen sinken. Schon seit Jahren werden überall Redaktionen aufgelöst, Redakteurstellen nicht wieder besetzt oder ganz gestrichen. Die Pleite der »Frankfurter Rundschau« oder die Einstellung der »Financial Times Deutschland« sind auch noch gut im Gedächtnis. Und Verleger klagen, die gedruckte Zeitung habe gegen das schnellere Medium Internet kaum mehr eine Überlebenschance. Deshalb setzen sie verstärkt auf Online-Angebote. Angesichts der Internet-Konkurrenz, so die Erkenntnis der Zeitungs-Branche, hätten vor allem Lokal- und Regionalblätter keine Chance mehr (dass es aber auch anders geht, lesen Sie in unserem Beitrag über den »Trierischen Volksfreund« auf Seite 26 dieser Ausgabe).

Für jeden etwas

Das Internet alleine für die sinkenden Leserzahlen verantwortlich zu machen, scheint jedoch eher ein vorgeschobenes Argument, wenngleich auch nicht ganz falsch. Der Kölner Medienforscher Dr. Andreas Vogel weist in seiner Studie »Talfahrt der Tagespresse« beim Blick auf 30 Jahre Zeitungsgeschichte anhand statistischer Daten nach, dass die These vom Zeitungskiller Internet schlicht falsch ist. Die Daten, die er zusammengetragen hat, zeigen seit den frühen 1980er Jahren einen linearen Verlauf der Leserzahlen – und zwar nach unten.

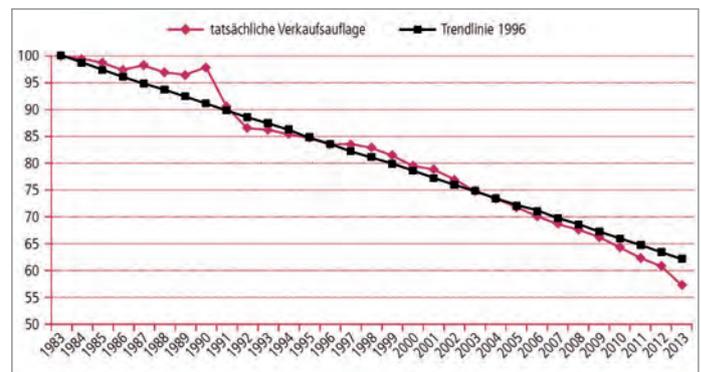
Damals spielte das Internet noch keine Rolle und durch die Wiedervereinigung Deutschlands stiegen die Auflagen gar wieder. Also wurde die Diskussion, was Zeitungen anders

329 TAGESZEITUNGEN GIBT ES IN DEUTSCHLAND, DAVON ACHT ÜBERREGIONALE UND ACHT SOGENANNT E STRASSEN-VERKAUFS-ZEITUNGEN.

17,5 MIO. BETRÄGT DIE WOCHENTÄGLICHE AUFLAGE DIESER ZEITUNGEN.

5,1 MIO. EXEMPLARE DRUCKEN DIE 20 WOCHEN- UND SECHS SONNTAGS-ZEITUNGEN.

Quelle: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), August 2013.



In seiner Publikation »Talfahrt der Tagespresse« zeigt Dr. Andreas Vogel anhand statistischer Daten, dass die Absatzprobleme der Tageszeitungen älter sind als die Erfolgsgeschichte des Internets. In der Abbildung die Auflagenentwicklung in Prozent von 1983 bis ins Jahr 2013. Auf Basis der errechneten Trendlinie müsste also bereits seit Jahren die Tendenz abnehmender Auflagen bekannt gewesen sein.

machen müssen, um ihre Leser zu halten, wieder in der Schublade versenkt.

Die Akzeptanz- und Absatzprobleme der heute noch 329 Tageszeitungen in Deutschland sind also in Wahrheit viel älter als die Erfolgsgeschichte des Internets. Und die Absatzschwäche hat, folgt man der Argumentation von Dr. Vogel, nur wenig mit dem Medienwandel an sich zu tun, dafür aber umso mehr mit der sich radikal veränderten Gesellschaft. Doch diesen Wandel haben etliche Zeitungen offensichtlich verpasst oder ihn nur in ihren Feuilletons abgehandelt.

So gilt bei so gut wie allen Zeitungen noch immer die Parole, dass jeder schon irgendwas in den Ausgaben finden wird, was ihn interessiert. Das mag bei einem Vier-Personen-Haushalt sicherlich auch zutreffen (wie wir aus eigener Erfahrung

wissen, zumal noch zwei weitere Haushalte unsere Regionalzeitung lesen). Aber das »Für jeden etwas« relativiert sich bei der wachsenden Zahl der Single-Haushalte (die nach den Zahlen von Dr. Vogel in Deutschland seit 1991 um 15,3% oder von 35,3 Mio. auf 40,7 Mio. gestiegen ist). Wer aber das Gefühl hat, dass nur ein Bruchteil des Zeitungsinhaltes für ihn interessant ist, überlegt sehr genau, ob er die Zeitung noch einmal kauft oder ob er sein Abo kündigt.

Gelangweilte Leser?

Dazu kommt, dass das, was man schon aus Radio, Fernsehen oder Internet kennt, am nächsten Tag wirklich nicht als Neuheit, noch nicht einmal mehr als Nachricht, wahrgenommen wird.



Was auch am nächsten Tag noch interessant ist, sind Hintergrundinformationen, Kommentare, Meinungen und Infografiken (die Wochenzeitungen beweisen es). Aber die werden in vielen Zeitungen entweder zur Mangelware oder sie sind als solche nicht zu erkennen.

Trotzdem genießt die Zeitung selbst unter Nicht-Lesern einen bemerkenswert guten Ruf und gilt bei 85% der deutschen Bevölkerung als das glaubwürdigste Medium überhaupt. Und auf die Lektüre der Lokalseiten wollen viele schon gar nicht verzichten. Andererseits wollen aber junge Menschen nichts von Zeitungen wissen, weil sie ihnen angestaubt vorkommen. Behördliche und institutionelle Nachrichten oder Vereinsberichte spielen für sie keine große Rolle (es sei denn, sie sind Mitglied in dem Verein). Viele sind zudem der Meinung, dass sich ihre Interessen in der Zeitung nicht widerspiegeln. Was im Übrigen nicht nur junge Erwachsene bemängeln. Aber dazu muss man noch nicht einmal Studien hochkarätiger Experten bemühen, dazu reicht es völlig aus, sich im Bekannten- und Freundeskreis umzuhören.

Viele Zeitungen erweisen sich zudem einen Bärendienst mit schlecht oder gar nicht recherchierten Zahlen. Da werden offenbar in Unkenntnis bestimmter Marktverhältnisse gerne schon einmal Millionen statt Milliarden genannt, dafür aber wird um so mehr mit prozentualen Verschiebungen jongliert, ohne die Re-

lationen zu nennen – weil es der Repräsentant einer IHK so vorgetragen hat. Und das hinterfragt man doch nicht, oder?

Relevanz und Orientierung

In seinem Buch ›Brauchen wir Zeitungen?‹ argumentiert auch Prof. Michael Haller, dass der Schwund bei der Leserschaft schon lange vor dem Internet eingesetzt habe und dass Zeitungen selbst schuld an ihrer Krise seien, weil sie die Bedürfnisse der Leser vernachlässigt hätten. In diesem Zusammenhang stellt der Medienwissenschaftler dem deutschen Tageszeitungs-Journalismus kein gutes Zeugnis aus und sieht gar eine Qualitätskrise. Viele Blattmacher hätten vor lauter Sorge um Websites und Klickzahlen im Internet offenbar das Wichtigste aus

dem Blick verloren: das Informationsbedürfnis ihrer Leser. Gründlichere Recherchen, sich daraus ergebende pfiffigere Themen, bissigere Kommentare, – klar, das könnte der Königsweg sein. Doch wegen der weggebrochenen Anzeigenerlöse wird immer mehr am Budget und an den Mitarbeitern in den Redaktionsstuben gespart. Dabei erreichen Regionalzeitungen in Deutschland immer noch mehr Menschen als Fernsehsender. Die Mehrheit der Leser, schreibt Haller unter Verweis auf seine Studien, wolle ›hart recherchierte Nachrichten‹, Relevanz und Orientierung am Morgen und kein Entertainment. Den Lesern (ob 30 oder 60 Jahre alt) komme es auf den Inhalt an: nachrichtlich berichtend nach Kriterien wie Aktualität und Relevanz.

Ist Kostenoptimierung alles?

Das lässt sich aber kaum erreichen, wenn Redaktionen weiterhin bis zur Unkenntlichkeit zusammengestrichen werden. Und auch damit nicht, wenn an den Blättern so lange ›kostenoptimierend‹ gebastelt wird, bis es die Leser leid sind und ihre Abos kündigen. Geht die Leserzahl dann wiederum ein Stück zurück, werden langjährige Abonnenten für ihre Treue bestraft, indem die Abo-Preise noch weiter angehoben werden. Inzwischen denkt selbst die NZZ in Zürich darüber nach, deutlich weniger Umfang zu drucken und aktuelle Meldungen stattdessen im Internet

zu veröffentlichen. Dies haben wir vor einigen Jahren auch beim ›Druckmarkt‹ so realisiert, weil wir der Meinung sind, dass nicht jede Meldung das Papier wert ist, auf die sie gedruckt wird. Aber wir sind eben keine Tageszeitung, sondern eine Fachzeitschrift, die nur alle Monate erscheint. Ob dieses Konzept auch bei einer Zeitung aufgeht, wage ich zu bezweifeln.

Als bekennender Zeitungsleser kann ich über diese Klimmzüge ohnehin nur noch mit dem Kopf schütteln. Ist Kostenoptimierung wirklich das, was Zeitungen brauchen? Oder sind es nicht eher neue Konzepte? Solche etwa, die das Lesen wieder zur Freude machen. Eine leserfreundliche Blattstruktur, bessere und überraschendere Designs, ein an die Lesegewohnheiten (und Lesemöglichkeiten) angepasstes Layout der offenbar in die Jahre gekommenen Leserschaft, frische Themen, kombiniert mit verblüffenden Druckeffekten (auch das ist auf Zeitungsrotationen möglich), um die Leser staunen zu lassen. Die Liste ließe sich noch weiter fortsetzen – und sie ist nicht neu! Doch nichts von dem scheint in den Chefetagen der Verlage angekommen zu sein. Noch nicht einmal die enormen Möglichkeiten, die der Digitaldruck bietet.

Damit nämlich wären neue Konzepte realisierbar. Beispielsweise Ausgaben, die nur aus den Ressorts Politik, Wirtschaft und Finanzen bestehen und für Leute gedacht sind, die sich auch die seitenlangen Bör-

45,5 MIO. DEUTSCHE LESEN ZEITUNG. DAS SIND 75% DER DEUTSCHSPRACHIGEN BEVÖLKERUNG ÜBER 14 JAHRE.

398.763 E-PAPER-ABOS GEBEN DIE ZEITUNGSVERLAGE FÜR 2013 AN.

8,23 MRD. EURO BETRUG DER GESAMTUMSATZ DER TAGESZEITUNGEN IN DEUTSCHLAND.

Quelle: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) 2013.



Natürlich ist vor allem der Inhalt einer Zeitung entscheidend dafür, ob sie Akzeptanz bei ihren Lesern findet. Daneben spielt das Design aber ebenfalls eine große Rolle. Mit Schwarz-Weiß-Seiten oder Textwüsten geben sich die Leser heute nicht mehr zufrieden. Ein gutes Design, Infografiken und Überraschendes gehört zu einer modernen Zeitung ebenfalls dazu. Hier einige Seiten, die zum Teil auch schon bei internationalen Awards ausgezeichnet wurden.

senkurse durchlesen, denen aber der Sportteil oder das Feuilleton gleichgültig ist. Warum sollten sie diese dann mitbezahlen? Genauso denkbar wären Ausgaben mit internationalen und regionalen Sportereignissen, Wochenend-Ausgaben für heimatverbundene Leser oder eine reine Kultur- und Feuilleton-Ausgabe für den Schöngest.

Diese abgespeckten Ausgaben dürften dann aber auch nur 80 Cent statt 2,30 Euro kosten. Schließlich spielt der Preis einer Zeitung in vielen Haushalten eine nicht unerhebliche Rolle.

Das Aufbereiten und Drucken solcher »Ressort-Ausgaben« (es gäbe sicherlich noch mehr Themen) liefert zwar darauf hinaus, dass die Zeitungen mehr Magazin-Charakter erhielten oder erhalten müssten, könnte aber intelligent mit Online-Angeboten verbunden werden und entspräche vor allem dem Zeitgeist des »Special Interest«. Mit personalisierten Zeitungen, wie sie ja schon mehrfach gescheitert sind, hätte

dies nichts zu tun. Doch leider hat man solche Ansätze bisher noch nicht gesehen.

Problemfall Medienkompetenz

Stattdessen hechelt man den immer verrückter und schneller werdenden Trends und Modeerscheinungen des Internets hinterher, ohne eine Chance zu haben, sie einholen zu können. Das dickste Problem – jenseits aller Technik und der Konzeptsuche der Zeitungshäuser – liegt jedoch bei den Lesern selbst. Geübte Zeitungsleser wollen ihren Berufsalltag mit einer »Übersicht« über das relevante Geschehen beginnen, schreibt Michael Haller.

Dafür lassen sie sich laut einer Umfrage der Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG) aus dem Jahr 2012 im Durchschnitt täglich 39 Minuten Zeit (im Vergleich: Der tägliche Fernsehkonsum in Deutschland beträgt 235 Minuten). Und 75% der Zeitungsleser haben ihre Lektüre bis mittags abgeschlossen.

Doch die Lesedauer gibt längst noch keine Auskunft über die Lese-Kompetenz. Medienkompetenz bedeutet für Haller vor allem, die Kulturtechnik »Zeitung-Lesen« erst einmal zu erwerben. Nach seinen Beobachtungen kennen viele (vor allem) junge Menschen nicht den Unterschied zwischen einem Bericht und einem Kommentar. Sie beherrschen und verstehen also die Technik nicht, die zu den Grundlagen der Meinungsbildung gehört. Zu allem Übel verwässern die Zeitungen jedoch selbst die Grenzen zwischen Werbung und eigens recherchierten Berichten mit sogenannten »Native Advertisements«. Diese kommen im redaktionellen Mäntelchen daher, sind aber nichts anderes als Schleichwerbung, bei der die vermeintlich seriösen Berichte von der Industrie gesteuerte Marketing-Botschaften sind.

Die Lese- und Medienkompetenz von Jugendlichen zu fördern, müsste deshalb erklärtes Ziel der Schulen sein. Um junge Menschen mit Zeitungen vertraut zu machen, bieten

etliche Verlage schon heute Gratis-Abos und Förderprogramme an. Doch die Damen und Herren Pädagogen lassen ihre Schüler lieber »googlen« statt auf Zeitungsartikel zu verweisen.

Orientierungsmedium

Das Internet muss nicht zwangsläufig eine lebensbedrohliche Konkurrenz für die Zeitung darstellen. Denn deren Stammleser nutzen sowieso längst beides. Allerdings sind sie durch das Internet auch ungeduldiger geworden. Doch die Zeitung hat als Orientierungsmedium nach wie vor erhebliches Zukunftspotenzial. Vor allem auch, weil die Suche im Internet zunehmend zum Geduldsspiel wird, weil kaum noch Informationen zu finden sind, die nicht selbst Werbung oder durch Werbung überlagert sind. Und je mehr diese Entwicklung weiter zunimmt, werden sich Leser wieder auf die Zeitung besinnen.

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



Zwischen Zeitung, Apps und Hochglanz

Kommt eine Zeitungsrotation in die Jahre, ist guter Rat oft teuer. Drucken lassen oder weiterhin selbst drucken? Und wenn ja, wie? An der Mosel wurden diese Fragen sehr pragmatisch beantwortet. Denn beim ›Trierischer Volksfreund‹ sieht man in der neuen Maschine nicht nur eine Ersatzinvestition, sondern ein kreatives Instrument für die strategische Ausrichtung.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

»Unsere Rotation war 23 Jahre alt – wir mussten handeln«, fasst Thomas Marx, Geschäftsführer des Medienhauses Trierischer Volksfreund, die Ausgangslage zusammen. »Auch wenn die Alternative diskutiert wurde, die Produktion an andere Zeitungshäuser zu vergeben, kamen wir mit unseren Gesellschaftern schnell zu dem Schluss, den Standort Trier zu stärken und in eine neue Druckmaschine zu investieren.«

Mit einer für den Zeitungs- und Semicommercial-Druck ausgestatteten KBA Cortina verbessert die ›Volksfreund-Druckerei‹ die Druckqualität und erweitert gleichzeitig ihr Produktionsspektrum.

Anfang Juni 2013 wurde die im wasserlosen Offset produzierende Rotation bestellt, seit Mai dieses Jahres ist sie in Produktion. Auch die Weiterverarbeitung wurde erneuert: Vor zwei Jahren installierte das Druckhaus einen revidierten Ferag-Versandraum. Die Gesamtinvestition für die Zeitungsproduktion beträgt etwa zehn Millionen Euro, Druck und Verarbeitung sind nun auf dem neuesten Stand und die Weichen für die Zukunft gestellt.

Bekenntnis zur Printausgabe

Natürlich stecken hinter dieser Entscheidung auch technische Erwägungen. Viel mehr ist es aber das verlegerische Konzept, das die Installation so interessant macht. Denn dieses Konzept unterscheidet sich doch erheblich von dem, was



man von vielen anderen Zeitungen kennt.

»Der Trierische Volksfreund ist und bleibt unser Kernprodukt«, stellt



Thomas Marx fest, der in der neuen Technik Chancen für zusätzliche Geschäftsfelder sieht.

Denn ergänzend zur Zeitung sollen über innovative Produkte neue Zielgruppen angesprochen werden. »Die Cortina bietet uns diese Möglichkeit, neben der Tageszeitung zusätzlich verlagseigene Produkte sowie Kundenaufträge in sehr unterschiedlichen Formaten und Papierqualitäten zu drucken. Damit steigt die Attraktivität unseres Angebots an Drucksachen erheb-



lich«, ergänzt **Franz-Josef Hirsch**, Geschäftsführer der DHVS, Druckhaus und Verlags-service GmbH, die die Trierer Tageszeitung druckt – und künftig auch mehr.

»Wir wollen unseren Lesern damit näher kommen«, führt Thomas Marx aus. Das sagen zwar alle im Marketing und ersetzen das Wort Leser durch Kunden, doch Marx meint es nicht im übertragenen Sinne und schon gar nicht als Floskel, sondern genau so, wie er es sagt. Schließlich bekennt sich der ›Trierische Volksfreund‹ mit seinem Slogan »Er gehört zum Leben« eindeutig zu seiner Heimat. Und das sind die Regionen Eifel, Hunsrück, Mosel, Saar bis an die Grenzen zu Luxemburg und Belgien mit einem Verbreitungsgebiet von 5.500 km². Hier ist der ›Volksfreund‹ mit rund 100.000 Exemplaren Tagesauflage und zwölf Regionalausgaben zu Hause.

Die Leser sind in erster Linie Menschen, die vom Weinbau, der Landwirtschaft und nicht zuletzt vom Tourismus leben. Eine ganz andere Konstellation also, wie sie in Großstädten vorzufinden ist. Deshalb erscheint das Konzept der Trierer auch so stringent und logisch. Denn es wird Vielfalt angestrebt, nicht die

Konzentration auf das eine Produkt Tageszeitung. Thomas Marx geht es darum, die Informationsbedürfnisse der Leser genau zu erkennen und danach möglichst viele Interessensgebiete mit hochwertigen Produkten – gedruckt oder digital – abzudecken.

Neue Drucksachen sind das Ziel

»Im Internet, bei Apps und anderen digitalen Angeboten sind wir in unserer Region längst eine große Nummer. Jetzt wollen wir die Möglichkeiten der digitalen Welt mit denen der Print-Welt sinnvoll verbinden«, erklärt Franz-Josef Hirsch. Und das soll über die Möglichkeiten der KBA Cortina gelingen.

Denn zwischen der Tageszeitung, Apps und Hochglanz-Drucksachen gibt es noch genügend Platz für frische Ideen. »Wir wollen Produkte entwickeln, die bisher auf einer Zeitungsrotation nicht möglich waren. Das Ersetzen existierender Drucksachen ist nicht unser Ziel, sondern das Neue«, erläutert Hirsch.

Dazu wird in Kürze ein Sammelhefter installiert, um bei der Semicommercial-Produktion flexibel agieren zu können. Auf der Zeitungsmaschine Cortina produzierte Druck-Erzeugnisse erreichen dann mit einem (beispielsweise bei einem Kollegenbetrieb) veredelten Umschlag eine bisher nicht gekannte Qualität. Möglich wird dies einmal durch die ausgezeichnete Drucktechnik der Cortina, aber auch durch die hohe



Die Dimensionen der Halle, in der Druck und Versand untergebracht sind, erinnern noch an die alte Technik. Die kompakte Cortina nimmt nur einen Teil der Höhe und Produktionsfläche in Anspruch.

Auflösung der Toray-Druckplatten, mit denen in Trier bis zum 70er Raster gedruckt wird.

Schlank aufgestellt

Doch trotz der hochgesteckten Ziele ist das Produktionsumfeld recht überschaubar. Natürlich nutzt man an der Rotation wie auch in der Vorstufe etliche Automatismen, »aber bei einer Konfiguration wie hier in Trier muss nicht alles bis ins Letzte automatisiert werden. Vieles ist eine Frage der Organisation«, sagt Franz-Josef Hirsch. Ohnehin sei man extrem schlank aufgestellt: »Eine Platten-Linie, eine Druckmaschine, ein Falzapparat, ein Versandraum. Das genügt.«

Knapp 400 Toray-Druckplatten pro Nacht für die Tageszeitungs-Produktion (abhängig vom Umfang der zwölf Regionalausgaben) produziert das Kodak-CtP-System für den wasserlosen Offsetdruck. Die Auflage von 100.000 Exemplaren wird von drei Druckern in etwa vier Stunden abgewickelt – gut zwei Stunden weniger als mit der alten Rotation – und das gleichzeitig auch deutlich umweltfreundlicher.

Ökologie und Ökonomie

»Rein ökologische Überlegungen haben unsere Entscheidung allerdings nicht getrieben«, sagt Franz-Josef Hirsch. »Da die Sensibilität der Menschen in der Region für den Umweltschutz steigt, fühlen wir uns mit

der Maschine jedoch auf der sicheren Seite.«

Aber es sei ja nicht nur der eliminierte Wasserverbrauch, es sei vor allem die Makulaturersparnis, die die Maschine nachhaltig produzieren lässt. »100 Exemplare Anfahrmakulatur sind das Maximum-Ziel bei einer »kalten Maschine« – beim Wiederanfahren weniger als 50 Exemplare«, sagt Hirsch.

Und auf die Frage nach dem vermeintlichen Risiko, mit nur einem Plattenlieferant zusammenzuarbeiten, antwortet er: »Wir sind uns dessen bewusst, halten es aber für kalkulierbar.« Schließlich gibt es in Deutschland inzwischen neun Cortina-Installationen, weltweit 20, die alle mit dieser Situation umgehen. Warum soll da etwas schief gehen? Und wenn andere ins Feld führen, die Platten seien teurer als konventionelle, weiß Hirsch auch hierauf eine Antwort: »Es gibt bei uns keine Investition ohne Wirtschaftlichkeitsberechnung. Auch die Druckplatten, Farben und Drucktücher haben wir genau analysiert und uns schließlich für das Paket wasserloser Druck und damit für die Vielfalt der Möglichkeiten entschieden.« Ein gutes Investment in die Zukunft, meint Franz-Josef Hirsch.

Allein die Tatsache, dass auf der Cortina mehr als zehn Papierqualitäten von 36 g/m² bis 120 g/m² mit höchst unterschiedlichen Weißgraden laufen, die bis zum 70er Raster bedruckt werden können, lassen der



TECHNIK FÜR DAS 21. JAHRHUNDERT Die doppelbreite KBA Cortina im Rheinischen Format mit einer Produktionsleistung von maximal 85.000 Exemplaren/h kann bis zu 32 Broadsheet- beziehungsweise 64 Tabloid-Seiten vierfarbig drucken und lackieren. Die beiden Pastomat-Rollenwechsler werden automatisch mit Papierrollen versorgt. Durch die Aufstellung als Parterre-Anlage hat die kompakte und weitgehend automatisierte Cortina eine geringe Bauhöhe, was zu einer ergonomischen Bedienung mit geringem Personaleinsatz beiträgt.

Die automatisierte Umstellung der Papierbahnbreite und der automatische Plattenwechsel ermöglichen schnelle Auftragswechsel. Die beiden über den Drucktürmen integrierten Lackwerke erfordern nach Angaben von KBA lediglich eine IR/TL-Trocknerhilfe, aber keinen energieintensiven Heißlufttrockner. Der Dispersionslack kann auf beiden Seiten der Papierbahn in unterschiedlichen Breiten aufgetragen werden. Die mögliche Kombination einer lackierten Papierbahn mit einer nicht lackierten und der Einsatz unterschiedlichster Papierqualitäten erhöhen die Produktionsflexibilität. Dazu trägt auch der Oberbau mit zwei Doppelwendeeinrichtungen, drei Falztrichtern und Skip Slitter bei. Durch weitere Einrichtungen können die Druckprodukte geleimt, geheftet oder perforiert werden. Sonderwerbeformen wie Superpanorama oder Half-Cover sind ebenfalls möglich.

Bedient wird die in das Produktionsplanungs- und Voreinstellsystem KBA PressNet integrierte Cortina über ErgoTronic-Leitstandtechnik. Automatische Farb- und Schnittregisterregelungen, Zylinderwaschanlagen und weitere Ausstattungsdetails unterstützen die hohe Druck- und Falzqualität bei geringer Makulatur.



Kompakt wie die KBA Cortina selbst ist auch die Raumaufteilung für die Bedienung der Maschine. Der Leitstand befindet sich im selben Raum wie



die Plattenlinie, die aus Kodak-CtP-System, Entwicklungseinheit von marks-3zet und Platten-Finishing von NELA besteht.

Fantasie freien Lauf, was möglich und von den Trierern angedacht ist. Dazu kommt die Flexibilität bei den Formaten: Neben den klassischen Zeitungsformaten (Rheinisches und Berliner Format samt Halbformaten) und Sonderformaten wie Super-Panorama, Flying Page oder Half-cover sind auch angeschnittene A4-Drucksachen ohne Punktur mit Hefung und Lack möglich.

Respekt vor den Druckern

Franz-Josef Hirsch lässt nicht den Eindruck entstehen, dass ihn nach seinen gut drei Jahrzehnten Erfahrung im Zeitungsgeschäft noch irgendetwas aus der Technik-Kiste über Gebühr beeindrucken könnte. Doch auf den reibungslosen Ablauf von der Planung über die Bestellung der Rotation bis zur Inbetriebnahme

ist er merklich stolz (das gesamte Projekt wurde in der erstaunlich kurzen Zeit von nur gut einem Jahr realisiert).

Dabei spart er auch nicht an Lob: »Es war schon bemerkenswert, wie sich die Mitarbeiter ins Zeug gelegt haben. Neben dem Betrieb der während des Umbaus abgespeckten alten Rotation mussten sie die neue Maschine kennenlernen und sich bei

den Prozessen komplett umstellen. Das war eine echte Herausforderung für die Männer«, anerkennt Hirsch das Engagement der Mitarbeiter, die mit höchstmöglichem Einsatz dafür gearbeitet haben, das Projekt erfolgreich abzuschließen.

Jetzt sind sieben Drucker für die Maschine geschult. Mit derzeit drei Druckern wird die Nachtproduktion gefahren, wenn sich alle Abläufe

DIE Bescheidwisser



Natürlich dürfen Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier wühlen oder durch Suchmaschinen kämpfen, um irgendwann den Überblick zu verlieren oder vielleicht doch 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 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.

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com



Die Lackwerke im Überbau mit dem kompakten IR-/TL-Trockner.



Bestückung der Achtertürme mit den Wasserlos-Druckplatten via Lift.



Mit der KBA Cortina und der Ferag-Versandraumtechnik wird an sechs Tagen die Woche der ›Trierische Volksfreund‹ produziert. Künftig sollen weitere Drucksachen über die Rotation laufen. Neben Hochglanz-Magazinen, die in Trier verlegt, nicht aber gedruckt werden, sind neue Drucksachen wie etwa das Grillmagazin angedacht, das bereits auf der Cortina hergestellt wurde.

perfekt eingespielt haben, sollen es nur noch zwei sein. Dabei bemerkt er: »Drucker haben in dem Moment Spaß an der Arbeit, wenn sie ihre Maschine beherrschen. Das war erstaunlich schnell der Fall.«

Völlig neue Optionen

»Die Druckgeschwindigkeit der Cortina ist der eine Vorteil«, sagt Hirsch. Das bringt den Lesern des ›Trierischer Volksfreund‹ eine höhere Aktualität, eröffnet den Geschäftskunden aber gleichzeitig völlig neue Optionen. »Wir können ohne große Umbauten unterschiedliche Formate auf der Maschine drucken – von klassischen Zeitungsformaten bis zu DIN-A4-Magazinen.«

Die Geschwindigkeit, mit der solche Semicommercial-Produktionen abgewickelt werden können, ist beachtlich. »Ein 64-seitiges Magazin mit einer Auflage von 50.000 Exemplaren können wir acht Stunden nach dem Daten-Eingang ausliefern«, sagt Hirsch.

Allerdings räumt er auch ein, dass die Druckmaschine nun einmal für den Zeitungsdruck konzipiert ist und dass man sich bei Auflagen unter 7.500 Exemplaren dann eher schwer tut. »Aber ab 15.000 fühlen wir uns wohl«, bemerkt er.

Durchdacht und ausbaufähig

»Mit der zusätzlichen Produktion von Magazinen und zeitschriftenähnlichen Produkten haben wir

offenbar den Nerv der Zeit getroffen. Wir optimieren im Moment die Herstellung dieser Produkte, haben aber bereits Broschüren wie ein Grillmagazin erfolgreich hergestellt«, sagt Thomas Marx und ergänzt: »Die Möglichkeiten der Cortina bietet den Anschluss an Leistungen, die wir bereits anbieten. Print wird damit auch zum Sprungbrett in die digitale Welt und öffnet uns alle Möglichkeiten als Full-Service-Anbieter.«

Franz-Josef Hirsch denkt gerade dabei auch an ›Augmented Reality‹, ein spannendes Feld, das in Trier verfolgt wird. Unter Umgehung von QR-Codes werden bei gedruckten Bildern oder Grafiken Informationen hinterlegt, die mit jedem Smartphone oder Tablet ausgelesen werden können. Die sogenannte ›Unified-Publishing‹-Lösung ermöglicht es, dass Anzeigen oder redaktionelle Beiträge um zusätzliche Informationen im Internet angereichert werden. Mit dieser Kombination sieht man sich technologisch im Vorteil gegenüber anderen Medien.

Die Kunden entscheiden

Wie weit die Trierer in Sachen Digitalisierung sind, lässt sich an diesem Beispiel erahnen. Für die Akteure an der Mosel mag es allerdings schon Routine sein. Der ›Trierischer Volksfreund‹ ist als Printausgabe und als E-Paper erhältlich und bietet zudem Apps für mobile Geräte. Mit dem Online-Auftritt ›volksfreund.de‹ ist

das Medienhaus Internet-Marktführer der Region. Und das wohl nicht umsonst.

In der Beilage des ›Trierischer Volksfreund‹, in der den Lesern die neue Drucktechnik vorgestellt wurde, sagte Thomas Marx im Interview: »Ich sehe die Zukunft unserer Branche – wenn man die Herausforderungen als Chance zur Veränderung begreift – sehr positiv. Ein Wandel, wie ihn unsere Branche aktuell erlebt, führt auch dazu, Dinge, die lange Zeit als ›normal‹ angesehen wurden, zu hinterfragen, und sich neu zu positionieren. Das ist eine spannende Zeit – die wir mit unserer Erfolg versprechenden Strategie angehen werden.«

Fast möchte man ergänzen: Die Zukunft der Zeitung hat gerade erst begonnen. Doch die ist eigentlich nur das Vehikel, auf dem neue Dienste aufgebaut werden können. Dabei ist das planlose Hinterherhelfen nach immer wieder neuen Trends genauso wenig ratsam wie das Betrauern der Vergangenheit.

»Ständig wird eine neue Sau durchs Dorf getrieben und jedes Mal steht etwas von Kosten drauf«, bringt es Franz-Josef Hirsch auf den Punkt. Das habe viele Verlagsmitarbeiter

entmutigt und Verleger verunsichert. Doch statt der Krise mit Angst oder überhasteten Sparmaßnahmen zu begegnen, rät Hirsch, sich intensiver mit der Zukunft zu beschäftigen. Denn aus seiner Sicht ist nicht das Digitale die eigentliche Herausforderung der Zukunft, sondern der Wandel der Gesellschaft. »Ich bin sicher, dass wir mit der gedruckten Zeitung noch lange Zeit leben werden. Aber daneben entwickeln sich völlig neue Formen der Informationsvermittlung, die Einfluss auf den Medienkonsum haben. Deshalb müssen wir genau hinschauen, was die nachwachsende Generation macht und wie sie sich von den heutigen Lesern unterscheidet.«

Thomas Marx und Franz-Josef Hirsch sehen es deshalb als Aufgabe ihres Verlags, Nachrichten zu recherchieren, Informationen aufzubereiten, zu kommunizieren und damit die Menschen zu erreichen. »Über welches Medium dies dann auch immer geschieht, entscheiden unsere Kunden.«

› www.volksfreund.de

Schwacher Markt für Rotationsmaschinen

Anders als in früheren Jahren konnte der Vorstand von KBA in der Pressekonferenz zur diesjährigen World Publishing Expo in Amsterdam nicht gerade von einem Auftragsboom aus der internationalen Zeitungsindustrie berichten. Die Investitionsflaute hält im Gegenteil noch an. Und den Digitaldruck sieht KBA derzeit noch in der Warteschleife.

Die internationale Investitionsflaute bei Offsetrotationen für den Zeitungs- und Publikationsdruck hat sich nach einem kleinen Zwischenhoch 2010 seit 2011 eher verstärkt und dürfte in diesem Jahr bei neuen Rollenoffsetanlagen mit einem weltweiten Auftragsvolumen unter 300 Mio. € ein neues Tief erreichen. Mögliche interessante Geschäftsmodelle mit High-Volume-Digitaldruck-Anlagen wie der KBA RotaJet werden in der Branche zwar eifrig diskutiert, gelegentlich auch getestet, bei den dafür notwendigen Anlageinvestitionen halten sich die Zeitungsverlage aber noch zurück. Wie so oft in der langen Geschichte der Zeitungsindustrie sind Pioniere gefragt.



Christoph Müller, KBA-Vorstand für den Bereich der Rollen-druckmaschinen, bringt es auf den Punkt: »Digital bringen klassische Zeitungshäuser derzeit zuerst mit online oder mobile in Verbindung.«

Wie andere etablierte Lieferanten der Zeitungsbranche ist KBA seit einigen Jahren gezwungen, seine Kapazitäten und das Personal für dieses Marktsegment mit hohen Kosten an die stark geschrumpfte Nachfrage anzupassen und die Organisation neu auszurichten.

»Das ehemals große Marktsegment Rollenoffsetdruck mutiert vom Volumen- zum Nischenmarkt«, sagte Müller. »Dies macht es für die Lieferanten schwierig, das gewohnte Ni-

veau an Forschung und Entwicklung und kostenloser Beratung aufrechtzuerhalten. Wir tun unser Bestes und haben uns als Produkthaus schlank aufgestellt.«

Fit@All für den Wandel

Seit Jahresbeginn läuft der Umbau bei KBA. Unter dem Motto »Fit@All« sind verschiedene Maßnahmen zusammengefasst, über die der KBA-Vorstandsvorsitzende **Claus Bolza-Schünemann**, berichtete. Mit den Arbeitnehmervertretern an den deutschen und österreichischen Produktionsstandorten habe man in den letzten Monaten bereits Regelungen für den Abbau von gut 1.000 von insgesamt bis zu 1.500 Stellen gefunden. Mehr als die Hälfte fallen demnach an den Rollenstandorten Würzburg, Trennfeld und Frankenthal weg.

Ein neues Standortkonzept im Bereich der Produktion soll Parallel-Aktivitäten vermeiden und führt derzeit zu umfangreichen Verlagerungen bei der Fertigung. Als eine aus seiner Sicht sehr wichtigen Maßnahme nannte Bolza-Schünemann die Schaffung eigenverantwortlicher Geschäftseinheiten (Business Units, die bei KBA Produkthäuser genannt werden) mit klarer Umsatz- und Ergebnisverantwortung für die Segmente Rollen-, Bogen- und Spezialmaschinen (dazu gehören auch die Bereiche Banknoten- und Digitaldruck) und Produktion.

»Wir müssen unsere Profitabilität und Wettbewerbsfähigkeit in allen Bereichen nachhaltig stärken. Dafür brauchen wir mehr Transparenz und strategische Flexibilität. Eine Dachgesellschaft (Holding) mit wenigen Zentralfunktionen, einem kleinen Vorstand und darunter angeordneten operative Einheiten mit eigenen Geschäftsführern kommt unseren Zielen entgegen«, sagte der KBA-Chef. Zugleich machte er deutlich, dass Gesundshrumpfen und Reorganisieren alleine nicht reichen, um den Strukturwandel in großen Teilen der Druckbranche zu bewältigen. »Schrumpfenden Märkten wie dem Zeitungs-, Akzidenz- und Publikationsdruck stehen Wachstumsmärkte wie der Verpackungs-, Digital- und Kennzeichnungsdruck sowie Spezialmärkte wie der Banknoten-, Blech- oder Glasdirektdruck gegenüber«, sagte Bolza-Schünemann. »Dort wollen wir unsere heute schon star-

ke Position sichern und im Rahmen der Möglichkeiten ausbauen. Kapazitätsanpassung und Neuaquisitionen schließen sich dabei nicht aus, solange die Liquidität stimmt. Dies ist bei KBA der Fall.«

Als Beispiele nannte er die 2013 vollzogenen Übernahmen der im Wachstumssegment flexible Verpackungen tätigen heutigen KBA-Flexotecnica S.p.A. in Italien sowie der im Premium-Nischenmarkt Glas-Direktdekoration führenden KBA-Kammann GmbH in Bad Oeynhhausen.

Breites Service-Portfolio

Angesichts der Neigung, vorhandene Anlagen länger zu nutzen, hat KBA sein Service-Portfolio für Eigen- und Fremdanlagen konsequent erweitert. Maschinenüberholungen und -umzüge, Nachrüstungen (zum Beispiel für neue Werbeformate)



Inbetriebnahmen neuer Rotationsanlagen wie hier die KBA Cortina beim Trierischen Volksfreund im Juni 2014 sind durch die Investitionszurückhaltung der Zeitungsbranche seltener geworden.



KBA empfiehlt kreative Print-Werbeformate zur Nachrüstung. In der Abbildung links das vom Cortina-Anwender Druckerei Konstanz entwickelte Smart-Flap mit einem breiten Register für vielfältige Kategorisierungs- und Werbemöglichkeiten.

Im Digitaldruck auf der KBA RotaJet produzierter personalisierter Reise-Cover für diverse Zeitungsausgaben der Würzburger Mediengruppe Main-Post (Abbildungen rechts).



und Umbauten, Software-Updates, Wartungspakete und die technische Komplettbetreuung der Kundenanlagen mit vor Ort stationiertem Personal von KBA oder der PrintHouse-Service GmbH (PHS) haben gegenüber dem Neumaschinengeschäft erheblich an Bedeutung gewonnen.

Compact-Philosophie von KBA hat sich durchgesetzt

Die von KBA im Jahr 2000 mit der Cortina und 2007 mit der Commander CT eingeführte Compact-Philosophie im Druckmaschinenbau hat sich in dem rückläufigen Markt offenbar durchgesetzt und wird inzwischen auch von anderen Herstellern beworben.

Mittlerweile sind weltweit 19 Cortina- und 26 Commander-CT-Rotationen in Produktion, zehn davon mit Heatset-Trocknern für Semi-Commercials. Die jüngsten CT-Anlagen wurden 2014 in Baden-Baden und im schweizerischen Aarau in Betrieb genommen. Wasserlos druckende Cortina-Anlagen liefen in Trier (siehe auch »Druckmarkt« 93, Seite 26) und im norwegischen Trondheim an. In den letzten Jahren ist angesichts sinkender Auflagen in den Industrieländern die Nachfrage nach solchen High-End-Anlagen gesunken. Stärker gefragt waren modular gestaltete, auch nachträglich automatisierbare Maschinen wie die 2011 von KBA vorgestellte Commander CL. Anlagen dieses Typs sind 2014 bei Pressedruck Potsdam, beim »Main-

Echo« in Aschaffenburg und bei »Ouest-France« im französischen Rennes angelaufen.

Print attraktiver machen

In Deutschland sind inzwischen drei Cortinas (in Trier, Freiburg und Düsseldorf) mit integrierten Lackwerken für die Produktion akzidenzähnlicher Produkte ausgestattet. Die Anwender erreichen durch die Druckveredelung neue Auftraggeber aus der Wirtschaft und der Kreativszene. Das Zusatzgeschäft verbessert die Auslastung und Wirtschaftlichkeit ihrer Investitionen. Die Möglichkeit der Inline-Lackierung von Coldset-Drucken ist bisher aus verfahrenstechnischen Gründen auf den wasserlosen Offset beschränkt. KBA empfiehlt aber, die heute gegebenen technischen Möglichkeiten für auffällige Werbeformate wie Superpanorama, Half-Cover, Smart-Flap oder Zip'n'Buy auch an konventionellen



Die von KBA zur WPE vorgestellte RotaJet L-Plattform ist in fünf Bahnbreiten von 895 bis 1.300 mm verfügbar und für wechselnde Marktanforderungen auch bei Druckbreite und Farbigkeit nachrüstbar.

Nassoffset-Rotationen verstärkt zur Attraktivitätssteigerung zu nutzen und bietet entsprechende Nachrüstungs-Pakete an. Die reine Konzentration auf das Sparen bei Inhalt, Optik, Personal und Technik berge für die gedruckte Zeitung mehr Risiken als Chancen.

Neue RotaJet L erweitert Digitaldruck-Angebot

Bereits im vergangenen Jahr auf der World Publishing Expo in Berlin prägte die zur drupa 2012 vorgestellte RotaJet 76 den Messeauftritt und die Gespräche auf dem KBA-Stand. Zur diesjährigen World Publishing Expo stellte Oliver Baar, bei KBA Projektmanager für Business Development Digital Web Presses, die neue RotaJet L-Plattform vor. Sie

ist in fünf unterschiedlichen Bahnbreiten von 895 mm bis 1.300 mm verfügbar und für wechselnde Marktanforderungen auch nachträglich von der minimalen bis zur maximalen Bahnbreite hochrüstbar.

Erneut warb Oliver Baar für die mit dem High-Volume-Inkjet-Druck, gegebenenfalls auch in Kombination mit dem Offsetdruck, mögliche Erweiterung des Print-Portfolios zur Leser- und Kundenbindung, das Erreichen neuer Kundenkreise sowie die Vernetzung von Print- und Online-Medien. Als Beispiel nannte er ein erfolgreiches Projekt mit der Würzburger Main-Post, bei dem auf der KBA RotaJet ein mit den Leserdaten personalisierter Umschlag für die Tageszeitung als Werbung für Leserreisen produziert und verteilt wurde. Die Response-Quote war weit überdurchschnittlich. (Lesen Sie zur neuen RotaJet auch den separaten Beitrag auf Seite 14).

14 Tage vor der World Publishing Expo hatten HP und KBA zur Graph Expo in Chicago die Zusammenarbeit bei Inkjet-Lösungen für den Wellpappen-Verpackungsdruck bekannt gegeben. Der Druckmaschinenbauer will also sein technisches Know-how und seine Erfahrung in vielen Marktsegmenten auch bei digitalen Drucklösungen einbringen und sieht sich dabei für die Anforderungen der Zeitungsbranche sehr gut aufgestellt.

nico

» www.kba.com



KBA erweitert Digitaldruckangebot

KBA hat mit der neuen RotaJet L-Serie eine neue High-Volume-Inkjet-Produktfamilie vorgestellt, die auch nachträglich sehr flexibel an wechselnde Markt- und Kundenanforderungen angepasst werden kann.

Die Digitalisierung der Druckbranche schreitet voran. Der Digitaldruck ist Teil dieser Veränderung. Dabei sind die Anforderungen im High-Volume-Inkjet-Druck an Konfiguration, Ausstattung, Papierbahnbreite und Produktivität in den von Koenig & Bauer mit der KBA RotaJet adressierten Marktsegmenten Bücher, Direct-Mail, Werbung, Zeitschriften, Zeitungen und industrieller Druck jedoch höchst unterschiedlich. Hinzu kommt, dass sich die Marktanforderungen mit der zunehmenden Verbreitung des Digitaldrucks im Zeitverlauf ändern.

Diesen Umständen trägt KBA als erster Hersteller mit der in unterschiedlichen Bahnbreiten verfügbaren und in puncto maximale Druckbreite und Farbigkeit nachrüstbaren neuen Produktplattform RotaJet L Rechnung. Die auf dieser Plattform basierenden Drucksysteme KBA RotaJet 89-130 ergänzen die weiterhin verfügbare RotaJet 76.

Künftige Anwender der neuen RotaJet L-Plattform erhalten den Vorteil, dass sie sich schnell und kostengünstig an veränderte Marktbedingungen anpassen können, ohne gleich in eine komplette Neuanlage

investieren zu müssen. Die leistungsstarke Inkjet-Anlage kann optimal für das jeweilige Markt- und Unternehmensumfeld konfiguriert werden.

Die neue RotaJet L-Serie umfasst fünf Anlagen für Papierbahnbreiten zwischen 895 mm und 1.300 mm. Da alle Anlagen auf einer identi-



Die KBA RotaJet L-Serie ist derzeit für potenzielle Anwender das flexibelste und zukunftssicherste High Volume Inkjet-System am Markt. Es erlaubt die schnelle und wirtschaftliche Anpassung an veränderte Kundenanforderungen, ohne in eine komplette Neumaschine investieren zu müssen.

schon Plattform entwickelt wurden, kann eine KBA RotaJet 89 (895 mm Bahnbreite) auf eine RotaJet 100, 112, 123 oder das Top-Model RotaJet 130 (1.300 mm Bahnbreite) aufgerüstet werden. Ebenso kann eine 1c-Maschine (monochrom) auf eine 4c-Digitaldruckanlage hochgerüstet werden.

Die RotaJet 130 ist das derzeit einzige Highspeed-Inkjet-System mit einer Bahnbreite von 1.300 mm und soll nach Angaben von KBA künftig das Spitzensystem im High-Volume- und Highspeed-Inkjet im Qualitätsegment darstellen. Basierend auf der langfristig angelegten Entwicklungsstrategie von KBA und der Modulbauweise soll auch das Nachrüsten künftiger Druckkopfgenerationen bei der RotaJet L-Serie möglich sein. Für Anwender im High-Volume-Bereich dürfte die neue Plattform der RotaJet das derzeit flexibelste und auch zukunftsicherste Inkjet-System am Markt sein.

Die RotaJet 89-130-Systeme erfordern außerdem keine Anpassung der gewohnten Bahnbreiten oder der Bedruckstofflogistik wie sie gegebenenfalls bereits im Rollenoffsetdruck Verwendung findet. Damit fügt sich die KBA RotaJet L-Serie ohne Kompromisse in bestehende Offsetlandschaften ein. Gerade für Zeitungsdrucker dürfte die neue Digitaldruck-Strategie von KBA verlockend sein.

KOMMENTAR

Lange wird es wohl nicht mehr dauern, bis der Knoten platzt. Denn einige Märkte schreien geradezu nach Lösungen, wie sie KBA nunmehr mit der neuen RotaJet anbietet. Ganz gleich, ob im Zeitungsbereich, im Büchermarkt oder auch bei der Werbeproduktion: Überall werden neue Geschäftsmodelle diskutiert, es wird gerechnet und evaluiert. Dies hat zwar noch nicht zu einem Run auf die digitale Drucktechnik geführt, aber wenn mich mein Eindruck nicht trügt, sind einige Unternehmen in Kürze so weit, ihre Geschäftsmodelle auf neue Produktions-Varianten umgestellt zu haben.

Denn es muss ja nicht in jedem Fall (wie etwa bei einer Zeitung oder in der Bücherproduktion) die komplette Produktion von heute auf morgen auf den digitalen Druck umgestellt werden. Hybride Drucksachen, bei denen zum Beispiel ein Teil der Publikation im Offset, ein anderer Teil im Digitaldruck hergestellt wird, bieten sich gerade bei Zeitungen an, die kleine lokale Auflagen in einem regionalen Mantel anbieten wollen. Und auch besondere Werbeformen werden durch den Digitaldruck möglich, wie etliche Versuche zeigen. Neue Geschäftsmodelle sind ja noch längst nicht zu Ende gedacht. Daher bin ich sicher: da kommt noch was!

Klaus-Peter Nicolay

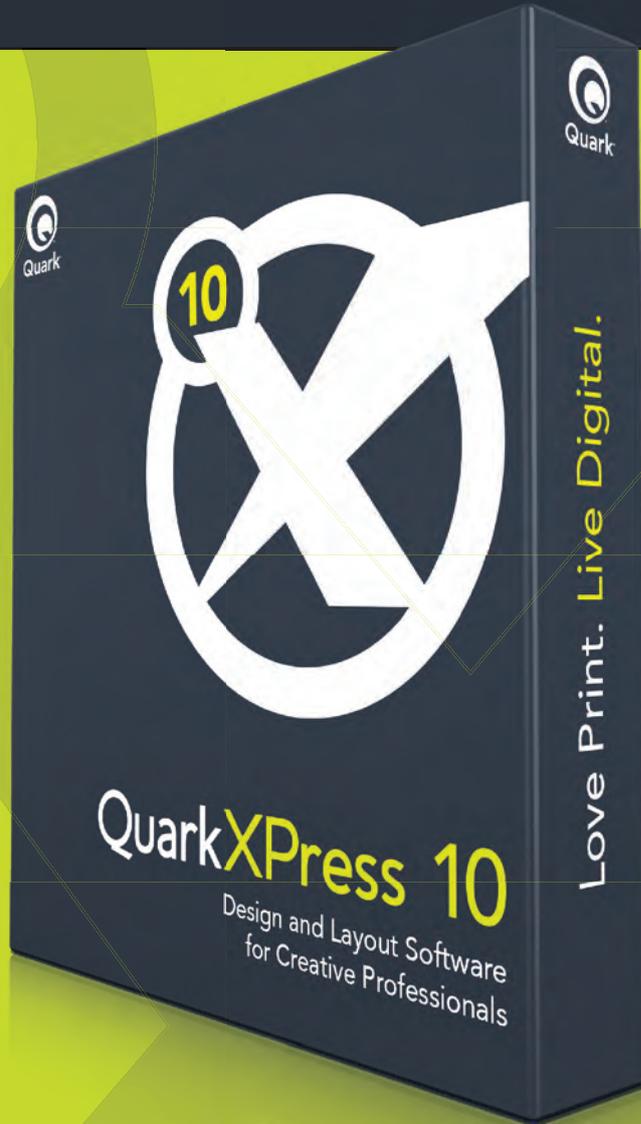
› www.kba.com



Die Maschinen der RotaJet 89-130-Serie basieren auf der gleichen RotaJet L-Plattform und können nachträglich vom Einfarbindruck mit 895 mm Papierbahnbreite (links) bis zum Vierfarbindruck mit 1.300 mm Bahnbreite aufgerüstet werden.

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.

Von CtP, Platten und Inkjet-Druckern

Mit neuen Automatisierungsmöglichkeiten für den Trendsetter News Plattenbelichter, der prozessfreien Kodak Sonora News Platte, der neuen Prosper 6000P Highspeed-Inkjet-Druckmaschine und den Prosper-S-Eindrucksystemen hatte Kodak auf der World Publishing Expo 2014 eine Menge neuer und interessanter Lösungen für die Zeitungsmacher zu bieten.

Text und Bilder: Kodak

»Kodak ist in der einzigartigen Lage, Offset- und Inkjet-Digitaldrucklösungen für die Zeitungsproduktion liefern zu können. Dazu stellen wir Verbrauchsmaterial und Produktionstechnik her einschließlich der Thermobilderköpfe für die Plattenbelichter und der Druckköpfe für die Inkjet-Maschinen«, sagt Philip Cullimore, Kodak Regional Managing Director EAMER.

Erweiterte Automatisierung und prozesslose Platte

Die neuen CtP-Automatisierungsmöglichkeiten sollen Anwender des Trendsetter News Plattenbelichters in die Lage versetzen, die Produktivität zu erhöhen. Die optionale Einzelkassetteneinheit ist nun als Zusatzeinrichtung erhältlich und ermöglicht vollautomatisches Laden und Entladen von bis zu 150 Platten pro Stunde mit Zwischenpapierentnahme und automatischer Plattendrehung.

Durch die Ergänzung der Einzelkassetteneinheit sind die Trendsetter News nunmehr in Konfigurationen für halbautomatischen Betrieb, mit automatischem Entladen der Platten, mit Autoloader und mit der Einzelkassette lieferbar. Dieses zusätzliche Niveau an Automatisierung bietet die Voraussetzung für eine zuverlässige Druckformherstellung mit unbeaufsichtigtem Betrieb für bis zu drei Stunden. Außerdem reduziert sich der Arbeitsaufwand in der Druckvorstufe.



Durch die vollständige Eliminierung der herkömmlichen Plattenverarbeitung werden die Chemie, der Wartungs- und Pflegeaufwand für Geräte und die Energiekosten der Plattenverarbeitung verringert. Zusätzlich ergibt sich eine bessere Prozesskontrolle, die für effizientere betriebliche Abläufe und eine verbesserte Rentabilität sorgt. Die speziell für den Zeitungsdruck entwickelte Sonora News Platte eignet sich nach Angaben von Kodak sowohl für die manuelle als auch die hoch automatisierte Bebilderung. Bis zu 240 Platten lassen sich auf dem Generation News Plattenbelichter stündlich bebildern.

Ein heißes Thema

Violett empfindliche CtP-Platten benötigen einen Preheat-Schritt, der bei der Thermalnews überflüssig ist. Die Kodak Thermalnews PT-Platte

soll Zeitungshäusern helfen, ihre Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit zu verbessern. Sie bietet die Druckqualität und Stabilität von Thermoplatzen, ermöglicht jedoch, den Preheat- und Vorspül-Schritt bei der Verarbeitung einzusparen, teilt Kodak mit. Damit würden Energie sowie Wasser gespart und Prozessschwankungen reduziert. Mit dieser Platte können Zeitungsdruckereien, die noch nicht zur Umstellung auf eine prozessfreie Platte bereit sind, Kosten, Zeitaufwand und Umweltbelastungen verringern.

Ohne Preheat kann die Thermalnews PT nach Angaben des Herstellers mit bis zu 200.000 Drucken die gleiche Auflagenleistung erreichen wie die Thermalnews Gold Platte. Zeitungsdruckereien, die eine höhere Auflagenleistung benötigen, können durch Aktivierung des Preheat-Schritts bis zu 350.000 Drucke und mehr erreichen.

Kodak Prosper 6000P

Kodak setzt mit der Markteinführung der Kodak Prosper 6000P ein neues Highlight im Inkjet-Druck. Mit Neuheiten beim Papiertransport, der Trocknung und bei den Inkjet-Systemen stellt die Prosper 6000P ein Produktangebot dar, das laut Kodak hohe Zuverlässigkeit, Geschwindigkeit und Anwendungsflexibilität bietet. Für Zeitungsdruckereien macht es die Prosper 6000P möglich, neue Zielgruppen effizienter zu erreichen, Auflagen zu straffen und Publikationen gezielt auf verschiedene Lesergruppen zuzuschneiden.

Digital gedruckte Zeitungen haben das gleiche Format und die gleiche optische und haptische Anmutung wie ihre im Offsetdruck produzierten Versionen. Sie werden als qualitativ hochwertig von Werbekunden wie auch von den Lesern akzeptiert und lassen sich in sehr niedrigen Auflagen drucken.

Für den Druck variabler Daten im Zeitungsdruck eignen sich die Eindrucksysteme der Kodak Prosper S-Serie. Mit Produktionsgeschwindigkeiten von bis zu 900 m/Min. sind sie die richtige Wahl für höchste Leistungen im hybriden Zeitungsdruck. Anwender können die Systeme beispielsweise einsetzen, um ihren Kunden variable Werbemöglichkeiten anzubieten und Komponenten wie fortlaufende Gewinnnummern, variable QR-Codes und wechselnde Bilder oder Grafiken bei voller Produktionsgeschwindigkeit in einer

Kodak bietet Thermalplatten für nahezu alle Anwendungen im Zeitungsdruck an. Gerade die prozessfreien Platten stoßen auf reges Interesse.



Breite von bis zu 10,56 cm einzu-
drucken.

»Die Systeme der Prosper S-Serie erschließen den Zeitungen ein völlig neues Niveau an Kreativität. Denn mit diesen Inkjet-Druckköpfen lässt sich auch ein traditionelles Produkt wie die Tageszeitung ins 21. Jahrhundert befördern«, meint Phillip Cullimore.

Integrierte Lösungen

Mit diesem breiten Angebot für den Zeitungsmarkt können Kunden von Kodak Lösungen zusammenstellen, die ihren geschäftlichen Erfordernissen am besten entsprechen.

»Die World Publishing Expo ist eine dynamische Veranstaltung und alljährlich ein wichtiges Datum im

Kalender von Kodak, da sie uns die Gelegenheit bietet, einen direkten Dialog mit unseren Kunden zu führen und auch neue Kunden zu gewinnen«, kommentiert Philip Cullimore die Kodak-Teilnahme. »Unsere Technologie hat sich innerhalb des letzten Jahres deutlich verändert und unser Portfolio wächst mittlerweile schneller denn je. Angesichts

der Tatsache, dass wir den gesamten Prozess der Druckproduktion abdecken – von Verbrauchsmaterialien über Bebilderungstechnologie bis zu Digitaldruckmaschinen – ist es interessant, mit bestehenden und potenziellen Kunden über integrierte Lösungen zu diskutieren.«

› www.kodak.com

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

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



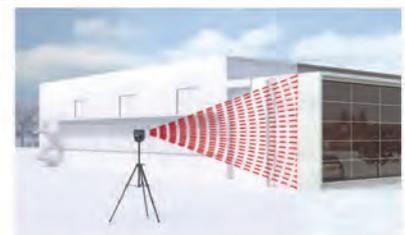
Grafische Systeme

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.



3D-Laserscan

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

Der Blick auf neue Märkte

Mit einem differenzierten Angebot an technischen Lösungen will Ferag Zeitungsdruckereien und Verlage beim Aufbau neuer Leistungs- und Produktstrukturen unterstützen. Dabei ist der Fokus auf die klassische Zeitungsherstellung Vergangenheit. Zeitungsdruckereien haben ihren Blick geöffnet und finden in anderen Marktsegmenten Möglichkeiten für neue Wertschöpfung.

Text und Bilder: Ferag

So stellt beispielsweise EasySert seine Fähigkeiten als universelles Einsteckverfahren tagtäglich unter Beweis. Neben der Anwendung in der Zeitungsherstellung hat sich diese Technik nach Aussage von Ferag im Vertrieb von Direktwerbung einen festen Platz erobert. Im Hinblick auf das selektive Zusammenstellen der Werbepakete begünstigt die Konfiguration der Zusammentragstrecke mit bis zu 40 Anlegern diese Anwendungen. Zunehmend nutzen Zeitungshersteller die Technik auch für das Einstecken von Beilagen als lukratives Zusatzgeschäft.

Fixieren, Einstecken, Schneiden

In der Regel werden auf der EasySert gesammelte Werbebeilagen für den Direktvertrieb in ein Mantelprodukt eingesteckt. Eine Alternative bildet TapeFix. Die selbsthaftenden Streifen halten anstelle des Umschlags die Beilagenkollektionen auf ihrem Weg zu den Empfängern.

In Frankreich arbeiten zwei auf Direktwerbung spezialisierte Unter-

nehmen auf EasySert-Linien mit 28 Anlegestationen. Bis zu 98% der täglichen Beilagenkollektionen (wöchentlich fast zwei Millionen) gehen mit einer TapeFix-Fixierung in den Vertrieb. Der durchschnittliche Umfang je Kollektion liegt bei neun Beilagen, maximal werden mehr als 20 Beilagen gesammelt und im Rücken mit TapeFix fixiert.

Gute Perspektiven bietet laut Ferag auch die MiniSert beim Umstieg vom manuellen auf den maschinellen Einsteckprozess, die von zwei auf bis zu zwölf Anlegestationen ausgebaut werden kann. Zudem können jetzt auch Produkte ohne Vorfalz geöffnet werden. Das führt zu neuen Varianten in der Produktgestaltung. Mit dem Einstecken überformatiger Beilagen in ein dreiseitig beschnittenes Hauptprodukt lässt sich bei Lesern der Aufmerksamkeitgrad steigern. Das Öffnen ohne Vorfalz gestattet es auch, Beilagen in Supplements einzustecken. Das neu entwickelte Förder- und Paketherstellungsgespann mit dem High Performance Conveyor (HPC)

und dem High Performance Stacker (HPS) beruht auf dem UTR-/Multi-Stack-Konzept. Die neue Technik bildet den Einstieg in die Automation des Versandraums.

Für die programmierte Paketproduktion und den Inline-Deckblattdruck ist mit Navigator Light eine Einstiegsvariante verfügbar. Das modulare Design erlaubt es, in Zukunft geforderte Funktionen (regionalisierter Einsteckprozess, Einzeladressieren etc.) freizuschalten. Das HPC/HPS-System ist für die Offline-Verarbeitung wie Einstecken, Heften, Schneiden etc. erweiterbar.

Immer mehr Zeitungsdruckereien integrieren den Dreiseitenbeschnitt in ihr Weiterverarbeitungssystem. In der Schweiz gingen 2014 vier Schneidetrommeln SNT-50 in Betrieb. Seit September produzieren diese vier Druckereien die wöchentliche ›Coopzeitung‹ mit über 2,5 Mio. Auflage. Eine fünfte an der Herstellung der Coopzeitung beteiligte Druckerei produziert schon seit vier Jahren auf einer SNT-50. Der Effekt der Schneidetrommel auf das Druck-

sachengeschäft ist vielseitig. Zum Teil konnte durch die Verlagerung von Produktionen in den eigenen Betrieb Cash-out vermieden werden, zum Teil ließen sich erhebliche Kosteneinsparungen erzielen.

Navigator optimiert

Navigator ist auf die Planung, Steuerung und Protokollierung von Logistikprozessen ausgerichtet. Schließlich geht es darum, ein Produkt auch in komplexen Prozessen und Verteilstrukturen zielgerichtet an seine Destination zu bringen.

Neben der Routenplanung lassen sich mit der optionalen Optimizer-App Beilagen zu Sequenzen zusammenfassen. Ziel sind möglichst wenig Formatumstellungen und Beilagenwechsel im Versand. Der Optimizer macht Vorschläge aufgrund einer Optimierungsstrategie, sodass sich der Bediener nicht mit der Vielfalt an Beilagenkombinationen auseinandersetzen muss.

› www.ferag.com



Auf der Einstecklinie MiniSert können jetzt auch Produkte ohne Vorfalz verarbeitet werden.



In der Direktwerbeproduktion ist TapeFix eine interessante Alternative zum Umschlag.



Die Integration des Dreiseitenbeschnitts in ein Weiterverarbeitungssystem bringt Vorteile.



READY?

Die 20 führenden europäischen Fachzeitschriften für digitale Produktion, die sich zur European Digital Press Association (EDP) zusammengeschlossen haben, informieren in 25 Ländern über eine halbe Million Leser und berichten umfassend und fundiert über aktuelle Entwicklungen in der digitalen Drucktechnik, stellen neue Technologien vor, evaluieren und bewerten. Und küren jährlich mit den EDP-Awards die besten Lösungen und Produkte aus den Bereichen Software, Digitaldruckmaschinen, Peripherie, Finishing, Tinten und Materialien. Die begehrten EDP-Awards unterstützen die Anwender bei ihren Kaufentscheidungen und vermitteln den Herstellern eine Wertsteigerung ihrer Produkte. **Reichen Sie jetzt Ihre Bewerbung ein. Und werden Sie Award-Preisträger 2014/2015: www.edp-awards.org**

Austria | BeNeLux | Czech Republic | Denmark | Finland | France | Germany | Greece | Hungary | Italy | Liechtenstein | Norway | Poland | Romania | Russia | Slovakia | Spain | Sweden | Switzerland | Turkey | UK/Ireland | Ukraine

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.



www.edp-net.org

Bewegung im Versandraum

Das von Müller Martini auf der World Publishing Expo vorgestellte Zeitungs-Einstecksystem ProLiner D soll im Doppelmodus für kürzere Durchlaufzeiten beim Einsteck-Prozess und damit für eine höhere Produktivität sorgen. Zudem zeigt Müller Martini mit seinem Einzelgreifer-Transporteur NewsGrip F Innovationskraft im Bereich Versandanlagen.

Text und Bilder: Müller Martini

Die Beilagenstationen 1 bis 5 und 10 bis 14 identisch konfigurieren und damit den Netto-Output praktisch verdoppeln? Solche Möglichkeiten bietet das neue Zeitungs-Einstecksystem ProLiner D mit Doppelmodus nach Angaben von Müller Martini. Doppelmodus bedeute auch doppelte Option. Wird beispielsweise eine Zeitung mit wenigen Beilagen produziert, fährt der ProLiner D im Doppelmodus mit entsprechend kürzeren Durchlaufzeiten beim Einsteck-Prozess. Steht ein Produkt mit vielen Beilagen an, läuft der ProLiner D wie gewohnt im Einfachmodus. Bereits installierte ProLiner mit dem Einfachmodus können mit der Option Doppelmodus nachgerüstet werden. Je nach Konfiguration des Zeitungs-Einstecksystems werden unterschiedliche zusätzliche Komponenten benötigt. Die Einstecklinie wird mit einem Zwischenöffnungsmodul ergänzt und der Transporteur bei automatischer Zuführung gegebenenfalls angepasst.

Weltweit erster Anwender ist die Mayer & Söhne Druck und Medien-gruppe im bayerischen Aichach, die vor ein paar Monaten einen entsprechenden ProLiner D in Betrieb genommen hat.

Neuer Transporteur NewsGrip F

Als aktuell schnellsten Einzelgreifer-Transporteur auf dem Markt bezeichnet Müller Martini den NewsGrip F. Der universelle Klammerttransporteur garantiert einen sorgfältigen und sicheren Transport von Zeitungen und Semi-Commercials und ermögliche eine flexible und raumsparende Führung mit engen Kurvenradien. »Damit kann er jederzeit neuen Anforderungen im Versandraum angepasst werden«, betont Adrian Mayr, Leiter Product Management von Müller Martini. »Dank der flexiblen Konstruktion, der Laufruhe und dem geringen Wartungsaufwand ist der NewsGrip F der ideale Transporteur für Zeitungs-

druckereien jeder Größe und spielt seine Stärken auch hinter schnellen Akzidenz-Rotationen aus.«

Mit einer Laufgeschwindigkeit von bis zu 100.000 Exemplaren je Stunde bei einer 1:1-Annahme sei der NewsGrip F besonders effizient. Mit einem Minimum an beweglichen Teilen sei die mechanische Beanspruchung der Anlage niedrig. Der Transport direkt in die Annahmestation geschieht ohne Beschleunigen, Pressen oder Zentrieren der druckfrischen Produkte. Die breite Klammer von 3 Zoll ist ideal für alle Produktformate und ermöglicht hohe Transportleistungen. Dabei erfüllt der NewsGrip F sämtliche Anforderungen für die Weiterverarbeitung von Zeitungen und Semi-Commercials in den gängigen Formaten und Variationen.

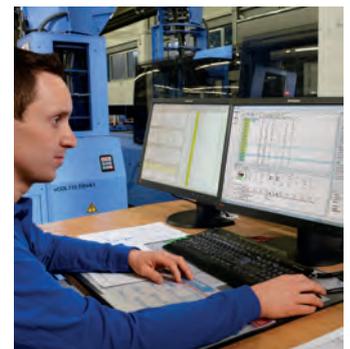
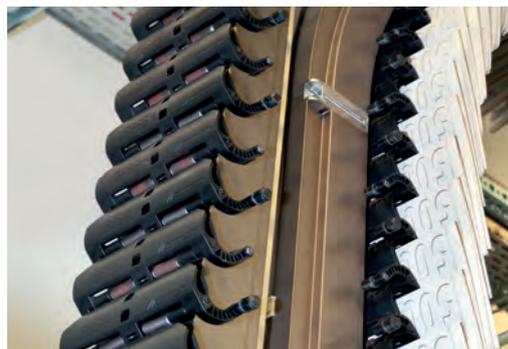
Als einer der weltweit ersten Kunden nimmt Indiens drittgrößter Zeitungsproduzent und Herausgeber der Tageszeitung »Malayala Manorama« mit einer Auflage von rund

2,3 Mio. Exemplaren, den NewsGrip F in Einsatz.

Daten- und Prozessmanagement

In Connex.Mailroom laufen alle Fäden der Produktion im Versandraum zusammen. Das Herzstück des Daten- und Prozess-Management-Systems ist das Modul DispoControl, das die Vertriebsdaten mit Route, Abonnenten und Verteildaten vom vorgelagerten System übernimmt, die Daten für die Produktion aufbereitet und die gesamte Produktionsplanung visualisiert. Danach werden alle beteiligten Prozesse im Modul LineControl synchronisiert, kontrolliert und gesteuert, was eine hocheffiziente Produktion ermöglicht. Die Produktionszahlen können über ein angebundenes Management-Information-System (MIS) für betriebswirtschaftliche Auswertungen verwendet werden.

➤ www.mullermartini.com



Das neue Zeitungs-Einstecksystem ProLiner D mit Doppelmodus kann im Doppel- und Einfachmodus betrieben werden. Der universelle Klammerttransporteur NewsGrip F von Müller Martini garantiert einen besonders sorgfältigen und sicheren Transport von Zeitungen und Semi-Commercials direkt ab der Rotation.

Connex.Mailroom ist die Grundlage für eine reibungslose Produktion im Versandraum.

Gallus Innovation Days 2014

Weltpremiere bei Gallus für hybrides Inkjet-Etikettendrucksystem

Die Weltpremiere einer neuen Maschinengeneration mit Inkjet-Technologie für den Etikettendruck hatte Gallus vom 23. bis 25. September zum Anlass genommen, Interessenten aus aller Welt nach St.Gallen einzuladen. An den »Gallus Innovation Days« wurde das im Frühjahr

ses Hybrid-Maschinensystem neue Maßstäbe bei der Qualität setzen, effizient bei Kleinauflagen und effektiv bei der Individualisierung von Etiketten sein (wir werden über das System noch detailliert in unserer nächsten Ausgabe im Dezember berichten).



Stefan Heiniger, COO für den Geschäftsbereich Etiketten der Gallus Ferd. Ruesch AG, Heidelberg-Chef Dr. Gerold Linzbach und Ferdinand Ruesch (von links), beim offiziellen Anlauf der Gallus DCS 340.

angekündigte neue digitale Etikettendruckmaschinensystem erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt. Entwickelt wurde das DCS 340 genannte Maschinensystem in einem Gemeinschaftsprojekt mit der Heidelberger Druckmaschinen AG und deren Technologiepartner Fujifilm. Durch diese Zusammenarbeit verfügt das digitale Inline-Etikettendrucksystem über ein Druckmodul mit Inkjet-Druckköpfen der neuesten Generation. Das Druckkopfdesign ermöglicht die Verbindung mehrerer Köpfe für eine größere Druckbreite – ohne sichtbare Übergänge. Die Auflösung von 1.200 dpi sorgt für eine Druckqualität, die im UV-Inkjet ihresgleichen sucht. Bei dieser Auflösung ist die Geschwindigkeit von 50 m/Min. durchaus beachtlich. Diese Inline-Etikettendruckmaschine vereint neueste Digitaldrucktechnologie mit den Vorteilen der konventionellen Druck- und Weiterverarbeitungstechnik. Durch kompromislose Druck- und Registerqualität, Prozessflexibilität und Produktivität soll die

An den »Gallus Innovation Days« wurden in den Ausstellungshallen auf dem Gallus Firmengelände darüber hinaus auch die Gallus-Highlights 2014 für den Etikettendruck in Live-Demonstrationen auf den bewährten Gallus-Maschinensystemen gezeigt. Ob eine Gallus RCS 330 in Kombination mit dem neuen Farbkontrollsystem von QuadTech, eine in ihrer Produktivität nochmals gesteigerte Gallus ECS 340 mit der Fähigkeit komplexe Stanzkonturen auch bei hohen Geschwindigkeiten zu bewältigen oder die Neuheiten von Gallus Parts & Services sowie den Gallus Geschäftsbereichen Siebdruck und Faltschachteln – jedem Besucher bot sich die Chance, sich live vom Gallus Leistungsprogramm und dessen Weiterentwicklungen zu überzeugen. Abgerundet wurde der dreitägige Event durch Präsentationen von Gallus-Partnern, die ihre neuesten Produkte und Dienstleistungen vorstellten.

› www.gallus-group.com



Media Publishing App-to-date mit Eversify

Mit Eversify bauen Sie Ihre digitalen Geschäftsfelder in Verlag und Druckerei durch elektronisches Publizieren auf mobilen Geräten aus. Die Eversify App Lösung automatisiert die Lieferung von Inhalten auf Tablet-Computern und Smartphones und bietet Verlagen und Druckereien unschlagbare Vorteile. Sie konzentrieren sich auf die Inhalte, wir auf die diversifizierte Verteilung zu Ihren Konsumenten.

- App Inhalte täglich einfach, schnell und günstig produzieren.
- Mit einer kontinuierlich weiterentwickelten SaaS Lösung wachsen.
- Von Agfa's Forschungs- und Entwicklungs-Knowhow aus Kalifornien profitieren.
- Auf allen Plattformen und Betriebssystemen die Titel mit responsiv Design distribuieren.
- Per Einzelkauf, Abo und Print-Abo-Kopplung monetarisieren.
- Partner und Dienstleister der Zukunft für Ihre Kunden sein.

Sie finden uns auf der WPE 2014 vom 13.-15. Oktober, Amsterdam RAI, in Halle 9, Stand: 9.240.

www.eversify.me

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

SIEBENFACHES RIP-TEMPO Efi Fiery proServer 6, die jüngste Version des digitalen Frontends, das für den großformatigen Inkjet-Druck entwickelt wurde, ist ab sofort erhältlich. Zu der RIP-Technologie FAST (Fiery Accelerated System Technology), die das Verarbeitungstempo um das bis zu Siebenfache steigert, kommen Farbmanagement sowie Konformität mit den Fogra-Kriterien für die PSD-Zertifizierung. Ansteuern lassen sich neben dem gesamten Efi Vutek-Portfolio mehr als 540 weitere Drucker namhafter Hersteller. > www.efi.com

1,8 MIO. MAILINGS Swiss Post Solutions (SPS) produziert Miles & More-Karten-Mailings für das Vielfliegerprogramm der Deutschen Lufthansa. In den kommenden drei Jahren werden etwa 1,8 Mio. Karten und Mailings pro Jahr von SPS personalisiert, produziert und verschickt. SPS übernimmt dabei den gesamten Prozess von der Bestellung über die Personalisierung und die Anschreiben sowie die Konfektionierung der Beilagen bis hin zum Versand. > www.swisspostsolutions.de

NEUE RICHTLINIEN Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) hat die Richtlinien für Zeitungsbeilagen überarbeitet, die die Beschaffenheit der Beilagen beschreibt und Vorgaben für die Verpackung und Anlieferung beinhaltet. »Bei der Zeitungsproduktion ist Zeit ein kritischer Faktor. Entscheidend ist es daher, dass Beilagen störungsfrei verarbeitet werden können«, sagt Harry Belz vom bvdm. Die Richtlinien wurden in Abstimmung mit dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) verfasst. Die Aktualisierungen betreffen die Palettierung und Kennzeichnung der Beilagen sowie die Angaben auf dem Lieferschein. > www.bvdm-online.de

REWARDS-PROGRAMM Mit dem Treueprogramm Genuine Xerox Rewards können Xerox-Kunden Treuepunkte beim Einkauf von Xerox-Verbrauchsmaterialien sammeln. Voraussetzung ist die Registrierung der Drucksysteme und die Erfassung der Einkäufe auf einer Website. Gesammelte Punkte können zum Beispiel gegen Musik, Filme, Bücher und Xerox Equipment eingelöst oder gespendet werden. Zur Auswahl stehen insgesamt mehr als drei Millionen Artikel. > www.xerox.de/rewards

ZERTIFIZIERTE MASTERCLASS Drei Masterclass-Papiere von Sihl wurden von der Fogra nach ISO 9706 für ihre Alterungsbeständigkeit zertifiziert. Den Papieren Sihl Satin Baryta 290, Smooth Matt Cotton 320 und Textured Matt Cotton 320 wurde bescheinigt, dass sie eine definierte Festigkeit und einen minimalen Gehalt an säurehaltigen sowie oxidierbaren Substanzen besitzen sowie einen optimalen pH-Wert aufweisen. Damit erfüllen die Medien die Anforderung, auch nach langer

Zeit unverändert zu erscheinen und sich nicht zu zersetzen.

> www.sihl-direct.de



MEHR FORMATE MIT OFFSET-POSTERN

Mit Plakaten aus dem Offsetdruck vergrößert viaprinto die Produktauswahl. Die Plakate sind in Auflagen ab 25 Stück und in Großauflage bis



200.000 Stück bestellbar. Die Offset-Plakate ergänzen das bisherige Angebot an Digitaldruck-Plakaten, die in kleinen Auflagen von 1 bis 30 Stück angeboten werden. Mit dem Angebot von Offset-Plakaten schafft die Online-Druckerei mehr Auswahl bei den Formaten, die nun in den DIN-Varianten A0, A1, A2, A3, B1, B2 erhältlich sind. Das Papier-Sortiment reicht von 115 g/m² Affichenpapier und Bilderdruckpapier bis 300 g/m² in matt oder glänzend. Die Plakate lassen sich auch mit UV-Lack matt oder glänzend veredeln. > www.viaprinto.de

EIN ETIKETT FÜR ALLE FÄLLE

Sollen variable Daten auf Etiketten aufgebracht werden, ist der Thermodirekt-Druck oftmals das Mittel der Wahl. Herma hat jetzt ein

Haftmaterial vorgestellt, das die Eigenschaften von Thermopapieren mit der Strapazierfähigkeit von PP-Folien kombiniert. Hermantherm PP weiß 65 ist dank eines mehrschichtigen Haftklebers in der Lage, ein ungewöhnlich breites Spektrum an Einsatz-



möglichkeiten abzudecken. Dazu gehören auch kritische Anwendungen in rauen oder feucht/kühlen Umgebungen wie Logistiketiquetten, Gepäckanhänger sowie Obst-, Fleisch- und Käsetiquetten. > www.herma.de

HOCHLEISTUNGSFOLIEN FÜR FOTOFINISHING

Professionelle Dienstleister im Imaging und Fotofinishing haben spezifische Anforderungen an die Qualität. Für diese Zielgruppe hat Fujifilm mit MF-100 und MF-250 zwei neue Hochleistungsfolien auf PET-Basis entwickelt, die durch ihre spezifischen Produkteigenschaften viele Vorteile bieten.

Für die Glasdekoration im Innenbereich wurde die 156 cm breite PET-Folie Decorative Window Film MF-100 entwickelt, die über eine UV-härtende Hartschicht verfügt. Durch die Beschichtung mit funktionalen Polymeren gewährleistet MF-100 exzellente Haftung und hohe Kratzfestigkeit der UV-Druckfarben. Decorative Window Film MF-100 wird ab dem 2. Quartal 2015 erhältlich sein. Mit dem Backlit Display Material MF-250 bietet Fujifilm zudem eine multifunktionale PET-Folie für UV-Tintenstrahldrucker, die dank ihrer halbmattn Oberfläche die übliche Mattlaminierung in der Druckverarbeitung obsolet macht. Mit dem über 200 cm breiten Material entfallen zudem aufwändige Nahtarbeiten für großformatige Schilder und Displays. Eine integrierte Antistatik-Funktion verhindert eine statische Aufladung beim Transferprozess und vermindert so Farbvernebelungen und Staubanhaftungen. Das Backlit Display Material MF-250 wird ab dem 4. Quartal 2014 erhältlich sein. > www.fujifilm.eu

250.000 UV-LAMPEN HAT DIE IST METZ GRUPPE NACH EIGENEN ANGABEN IN 25 JAHREN HERGESTELLT.

DAS JUBILÄUMSEXEMPLAR WURDE JETZT AN A&R CARTON ÜBERGEBEN. WWW.IST-UV.COM

CATERINGSCHACHTEL AUS KARTON

Bei der Entwicklung von Verpackungen für Bordmahlzeiten müssen etliche Faktoren berücksichtigt werden. So darf die Verpackung nicht viel wiegen, muss die Mahlzeit ansprechend präsentieren und sich gut anfühlen, sie muss sich leicht öffnen lassen und das Essen frisch halten.



Die bisherige Lösung war der Fluggesellschaft SAS nicht gut genug. Deshalb ließ SAS eine neue Form von Lebensmittelverpackung entwickeln, die den qualitativen und optischen Anforderungen gewachsen ist. Zu den wichtigen Parametern gehörten die Haptik des Materials, die Oberflächenbeschichtung und die Möglichkeit, das Material färben zu können. Schließlich entschied man sich wegen der Steifigkeit des Kartons für Incada von Iggesund und beschichtete die Innenseite mit einer Barriere aus schwarz gefärbtem Polyethylen. Die Außenseite der Verpackung wurde schwarz bedruckt.
› www.iggesund.com

ADVENTSKALENDER

T WIE TEE UND TYPOGRAFIE ALS GESCHENK-IDEE

Pfeffernuss, Orange, Pina Colada – hört sich exotisch und doch vertraut an. Mit diesen und anderen Sorten stellen Egger Druck + Medien und Clormann Design den T(ee)-Adventskalender für Tee- und Designliebhaber vor. Statt der klassischen Türchen besteht er aus 24 nummerierten Boxen – jede davon mit einem typografisch anders gestaltetem »T« als Fenster. Dahinter verbirgt sich jeweils ein Gläschen mit erlesenem Tee inklusive einem Leporello mit Tipps für die Zubereitung.

Der Adventskalender soll den traditionellen Adventskalender mit ausgefallenen Teespezialitäten, interessanten Hintergrundinformatio-

Der T(ee)-Adventskalender ist auf 1.600 Exemplare limitiert und enthält ein Echtheitszertifikat mit Seriennummer.



nen, edlem Design sowie einer aufwändigen Produktion verbinden. So spiegelt er die typografische Vielfalt wider und vermittelt dies in der Doppeldeutigkeit mit dem T(ee).

»Neben 24 verschiedenen Ausstattungen der einzelnen Buchstaben hat der Kalender verschiedene Verarbeitungsschritte in unserem Haus durchlaufen. Veredelt haben wir die Box und die Einleger mit schwarzer und bronzefarbener Heißfolienprägung und ist zudem kom-

plett per Hand konfektioniert«, erklärt Xaver Egger, Geschäftsführer von Egger Druck + Medien. Der Kalender besteht aus hochwertigem Feinstpapier von Fedrigoni. Da es sich um eine limitierte Auflage von 1.600 Exemplaren handelt, enthält jeder Kalender ein Echtheitszertifikat mit Seriennummer.

Jeder Teesorte ist ein anderes typografisches »T« zugeordnet. Jedes »T« ist aufwändig gestaltet und ausgestanzt. Der liebevoll gestaltete Leporello hinter jedem Gläschen illustriert noch einmal den entsprechenden Buchstaben, zeigt die Zutaten als Fotografie und gibt Hinweise zur Zubereitung.

»Als Geschenk kann der Kalender auch individualisiert werden. Persönliche Worte auf einer Grußkarte, eine Banderole mit Wunschkennzeichen oder ein Aufkleber machen das Geschenk zu einem Unikat«, sagt Egger.

Der T(ee)-Adventskalender ist für 69,90 Euro im Egger Druck + Medien Onlineshop erhältlich. Dort wird auch noch ein Gewürzkalender angeboten.

› www.eggerdruck.de › madika.de



SUPERBLACK TONER VON XEIKON

Xeikon hat den sogenannten SuperBlack-Toner entwickelt. Während ein normaler schwarzer Toner eine Dichte von 1.8 hat, bietet der SuperBlack eine Dichte von 2.2 bis 2.4. Der Toner wird als Sonderfarbe in der fünften Farbstation einer Xeikon Digitaldruckmaschine verarbeitet.

»Ein durchgehendes, dichtes Schwarz auf der Verpackung eines Produkts vermittelt den Eindruck von Qualität und Hochwertigkeit und ist für Unternehmen, die Luxusartikel verkaufen, sehr attraktiv«, erklärt Jeroen Van Bauwel, Direktor Produktmanagement bei Xeikon.

»Dieser Effekt wird daher oft im Wein- und Spirituosenmarkt sowie in der Faltpapierbranche genutzt.«

Wie alle Xeikon-Toner für den Etiketten- und Verpackungsmarkt erfüllt auch SuperBlack die FDA-Vorschriften für Lebensmittelkontakt.

› www.xeikon.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



HEI QUALITY INFO DAYS ISO-KONFORM MESSEN UND REGELN

Geänderte Anforderungen der ISO-Norm 12647-2 an die Farbmesstechnik stellen viele qualitätsorientierte Akzidenz- und Verpackungsdruckereien vor neue Herausforderungen. In der täglichen Praxis stoßen jedoch viele Unternehmen bei der Umsetzung an ihre Grenzen.

Aus diesem Grund hatte Heidelberg zu den Quality Info Days eingeladen, um sich über das Drucken nach den neuen Standards zu informieren. Dabei zeigte Heidelberg das komplette



Schnell in Farbe kommen und danach die Qualität konstant halten: Zahlreiche Druckunternehmen informierten sich im Rahmen der Quality Info Days über die Vorteile und das Potenzial der spektral-fotometrischen Mess- und Regelsysteme von Heidelberg.

Portfolio der spektralen Mess- und Regeltechnik. Für Anwendungen im Akzidenzdruck gab es eine Präsentation an der Speedmaster SX 52 in Verbindung mit Prinect Easy Control. Hier wurde gezeigt, wie sich die Norm bei unterschiedlichen Papieren mit der farbmetrischer Regelung erfüllen lässt. Am Beispiel einer Sonderfarbe wurde erklärt, wie wichtig die richtige Farbvoreinstellung für das schnelle In-Farbe-Kommen ist. Dies wurde auch an einer Speedmaster XL 75 mit Prinect Inpress Control gezeigt.

Für Anwender im Verpackungsdruck gab es Vorführung an der Speedmaster CX 102 in Verbindung mit dem Highend Mess- und Regelsystem Prinect Image Control. Das Besondere war dabei die farbmetrische Regelung der Farbzonon ohne konventionellen Druckkontrollstreifen. Die Regelung erfolgte direkt aus dem Druckbild, basierend auf in den Stanzabfall integrierte Farbregelefelder. Damit lassen sich im Verpackungsdruck, wo es auf jeden Millimeter Karton ankommt, deutliche Einspareffekte erzielen. Eine weitere Präsentation gab es an einer Speedmaster XL 106. In Verbindung mit Prinect Inpress Control und Prinect Inspection Control lässt sich eine Druckauflage bei voller Produktionsgeschwindigkeit farblich exakt regeln und auch Fehler im Druckbild noch in einer 6-Punkt Schrift erkennen.

› www.heidelberg.com

KBA REPORT NR. 45 ERSCHIENEN

»Vieles ist in Bewegung« – mit diesen Worten bringt Claus Bolza-Schünemann, der Vorstandsvorsitzende von KBA, die rasanten Veränderungen am Printmarkt und den daraus resultierenden Konzernumbau bei KBA in der jüngsten Ausgabe der KBA Report auf den Punkt. Bolza-Schünemann:

»Schrumpfenden Märkten wie dem Zeitungs-, Akzidenz- und Publikationsdruck stehen Wachstumsmärkte wie der Verpackungs-, Digital- und Kennzeichnungsdruck sowie Spezialmärkte wie der Banknoten- oder Blechdruck gegenüber. Dort wollen wir unsere heute schon starke Position weiter ausbauen.«

Auch in KBA Report Nr. 45 finden sich wiederum zahlreiche Beispiele, wie Druckunternehmen in aller Welt mit dem durch die Digitalisierung und Automatisierung



von Informationen, Prozessen und Verfahren angetriebenen Strukturwandel umgehen. Neben Technikern und Anwendern kommen auch große Druckkunden und Vertreter der Agenturszene mit ihren Empfehlungen zu Wort. Der KBA Report zeigt einmal mehr Print in allen Variationen und belegt, dass vorausschauende Druckunternehmen auch im Online-Zeitalter noch längst keine aussterbende Spezies, sondern in der Summe ein sehr bedeutender Wirtschaftszweig sind.

› www.kba.com

ETIKETTENDRUCK VON DER ROLLE

Der Etikettenhersteller VollherbstDruck aus Edingen hat sich aufgrund der vielseitigen Einsatzmöglichkeiten für den Einsatz einer HP Indigo WS6600 entschieden.



»Mit der Investition werden wir einerseits durch Individualisierung und die Einsatzmöglichkeit neuer Materialien unser Potenzial für Zusatzgeschäfte erheblich erweitern. Andererseits sind wir in der Produktion künftig deutlich flexibler«, stellt Matthias Vollherbst, Geschäftsführer Marketing & Vertrieb, fest.

Auch die Labeldruckerei etikett.de, Etikettenhersteller für Klebe- und Nassleimetiketten aus der Nähe von Trier, hat nach einer HP Indigo 4500 und 4600 jetzt eine HP Indigo WS6600 installiert. Hinter dem Konzept von etikett.de steckt die Idee, Kunden auf einfache Weise das Kalkulieren von Etiketten direkt auf der Website zu ermöglichen.

› www.hp.com/go/indigo

› www.vollherbstdruck.de

› www.etikett.de

SICHERHEITS-PAPIER GEGEN FÄLSCHUNGEN

Mit JetScript MH 1484 CCB hat Mitsubishi HiTec Paper ein einzigartiges, gestrichenes Inkjet-Papier vorgestellt, das ab Werk mit einem markanten und fälschungssiche-



ren Sicherheitsmerkmal ausgestattet ist: einem farbigen Inlay. Durch Einreißen des Papiers wird das blaue Inlay sichtbar. So ist eine Echtheitsprüfung auch unter ungünstigen Kontrollbedingungen vor Ort möglich – ohne zusätzliches Equipment.



Entwickelt für den Einsatz mit Dye- und Pigmenttinten, ist es sowohl für den High-Speed-Inkjet-Druck als auch für den Großformatdruck geeignet.

MH 1484 CCB ist das ideale Inkjet-Papier für Eintrittskarten zu beispielsweise Sport- und Event-Veranstaltungen, aber auch für Lotterietickets, Coupons, Gutscheine, VIP-Pässe und vieles mehr. Die universelle Sicherheits-Lösung für anspruchsvolle und individuelle Drucksachen kann dem Digitaldrucker neue Anwendungen erschließen.

› www.mitsubishi-paper.com

Wissen,

↙

→

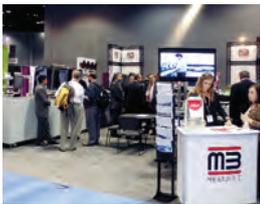
↘

wo es lang geht.

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

ERFOLGREICHER AUFTRITT IN CHICAGO

Als sehr erfolgreich bezeichnet MB Bäuerle seinen Auftritt auf der diesjährigen Graph Expo in Chicago. So sei das ausgestellte Kuvertiersystem direkt an ein namhaftes Unternehmen in den USA verkauft worden. Die innovative Kuvertiermaschinenteknologie von MB Bäuerle habe bei den Messebe-



Die zahlreichen Fachbesucher wurden am Stand von MB Bäuerle umfassend über die technologischen Lösungen aus den Bereichen Kuvertieren und Falzen informiert.

suchen großes Interesse gefunden. In zahlreichen Gesprächen sei es um konkrete Investitionspläne gegangen. Im Mittelpunkt der Präsentation stand das Hochleistungskuvertiersystem autoSet B4 HighFlex. Die Kuvertiermaschine bietet nach Angaben des Herstellers hohe Variabilität bei höchstem Bedienkomfort. autoSet B4 verarbeitet sämtliche Formate von DIN lang bis B4 und ist für Bereiche ideal, in denen maximaler Output bei minimalen Rüstzeiten gefordert wird. Mit dem neuen Kataloganleger lassen sich zum Beispiel Beilagen mit einer Produktdicke von bis zu 15 mm problemlos verarbeiten. Durch die modulare Bauweise ist es jederzeit möglich, die Kuvertieranlage an die individuellen Kundenanforderungen anzupassen.

› www.mb-bauerle.de

FACELIFT FÜR SCHNEIDEMASCHINEN

Polar präsentierte auf der Druck+Form in Sinsheim seinen Schnellschneider in neuem Gewand. Mit dem Facelift erhält der Bediener nun ein modern gestaltetes Cockpit. Besonders auffällig ist der innovative HD-Touchscreen. Was bei Smartphones und Tablets schon seit Langem Standard ist, etabliert sich nun auch in der Industrie. Die neue Generation des Touch-Displays besticht vor allem mit seiner brillanten Darstellung. Durch drucklose Aktivierung ermöglicht das neue Display eine noch genauere und intuitivere Bedienung. Das bedienerspezifische Kalibrieren des Displays ist auch nicht mehr notwendig. Das neue Bedienfeld



Schnellschneider N 137 AT HD.

wird in den Schnellschneider-Modellen N Plus, N Pro HD und N AT HD eingesetzt. Alle Schnellschneider Modelle von 78 bis 176 haben ein neues Aussehen erhalten. Das Facelift konzentriert sich auf die Frontansicht der Maschine. Durch eine einheitliche Farbgebung des Frontblechs, der Lichtschranken und der Front des Maschinentisches ergibt sich für den Bediener ein Cockpit-Charakter. Unterhalb des neuen HD Touch-Screens steht dem Bediener zusätzlich eine ergonomische Handablage zur Verfügung. Und last but not least erhielt die Maschine ein modern gestaltetes Fußpedal.

› www.polar-mohr.com

BIELOMATTI OPEN HOUSE NEUE BÜCHERDRUCK-LÖSUNG PAGEMASTER

Als neuer Player auf dem Markt bietet bielomatti Digitaldruck- und Weiterverarbeitungstechnik aus einer Hand. Das Unternehmen wurde im Jahr 2013 als Joint Venture des Digitaldruckspezialisten Matti Technology AG und des Anbieters von Papierverarbeitungstechnik bielomatik Leuze GmbH + Co. KG gegründet. Damit vereint bielomatti das Technologie-Know-how sowie die Erfahrungs- und Beratungskompetenz der beiden Partner in Digitaldruck und Druckweiterverarbeitung.



Auf dem bielomatti Open House wird erstmals die vollintegrierte bielomatti Maschinenkonfiguration PageMaster zu sehen sein, die individuelle, rückstichgeheftete Produkte in unterschiedlichsten Formaten und Seitenzahlen druckt und fertigt.

Im Rahmen eines Open House (18. bis 26. November 2014) am bielomatik-Standort in Neuffen haben Interessierte die Möglichkeit, sich von der neuen Technologie zu überzeugen. So wird erstmals die voll integrierte bielomatti Maschinenkonfiguration PageMaster gezeigt, die mit hoher Produktivität und Verfügbarkeit individuelle, rückstichgeheftete Produkte in unterschiedlichen Formaten und Seitenzahlen druckt und fertigt. Produktumstellungen werden dabei während des laufenden Arbeitsprozesses ›on the Fly‹ vorgenommen. Mit einer Maximalleistung von 110 Produkten/Min. im Doppelnutzen und Produktionsgeschwindigkeiten von bis zu 300 m/Min. produziert der PageMaster live Broschüren, Magazine, Bedienungsanleitungen oder personalisierte Schreibhefte – von der unbedruckten Rolle bis zum fertigen Produkt.

Für ein gestochen scharfes Druckbild sorgen die auf der Kodak Stream-Inkjet-Technologie basierenden Prosper-24,5"-Linebars für den Schwarz-Weiß-Druck sowie die 4"-Prosper-S10-Druckköpfe zum Eindruck von Spot Color, bei dem auch Pantone Farben verwendet werden können.

Neben dem PageMaster werden zwei Maschinen aus dem bielomatik-Portfolio gezeigt. So ist der Hochleistungs-Querschneider CutMaster CFS 105 zu sehen. Diese kompakte Stand-Alone-Lösung kommt für das Bogenschneiden von Karton, Papier und künftig auch für Folie zum Einsatz. Zum Eindruck personalisierter Daten lassen sich Inkjet-Druckköpfe integrieren. Zudem ist eine Inline-Anbindung an Rollendruck- und Rollenveredelungsmaschinen mit Non-Stop-Stapelwechselsystem möglich. Der BookMaster BM 360, der sich zur Produktion von Hardcover-Büchern eignet, wird die wirtschaftliche Book-on-Demand-Produktion demonstrieren.

› www.bielomatti.com

ZWEITE HP INDIGO FÜR RITTER HAFTETIKETTEN

Ritter Haftetiketten GmbH & Co. KG hat sich für die Installation der HP Indigo 20000 Digitaldruckmaschine entschieden. Innerhalb der Rako



Gruppe ist dies bereits die zweite Integration eines Modells der großformatigen Digitaldruckmaschine. Die HP Indigo 20000 Digitaldruckmaschine ermöglicht eine flexible Produktion von Verpackungen, Etiketten und Schrumpffolie auf Papier oder Folie. Zusätzliche Verarbeitungslösungen der Druckmaschine bieten alle erforderlichen Werkzeuge zur Auftragsabwicklung. Zudem erzielt die HP Indigo 20000 durch die optimale Ausnutzung des größeren Bogenformats und dank der reinen Bahnverbreiterung eine vierfache Kapazitätserhöhung. Die neue Druckbreite der HP Indigo 20000 beläuft sich so auf 734 mm. Zusätzlich überzeugt sie mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 40 m/Min.

Ritter Haftetiketten in Enger ist spezialisiert auf Funktionsetiketten, wie Wiederverschlussetiketten für Beutelverpackungen. Auch mehrseitige Etiketten, zum Beispiel Leporello- und Duplex-Etiketten, produziert Ritter für Promotionszwecke oder Produktinformationen. Seit 2006 ist Ritter Mitglied der Rako Gruppe.

› www.hp.com

› www.rako-etiketten.com

RILLEN/PERFORIEREN MIT HORIZON

Horizon bietet die Rill- und Perforierlösung CRA-36 als neue Maschine an, die serienmäßig über zwei Rillbalken und eine Perforiereinheit für Querperforationen verfügt. Optional kann die Maschine mit einer zusätzlichen Einheit für Längsperforationen ausgerüstet werden, die Anwendungen wie das Perforieren von Gutscheinen oder Postkarten ermöglicht.

Mit der Rill- und Perforiermaschine Horizon CRA-36 können in einem Arbeitsgang beispielsweise Nutzen gerillt und getrennt sowie die nicht bedruckbaren Ränder beschnitten werden. Auch Rausschnitte, die aufgrund von Farbflächen erforderlich sind, seien mit der Maschine möglich, teilt der Hersteller mit. Wie alle anderen Horizon-Lösungen verfügt auch die CRA-36 über die Touch&Work-Technologie für eine vereinfachte Bedienung und verkürzte Rüstzeiten.

> www.horizon.com

OCÉ IMAGESTREAM 3500 FÜR BOSCH-DRUCK IN LANDSHUT

Noch in diesem Jahr wird Canon die erste Océ Image-Stream 3500 bei Bosch-Druck in Landshut installieren. Das Inkjet-System wurde im Mai angekündigt.

Bosch-Druck ist ein wichtiger Lieferant von Handbüchern für Autohersteller sowie Dienstleistungen im Verlagswesen und Direktmailing. Die ImageStream 3500 wird für den On-Demand-Druck von kundenindividuellem Material eingesetzt, wodurch kurze Durchlaufzeiten und eine effiziente Lagerhaltung erreicht werden. Die Océ ImageStream 3500 ist das erste Produktionssystem von Canon, das auf gestrichenen Standard-Offsetpapieren (matt oder glänzend) druckt.

> www.canon.de



GESCHÄFTSAUSSTATTUNG MIT 2800 LASER

Vom Briefbogen bis zur Visitenkarte: Mit der neu konzipierten Mustermappe 2800 Laser liefert die Carl Berberich GmbH einen pragmatischen Überblick der Anwendungsmöglichkeiten des matten, holzfreien und hochweißen Papiers. Es empfiehlt sich für Geschäftsausstattungen oder andere repräsentative Druckdokumente.



2800 Laser ist FSC-zertifiziert und bietet bis 160 g/m² eine Laser- und Inkjet-Garantie. Die Mustermappe ist mit elf Druckmustern in den Grammaturen von 60 g/m² bis 400 g/m² bestückt. Neben den Papiereigenschaften wie Weißgrad, Haptik, Opazität, Steifigkeit und Volumen bieten die Musterblätter Informationen zu Eigenschaften und Einsatzgebieten.

> www.berberich.de

ZEHN JAHRE FALT - SCHACHTELN AUS MELLE

Das Faltschachtel-Werk von Multi Packaging Solutions (MPS, vormals Chesapeake) in Melle feiert sein zehntes Jubiläum. 2004 wurde am Standort eines der modernsten Faltschachtelwerke in Europa eröffnet. Die Entscheidung für den Standort Melle und das Investitionsvolumen von 17,5 Mio. Euro in die Hightech-Produktion für hochwertige Verkaufsverpackungen haben sich aus heutiger Sicht mehr als bewährt: Sowohl der Standort Melle als auch die dazugehörige Kappenschachtelproduktion im nahegelegenen Hiddenhausen für insbesondere Tabakprodukte weisen über die Jahre ein deutliches Wachstum auf. Aktuell sind am Standort Melle 144 Mitarbeiter beschäftigt, davon 15 Auszubildende. Das entspricht einem Plus von fast 50% gegenüber 2004. In Hiddenhausen beschäftigt das Unternehmen etwa 60 weitere Mitarbeiter.



Für das laufende Geschäftsjahr 2014 rechnet MPS für beide Standorte mit einem Gesamtumsatz von knapp 40 Mio. Euro. MPS ist im Bereich der Faltschachtelproduktion für die Süßwarenindustrie Marktführer in Deutschland. Das mit höchsten technischen Ansprüchen ausgerüstete, 225 Meter lange Faltschachtelwerk am Standort Melle ist europaweit eine der modernsten Produktionsstätten dieser Art.

> www.multipkg.com

NEUE KONFIGURATIONEN DER KODAK NEXPRESS DRUCKMASCHINEN

Kodak hat die Nexpress erneut optimiert, um ihre Fähigkeiten zu erweitern und für Anwender neue Möglichkeiten zur Erfüllung der Wünsche ihrer Kunden zu schaffen. Die Konfigurationsänderungen der Farb-Digitaldruckmaschine werden zur Standardausstattung aller im Jahr 2015 gebauten Maschinen gehören und für die Mehrheit der im Markt installierten Nexpress-Druckmaschinen als optionale oder Standard-Aufrüstpakete erhältlich sein.

Die neuen Konfigurationen der Kodak Nexpress Druckmaschinen werden unter anderem die Erweiterung des Langformats von bisher 914 mm auf 1.000 mm beinhalten.



Der Dura Coat-Modus bietet vielfältige Möglichkeiten, um die digitalen Farbdrucke zu beschichten oder speziell zu veredeln. Die Kodak Nexpress Light Black HD Dry Ink zur Verarbeitung im fünften Druckwerk wird ebenso zum Lieferumfang der neuen Konfigurationen gehören wie ein automatisches Reinigungssystem für die Bebilderungszylinder. Diese neuen Features für die Kodak Nexpress Druckmaschinen ergänzen

die zusätzlichen Funktionen und Möglichkeiten, die seit Beginn des Jahres 2013 eingeführt wurden: Dazu gehören Smart RGB, Druckfarbenoptimierung (Buntfarbenreduktion), der Economy-Modus, Langformatausleger, Papierwagen für den CP Bourg Sheet Feeder, Kodak Nexpress VII Front End (High Performance mit System 15.1) sowie die Kodak Nexpress Gold Dry Ink, die die Wiedergabe von Gold im Digitaldruck ermöglicht. Zusätzlich ergibt die Kombination von Gold mit Prozentanteilen der CMYK-Farben eine Vielzahl von Metalllictonen in unterschiedlichsten Farbschattierungen.

> www.kodak.com

100 GROSSFORMATMASCHINEN DER REIHE XL 145/162 HAT HEIDELBERG SEIT DEM START 2008 VERKAUFT.

DIE JUBILÄUMSMASCHINE GEHT AN DEN US-AMERIKANISCHEN VERPACKUNGSDRUCKER ROCK TENN.



Steve Voorhees (rechts), CEO von RockTenn, und Craig Gunckel, Executive Vice President für POS-Displays und Faltschachteln, vor der 100. Großformatdruckmaschine von Heidelberg.

»PAPYRUS INN«

ÜBER DIE WACHSENDE BEDEUTUNG DER HAPTİK

Der beste Indikator für den zunehmenden Erfolg einer Veranstaltung sind wachsende Teilnehmerzahlen. Deshalb sieht sich Papyrus bestätigt: Mit deutlich mehr als einer 100-prozentigen Steigerungsrate in nur eineinhalb Jahren unterstreicht die »Papyrus inn« ihren herausragenden Stellenwert als Branchen-Event. Am 18. September 2014 trafen sich über 500 Entscheider aus Marketing, Werbung und dem grafischen Bereich zum Get-together in den Lagerhallen der Papyrus Deutschland Unternehmenszentrale Ettlingen.

Die Verbindung von Information und Kommunikation, Fakten und Finesse hat auch die zweite »Papyrus inn«-Veranstaltung in diesem Jahr nach Angaben des Papiergroßhändlers zu einem vollen Erfolg werden lassen. Der Mix aus Fachvorträgen hochkarätiger Referenten und entspannt kommunikativer After-Work-Atmosphäre ziehe immer mehr Verantwortliche rund um die Papierbranche an. Partner der Veranstaltung in Ettlingen waren Gmund, Lenzing, International Paper und mayer-network.



ZIELGERICHTETER EINSATZ DER HAPTİK Unter dem Thema »Edel beeindrucken – haptisch kommunizieren« zeigte Referent Alfred König von König Konzept, warum »greifen, begreifen, angreifen« für Menschen vor allem in Zeiten zunehmender Digitalisierung der Medien so bedeutungsvoll ist. Der zielgerichtete Einsatz von Haptik in Kommunikation, Design und Produktion eröffne neue Zugangswege zum »völlig übersättigten Konsumenten«. Der haptische Kanal sei frei und »hungert in einer zunehmend virtuellen Welt geradezu nach Stimulation«. Günter Thomas von Trendhouse 42 unterstrich die wachsende Bedeutung von Print, da »Gedrucktes das Erste und das Letzte sein kann, das man von einem Produkt oder einem Unternehmen in den Händen hält.«

Im Interview mit Moderator Marko Vogt erklärte Ricarda Messner, Gründerin und Herausgeberin des gefeierten Newcomer-Magazins »Flaneur«, dass sie trotz Interneteuphorie auf Print setzt, da ihr kunstvoll gestaltetes Magazin von den Lesern wie ein gutes Buch behandelt und dauerhaft wertgeschätzt werde.

Vor und nach den Fachvorträgen spannte die offene Lagerhausatmosphäre einen einzigartig kommunikativen Rahmen um anregend entspannte Gespräche zum Thema Papier, Druck, Kreativität und Design, auf der für dieses Jahr vorerst letzten »Papyrus inn«.

» www.papyrus.com/de/inn

DER NEUE GOLDSTANDARD

GRENZENLOSE ANWENDUNGEN UND MÖGLICHKEITEN AUF EINER EINZIGEN PLATTFORM

Gehen Sie mit einer Digitaldruckmaschine auf Wachstumskurs, die Ihnen einmal mehr neue, aufregende Produktionsmöglichkeiten bietet – mit der **Kodak NexPress**. Erweitern Sie Ihr Leistungsspektrum mit der neuen Gold-Anwendungslösung für das fünfte **Kodak NexPress** Druckwerk, jetzt auf bis zu 914 mm langen Formaten.



Die Möglichkeiten sind grenzenlos. Kodak.com/go/nexpress

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



Kodak

**›THE GUIDE FOR THE PERFECT GENTLEMAN‹:
DIE SAVILE-ROW-KOLLEKTION**

Trägt Mann sein Sakko offen oder geschlossen? Sollte es zwei oder drei Knöpfe haben? Krawatte oder Fliege? Auf diese und weitere Fragen geht das neue Fedrigoni-Musterbuch ›The guide for the perfect gentleman‹ ein. Damit ist es nicht nur ein Papiermusterbuch, sondern ein Handbuch der klassischen Herrenmode und eine Hommage an die berühmte Londoner Straße Savile Row mit ihren international bekannten Schneidern.

Alle 47 FSC-zertifizierten Naturpapiere und Kartonagen der Savile-Row-Kollektion werden in diesem außergewöhnlichen Musterbuch präsentiert. Die Vielseitigkeit der durchgefärbten, textilhaltigen Papiere wird anhand von diversen Veredelungen



wie Heißfolienkaschierung, Stanzung, Prägung, UV-Lackierung und Beflockung dargestellt. Aufgrund hochwertiger Inhaltsstoffe wie 20% Baumwolle und 20% Textilfasern bieten die Savile Row Papiere eine besonders stoffige Anmutung, die durch die drei verschiedenen Oberflächen noch verstärkt wird: Savile Row Plain ist die glatte Variante (in 100, 140, 200, 250, 300 g/m²), die mit einem 1,5-fachen Volumen einiges zu bieten hat. Savile Row Pinstripe (erhältlich in der Farbe Blue in 100, 200, 300 g/m²) erinnert mit eingezogenen Linien an einen klassischen Nadelstreifenanzug und hat ebenfalls ein Volumen von 1,5. Savile Row Tweed (in 80, 100, 160, 200, 240, 300 g/m²) besitzt eine feine Prägung die, wie der Name schon verrät, an einen Tweed-Stoff erinnert.

› www.fedrigoni.de

**EXPERIENCE CENTRE:
PRÜFEN UND TESTEN**

Speziell für Produktionsdruck-Kunden eröffnet Ricoh Europe ein neues Customer Experience Centre. In dem hochmodernen Kompetenzzentrum stellen Ricoh und seine Partner integrierte Produktionsdruck-Lösungen vor. Besucher werden eine Vielzahl der durchgängigen Arbeits- und Produktionsprozesse, wie sie vielleicht schon in ihren Unternehmen vor-

handen sind, live begutachten können. Das Ricoh Customer Experience Centre wird im Werk Ricoh Products Ltd. im britischen Telford gebaut und am 4. November 2014 offiziell eröffnet. In einer dynamischen Produktionsdruckumgebung steht jeder Druckdienstleister vor besonderen Herausforderungen, die er angehen muss, um sein Unternehmen zukunftssicher zu machen. Ricohs gesamtes Produktionsdruck-Portfolio spiegelt das Konzept eines schlanken und intelligenten Produktionsbetriebes wider, das von der Druckvorstufe bis zur Bindung maximale Produktivität und Effizienz garantiert. Das neue Customer Experience Centre hilft Kunden dabei, Verbesserungspotenziale in ihrer eigenen Produktion zu identifizieren, indem sie hier alle Produktionsdruckschritte durchlaufen und dabei die optimalen Lösungen für ihr Unternehmen ausgiebig testen und prüfen können. Es wird außerdem gezeigt, wie diese Verbesserungen nahtlos in Ricohs Endlos-, Einzelblatt- und Großformatdrucker implementiert und mit Finishing-Equipment und Software-Lösungen von Drittanbietern kombiniert werden können.

› www.ricoh.de

**FUJIFILM VYBRANT
JETZT LIEFERBAR**

Der Inkjet-Drucker Fujifilm Vybrant F1600 ist jetzt lieferbar. Der 1,6 m breite Rolle-zu-Rolle-Großformatdrucker ist mit der von Fujifilm patentierten Hybrid Fuze UV-Ink-Technologie ausgestattet. Diese Technologie soll die Effizienz und Ergebnisse verbessern. Die UV-Tinte erzeugt einen widerstandsfä-



higen Farbfilm mit hoher Kratzfestigkeit, während ein Eco-Solvent-Träger für einen flachen Tintenaufbau sorgt und die Flexibilität verbessert, teilt Fujifilm mit. Dank der UV-Härtung sind die Drucke sofort trocken und können weiterverarbeitet werden. Die Vybrant F1600 bietet nach Angaben des Herstellers eine Produktivität von bis zu 18 m²/Stunde und arbeitet mit vier Tintenkanälen Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz. Der Drucker ist für das Bedrucken von Vinyl oder anderen flexiblen Materialien für den Innen- oder Außenbereich konzipiert, wobei Haltbarkeit und kurze Lieferzeiten im Vordergrund stehen. Die Kombination von UV-Komponenten mit einem Eco-Solvent-Träger sorgt für ein hochglänzendes Druckbild mit glatter Oberfläche und lebendiger Farbwiedergabe.

› www.fujifilm.eu

**EXKLUSIVVERTRIEB
FÜR GUILLO-CREASE**

Polar Mohr hat sich die weltweiten Vertriebsrechte für Guillo-Crease gesichert. Das patentierte Produkt ermöglicht es, die Schneidemaschine schnell und einfach in eine Rillmaschine zu verwandeln. Dazu wird eine magnetische Rillvorrichtung am Pressbalken der Schneidemaschine befestigt und die

Schneidleiste gegen eine Rillleiste ausgetauscht. Mit der Kraft des Pressbalkens kann nahezu

jedes Material gerillt werden mit dem Vorteil der präzisen Positioniermöglichkeit einer Schneidemaschine.

Guillo-Crease ist ein neues Rill-Konzept, das 2011 von dem Schotten Craig Collins erfunden wurde. Die Idee dazu kam ihm durch seine Tätigkeit in einer Druckerei. »Durch meine tägliche Arbeit an der Schneidemaschine erkannte ich das Potenzial, diese durch eine Zusatzeinrichtung zum Rillen zu nutzen. Mit Guillo-Crease kann man Material von 200 g/m² bis 2.000 g/m² rillen. Dafür gibt es vier verschiedenen geformte Schneidleisten.« Nach der Entwicklung des Produkts gründete Collins 2013 ein eigenes Unternehmen für die Produktion des Guillo-Crease.

› www.polar-mohr.com

ACHTFARBEN FÜR DRUCKHAUS WEPPERT

Das Druckhaus Weppert bleibt auf Wachstumskurs. Mit dem Kauf einer Heidelberg Speedmaster XL 106-8P erweitert das Unternehmen seinen Maschinenpark um eine weitere leistungsstarke Offsetdruckmaschine. Die Anschaffung wurde nötig, weil das Online-Geschäft immer mehr Druckaufträge für Weppert generiert. Mit xposeprint, flinq und VIP Print betreibt Weppert aktuell drei stark wachsende Online-Shops, die Betriebe aller Größen mit Werbemitteln versorgen.

Bis zu 18.000 Bogen verarbeitet die XL 106-8P in den acht Druckwerken pro Stunde selbst im Wendebetrieb: das entspricht etwa 1,9 Ton-



NEUER KATALOG VON SPRINTIS

Sprintis, der Großhandel für Druckereibedarf aus Würzburg, hat die vierte Version seines Produktkataloges aufgelegt. Auf über 150 Seiten sind alle Produkte aus dem vielfältigen Artikel-Sortiment, das in den vergangenen Monaten stetig erweitert wurde, zu finden. Gab es bei den vorherigen Ausgaben

INLINE-LACKIERMODUL FÜR XEIKON 3000

Xeikon erweiterte die für seine Digitaldruckmaschinen verfügbaren Inline-Finishing-Optionen mit einem Web Varnishing Modul für das einseitige Auftragen von UV- oder Dispersionslack auf eine Fülle von Substraten wie etwa selbstklebende Etikettenmaterialien, beschichtete Papiere, trägerlose Folien und beschichteten Karton. Die Einheit soll ab Anfang 2015 auf dem Markt sein. Als einen der Vorteile des Inline-Moduls sieht Xeikon, dass der Bediener die Resultate sofort sieht und bei Bedarf Korrekturen vornehmen kann, um den gewünschten Effekt zu erreichen. So entfielen die hohen Kosten und Verzögerungen, die bei der

CANON BUSINESS DAYS MIT IMAGESTREAM

Canon hat anlässlich der Canon Commercial Printing Business Days in Poing offiziell seine neue Océ ImageStream 3500 präsentiert. Das im Mai dieses Jahres angekündigte System ist das neueste Mitglied der Palette an Inkjet-Hochleistungsdrucksystemen von Canon für die Grafische Industrie, zu der auch die Color-Stream und JetStream-Produktlinien zählen. Die Océ ImageStream 3500 ergänzt das Angebot von Canon mit der Fähigkeit, auch auf gestrichene Offset-Papiere zu drucken. Canon hat die Océ ImageStream 3500 seit Mai weiter entwickelt und unter anderem die Auflösung auf 1.200 x 1.200 dpi erhöht, bei einer maximalen Produktionsgeschwindigkeit von 160 m/Min. Die Einsatzmöglichkeiten der Océ ImageStream 3500 wurden gemeinsam mit denen der Océ Color-Stream und der Océ Jet-Stream bei der halbjährlich stattfindenden Veranstaltung für Druckerei-Verantwortliche von Canon im Customer Experience Center in Poing bei München unter Verwendung von Kunden-Applikationen demonstriert. Die Besucher konnten Druckmuster auf unterschiedlichen Medien und mit verschiedener Nachverarbeitung sehen. Neben der ImageStream 3500 konnten die Kunden auch die neuesten Anwendungsmöglichkeiten und Nachverarbeitungslösungen für die erfolgreichen Color-Stream- und JetStream-Hochleistungsdrucksysteme auf Inkjet-Basis sowie die Océ InfiniStream sehen.

› www.canon.de

ROLAND BEI DER DRUCKEREI ARNOLD

Die Druckerei Arnold in Großbeeren bei Berlin hat im Rahmen der Vergrößerung der Produktionsflächen in eine Roland 705LV HiPrint mit Lackwerk investiert. Mit modernsten Optionen ausgestattet, verfügt die Maschine auch über eine Inline-Farbmessanlage, Inlineregister und die neue Process-Monitor-Software zur Qualitäts- und Stabilitätsüberwachung, Analyse und Protokollierung – basierend auf ISO 12647-2. Man verspricht sich davon zusätzliche Qualitäts- und Rüstzeitvorteile. Seit 25 Jahren werden bei Arnold Printprodukte vom Briefbogen über Etiketten, Zeitungsbeileger, Geschäftsberichte, Poster, Faltschach-



Bis zu 18.000 Bogen pro Stunde auch im Wendebetrieb kann die neue 8-Farben-Maschine im Druckhaus Weppert verarbeiten.

nen Papier mit der Standardgrammatur 135 g/m². Das automatische Farbmanagement Inpress Control soll dabei durchgängig hohe Druckqualität und Farbgenauigkeit garantieren. Vier Sattelzüge und schweres Gerät brauchte es, um alle Teile der 17,5 m langen und 72 Tonnen schweren Maschine anzuliefern und im Drucksaal zu platzieren.

› www.heidelberg.com

noch separate Versionen für die Sprachen deutsch und englisch, gibt es jetzt nur noch einen Katalog mit beiden Sprachen. Geschäftsführer Christian Schenk ist mit dem neuen Katalog äußerst zufrieden: »Da wir extrem viele Produkte im Sortiment haben, war es wichtig, dass der Katalog gut strukturiert und übersichtlich gestaltet ist, damit sich unsere Kunden optimal zurechtfinden. Bei einigen Produkten haben wir neben den Produktfotos erstmals auch mit Produktskizzen gearbeitet, um den Einsatzzweck noch besser darstellen zu können.«

› www.sprintis.de

Offline-Lackierung entstehen könnten, wenn ein Job neu gedruckt werden müsste. Das Web Varnishing Module läuft inline mit der Xeikon 3000 Druckmaschinenserie. Die Lackwalze lässt laut Hersteller problemlos auswechseln, um sie dem Rapport oder der Breite des gedruckten Jobs anzupassen. Zusätzlich könne die Einheit mit einem UV- und/oder Dispersionslacktrockner erweitert werden.

› www.xeikon.com



Blick in den Drucksaal bei Arnold.

teln bis hin zu Kunstkatalogen hergestellt. Dabei wird in der vollstufigen Druckerei fast ausschließlich inhouse produziert. Als Familienunternehmen druckt Arnold klimaneutral und setzt auf Ökostrom. Der Produktionsbeginn der neuen Roland und der Bezug des Erweiterungsbaus sind für das 4. Quartal 2014 geplant.

› manrolandsheetfed.com

**NEUER PRINTER
XEROX COLOUR C60/C70**

Das neue Produktionsdrucksystem Xerox Colour C60/C70 Printer eröffnet nach Angaben von Xerox neue Möglichkeiten, kostengünstig ein breites Spektrum an Drucksachen zu erzeugen. Das System biete produktivitäts- und qualitätssteigernde Funktionen und eine große Vielseitigkeit beim Bedrucken verschiedenster Substrate wie synthetische Materialien aus festem Polyester, Schilder und Fensterfolien aus Vinyl. Der Colour C60/C70 Printer biete gestochen scharfe Bil-



der mit einer Auflösung von 2.400 x 2.400 dpi, Druckgeschwindigkeiten von 70 Seiten/Min. in Farbe und 75 Schwarz-Weiß-Seiten/Min. sowie eine noch präzisere Vorder- und Rückseitenregistrierung. Die hohe Bildqualität werde durch flexible Inline-Verarbeitungsoptionen wie Heften, Lochen, Falzen und Frontbeschnitt ergänzt. Als erster seiner Kategorie könne der Xerox Colour C60/C70 Printer auch Leinenfasern bedrucken, meldet Xerox. Dadurch eröffne er neue Anwendungen wie die Erstellung qualitativ hochwertiger, mit Textilstoff verzierten Grußkarten und Einladungen.

› www.xerox.de

**FÜNF FARBEN PLUS
WHITETONER**

Gemeinsam mit seinem Partner Forever stellte OKI auf der Photokina neue Lösungen für den Grafic-Arts-Bereich vor. Dazu zählten der A4-Weißtonerdrucker OKI ES7411WT und der Fünf-Farbdrucker OKI ES9541. Der Weißtonerdrucker OKI ES7411WT beschleunigt und vereinfacht komplizierte Druckvorgänge und spart dabei gleichzeitig Kosten. Er druckt auf eine Vielzahl von Medien einfarbiges Weiß und schafft dank Überdrucken von durchsichtigem Untergrund auch eine brillante Farbwiedergabe anderer Farben – so etwa bei Folien. Ein besonderes Highlight für die grafische Industrie: Der OKI Drucker ES9541dn ist ein auf Toner basierendes Fünf-Farbsystem. Mit ihm lässt sich das gesamte Spektrum der Prozessfarben in einem Arbeitsschritt drucken – mit dem Zusatz einer fünften Spot-Farbe Weiß oder Klar. Der Printer eignet sich ideal als komfortable und kostengünstige Lösung für partielle Glanz-Veredelung von hochwertigen Werbeflyern oder Einladungskarten oder auch für den vollflächigen Druck lebendiger Farben auf diversen dunklen oder transparenten Medien. Der besondere Clou: Eintrittskarten, Coupons, Urkunden oder andere wichtige Dokumente lassen sich mit dem Klartoner vor Fälschung schützen, denn der Toner wird von UV-Licht zum Leuchten gebracht. Eine einfache Überprüfungsart, wie man sie von Geldscheinen kennt.

› www.oki.ch

**PREISE FÜR MMP
BEI PROCARTON AWARDS**

Mayr-Melnhof Packaging (MMP) Austria ist Preisträger des internationalen ProCarton Awards 2014 für die Produktlösung ›Artelac Splash Dispenser‹ sowohl als ›Most Innovative‹ Verpackung als auch in der Kategorie ›Pharmaceuticals‹. Die Verpackung bietet eine interessante Dispenserfunktion mit einer effizienten flachliegenden An-



lieferform. Die speziell für Bausch & Lomb Augentropfen entwickelte Konstruktion ermöglicht eine schnelle und einfache Produktentnahme sowie einen automatischen Wiederverschluss der Lade. Ziel war es, die Funktionalität des hochwertigen Materials Karton durch eine ausgereifte Konstruktion bis zur Entnahme zu gewährleisten. Zudem geht der ProCarton ECMA ›Sustainability‹ Award 2014 an die Adventka-



lender-Verpackung für die Paul Reber GmbH lag im Ersatz des bisherigen Styroporeinsatzes durch umweltschonendes Material. Dies gelang durch die spiralförmige Fellerlösung ›Twister‹ aus Karton, die Höhenunterschiede der Füllprodukte ausgleicht sowie perfekten Produktschutz und gutes Handling gewährleistet.

› www.mm-packaging.com

**TECHNOLOGY DAYS
BEI AHLBRANDT**

Mehr als 150 Besucher aus über zehn Ländern waren zu Gast bei den ›Technology Days‹ am 10. und 11. September 2014 bei der Firma Ahlbrandt in Lauterbach. Namhafte, internationale Referenten aus der Converting-Branche informierten und referierten über aktuelle Ergebnisse und Entwicklungen aus der Corona/Plasma Vorbehandlung, der Sprühausrüstung und der Trocknung. Die diskutierten Kernthemen der Agenda, die Anwender und Entscheider aus ganz



Besondere Highlights setzten die praktischen Vorführungen zur Oberflächenveredlung im neuen Ahlbrandt-Technologiecenter sowie die Vorführungen an einer Comexi Nexus SL2 Laminieranlage.

Europa für zwei Tage zusammenbrachten, widmeten sich der Möglichkeiten zu Kosteneinsparungen sowie Qualitätsverbesserungen und erörterten Konzepte zur Grünen Technologie für die Oberflächenveredlung. Ein weiterer Kernpunkt zeigte die Einsparpotenziale bei der Ausrüstung und Behandlung von Textilien, Nonwoven und Papier.

Angeregte Diskussionen und Fragerunden zu den Themen der Energieeinsparung mit effizienten Trocknern, dünnen Beschichtungen sowie Qualitätsverbesserung durch Kombinationen aus Corona, Sprühbeschichtung und Trocknung rundeten die ›Technology Days‹ ab.

› www.ahlbrandt.de

**KÖNIGSDRUCK BESTELLT
RAPIDA 106**

Königsdruck Printmedien im Berliner Stadtteil Alt-Reinickendorf investiert im 25. Jahr der Unternehmensgründung in eine Hochleistungsmaschine Rapida 106 im Format 74 cm x 106 cm. Die neue KBA-Maschine wird zum Jahreswechsel geliefert und soll Anfang 2015 die Produktion aufnehmen. Die Sechsfarbenmaschine mit Lackturm und Auslageverlängerung gehört europaweit zu den ersten Hochleistungs-Rapidas mit LED-UV-Trocknung und weiteren technologischen und ökologischen Raffinessen. Königsdruck nutzt die Druckqualität der Rapida auf unterschiedlichen Materialien und die hohe Produktionsleistung. Durch die Entscheidung für das LED-UV-Trocknungsverfahren will das Unternehmen darüber hinaus einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Neben der hohen Bedruckstoffflexibilität bietet das Verfahren den Vorteil kurzer Lieferzeiten, da die Druckbogen sofort weiterverarbeitet werden können. Neben eigenen Produkten will das Familienunternehmen auch für Kollegenbetriebe Veredelungsleistungen übernehmen – von Hochglanz- über Mattglanz- bis hin zu unterschiedlichsten Effektlackierungen. Die Designdruckerei wird auf der Rapida 106 ein breites Spektrum an Papier, Karton, Folien und weiteren Materialien zwischen 40 g/m² und 1,2 mm bedrucken und inline veredeln.

› www.kba.com

Die Erfahrungen der Kollegen

Über 100 Teilnehmer konnte Harald Weimer, Vorstand für Service und Vertrieb der Heidelberger Druckmaschinen AG, zum Heidelberg Info Day im Print Media Center in Heidelberg begrüßen. Erstmals traten Anwender von Speedmaster-Druckmaschinen als Referenten auf, um ihre Erfahrungen mit den Besuchern zu teilen und im Dialog weiterzugeben.

Text und Bilder: Heidelberg

Man war sich einig: Der Offsetdruck mit hochautomatisierten Druckmaschinen hat nach wie vor Zukunft und wird durch den Digitaldruck sinnvoll ergänzt. Der Trend zu kürzeren Auflagen lässt sich durch Prozessintegration bewältigen.

Die vortragenden Kunden berichteten darüber, auf welche Module sie bei den Druckmaschinen nicht mehr verzichten möchten. So ist das Inline Messgerät Prinect Inpress Control, das automatisch Farbe und Register bei laufender Maschine steuert, zum Industriestandard geworden. 95% aller Wendemaschinen von Heidelberg werden mit diesem System ausgeliefert, bei den Schöndruckmaschinen und im Verpackungsdruck macht der Anteil inzwischen über zwei Drittel aus. Darüber hinaus hat sich das vollautomatische Plattenwechselsystem AutoPlate XL und die prozessorientierte Bedienung Intellistart einen festen Platz in den Druckereien erobert.

Nachhaltig beim Druck

Interesse fanden auch die Vorträge zum nachhaltigen Drucken. Hier unterstützt Heidelberg durch CO₂-neutral gestellte Maschinen, ein Energiemessgerät und eine Standby-Funktion an den Druckmaschinen, mit denen Strom gespart werden kann. Zudem bietet der Druckmaschinenhersteller einen CO₂-Rechner, der mit einer Prepaid-Funktion den Verwaltungsaufwand gerade bei kleinen Aufträgen minimiert. Die

Verbrauchsmaterialien aus der Saphira-Eco-Serie entsprechen hohen ökologischen Kriterien.

Wettbewerbsfähig durch hohe Produktivität

Was leistungsfähige Druckmaschinen heute umsetzen können, erklärte Robert Plaschko, zuständig für Marketing und Vertrieb bei der österreichischen Firma Ueberreuter. Neben zwei Speedmaster XL 105-Fünffarben setzt die Druckerei die Speedmaster XL 106-Achtfarben mit Wendung und einer Produktivität von 18.000 Bogen in der Stunde ein. Eine baugleiche Maschine war bei den Info Days live zu sehen. »Wir wachsen im Digital- und Verpackungsdruck und im Kerngeschäft des Akzidenzdrucks geht es darum, die Prozesse zu verbessern, um wettbewerbsfähig zu bleiben«, führte Robert Plaschko aus. »Die Speed-

master XL 106 war produktiver, als der Vertrieb von Heidelberg versprach. Bereits nach 19 Monaten hat die Maschine über 74 Millionen Bogen auf dem Zähler.« Nicht mehr verzichten will Plaschko auf Prinect Inpress Control, den großen Wallscreen, AutoPlate XL, die Wendung mit 18.000 Bogen und das Prinect Press Center. »Die Maschine überzeugt als Gesamtpaket und durch ihre hohe Bedienerfreundlichkeit sowie hohe Verfügbarkeit. Um auf der sicheren Seite zu sein, haben wir mit Heidelberg einen Servicevertrag 36-plus abgeschlossen.« Alles in allem ist die Druckerei so zufrieden, dass bereits über eine weitere, baugleiche Maschine verhandelt wird.

Im Print Media Center Heidelberg erlebten die Besucher neben der Speedmaster XL 106 auch eine SX 102-Achtfarben mit Wendung, Lackwerk und der energiereduzierenden Trocknungstechnologie DryStar LE

UV, die verschiedene Aufträge druckte. Die Vorteile liegen hier im trockenen Bogen, der kein Puder benötigt und somit direkt in die Weiterverarbeitung gehen kann. Mittlerweile etabliert sich dieses Verfahren weltweit und Heidelberg hat bereits über 600 Druckwerke mit DryStar LE UV über alle Formate verkauft. Die Experten von Heidelberg zeigten auch den Ausblick für DryStar LED UV, der noch mehr Energie einspart.

Profitabel bei kleinsten Auflagen und hohe Flexibilität

Die Vorteile der Farbwerkstechnologie Anicolor erklärte Thomas Sinsel, Druckereileiter bei der Druckerei Reuffurth in Mühlheim am Main. Vor zwei Jahren wurde dort die weltweit erste Speedmaster XL 75 Anicolor installiert. Die Maschine punktet mit kürzesten Rüstzeiten und wenig Makulatur und wird für Kleinauflagen eingesetzt, wie für Visiten- oder Einladungskarten. »Es kommt nicht selten vor, dass morgens das Papier angeliefert wird und am Nachmittag der gedruckte und verarbeitete Auftrag zum Kunden geht. Die typischen Auflagenhöhen an der Anicolor liegen zwischen 250 und 2.500 Bogen. Mit der sehr guten Offsetqualität können wir mit dem Digitaldruck konkurrieren«, so Sinsel.

› www.heidelberg.com



Die Teilnehmer des Heidelberg Info Day ›Speedmaster.Unschlagbar.« nutzten den Tag zum Erfahrungsaustausch und Dialog.

VERKAUFSERFOLG FÜR UV-ETIKETTENDRUCKMASCHINE GRAPHIUM

Der Druckdienstleister Distinct Packabilities hat sich für eine Graphium, eine vierfarbigen UV-Etikettendruckmaschine mit Weiß entschieden. Den Kaufvertrag hat das US-Unternehmen aus Shepherds im Bundesstaat Kentucky auf der Labelexpo America bei Fujifilm unterschrieben und wird die Maschine mit ihren Flexo- und Finishingkomponenten inline in die Produktion integrieren.

Die Druckerei entschied sich wegen des Hybrid-Designs der Graphium (Digital- und Flexodruck in einer Einheit) für diesen Maschinentyp. Basierend auf den damit gegebenen Fähigkeiten lassen sich in einem Durchgang Sonderfarben realisieren



»Wir glauben, dass wir mit der digitalen Graphium mit Blick auf Kleinauflagen, schnelle Lieferzeiten und eine unglaubliche Druckqualität viele Kompromisse in der gesamten Branche ignorieren können«, sagt David Haley, Vizepräsident von Distinct Packabilities.

und flexible Verpackungen sowie Etiketten auch mit kleinen Auflagen wirtschaftlich fertigen. Die Produktivität der Maschine liegt maximal bei rund 1.230 m²/Stunde. Sie kann bei einer Auflösung bis zu 1.080 dpi acht Graustufen erzeugen und druckt wahlweise mit in Breiten von 330 mm oder 420 mm. Dabei kann sie Materialien von dünnen Folien bis zum schweren Vinyl verarbeiten. Die In-

line-Corona-Behandlung erlaubt den Kunden praktisch jeden Bedruckstoff einzusetzen. Die Graustufen-Druckköpfe verarbeiten Fujifilm Uvijet Tinten und generieren Tropfengrößen zwischen sechs und 42 Picolitern, mit denen Single-Pass-Druckgeschwindigkeiten von 50 m/Min. und das Drucken feiner Details, Verläufen und kleinen Schriften möglich werden.

› www.fujifilm.eu

KALENDER-VERSANDTASCHE AUS STABILER WELLPAPPE

Kalender verlieren zum Jahreswechsel abrupt ihren Wert und müssen ausgetauscht werden. Die druckfrischen Nachfolger werden in der Regel bis Weihnachten verschickt. Ratioform bietet mit der neuen Kalender-Versandtasche eine spezielle Verpackung aus stabiler Wellpappe, Selbstklebeverschluss und



Aufreißperforation an. Der Schutz der Kalender wird durch einen Knick- und Oberflächenschutz gesichert. Die in verschiedenen Größen erhältliche Versandtasche

eignet sich für großformatige, flache Drucksachen bis DIN A2+ mit einer Inhaltsdicke von bis zu 2 cm.

› www.ratioform.de

BOOK-ON-DEMAND BEI ESSER PRINTSOLUTIONS

Um mit hoher Wirtschaftlichkeit und ebenso hoher Druckqualität zu produzieren, hat sich der Medien dienstleister Esser für die Investition in eine HP T230 Color Inkjet Web Press entschieden, meldet HP. Die Inkjet-Rollendruckmaschine soll zur On-Demand-Farbproduktion von Bedienungsanleitungen und automatisierte Book-on-Demand-Lösungen für Bücher und Broschüren für Verlage eingesetzt werden. Mit der T230 will das 1905 gegründete inhaber-

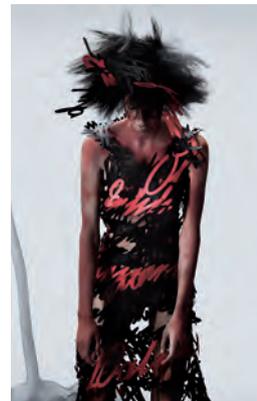
geführte Unternehmen aus Bretten bei Karlsruhe seine Marktposition ausbauen. »Wir werden durch die Investition unsere Prozesse noch effektiver gestalten können«, sagt Diana Esser, Prokuristin Vertrieb und Marketing. Esser zählt zu den modernen Betrieben der Branche und bedient Kunden aus Industrie, Wirtschaft und Verlagen mit individuellen Lösungen.

› www.hp.com

› www.esserdruck.de

PAPERCOUTURE IN WIEN

Anlässlich der Vienna Design Week, bei der rund 31.000 Besucher einen Blick auf in Wien ansässige Design-Unternehmen werfen konnten, bot Fedrigoni Austria als Programmpartner Papierinteressierten eine Woche lang im Showroom Inspiration durch Designpapiere. Dabei zeigte Fedrigoni eine Ausstellung



von Kleidung und Accessoires aus Papier. »PaperCouture« präsentierte Kreationen von Modedesignern, die sich mit den Feinstpapieren von Fedrigoni auseinandergesetzt und außergewöhnliche Werke entworfen haben.

› www.fedrigoni.at

RETROFIT EINER ÜBER JAHRE EINGELAGERTEN CROMOMAN

Die zur KBA-Gruppe gehörende PrintHouseService GmbH (PHS) setzt die Zusammenarbeit mit Paarl Coldset, einem Unternehmen der südafrikanischen Paarl Media Group fort. Paarl Coldset ist eines der führenden Druckereiu Unternehmen in Südafrika. Nach dem Retrofit und der Wiederinbetriebnahme einer über mehrere Jahre eingelagerten Cromoman



50/70 im November vergangenen Jahres haben PHS- und Paarl-Techniker kürzlich gemeinsam eine Uniset 75 von Durban nach Johannesburg umgesetzt, Reparaturarbeiten durchgeführt und die Anlage wieder in Betrieb genommen. Die Uniset 75 stand zuvor bei einem Unternehmen, das von Paarl Coldset übernommen wurde.

› www.kba.com

PRESS.UPDATE FÜR ›DE TELEGRAAF‹

›De Telegraaf, die einzige überregionale Boulevardzeitung der Niederlande, folgt dem Trend in der Zeitungsbranche und investiert in den Ausbau der bestehenden Comrolman-Anlagen von manroland web systems.

Ziel sei es, die Produktionsanlagen noch flexibler einzusetzen, sagt Projektleiter Michaël Ellerbeck: »Mit dem geordneten press.update sind wir auch bei sinkenden Auflagen für die Zukunft gerüstet und können noch mehr Produktvielfalt anbieten.

Gleichzeitig stellen wir unsere Hauptproduktion auf leserfreundliche Tabloidformat um. Damit stärken wir unsere Wirtschaftlichkeit und geben ein klares Statement für die gedruckte Zeitung als unser Kerngeschäft ab.«

Daneben wird die Druckkapazität den veränderten Anforderungen angepasst. Aus bisher zehn Drucklinien werden nach dem Umbau sieben, die dann aber durchgängig vollfarbig produzieren. Erreicht wird das durch die schrittweise Umsetzung, Ausbau und Umkonfiguration der vorhandenen Drucktürme und Falzsysteme. manroland web systems hatte bereits seit dem Jahr 2011 kontinuierlich mit ›De Telegraaf« an dem Um- und Ausbauprojekt gearbeitet. Zurzeit werden am Standort Amsterdam fünf bestehende Druckeinheiten und Rollenwechsler um weitere vier Druckeinheiten ergänzt. Im November soll diese Ausbaustufe abgeschlossen und der nächste Schritt wird in Angriff genommen werden.

› www.manroland-web.com

FLYERALARM UND ›MY3D‹ MIT 3D-FIGUREN

Flyeralarm steigt in den 3D-Druck ein. Dazu gründet das Würzburger Unternehmen das Start-Up my3D, das sich auf den Druck von lebensrealen 3D-Druck-Figuren spezialisiert hat. Flyeralarm ist die erste Online-Druckerei, die den 3D-Druck anbietet und startete das Angebot zum 1. Oktober zunächst in München. Geplant ist die bundesweite Verbreitung, auch der Schritt ins europäische Ausland steht auf dem Programm. Der Einstieg in den dynamischen Markt des



3D-Drucks ist ein weiterer Schritt zum Komplettanbieter für Druck- und Marketing-Dienstleistungen.

Zunächst bietet Flyeralarm den Druck eines Abbildes der eigenen Person in 3D an. Die fotorealistischen und mehrfarbigen Figuren bestehen aus hochwertigem Polymer-Gips und sind in verschiedenen Maßstäben von 1:12 bis 1:5 zu haben. Grundlage der Figur ist ein Rundum-Foto das in einer speziellen Fotokabine im Flyeralarm-Store geschossen wird. Gestartet wird das Projekt im Store in München, produziert wird die Figur dann anschließend bei Flyeralarm in Würzburg. Nach etwa drei bis vier Wochen werden die skulpturalen Objekte dann ausgeliefert.

› www.flyeralarm.de

› www.my3d.de

PROMOPRINT P FÜR HIGH-SPEED-INKJET

Papyrus präsentierte auf der Druck+Form in Sinsheim mit PromoPrint P ein neues Spezialpapier für den High-speed-Inkjet-Druck. Promo-Print P ist ein holzfreies, zweiseitig mattgestrichenes Papier und für die Anforderungen des Inkjet-Drucks entwickelt worden. Das Spezialpapier ermöglicht einen hochauflösenden Druck von Bildmotiven sowie eine klare Schriftwiedergabe. Die angenehme Haptik macht es zum Medium für hochwertige Werbebotschaften. Von personalisierten Mailings über Broschüren, Zeitschriften, und Hybridprodukte bis hin zu Katalogen und Büchern bietet das Papier Qualität bei kurzen und auflagenexakten Produktionszeiten. Promo-Print P (das ›P‹ steht für pigmentierte Tinten) kann auf allen Highspeed-Inkjet-Druckern eingesetzt werden, bietet ein schnelles Wegschlagverhalten und eine hohe Randschärfe.

› www.papyrus.com

AQUARELL-EFFEKTPAPIER

Das Sihl Aquarella2 Paper matt ist für Kunstreproduktionen in Galeriequalität konzipiert. Die Drucke bieten eine zarte Wiedergabe pastellartiger Farben, auch kontrastreiche Werke und satte Farben kommen zur Geltung. Das Material ist mit Farbstoff-, Pigment- und Latextinten einsetzbar.



Aquarella2 Paper matt ist ein Update des vor zehn Jahren vermarkteten Aquarella Artistic Paper, hat eine leicht strukturierte Oberfläche und eine spezielle Beschichtung, die für eine schnelle Trocknung sorgt. Das Material ist säurefrei und kommt ohne optische Aufheller aus. Damit ist es lange haltbar und kann sich mit traditionellen Künstlerpapieren messen.

› www.sihl-direct.de

E-CANVAS UND E-FOTO FÜR DIE INDIGO

HP zeigte auf der photokina die HP Indigo 7800 Digital Press, die Felix Schoeller Group das passende Spezialpapier dafür: E-Canvas ist ein Durchbruch auf dem Markt für hochwertige Canvas-Produkte und wurde speziell für die Indigo 7800 entwickelt. Damit soll das Bedrucken von Leinwand bis zum For-



mat 32 x 46 cm schneller und wirtschaftlicher werden. E-Canvas verfügt über eine Beschichtung, die gute Druckergebnisse auf dem Leinenmaterial ermöglicht. Neben E-Canvas ist E-Photo für den Bereich Foto Merchandise gedacht: Das Premium-Fotopapier soll brillante Ergebnisse beim Druck von Fotobüchern, Kalendern, Gruß- und Einladungskarten garantieren.

FALTSCHACHEL GEWINNT

Edelmann hat mit einer innovativen Verpackungslösung beim Wettbewerb der europäischen Vereinigung der Karton- und Faltschachtelindustrie überzeugt: Die Jury des Pro Carton ECMA Award kürte die von Edelmann realisierte Faltschachtel für den Duft der deutsch-brasilianischen Künstlerin Fernanda Brandao zum ›Carton of the Year‹.

Die Jurymitglieder waren von der ausgezeichneten Druckqualität und besonders vom Design des asymmetrischen



Die von Edelmann realisierte Faltschachtel für den Duft von Fernanda Brandao ist mit dem Pro Carton ECMA Award als ›Verpackung des Jahres 2014‹ ausgezeichnet worden.

Kartons beeindruckt. Die polygonale Form der Faltschachtel gleicht einem Prisma und nimmt die Gestalt des Flakons auf. Ein mehrfarbiger Offset-UV-Druck auf PET-Rainbow-silberkaschiereten Karton sorgt für den eleganten Auftritt der Verpackung. Im Inneren der Faltschachtel punktet Edelmann mit seiner Kompetenz als Systemhersteller: Der Liner aus feinsten Wellpappe schmiegt sich perfekt der Produktverpackung an.

› www.edelmann.de



ELANDERS AUCH AUF INKJET-ROLLE

Elanders Deutschland ist ein Mediendienstleister für alle Kommunikationsanforderungen. Mit vier Geschäftsfeldern deckt Elanders Germany alle Leistungen rund um die digitale und gedruckte Kommunikation ab. Diese reichen von Pre-Press und Datenmanagement über den klassischen Offsetdruck bis zu Digitaldruck, Adressmanagement und Versand. Die

HP Color Inkjet Web Press T230 erweitert die Produktion jetzt um den Inkjet-Digitaldruck.

Ausschlaggebend für die Anschaffung der Inkjet-Maschine waren für Elanders die Produktivität, die Qualität und das breite Sortiment bedruckbarer Papiere inklusive gestrichener Materialien.

›Mit der Inkjet-Technologie werden wir im Digitaldruck in neue Auflagedimensionen vorstoßen und den Break

Even zum Offset deutlich nach oben verschieben. Mit dieser Investition schließen wir die Lücke zwischen der HP-Indigo-Technologie und dem Offsetdruck und sind damit in der Lage, unseren Kunden die gesamte Palette modernster Druckproduktion anzubieten«, sagt Peter Sommer, Geschäftsführer der Elanders GmbH.

› www.hp.com

› www.elanders-germany.de

Neue Inkjet-Rolle von Screen

Seit der Einführung des Truepress Jet520 hat Screen nach eigenen Angaben über 700 Tintenstrahldrucker produziert und im Transaktionsdruck, bei Direktmail-Druckern und in Bücherdruck-Umgebungen installiert. Die Erfahrungen sind jetzt in ein neues Modell eingeflossen, das in Kürze in den Niederlanden und der Schweiz installiert wird.

Text und Bilder: Screen

Der Inkjet-Markt lässt sich mit deutlichen Qualitätssteigerungen und einer größeren Auswahl an Substraten noch ausweiten. Diese Erkenntnis ist in die Entwicklung eines neuartigen Druckers eingeflossen, bei dem die Qualität im Mittelpunkt steht, teilt Screen mit. Das Ergebnis dieser Entwicklung ist der Truepress Jet520HD mit neuem Materialtransport, neuer Trockentechnik, neuen Druckköpfen und Rastertechniken, die das Farbspektrum moderner Tinten voll ausschöpfen soll.

Wie bei vielen anderen Modellen dieser Klasse beträgt die Bahnbreite 520 mm. Ein wesentlicher Unterschied bestehe in der Kombination aus Geschwindigkeit und Auflösung. Bei 50 m/Min. werde eine Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi erzielt. Bei der Maximalleistung von 120 m/Min. liefere der Truepress Jet520HD eine Auflösung von 600 x 600 dpi. Ein weiterer Vorzug sei die Produktion von Tintentropfen variabler Größe. Die eigens entwickelten Rasteralgorithmen sollen eine präzise Platzierung unterschiedlich großer Tropfen gewährleisten und hohe Druckqualität bei minimalem Tintenverbrauch bieten. Ein weiterer Unterschied bestehe in der Verwendung einer hoch-

dichten Tinte, die sehr nahe an die im Offsetdruck üblichen Standards herankomme. Mit Tinten solcher Dichte habe der Betreiber die Wahl zwischen höchster Qualität oder einer Kostenminimierung durch Senkung des Tintenverbrauchs gegenüber herkömmlicher Tintenstrahltechnik.

Flexible Substratwahl

Bei den meisten Inkjet-Druckern ist die Palette von Substraten in der Regel auf Medien zwischen 60 g/m² und 170 g/m² begrenzt. Der neue Truepress Jet520HD kann nach Angaben von Screen auf Substraten von 40 g/m² bis 250 g/m² drucken. Erstklassiger Farbdruck auf Karton von 250 g/m² biete beispielsweise neue Möglichkeiten für Direktmails, Postkarten oder Einblattmailer. Die Geräte sollen als Vierfarbgeräte eingeführt werden, der modulare Aufbau des Jet520HD gestatte jedoch den Einbau weiterer Druckköpfe. Diese werden einzeln gesteuert, sodass beim Druck mit nur einer Farbe die anderen Druckköpfe geschlossen bleiben. Dabei erfolge das Umschalten vom Einfarb- auf Mehrfarbbetrieb ohne Zeitverlust.

Die industriellen Druckköpfe müssen laut Hersteller nur selten ausgetauscht werden, der Austausch sei dank der Zugänglichkeit der Einheit völlig problemlos.

Als Extra für die Truepress Jet520HD wird ein Prüfgerät angeboten, das auf dem JetInspection-System von Screen aufbaut. Dabei wird die gesamte Seite geprüft und mit den RIP-Daten verglichen. Das System wurde an den neuen Drucker angepasst und lässt sich in das User-Interface integrieren.

Neuer Workflow

Zusammen mit dem Drucker wird eine neue Equios Workflow-Version eingeführt, deren Funktionen wie In-RIP-Imposition, ein ICC-Profileditor, Schmuckfarbeneditor etc. die Druckleistung optimieren sollen. Unter Nutzung neuester Adobe-Software verarbeite Equios variable Daten bei voller Druckgeschwindigkeit.

Der Truepress Jet520HD ist als Erweiterung der bestehenden Druckerplatte und einer Ausweitung der Anwendungen konzipiert. Der Truepress Jet520 und Jet520EX Mono, ein Gerät für den Schwarz-Weiß-Druck großer Auflagen, wird weiter-

hin angeboten, ebenso wie der Jet 520ZZ mit einer Geschwindigkeit von bis zu 220 m/Min.

Direktmail-Strategie bei Nic.Oud

Der erste Truepress Jet520HD wird in der Druckerei Nic.Oud in den Niederlanden im November 2014 installiert, eine zweite Installation folgt bei der Druckerei Baumer in der Schweiz.

Nic.Oud produziert Direktmails für niederländische Kunden wie Makro und Sanoma. Mit dem Jet520HD will die Druckerei personalisierte Inhalte produzieren, die auf Onlinekampagnen abgestimmt sind. »Qualität ist eines der wichtigsten Anliegen unserer Kunden. Bisher war der Tintenstrahldruck nicht gut genug für die Direktmail-Dokumente, die wir produzieren«, sagt **Maurice Gelissen**, CFO von Nic.Oud. »Der Truepress Jet 520HD von Screen leitet eine neue Ära ein, mit dem wir Karten, Verpackungen, Bücher und Zeitschriften produzieren können.«



› www.screeneurope.com



Screen Truepress Jet 520HD.

Neue Rapida 106 für Holzer Druck und Medien

Erste Mittelformat-Anlage mit LED-Trocknung in Bayern

Zu den langjährigen Anwendern von KBA Rapida-Bogenoffsetmaschinen, die regelmäßig in neueste Technologie investieren, gehört Holzer Druck und Medien in Weiler/Allgäu. Bis auf eine kleinformatige Anlage und Digitaldruckmaschinen produzieren hier ausschließlich KBA-Maschinen im Mittelformat. Aktuell sind eine Fünffarben-Rapida 105 mit Lackturm, eine Rapida 105 mit sechs Farbwerken und Lack sowie eine Achtfarben-Rapida 106 für den 4/4-Druck im Einsatz.

Im November wird eine Rapida 106 neuester Generation – diesmal eine Sechsfarbenmaschine mit Lack und dreifacher Auslageverlängerung – den Maschinenpark des Traditionsunternehmens ergänzen. Die High-Speed-Maschine mit Zusatzausstat-

tung für den Verpackungs- und Folien- und Druck produziert mit bis zu 20.000 Bogen/h. Sie wird für den UV-Mischbetrieb ausgestattet und ermöglicht durch den Einsatz von konventionellen- und UV-Farben/Lacken eine enorme Produktionsflexibilität. Ziehmarkenfreie Anlage (DriveTronic SIS), simultaner Druckplattenwechsel (DriveTronic SPC), Waschanlagen für parallele Waschprozesse (CleanTronic Synchro) und viele weitere Ausstattungsdetails stehen für höchste Automatisierung und schnelle Jobwechsel.

Noch nicht alltäglich in dieser Formatklasse ist die energiesparende LED-UV-Trocknung, für die sich die Fachleute von Holzer auch wegen der dadurch möglichen schnellen Weiterverarbeitung der Druckprodukte entschieden haben. Der LED-Trockner kann je nach Produktion sowohl nach dem 6. Druckwerk als auch in der Auslageverlängerung eingesetzt werden. Auch nach dem ersten Druckwerk ist die UV-Trocknung – zum Beispiel nach dem Druck von Deckweiß – möglich. Die Qualitätsüberwachung und Farbsteuerung nach PSO-Vorgaben erfolgt über das Inline-Regelsystem QualiTronic ColorControl.

Mit der neuen Rapida 106 übernimmt Holzer Druck und Medien erneut eine technologische Vorreiterrolle über das Allgäu hinaus. Waren es in der Vergangenheit häufig aufwändige und wertvolle Faksimile-Produkte, mit denen das Unternehmen überregional für hohe Aufmerksamkeit sorgte, bietet Holzer seinen Kunden mit dreidimensionalen Werbemitteln, Translation Management, Web-to-Print und Content-Management heute eine umfangreiche Dienstleistungspalette weit über den klassischen Offsetdruck hinaus. > www.kba.com

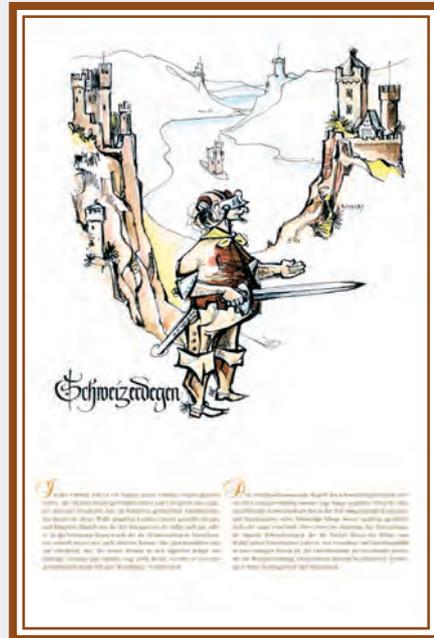


Seit 1990 sind bei Holzer Druck und Medien Rapida-Bogenoffsetmaschinen im Einsatz. Eine Sechsfarben-Rapida 106 mit LED-Trocknung kommt im November dazu.



Harald Wolfbauer, Geschäftsführer von Holzer Druck und Medien, und Vertriebsleiter Jochen Hole (l.) präsentieren ein Kalenderblatt, das auf Spiegelkarton Silber mit Deckweiß und 4-farbig LED-UV noch bei KBA in Radebeul gedruckt worden ist. Mit der neuen Maschine kann diese Produktion künftig direkt bei dem Traditionsunternehmen im Allgäu erfolgen.

DIE DRUCKER-SPRACHE



DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

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

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder
12 Blätter im Set für 150,00 € (jeweils plus Versand).

arcus design & verlag oHG,
Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36
Telefax: 0 26 71 - 38 50
oder im Druckmarkt-Shop im Internet:
www.druckmarkt.de



KURZ & BÜNDIG

Die **Raber+Märcker GmbH**, Stuttgart, Mitglied der **Konica Minolta** Gruppe, ist von den IT-Zeitschriften Computerwoche und ChannelPartner im Systemhaus-Ranking als Aufsteiger des Jahres 2014 prämiert worden. • **Gráfica Rex** im brasilianischen Rio Grande do Sul hat die auf der Expoprint in São Paulo ausgestellte **KBA** Fünffarben-Rapida 105 gekauft. • Der amerikanische Druckindustrie-Verband **Printing Industries of America (PIA)** hat den PFX-Anleger (Pallet Feeder eXtended) für Stahlfolder Falzmaschinen der **Heidelberger Druckmaschinen AG** mit dem InterTech Technology Award 2014 ausgezeichnet. • Die **SDK Systemdruck Köln GmbH** wurde von der **Fogra** und **Jochen Günther ColorService & Vertrieb** zertifiziert. SDK kann nun nach dem Prozessstandard Digitaldruck arbeiten. • **Kyocera Document Solutions** bietet die Multifunktionssysteme FS-6525, FS-6530, FS-C8520 und FS-C8525 für Formate bis DIN A3 ab sofort inklusive drei Jahren Vor-Ort-Service an. • Die chinesische Zeitung »Economic Daily« investiert in zwei einfachbreite Doppelumfang-Uniset von **manroland web systems**. • Die **Telrol Group**, einer der größten Etikettenhersteller Europas, hat eine dritte **Xeikon 3300** in Betrieb genommen. Die neue Maschine ist mit ICE Toner ausgestattet. • Mit dem Ziel, die Farbqualität im Verpackungsmarkt, bei Etiketten, Karton und Pappe sowie flexibler Verpackungen zu steigern, einigten sich **Goss International** und **Alwan Color Expertise** auf eine Zusammenarbeit. • **Brand Factory**, ein schwedischer LFP-Komplettanbieter mit Niederlassungen in ganz Nordeuropa, hat die **Efi Vutek** Drucker HS100 Pro (Flachbett/Rolle zu Rolle) und GS3250 LXr Pro (Rolle zu Rolle) mit LED-Härtung installiert. • **OKI** und die **stethos Systemhaus GmbH** haben die Output-Management-Lösung FollowMe Embedded für alle OKI Multifunktionssysteme, die mit der smart Extendable Platform ausgestattet sind, vorgestellt.

**BUCHPRODUKTION
VON HP UND CPI BOOKS**

CPI Books und HP präsentierten auf der Frankfurter Buchmesse die Buchproduktionslösung Quantum Colour, mit der sämtliche Inhalte variiert und in jeder Auflagenhöhe genau nach Bedarfsmenge produziert werden können. Mit der HP-Inkjet-Technologie und dem angeschlossenen Modul »FormerLine« von manroland verarbeitet die Quantum Colour komplette Signaturen und verbindet diese zu fertigen Buchblöcken. Damit ist es auch möglich, hochwertige Fadenheftungen zu realisieren. Dabei gewährleistet die Quantum Colour nach Angaben von HP eine konstante Druckqualität, farbgetreue Reproduktion (1.200 dpi) und konsistente Ergebnisse. Ein weiterer Vorteil liege in der Vorbereitung. »Viele Produktionsschritte der konventionellen Fertigung sinken auf ein Minimum«, sagt Lars Bertenbreiter, Sales Account Manager bei HP Deutschland. »Mit all ihren Vorteilen hilft die Quantum Colour, Bücher extrem effizient, variabel und in hoher Qualität zu drucken.«

› <http://cpibooks.com>
› www.hp.com

**LFP-SYSTEM SWISSQPRINT IMPALA
MIT NEUER DRUCKKOPF-TECHNOLOGIE**

Impala, das mittelgroße Modell im swissQprint-Sortiment, ist ab sofort noch produktiver als bisher. Die neueste Generation von Druckköpfen ist Grund dafür. Eine herkömmliche Impala druckt im Entwurfsmodus maximal 130 m² pro Stunde. Mit den neuen Druckköpfen entfällt der Entwurfsmodus. Stattdessen druckt Impala mit einer feineren Auflösung und bringt dabei 180 m² pro Stunde aufs Substrat. swissQprint setzt die neue Druckkopftechnologie seit Mai 2014 ein, bisher jedoch nur bei dem zur Fespa 2014 vorgestellten Maschinenmodell Nyala 2. Dieser 3,2 m x 2 m große UV-Drucker ist seither der meist bestellte Typ aus dem swissQprint-Portfolio. Nach



UV-Drucker Impala mit neuester Druckkopfgeneration. Produktionsqualität in 180 m²/h und Großformate bis 2,5 m x 4 m.

Angaben des Herstellers sind bereits 50 Maschinen verkauft. Fortan gebaute Impala-Systeme können nun ebenfalls mit den neuesten Druckköpfen bestückt werden. Eine äußerst attraktive Option für Abnehmer, die viel produzieren, aber mit eingeschränkten Platzverhältnissen und kleineren Budgets operieren müssen.

Trotz bescheidener Größe produziert Impala Formate bis zu 2,5 m x 4 m im Flachbettmodus. Wie alle anderen swissQprint-Modelle lässt sich Impala außerdem mit einer Rollenoption ausbauen. Impala verfügt über neun frei konfigurierbare Farbkanäle. Zum CMYK-Standard gesellen sich Weiß, Effekt-Lack, Primer oder andere Farben. Zur Auswahl stehen Light-Farben – für feine Schattierungen – oder Orange, Grün und Violett für einen massiv erweiterten Farbraum. Im Übrigen haften die Standardtinten auf einer Vielzahl an gängigen aber auch außergewöhnlichen Substraten. Experimentelle Drucker und deren Kunden können ihre Kreativität voll ausleben.

› www.swissqprint.com

Wissen, wo es lang geht.

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

www.druckmarkt.com

”Mitglied der ASW zu sein hat uns mehr Achtung bei Kunden und Pitches gebracht.“

Claude Hitz
Inhaber ergo communication asw, Rötelstrasse 10, 8006 Zürich
ASW-Mitglied seit 1998



INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS			
Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2014			
05. 11. - 07. 11. 2014	Viscom, internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Frankfurt	 www.viscom-messe.com
17. 11. - 20. 11. 2014	Emballage, Packaging Exhibition	Paris	 www.all4pack.com
2015			
21. 01. - 30. 01. 2015	druckforum 2015	Filderstadt	 www.druckforum.de
28. 01. - 29. 01. 2015	easyFairs, Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Hamburg	 www.easyfairs.com
18. 02. - 19. 02. 2015	bvdm, Digitaldruck-Kongress 2015	Düsseldorf	 www.bvdm-online.de
23. 02. - 26. 02. 2015	Hunkeler Innovationdays	Luzern	 www.innovationdays.com
25. 02. 2015	Doxnet vor Ort	Luzern	 www.doxnet.eu
10. 03. - 12. 03. 2015	ICE, International Converting Exhibition, CCE International	München	 www.ice-x.com
24. 03. - 27. 03. 2015	Graphispag	Barcelona	 www.graphispag.com
25. 03. - 26. 03. 2015	easyFairs, Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Zürich	 www.easyfairs.com
15. 04. - 17. 04. 2015	Xfair, Print & Crossmedia-Show	Wien	 www.xfair.at
18. 05. - 22. 05. 2015	Fespa Digital	Köln	 www.fespa.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
25. 08. - 26. 08. 2015	suisse emex, Messe & Kongress	Zürich	 www.suisse-emex.ch
29. 09. - 01. 10. 2015	Fachpack, Fachmesse für Verpackung	Nürnberg	 www.fachpack.de
05. 10. - 07. 10. 2015	World Publishing Expo 2015, Messe der Zeitungsindustrie	Hamburg	 www.worldpublishingexpo.com
07. 10. - 10. 10. 2015	21. Druck+Form	Sinsheim	 www.druckform-messe.de
10. 11. - 12. 11. 2015	InPrint	München	 www.inprintshow.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

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

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

NEUES AUSBILDUNGSZENTRUM

Am 15. Oktober wurde das neue, knapp 4.000 m² große Ausbildungszentrum der Heidelberger Druckmaschinen AG gemeinsam mit den Auszubildenden feierlich eingeweiht. »Mit dem Umzug in die traditionsreiche Halle 3 setzen wir ein klares Zeichen, dass die Heidelberg-Tradition auch Zukunft hat«, betonte Personalchef Rupert Felder. Das bisherige Zentrum ein paar Meter entfernt macht Platz für die Vorführdruckerei, die demnächst von Hei-



Heidelberg Vorstandschef Gerold Linzbach, 2. von links, weihte zusammen mit rund 250 Auszubildenden das neue Ausbildungszentrum am Standort Wiesloch/Walldorf ein.

delberg ins Werk umzieht. Die Azubis sind jetzt in der Halle 3 viel näher an der Produktion, als es früher der Fall war. Prima sei es zudem, dass die sie zumindest ein Stückweit mitbestimmen konnten, wie ihre neue Lehrumgebung aussieht. Ein halbes Jahr lang war die aus den sechziger Jahren stammende Halle, in der früher unter anderem der legendäre Heidelberg-Tiegel gebaut wurde, grundlegend umgestaltet worden. Flexibilität zeigte Heidelberg bei der Planung des neuen Zentrums: Die Lehrplätze sind so gestaltet, dass sie sich bei Änderungen bei den Ausbildungsplänen und -berufen ohne größeren Aufwand anpassen lassen.

› www.heidelberg.com

ENFOCUS SWITCH ANWENDER-TREFFEN

Im November 2014 und Februar 2015 veranstaltet Im-pressed drei Enfocus Switch Anwender-Treffen (12. bis 13. November 2014 in Hamburg, 26. bis 27. November 2014 in Ostfildern und 3. bis 4. Februar 2015 in Köln). Im-pressed wird Anwendern der Automatisierungslösung Enfocus Switch die Gelegenheit geben, sich mit anderen Anwendern auszutauschen und informiert umfassend über die Möglichkeiten, die sich dank Switch in der Produktion bieten. Die Fachleute von Im-pressed gehen dabei auf die aktuellen und künftigen Neuerungen von Enfocus Switch ein.

Anhand typischer Aufgabenstellungen in einem modernen Produktionsbetrieb wird gezeigt, was Switch für die Automatisierung und Standardisierung von Abläufen alles leisten kann. Die Themenauswahl basiert auf einer Umfrage, welche unter Switch-Anwendern durchgeführt wurde. Durch parallele Vorträge am zweiten Tag bietet Im-pressed sowohl technisch Interessierten als auch Produktionsverantwortlichen ein spannendes Programm. Wer Ideen hat, was alles im Workflow automatisiert werden könnte, aber nicht genug Zeit hat, sich konkreter mit der Umsetzung zu befassen, ist auf der zweitägigen Veranstaltung genau richtig. Der Austausch mit den Workflow-Spezialisten von Im-pressed und anderen Switch-Anwendern liefert Anregungen, um Switch noch effizienter für eigene neue Aufgabenstellungen zu nutzen.

› www.impressed.de

4. TIEFDRUCK-TAGUNG IN OSNABRÜCK

Die diesjährige 4. Tiefdruck-Tagung am 11. und 12. November 2014 in Osnabrück beschäftigt sich detailliert mit vielfältigen strategischen und technologischen Möglichkeiten, frei nach dem Motto »besser sein« und »anders machen«. Vom Lebensmittelhersteller über Systemlieferanten und Verpackungsdrukker bis hin zu Vertretern anderer Branchen werden Erwartungshaltungen, Ideen und bereits realisierte Lösungen vorgestellt und diskutiert – Impulse für eine erfolgreiche Zukunft mit Tiefdruck.

› www.innoform-coaching.de

PAPER QUALITY KONGRESS

Als erster Kongress Deutschlands beschäftigt sich die PaQ Paper Quality am 2. Dezember im Kempinski Hotel Airport München ausschließlich mit dem Einsatz von Web- und Bahninspektion in der Papierproduktion. Das Programm des PaQ Paper Quality Kongresses bietet neben Vorträgen zu den Anforderungen an Qualitätssicherungssysteme, Anwendungsberichte aus den Bereichen Verpackung, Konstruktion und technische Pa-piere ebenso die Vorstellung spezieller Überwachungstechnologien. Auch die Rolle von Inspektionssystemen zur Förderung der Nachhaltigkeit in der Papierproduktion wird dargestellt.

› www.paq2014.com

ZUKUNFTSSZENARIEN DER DRUCKINDUSTRIE

Wie wird die Zukunft? Die exakte Antwort auf diese Frage kann niemand geben. Aber es gibt nachweislich erprobte Instrumente, um sich der Antwort – oder den Antworten – anzunähern. Mit dem Workshop »Zukunft Druck« (25. November in Lünen und 9. Dezember in Hamburg) bieten die Verbände Druck und Medien Bayern sowie Nord-West einen neuen Weg in der Branche.

»Noch nie hat sich unsere Branche in einem derartigen Format, mit so viel Expertenwissen und in einer so herausfordernden Gesamtlage getroffen, um die eigene Zukunft zu beleuchten und in die Hand zu nehmen. Mit ausgewiesenen Experten und den Unternehmern der Branche wollen wir gemeinsam Chancen und Anforderungen der Märkte von morgen für unsere Industrie herausarbeiten«, erklärt VDMB-Hauptgeschäftsführer Holger Busch den innovativen Ansatz der exklusiven Veranstaltung. Als erfahrene Partner konnten die Verbände das Trendforschungsinstitut TrendOne aus Hamburg sowie die Unternehmensberatung GC GraphicConsult aus München gewinnen.

Es werden Best Practices aus der Printbranche und aus anderen Branchen sowie Handlungsfelder zur konkreten Umsetzung der Ergebnisse auf den Punkt gebracht. In einer spannenden und unterhaltsamen Mischung aus Vorträgen und Diskussionen werden wichtige Zukunftsperspektiven für die Unternehmen und für den Erfolg der Branche herausgearbeitet.

› www.vdmnw.de

› www.vdmb.de

MY MIMAKI DAYS IN DEUTSCHLAND

In Verbindung mit der Viscom Frankfurt startete Mimaki im Oktober seine My Mimaki Days. Die ersten Veranstaltungen fanden am 22. und 23. Oktober in Hagen sowie am 27. und 28. Oktober in Herrsching statt. Am 12. und 13. November folgt Berlin. Hamburg und Burg Seevetal sind am 13. und 14. November an der Reihe, Rostock am 18. und 19. November sowie erneut Hagen am 24. und 26. November.

Die My Mimaki Days stehen für ein neues Konzept mit einem Programm, das auf die spezifischen Interessen der einzelnen Kunden zugeschnitten ist. Diese erhalten beispielsweise Tipps, wie man ein älteres System durch neue Druckverfahren ersetzt und damit das aktuelle Angebotsportfolio erweitern kann. Auf den Veranstaltungen sind die folgenden Themen geplant: wirtschaftliche Zwänge und neue Anwendungen für UV-LED-Großformatdrucker, Druck und Produktion von Bannern und Werbematerialien, Drucken und Schneiden mit Flachbettdruckern und Laser, Fahrzeugverkleidungen und Auswahl verschiedener Tintentypen, wie UV, SUV und Latex.

www.mimaki.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

**RETHINK
SUSTAINABILITY**

Der 5. Media Mundo-Kongress für nachhaltige Medienproduktion gibt unter dem Titel ›rethink sustainability‹ handfeste ökonomische Impulse für ökologische und soziale Handlungsweisen. Die dritte wichtige Säule der Nachhaltigkeit ist die Ökonomie. Trotzdem wird dieser Faktor in den Diskussionen um nachhaltige Handlungsweisen oft übersehen und regelmäßig vernachlässigt. Es geht in dieser Frage nicht darum, wie man soziale Arbeitsbedingungen oder grüne Herstellungsverfahren günstig finanziert. Nachhaltigkeit bedeutet auch wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit. Nur auf diese Weise können innovative Produkte und Produktionen den Anspruch erfüllen, eine dauerhaft zukunftsfähige Entwicklung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension menschlicher Existenz sicherzustellen, wie sie die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages ›Schutz des Menschen und der Umwelt‹ fordert.

Der Fachkongress findet am 17. und 18. November 2014 in Düsseldorf, im idyllischen Rheinhotel Vier Jahreszeiten, statt. Am 17. November gibt es eine Diskussions- und Expertenrunde. Hier werden die wichtigsten Kongressthemen im Rahmen eines Impulsvortrags vorgestellt und anschließend kritisch diskutiert. Am 18. November stellen Experten aus Wissenschaft, Umweltverbänden und Industrie in vielen hochinformativen Vorträgen mögliche Szenarien der nahen Zukunft sowie probate Lösungsansätze aus der Praxis vor.

› www.mediamundo.biz
› www.f-mp.de

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2014	Veranstaltung	Ort
05. 11.	Dr. Hönle AG, Basiswissen UV- und UV-LED-Technologie	Gräfelfing
05. 11. - 06. 11.	vdmb, Acrobat Pro: Highend PDF – Erzeugung und Bearbeitung für den Print-Workflow	Ismaning
05. 11. - 06. 11.	vdmb, Sichere Farbsteuerung im Druck	Ismaning
06. 11.	Doxnet, Doxnet-Tag: Datenschutz und Gesetze	München
08. 11.	tgm, (Web)fontday 2014	München
10. 11.	Fogra, Vorbereitung zu Zertifizierung nach PSD	München
10. 11.	cleverprinting, PDF/A und PDF/UA in der Praxis	München
10. 11. - 11. 11.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim
10. 11. - 14. 11.	Heidelberg PMA, Falzen Aufbau Modul 2	Ludwigsburg
11. 11.	vdmb, Die grüne Druckerei – Modernes Umweltmanagement	Ismaning
11. 11.	tgm, Typografie und Fassade – ein globaler Überblick	München
12. 11.	vdmb, Edge Animate Basis: Animation und Interaktivität für Web und Tablet	Ismaning
12. 11.	impressed, Enfocus PitStop Starter	Hofheim
12. 11. - 13. 11.	impressed, Enfocus Switch Anwender-Treffen	Hamburg
13. 11.	impressed, Enfocus PitStop Insider	Hofheim
13. 11. - 14. 11.	cleverprinting, Zweitägige Weiterbildung zum Cleverprinting-Datenchecker	München
14. 11.	tgm, TYPO Day	München
14. 11. - 15. 11.	tgm, Corporate Design: Konzeptionelles Denken, Wortmarken	Germering
15. 11. - 16. 11.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus	Hofheim
17. 11.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Foto und Prepress	Hannover
18. 11.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X für Grafik und Prepress	Hannover
18. 11. - 19. 11.	tgm, Datenschutz und Datensicherheit	München
18. 11. - 20. 11.	Heidelberg PMA, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 Modul 1	Ludwigsburg
18. 11. - 21. 11.	Fogra, Fehler an Druck-Erzeugnissen	München
19. 11.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Hannover
20. 11.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android Tablet	Hannover
21. 11.	cleverprinting, Vektorgrafik mit Adobe InDesign und Illustrator	Hannover
21. 11. - 22. 11.	tgm, Handmade – Mit alten Techniken zu neuen Ideen im Grafikdesign	München
24. 11.	cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Foto und Prepress	Berlin
24. 11. - 25. 11.	Fogra, Farbe im Druck messen und bewerten	München
24. 11. - 26. 11.	vdmb, InDesign Basis: sicherer Einstieg in das Layouten mit InDesign	Ismaning
25. 11.	cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X für Grafik und Prepress	Berlin
25. 11.	vdmnw, Workshop ›Zukunft Druck‹	Lünen
25. 11.	vdmb, Strategieentwicklung in der Druckindustrie	Leipzig
26. 11.	Dr. Hönle AG, UV-Aushärtung für Druck- und Beschichtungsanwendungen	Gräfelfing
26. 11.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit Photoshop	Berlin
26. 11. - 27. 11.	impressed, Enfocus Switch Anwender-Treffen	Ostfildern
27. 11.	SVI, Anwendung des neuen IFS-Verpackungsleitfadens	Olten
27. 11.	Heidelberg PMA, Die Welt der Printmedien	Wiesloch
27. 11.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign	Berlin
27. 11.	cleverprinting, Raw-Daten-Bearbeitung für Digitalfotografen	München
28. 11.	cleverprinting, Medienneutrale Bildbearbeitung für Profis	München
28. 11.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android Tablet	Berlin
29. 11. - 30. 11.	tgm, Agiles Arbeiten in Kreation und Produktion	München
01. 12. - 05. 12.	Heidelberg PMA, Speedmaster XL 106 Basic	Heidelberg
01. 12. - 02. 12.	Fogra, Druckweiterverarbeitung: Grundlagen – kompakt	München

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

- › cleverprinting.de
- › fogra.org
- › impressed.de
- › print-media-academy.de
- › tgm-online.de
- › vdmnw.de
- › doxnet.eu
- › hoenle.de
- › polar-mohr.com
- › svi-verpackung.ch
- › vdmb.de

KALENDER EINREICHEN

Kalendermacher aus dem In- und Ausland können bis 9. Dezember 2014 ihre Kalender für das Jahr 2015 beim Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg in Stuttgart einreichen. Im Rahmen der beiden Wettbewerbe um den gregor international calendar award und den gregor international photo calendar award 2015 werden die kreativsten Kalender der Welt gesucht. Veranstaltet werden die Wettbewerbe und Kalenderausstellungen vom Graphischen



Klub Stuttgart e. V., dem Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg und dem Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg e. V. Zur Teilnahme aufgefördert sind alle an einer Kalenderproduktion beteiligten Hersteller, Gestalter, Fotografen, Agenturen, Verlage und Druckereien sowie Auftraggeber aus der Industrie.

Alle rechtzeitig eingereichten Kalender werden vom 23. Januar bis 15. Februar 2015 im Haus der Wirtschaft Baden-Württemberg in Stuttgart präsentiert.

› gregor-calendar-award.com

WELT DER VERPACKUNG IN HAMBURG

Noch größer und mit neuen Schwerpunkten: So präsentiert sich die bisherige Fachmesse ›Verpackung‹ unter dem neuen Namen ›Empack‹ am 28. und 29. Januar 2015 in Hamburg.

Ergänzt wird die ›Empack‹ von zwei parallel stattfindenden Fachmessen – der ›Packaging Innovations‹ und der ›Label&Print‹, jeweils ausgerichtet auf spezifische Zielgruppen. Das Themenspektrum reicht von der Verpackungstechnik (›Empack‹) über Verpackungsmaterialien, Design, Markenbildung und Präsentation am Point of Sale (›Packaging Innovations‹). Bei der ›Label & Print‹ liegt ein Schwerpunkt auf dem digitalen Verpackungsdruck – ein Marktbereich, der nach Einschätzung von Experten in den kommenden Jahren deutlich wachsen und an Bedeutung zunehmen wird.

Ebenso im Fokus stehen Etiketten und Labels, die etwa bei der Produktdekoration eine bewährte Strategie zur Differenzierung von Produkten darstellen.

Martina Hofmann, easyFairs-Event Director DACH für die Verpackungswirtschaft, erläutert: »easyFairs greift auf Trends auf und bietet eine exzellente Plattform für die Präsentation zukunftsweisender Geschäftsfelder.«

› verpackung-hamburg.com

MANAGEMENT-KLAUSUR

Das Internet hat als Absatzkanal für Unternehmen der Druck- und Medienindustrie rasant an Bedeutung gewonnen. Diese Entwicklung wird



anhalten. Experten sehen die Entwicklung zur Digitalisierung der Gesellschaften erst am Anfang und erwarten weitere Entwicklungsschritte. Nach dem Erfolg der ersten Management-Klausur Anfang 2014 zu diesem Thema und aufgrund der großen Nachfrage nach einem solchen Format bietet der Verband Druck und Medien Bayern gemeinsam mit dem österreichischen Branchenverband am 6. und 7. November in Garmisch-Partenkirchen interessierten Unternehmen erneut die Möglichkeit, ihre Erfolgsgeschichte als Online-Dienstleister strategisch und marktorientiert zu planen.

Gemeinsam mit Bernd Zipper, dem Experten für das Thema E-Business, identifizieren die Teilnehmer Trends und Entwicklungen, die morgen über Erfolg und Misserfolg im E-Commerce entscheiden. »Wenn das Thema Online-Handel für Sie ein zukunftsweisendes Thema ist oder Sie bereits erste Erfahrungen mit eigenen Angeboten sammeln konnten, dann sollte die Teilnahme an der Management-Klausur für Sie eine Pflicht sein«, richtet sich Zipper an die Unternehmer der Branche.

› www.vdmb.de

KAMA FINISHING DAYS IN DRESDEN

Kama und HP Indigo präsentieren auf den Kama Finishing Days 2014 in Dresden (13. bis 14. November 2014) einen effizienten end-to-end-Workflow zum Fertigen digital gedruckter Faltschachteln. Der durchgängige Produktionsablauf vom ungedruckten Bogen bis zur fertigen Faltschachtel ist für Klein- bis Kleinstauflagen optimiert.

Hersteller Kama kündigt für das automatische Falten und Kleben eine Weltneuheit an. Der Trendsetter für Weiterver-



arbeitungsprozessen für den Digitaldruck launcht eine neuartige Falz-/Klebmaschine. Die FlexFold 52 mit automatisiertem Set-up fertigt kleine Faltschachtelauflagen hochwertig und effizient und wird erstmals auf den Finishing Days gezeigt. Kama hat die Entwicklung zum Patent angemeldet.

Digitaldruckmaschinenhersteller HP Indigo wird in Dresden neue Tools und Live-Demos auf der voll ausgestatteten Indigo 30000 Digital Press mit Inline-Primer und der Inline-Lackeinheit Tresu Icoat 30000 zeigen – auch das eine Weltpremiere. Neueste Lösungen zum reingestrigenen Weiterverarbeiten und Veredeln, zum inline Ausbrechen und Nutzentrennen ohne Werkzeuge sowie Seminare mit Marktführern wie Esko und Marbach runden den Event ab.

› www.kama.info

7. E-BOOK-KONFERENZ IN MÜNCHEN

Der E-Book-Markt steht unter Strom: Amazon bringt Bewegung in den nationalen und internationalen Markt der ›digital books‹ – ob mit der E-Book-Flatrate Kindle unlimited oder dem aktuellen Konditionenstreit. Daneben entstehen mit Flatrate- und Abo-Services, wie sie Readfy und 24Symbols anbieten, immer mehr alternative Bezahl- und Vertriebsmodelle. Und Verlage, wie Bastei Lübbe und Heyne, setzen mit neuen Storytelling- und Produktformen auf multimediale Wachstumsstrategien.

Vor diesem Hintergrund behandelt die 7. E-Book-Konferenz ›E-Books unlimited – Neue Business-, Produkt- und Vertriebsmodelle‹ der Akademie der Deutschen Medien am 9. Dezember 2014 im Literaturhaus München folgende Fragen: Wie können sich Medienhäuser und Verlage gegenüber der Konkurrenz durch digitale Riesen aber auch Start-ups behaupten? Welche Vermarktungsstrategien wirken im E-Book-Geschäft? Und: Enhanced E-Book, Game-App oder mobile Content-Site – Welche digitalen Buchkonzepte machen international das Rennen? Branchen-Experten zeigen, mit welchen E-Book-Geschäftsmodellen und Monetarisierungswegen sie aktuell auf dem richtigen Weg sind, welche neuen Trends sich bei der E-Book-Konzeption durchsetzen und wie das E-Book-(Direkt-)Marketing der Zukunft aussieht.

› www.medien-akademie.de

5. DOXNET TAG IN MÜNCHEN

Bereits zum fünften Mal findet der Doxnet Tag statt und entwächst dabei selbst seinen Kinderschuhen. Zu den bisherigen Schwerpunktthemen kommt in diesem Jahr der Aspekt »Rechtliche Grundlagen für Druckzentrumsbetreiber« dazu.

Der Verband möchte den Teilnehmern einen interessanten Vortrags- und Diskusstag bieten, der sich mit allen rechtlich relevanten Themen auseinandersetzt, die einen Druckzentrumsbetreiber oder Verantwortlichen betreffen. Insbesondere werden folgende Themen beleuchtet: Grundzüge des Datenschutzes, Auftragsdatenverarbeitung, Besonderheiten des Konzerndatenschutzes, Folgen von Datenschutzverstößen, Compliance, Vertrags- und Haftungsrecht, Aufbewahrungsfristen, Cybersicherheit und Zertifizierungsmöglichkeiten für Druckzentrumsbetreiber. Dr. Karsten Kinast (Kinast & Partner / Rechtsanwälte, Externe Datenschutzbeauftragte), ein Experte auf diesen Gebieten wird die Themen erläutern, mit den Teilnehmern diskutieren und auch ganz speziell auf Fragen und Diskussionsbeiträge eingehen.

Der Doxnet-Tag am 6. November 2014 im Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski in München ist für alle Teilnehmer kostenfrei. Um besser planen zu können, bittet der Verband um eine verbindliche Anmeldung.

› www.doxnet.eu

KONICA MINOLTA ROADSHOW

Mit aktueller Digitaldruck-technologie präsentiert sich die Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH auf ihrer diesjährigen Production Printing-Roadshow. Unter dem Motto »Instant Performance« können sich Druckprofis seit dem 17. September auf zehn deutschlandweiten Tagesveranstaltungen von der Produktivität der Systeme und Software-Lösungen überzeugen.

Verbliebene Termine sind am 5. November in Heusenstamm, am 12. und 13. November in Hamburg und am 18. November in Stuttgart. Mit dem Konzept »Digital 1234« bietet Konica Minolta seinen Kunden zudem umfangreiche Ansätze zur Geschäftsfelderweiterung. »Unsere Branchenexperten und unsere Partner Efl und Creo bieten zu diesen und weiteren Themen informative Vorträge. Chancen im Digitaldruck erläutert in einem Fachvortrag außerdem der Chefredakteur und Herausgeber des Magazins »Druckmarkt«, Klaus-Peter Nicolay«, sagt Carsten Bamberg, Team Manager Productmanagement Production Printing Cluster West bei Konica Minolta.

› www.konicaminolta.de

LEHRGANG »DIGITAL - DRUCK PROFESSIONAL«

Die Verbände Druck und Medien bieten eine neue umfassende Qualifizierungsmöglichkeit im Digitaldruck an. Der neuntägige Lehrgang »Digitaldruck Professional« startet am 13. November 2014. Er bietet Fachkräften und erfahrenen Mitarbeitern aus der Medienproduktion die Möglichkeit, sich Expertenwissen für das stetig wachsende Geschäftsfeld Digitaldruck anzueignen.

Die Qualifizierung »Digitaldruck Professional« schult Mitarbeiter in der Datenaufbereitung für den Druck, für Personalisierung und Individualisierung sowie in Material- und Farbsystemauswahl. Hochkarätige Kursleiter gewährleisten eine exzellente Lehrgangsqualität. So vermitteln Hochschuldozenten Hintergrundwissen mit einem deutlichen Praxisbezug und Hersteller gewähren Einblicke in die Produktentwicklung. Darüber hinaus geben Technikberater aus den Verbänden Druck und Medien ihre Branchenerfahrung weiter.

Erfolgreiche Teilnehmer der Qualifikation erhalten ein Zertifikat der Druck- und Medienverbände. »Mit dieser Qualifikation schließen wir eine Kompetenzlücke, die durch Hersteller-Schulungen nicht abgedeckt wird«, kommentiert Theo Zintel vom Bundesverband Druck- und Medien (bvdm) die Initiative.

› www.bvdm-online.de

KEVIN KÖHN FÄHRT ZU DEN WORLDSKILLS 2015

Kevin Köhn heißt der Sieger, der Deutschland im nächsten Jahr bei den WorldSkills 2015 in São Paulo im Bereich Drucktechnik vertreten wird. Der Drucker von der Dürmeyer GmbH in Hamburg setzte sich gegen sieben Mitbewerber durch. Der zweite Platz ging an Marcel Paris von der Druckerei Mohn



Harald Weimer, ganz links, Vorstand Heidelberg für Vertrieb und Service, mit den acht Finalisten der deutschen Berufsmesserschenschaft für den Bereich Drucktechnik sowie den drei Jurymitgliedern.

Media in Gütersloh. Dritter wurde Jörg Strauß von der Druckerei C.H. Beck in Nördlingen. Alle Teilnehmer stellten ihre Fertigkeiten im Print Media Center der Heidelberger Druckmaschinen AG vom 13. bis 16. Oktober 2014 unter Beweis (Heidelberg ist Gründungsmitglied von WorldSkills Germany e. V. und unterstützt bereits zum sechsten Mal den Vorentscheid der deutschen Teilnehmer). Unter den kritischen Augen der Jury mussten die Teilnehmer innerhalb von zwei Stunden einen bis zum Wettbewerb geheim gehaltenen Druckjob drucken. Die Jury bewerteten dabei sowohl die Qualität des Druck-Erzeugnisses, die benötigte Zeit, als auch den Umgang mit den bereitgestellten Betriebsmitteln wie Druckmaschine und Material. Gedruckt wurde auf einer Speedmaster SX 52-Fünffarben mit Lackwerk.

› www.worldskills.org

› www.heidelberg.com

4. TIEFDRUCK-TAGUNG IN OSNABRÜCK

Das seit Jahren beständige Marktgleichgewicht zwischen Tief- und Flexodruck in der Herstellung von Verpackungsmitteln verändert sich zunehmend zu Gunsten des Flexodrucks. Hierfür sind auch technische und qualitative Verbesserungen dieses Verfahrens verantwortlich. Im Rahmen der 4. Tiefdruck-Tagung, die von Innoform Coaching am 11./12. November 2014 in Osnabrück veranstaltet wird, widmen sich die Organisatoren sowie Tiefdruck-Experten aus Industrie und Handel der Frage, wie diesem Trend entgegen gewirkt werden kann. Dabei werden Erwartungshaltungen, Ideen und bereits realisierte Lösungen von Lebensmittelherstellern über Systemlieferanten und Verpackungsdruckern bis hin zu Vertretern anderer Branchen vorgestellt und diskutiert. Abgerundet wird die Veranstaltung durch vorwiegend technisch geprägte Vorträge zu den Themenbereichen Farbhaftung und Farbregistrierung, automatisierte Messtechnik, Elektrostatik, Laserdirektgravur sowie den Herausforderungen des Digitaldrucks.

› www.innoform.de

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.



Publikation 2014
FOKUSSIERT
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 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 2'737 Exemplaren (WEMF beglaubigt 11/2013).
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 Thalman
thalmann@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
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*

*Plakate Offset + Digital
Grossformatdruck bis 130 x 185cm

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



➤ Zum «Swiss Print Award 2015» rufen die Allianz Schweizer Werbeagenturen asw, «Druckmarkt Schweiz», die Kaderschule «gib» Zürich, der Skugra Academy Club, «viscom print & communication» und die Papyrus Schweiz AG auf.

➤ Eingereicht werden kann alles, was gedruckt wurde. Dazu gehören Imagewerbung (Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Broschüren, Mailings, Bücher etc.); vernetzte Printproduktionen (crossmediale Kampagnen aus Druck- und Online-Medien); POS-Drucksachen (Verpackungen, Etiketten, Displays, Aussenwerbung, Plakate etc.). Die eingereichten Arbeiten müssen im Kalenderjahr 2014 bis zum Anmeldeschluss aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.

➤ Teilnahmeberechtigt sind Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Hersteller, Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe. Einreichen kann jeder, der an der Entstehung der Drucksache beteiligt war.

➤ Einsendeschluss ist der 31. Januar 2015, die Bekanntgabe der Preisträger findet im Mai 2015 statt.

➤ Für die Teilnahme wird eine Gebühr von 185 Franken je eingereichtem Objekt erhoben. Diese Summe beinhaltet auch die Kosten für eine umfangreiche Dokumentation.

➤ Die unabhängige Jury, bestehend aus Agentur-, Verlags- und Druckprofis, Typografen, Designern und Papierexperten bewertet die eingereichten Arbeiten nach Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität, Kreativität, Innovation und Nachhaltigkeit.

➤ www.druckmarkt-schweiz.ch

Drucken hat die zweite Dimension längst verlassen. Print ist multidimensional und multimedial. Gleichzeitig sind gedruckte Medien so vielfältig, ansprechend, erlebnisreich, verwandlungsfähig und qualitativa hochstehend wie kein anderes Medium. Mehr noch: Print ist Impulsgeber für Kommunikation jeglicher Art. – Beim Wettbewerb «Swiss Print Award» können Agenturen, Verlage, Drucker und Buchbinder mit ihren ideenreichen Druck-Erzeugnissen beweisen, wie edel bedrucktes Papier sein kann. Und sie können zeigen, wie stark Gedrucktes im Medienmix ist.

