

• DRUCKMARKT • 17. Juni 2015 **impressions 93**

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

PRINT & FINISHING

**Print-Erlebnispark
Wiesloch. Seite 26.**

PRINT & FINISHING

**Tage der offenen Produktion
in Würzburg. Seite 28.**

BILDUNG & EVENTS

**Nachrichten, Termin- und
Seminarkalender. Seite 34.**

625 Jahre Papier
in Deutschland. Seite 12.

NEU: QuarkXPress 2015 jetzt erhältlich.
Upgrade von jeder Vorgängerversion!



Ihre Funktionen. Geliefert. Treffen Sie das neue QuarkXPress.

Sie werden die neuen Funktionen von QuarkXPress 2015 lieben, denn es sind Ihre Funktionen. Tatsächlich haben wir die zehn am häufigsten von den Anwendern gewünschten Erweiterungen eingebaut. Arbeiten Sie schneller mit der unschlagbaren 64-Bit-Leistung und einer Reihe der von Anwendern gewünschten Funktionen für Print- und digitale Produktionen wie verifizierte PDF/X-4 Ausgabe und Fixed Layout eBooks. Arbeiten Sie intelligenter mit den neuen Designer-gesteuerten Automatisierungen wie Fußnoten oder Inhaltsvariablen zum automatischen Einfügen von Inhalten.

Mit der neuen 64-Bit-Architektur kann QuarkXPress 2015 den gesamten verfügbaren Arbeitsspeicher nutzen, und es bietet so von der Dateihandhabung über das Rendering von Layouts bis zum PDF-Export fantastische Leistungssteigerungen. In Kombination mit unserem unermüdlichen Fokus auf Qualität

bedeutet dies, dass Sie die Geschwindigkeit und die Zuverlässigkeit erhalten, die Sie verdienen.

QuarkXPress 2015 ist Ihr professionelles Arbeitstier und unterstützt die Ausgabe von PDF/X-4. Mit diesem neuesten Standard können Sie Transparenz beibehalten und eine schnellere Ausgabe, kleinere Dateien und eine bessere Qualität erreichen. Und was noch wichtiger ist: Sie können sich darauf verlassen, denn die PDF/X-4 Ausgabe wird mit derselben Technologie verifiziert, die auch in Adobe Acrobat verwendet wird.

QuarkXPress 2015 ist als unbefristete Kauflizenz für Mac OS X und Windows erhältlich. Es ist kein Abo erforderlich. Upgrades sind von jeder beliebigen Vorversion zu einem einheitlich günstigen Preis verfügbar. Preisvergünstigungen für Mehrfachlizenzen gibt es ab zwei Arbeitsplätzen. Jetzt kostenlos testen!

Matthias Günther
Director QuarkXPress
Business Unit
Quark Software Inc.



„QuarkXPress 2015 ist eine Version für alle Designer, die Print lieben und ebenso für die Fans der digitalen Welt, die von den Werkzeugen zum Erstellen von Apps und interaktiven eBooks mit festem Layout profitieren werden. Wir wollen sicherzustellen, dass die von uns entwickelten neuen Funktionen den Arbeitsablauf der Kunden wirklich verbessern. Deshalb basiert ein Großteil der Erweiterungen von QuarkXPress 2015 auf dem Feedback der Anwender. Um einen schnellen Überblick über alle Neuerungen zu erhalten und eine kostenlose Testversion herunter zu laden, besuchen Sie uns auf www.quark.com/2015.“

Uralt und immer wieder neu

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Portal
- 06 Nachrichten
- 06 Neuausrichtung treibt Heidelberg wieder in die roten Zahlen
- 10 Bei Print ›rollt es‹
- 11 Menschen und Karrieren

Papier

- 12 625 Jahre Papier in Deutschland
- 18 Nachrichten
- 18 Papier erlebbar machen

Print & Finishing

- 22 Weißbruchfreie Druckergebnisse
- 24 Speaking Images
- 26 Print-Erlebnispark Wiesloch
- 28 Teg der offenen Produktion in Würzburg
- 30 Es geht um Know-how
- 32 AZ Druck steigert Schneidleistung

Termine, Bildung & Events

- 34 Terminkalender
- 35 Nachrichten
- 35 Gautschfeste 2015
- 39 Strukturwandel in der Verpackungsbranche
- 40 Seminare & Veranstaltungen

Business to Business

- 41 Impressum

Papier ist uralt. Die Chinesen haben es vor knapp 2.000 Jahre erfunden. Doch es dauerte Jahrhunderte, bis es nach Europa kam. Und in Deutschland entstand die erste Papiermühle ›erst‹ vor 625 Jahren. Was aber nichts daran ändert, dass die Papierindustrie Deutschlands heute die Nr. 1 in Europa ist. Und das trotz der massiven Veränderungen beim grafischen Papier, dem Stilllegen von Papiermaschinen, den Schließungen von Papierfabriken oder den Übernahmen durch vor allem skandinavische Papierkonzerne.

Und auch wenn manches, was man ehemals auf Papier festhielt, heute in die Katakomben irgendwelcher Festplatten oder Speicher wandert, wird sich Papier weiter behaupten. Denn es ist auch im dritten Jahrtausend nach seiner Erfindung der wichtigste Kultur- und Informationsträger und hat nichts von seiner Zukunftsfähigkeit verloren.

Fürchtete die Papierindustrie in der 1980er Jahren noch eine papierlose Zukunft, zeigte sich aber sehr schnell, dass mit dem Aufkommen neuer Computertechnologien, der elektronischen Datenverarbeitung, der Kommunikation via E-Mail und Internet zwar zusätzliche Informationskanäle entstanden waren, die das Medium Papier jedoch nicht verdrängen konnten. Und wenn aktuelle Schätzungen davon ausgehen, dass sich die Informationsmenge in den Industrieländern alle sechs Jahre verdoppelt, wird dies zwangsläufig zu einem höheren Papieraufkommen führen. Nach einer Studie der Fachhochschule Köln lagen zu Beginn des neuen Jahrtausends nur 20% aller Dokumente in papierloser Form vor.

Papier hat nämlich einen entscheidenden Vorteil: Es ist unabhängig von Computerplattformen, überall verfügbar und auch als Medium jenseits der Informationstechniken aus unserer modernen Welt nicht wegzudenken. Das papierlose Büro bleibt Utopie und Papier wird selbst in einer zunehmend virtuell werdenden Welt ein reales Medium bleiben. Weil Papier etwas sehr handfestes ist.

Deshalb berichten wir in dieser Ausgabe auch über das breit gefächerte Angebot an zeitgemäßen Papierqualitäten, die verschiedenste Anforderungen erfüllen müssen. Und deshalb berichten wir in dieser Ausgabe auch über eine Entwicklung, die Papier als ein völlig neues Medium zeigt. Wissenschaftler der TU Chemnitz haben nämlich ein Buch präsentiert, das aus echtem Papier hergestellt ist, aber nicht nur ein Druckwerk darstellt, sondern gleichzeitig ein Tonträger ist.

Womit sich zeigt, dass Papier zwar uralt ist, aber immer wieder neue Anwendungen findet. Und wir sind sicher: Papier kann noch mehr.



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. Und daran hat sich nichts geändert. Oder auch daran nichts, dass der Sinn des Reisens darin besteht, unsere Phantasien durch die Wirklichkeit zu korrigieren, wie es Samuel Johnson formulierte.

Die Wirklichkeit haben wir jedoch nicht nur unterwegs, sondern auch bei unserer Reise durch die Geschichte des Papiers erlebt. Abstecher in eine vergangene Wirklichkeit sind vielleicht gerade deshalb so faszinierend.

Doch bleiben wir dabei: mit eigenen Augen zu sehen und die Originaltöne zu hören, ist wesentlich für den Blick auf das Geschehen der Branche. 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.



WÜRZBURG Der Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer hat sich als Unternehmen in den letzten Monaten erheblich verändert. Doch es sind nicht nur Kapazitäts- und Personalabbau, hohe Investitionen in moderne Fertigung prägen ebenso das Bild. Und dieses stellte KBA in Würzburg vor. Mehr dazu auf **Seite 28**.



NÜRNBERG Unten rechts, in der Gleismühl vor den Toren Nürnbergs, nahm der Ratsherr Ulman Stromer am 24. Juni 1390 die erste Papiermühle Deutschlands in Betrieb. Er ahnte nicht, welche gewaltige Entwicklung die Papiermacherkunst nehmen und wie Papier die Geschicke der Welt begleiten würde. 625 Jahre später ist die deutsche Papierindustrie die Nr. 1 in Europa und eine Gesellschaft ohne Papier nicht mehr denkbar. Den Rückblick auf 625 Jahre Papier finden Sie ab **Seite 12**.



WIESLOCH Heidelberg eröffnete sein neues Print Media Center Commercial und demonstriert den integrierten Prozess von Digital- und Offsetdruck, Workflow, Service und Verbrauchsmaterialien. Mit dem PMC Packaging ist so das weltweit größte Vorführcentrum für den Druck entstanden. Lesen Sie den Bericht auf **Seite 26**.



AMSTERDAM/CHEMNITZ Als bei der Jahresveranstaltung des 58. World Press Photo Wettbewerbs am 2. Mai 2015 in Amsterdam die weltweit besten Pressefotos vorgestellt wurden, war es zugleich die Weltpremiere für eine klangvolle Innovation aus Chemnitz. Wissenschaftler der TU Chemnitz stellten ihr T-book vor, das Fotos zum Klingen bringt. Wie das funktioniert, erfahren Sie in unserem Bericht auf **Seite 24**.



DER DRUCKMARKT IN ›ECHT‹ UND DER FÜR ZWISCHENDURCH

Nachrichten, die es nicht in unsere gedruckte Ausgabe geschafft haben, insbesondere solche mit einem nur zeitlich begrenzten Charakter wie etwa Terminankündigungen, finden Sie regelmäßig in unseren ›Druckmarkt impressions‹. Und auch eine Fülle an weiteren Nachrichten, die wir in unseren Print-Ausgaben einfach nicht unterbringen können.

In dieser Ausgabe von ›Druckmarkt impressions‹ erfahren Sie zum Beispiel schon vorab einiges zum Thema Papier, was in der gedruckten Ausgabe des ›Druckmarkt‹ noch ausführlicher behandelt wird.

Denn neben den ›Druckmarkt impressions‹ gibt es den ›Druckmarkt‹ auch in ›echt‹ – gedruckt auf echtem und haptischem Papier. Die aktuelle Ausgabe erscheint noch diese Woche und beinhaltet wie diese impressions-Ausgabe einen Schwerpunkt zum Jubiläum ›625 Jahr Papier in Deutschland‹. Dazu einiges mehr an Berichten, Interviews, Analysen und News.

Und wenn Sie gerade auf der Suche nach aktuellen Marktübersichten zum Digitaldruck sind, können wir Ihnen die soeben erschienene Ausgabe ›Druckmarkt COLLECTION 15‹ empfehlen, in der Sie alles wichtige über den Digitaldruck auf 48 Seiten finden.

www.druckmarkt.com

Macht Entscheider entscheidungssicher.

DRUCKMARKT
Printmediamagazin



Nutzen Sie Ihr volles Potenzial! Go Complete!

Sie suchen nach Optimierungspotenzial? Sie wollen Prozessabläufe automatisieren und standardisieren? Sie benötigen „Best in Class“-Automatisierungstechnologien? Sie setzen auf kontinuierliche Innovation? Sie wünschen umfassende Projektberatung? Bei KBA erhalten Sie alles aus einer Hand. Fragen Sie nach KBA CompleteServices.

Mehr Infos? Anruf genügt.



KBA Deutschland GmbH

Tel. 0351 833-1100, kba-d-gmbh@kba.com, www.kba.com



KBA

Koenig & Bauer Group

VALUE ADDED RESELLER Thycotic, Anbieter von Management-Lösungen für privilegierte Zugänge in globalen Organisationen, weitet seine Geschäftstätigkeit in der EMEA-Region aus und startet eine Partnerschaft mit der Konica Minolta IT Solutions als Value Added Reseller. Mit der Passwort-Security-Lösung »Secret Server« will Konica Minolta Unternehmen in der DACH-Region helfen, ihre sensiblen Accounts zu sichern, Zugriffe nachvollziehbar und auditierbar zu gestalten, Risiken und Gefährdung zu reduzieren sowie interne und externe Bedrohungen abzuschwächen. › www.konicaminolta.de

KONZENTRATION MM Packaging Austria mit den zwei Standorten Wien und Günskirchen wird die Produktion bis Jahresende auf den größeren in Wien konzentrieren. Dies ermöglicht dessen Absicherung als Hochleistungsstandort. Im Werk Günskirchen sind aktuell 135 Mitarbeiter beschäftigt. Rund einem Viertel der Belegschaft wird eine Weiterbeschäftigung in Wien angeboten. › www.mayr-melnhof.com

DRUPA PREIS Die Historikerin Dr. des. Nina Kleinöder hat den drupa-Preis 2015 gewonnen. Die drupa zeichnete die Oberhausenerin für ihre Dissertation »Betrieblicher Arbeitsschutz in der westdeutschen Eisen- und Stahlindustrie im 20. Jahrhundert. Strukturen, Akteure und Verflechtungsprozesse.« aus. › www.drupa.de

RICOH GLOBAL ECO ACTION Die Ricoh-Gruppe ernennt den Monat Juni zum »Rico Global Eco Action Month«. In diesem Rahmen wird das Unternehmen die »Rico Global Eco Action 2015« durchführen. Ziel dieses besonderen Events ist es, die Mitarbeiter zu motivieren, sich mit dem Thema Umwelt auseinanderzusetzen und Umweltschutzaktionen zu realisieren. › www.ricoh.de

NEUER STANDORT IN BERLIN Seit Kurzem ist Berlin noch ein kleines bisschen »edler«: Der Celler Papierveredler Achilles verleiht auch dort hochwertigen Druckwerken das besondere Etwas. In der neuen Niederlassung in der Sperenberger Straße 12 im Süden Berlins bietet Achilles bei der Buchbinderei Helm künftig Kaschierungen und Siebdruckveredelungen mit den speziellen Technologien an, die Achilles zu einem der führenden Papierveredler machen. Es stehen wie an anderen Standorten auch ein Bemusterungs-Service sowie kostenlose Workshops zur Verfügung. › www.achilles.de › www.buchbinderei-helm.de

SELF-PUBLISHING AWARD Der Graphische Klub Stuttgart schreibt in diesem Jahr erstmals den neuen Self-Publishing Calendar Award für die Kalender 2016 aus. Damit wird der Veranstalter des renommierten gregor international calendar award dem Trend der selbst gestalteten und im Digitaldruck hergestellten Kalender gerecht. Zugelassen sind Kalender ab der Größe A4, die selbst gestaltet und in kleineren Auflagen digital gedruckt werden. › gregor-calendar-award.com

HEIDELBERGER DRUCKMASCHINEN AG

NEUAUSRICHTUNG TREIBT HEIDELBERG WIEDER IN DIE ROTEN ZAHLEN

Der Umsatz von Heidelberg im abgelaufenen Geschäftsjahr liegt mit 2,33 Mrd. € im Rahmen der zum Halbjahr 2014/2015 angepassten Erwartungen und nicht dramatisch unter dem Vorjahresumsatz von 2,43 Mrd. €. Dennoch musste Heidelberg gegenüber dem Gewinn von 4 Mio. € im letzten Jahr dieses Jahr wieder kräftig in die roten Zahlen. Einen Verlust von 72 Mio. € nach Steuern

»Wir haben Heidelberg fit für die Zukunft gemacht«, wird Gerold Linzbach in einer Pressemitteilung zitiert. Dazu wurde das Portfolio auf profitable Geschäftsfelder und Wachstumsbereiche fokussiert. Zudem wurden die Unternehmensstrukturen an die sich verändernden Märkte angepasst. Das alles hat nach Angaben Heidelbergs Umsatz und Ergebnis stark beeinflusst. Damit wurde

diger Integration auch zum Wachstum von Heidelberg beitragen. Im Bereich Digital wurde mit der vollständigen Übernahme von Neo7even und der Gallus-Gruppe sowie mit der Einführung einer digitalen Etikettendruckmaschine Heidelbergs Position in diesem Wachstumssegment weiter ausgebaut. Gleichzeitig soll die Ertragskraft des Unternehmens weiter gesteigert werden. Die im Geschäftsjahr 2014/2015 vollzogene Neuausrichtung nicht profitabler Aktivitäten wie der Druckweiterverarbeitung soll zu einer Ergebnisverbesserung von rund 30 Mio. € führen. Darüber hinaus wurden die Strukturen für den Offsetdruck an das Marktumfeld angepasst. Dadurch könne Heidelberg auf Schwankungen im Markt flexibler reagieren und Kosteneinsparungen im unteren zweistelligen Millionen-Euro-Bereich erzielen.

Der neue Markenauftritt mit dem aufgefrischten Logo, das das alte Heidelberg-Dunkelblau um die Farben Hellblau, Gelb und Grün ergänzt, soll den größeren Stellenwert der Geschäftsfelder Digital, Services und Verbrauchsmaterialien neben dem traditionellen Maschinenbau herausstellen. »Ab dem laufenden Geschäftsjahr gehen wir davon aus, nachhaltig deutlich positive Jahresergebnisse zu erzielen«, sagt Linzbach. › www.heidelberg.com



Das Verwaltungsgebäude am Standort Wiesloch: Das modifizierte Logo ist bereits überall sichtbar.

weist der Druckmaschinenbauer Heidelberg in seiner Bilanz des Geschäftsjahres 2014/15 aus, das von April 2014 bis März 2015 reichte. Offensichtlich hat der Konzernumbau, den der Vor-



standsvorsitzende Gerold Linzbach

vorangetrieben hat, richtig viel Geld gekostet. Für Portfolio- und Restrukturierungsmaßnahmen fielen im Berichtszeitraum Sondereinflüsse in Höhe von 99 Mio. € an. Doch die strategische Neuausrichtung des Konzerns scheint weitestgehend abgeschlossen.

nach Ansicht von Gerold Linzbach jedoch die Basis für profitables Wachstum gelegt. »Die Neuausrichtung ermöglicht Heidelberg, künftig nachhaltig profitabel zu wachsen«, sagt er. Das Wachstum soll primär in den Bereichen Services und Digital erwirtschaftet werden. So hat Heidelberg im abgelaufenen Geschäftsjahr den Bereich Services durch Akquisitionen von BluePrint Products, Printing Systems Group und Fujifilm Sverige weiter gestärkt. Die neu erworbenen Gesellschaften sollen ab dem laufenden Geschäftsjahr 2015/2016 Umsätze von über 100 Mio. € erzielen und nach vollstän-

ENTLASTUNG FÜR UNTERNEHMEN

Der Vorstand der Berufsgenossenschaft Energie, Textil, Elektro, Medienerzeugnisse (BG ETEM) hat unter Mitwirkung des Bundesverbandes Druck und Medien e. V. (bvdm) beschlossen, den Beitragsfuß als Faktor zur Berechnung der Mitgliedsbeiträge zu reduzieren. Dadurch sinken die Beiträge an die BG ETEM für das Beitragsjahr 2014. Ein positives Verhältnis zwischen Einnahmen und Ausgaben hat es dem Vorstand der BG ETEM ermöglicht, den Beitragsfuß um 5,6% gegenüber dem Vorjahr zu reduzieren. Nach Berechnungen der BG ETEM sinkt der durchschnittliche Beitrag für ein Mitgliedsunternehmen auf 0,85 € je 100 € seiner Lohnsumme. Zuletzt war noch ein Durchschnittsbeitrag in Höhe von 0,89 Euro je 100 Euro der Lohnsumme zu entrichten.

› www.bvdm-online.de

VOR 10 JAHREN: EFI ÜBERNIMMT VUTEK

Zum zehnten Mal jährt sich ein Datum, das für Efl bedeutend ist: Am 3. Juni 2005 erwarb das Unternehmen, bis dahin auf Frontends, MIS und darauf beruhenden Workflows spezialisiert, den Hersteller Vutek, einen Pionier des industriellen Inkjet-Drucks im XXL-Format. Auf einen Schlag wurde Efl damit zum Anbieter im UV-Inkjet-Großformat – einem Bereich, der nach wie vor zu den Zukunftsmärkten der Druckindustrie zählt.

»Das beste Geschäft, das auf dem Markt von heute zu haben ist«, nannte



Guy Gecht,

CEO von Efl, die Übernahme bei ihrer Bekanntgabe. »Unseren Kunden verspricht die UV-Inkjet-Technologie wichtige Vorteile.« Sein Fazit nach zehn Jahren:

»Dass wir mit dem Einstieg in den industriellen Inkjet-Druck goldrichtig lagen, belegen die Erfolge, die wir damit erzielt haben.«

› www.efi.com

IST METZ WEIHT NEUBAU MIT HAUSMESSE EIN

Seit 30 Jahren hat die IST Metz GmbH ihren Firmensitz in Nürtingen-Zizishausen, wo die Unternehmensgruppe immer wieder expandierte. Nun wurde der Neubau fertiggestellt und mit der Hausmesse UV Days in Betrieb genommen.

Ende November 2013 war der Startschuss für die Arbeit



ten am alten Werk gefallen, das als Lager für die Mitglieder der IST Metz Gruppe diente. Das größere und modernere Gebäude wurde innerhalb von anderthalb Jahren errichtet.

Die Hausmesse UV Days der IST Metz GmbH vom 15. bis 18. Juni fand zum ersten Mal im Neubau statt, der mit über 2.000 m² mehr Ausstellungsfläche als je zuvor bietet.

› www.ist-uv.de

DIEDRUCKEREI BAUT ON-LINEDRUCK WEITER AUS

Mit einem Investitionspaket von mehreren Millionen Euro im ersten Halbjahr 2015 hat Onlineprinters seine Produktionskapazitäten erneut ausgebaut: Der Bezug einer neuen Halle und die Anschaffung der achten 8-Farben Heidelberg Speedmaster XL 106 Bogenoffset-Druckmaschine ermöglichen eine weitere Optimierung bei der Fertigung von Broschüren.

»Mit unserem Investitionspaket im Offsetdruck können wir eines unserer meist nachgefragten Produkte noch effektiver produzieren. Wie gewohnt geben wir Kosteneinsparungen an unsere Kunden weiter und bieten Broschüren bis zu 15 Prozent günstiger an«, erläutert Dr.



Michael Fries,
Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH.

Zudem wird die Fertigung von Qualitätsdrucksachen noch schneller. Die Daten-Annahmezeit wurde von 12 Uhr auf 22 Uhr verlängert.

› www.diedruckerei.de

BROTHER ÜBERNIMMT DOMINO

Brother Industries hat Domino Printing Sciences, den britischen Hersteller von Inkjet-Kodierungs- und Kennzeichnungslösungen, übernommen. Damit erweitert der japanische Konzern, der für seine Office-Drucker bekannt ist, sein Portfolio in industrielle Anwendungen. Die Marke Domino sowie die Management-Struktur des Unternehmens sollen unberührt bleiben und Domino Printing Sciences als autonomer Geschäftsbereich innerhalb von Brother Industries weitergeführt werden, heißt es.

Die Absicht zur Übernahme von Domino hatte Brother bereits im März dieses Jahres kommuniziert. Dabei war von einem Übernahmeangebot in Höhe von 1,03 Mrd. britische Pfund (etwa 1,45 Mrd. €) die Rede. Domino beschäftigt nach eigenen Angaben rund 2.600 Mitarbeiter weltweit und liefert seine Drucklösungen in 120 Länder.

› www.brother.de

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen • Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

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

**Graphische
Maschinen**

IGGESUND STÄRKT VERTRIEB Iggesund Paperboard, der Hersteller von Invercote und Incada, baut seinen Vertrieb auf dem deutschen Markt aus. Seit dem 1. Juni nimmt Antalis Invercote in Deutschland auf Lager. Daneben bleibt der Vertrieb durch die Igepa-Häuser bestehen. › www.iggesund.com

VDMB UND INPRINT KOOPERIEREN Die InPrint – Fachmesse für funktionale und dekorative Drucktechnologien innerhalb der industriellen Fertigung – und der Verband Druck und Medien Bayern e. V. (VDMB) bilden eine strategische Partnerschaft zur gemeinsamen Stärkung des Produktimages von Print. Der Fokus der Zusammenarbeit liegt auf der Unterstützung sowohl der Druck- und Medienunternehmen in Bayern als auch der InPrint 2015, die vom 10. bis 12. November 2015 erstmalig am Standort München stattfindet. › www.inprintshow.com › www.vdmb.de

RÜCKGÄNGE BEI DRUCKFARBEN 2014 war für die deutsche Lack- und Druckfarbenindustrie nach Angaben des Verbandes der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie e. V. (VdL) ein eher durchschnittliches Jahr. Insgesamt wurden im letzten Jahr im Inland 2 Mio. Tonnen Lacke und Farben sowie



537.000 Tonnen Druckfarben produziert. Diese Zahlen nannte der Verbandspräsident **Klaus Meffert** bei der Mitgliederversammlung am 20. Mai 2015 in Hamburg. »Damit hat die Branche die Marke von acht Milliarden Euro erreicht«, sagte er. Die Produktion in der Lack- und Druckfarbenindustrie sei 2014 insgesamt um 2,6% gestiegen, die Gesamtumsätze um 4%. Bei den Druckfarben erlebte die Branche im Jahr 2014 in allen Marktsegmenten des Publikationsdrucks jedoch weiterhin Rückgänge, was von entsprechendem Preisdruck begleitet war. Im Verpackungsbereich war dieser Trend nach Angaben des VdL nicht so deutlich ausgeprägt.

Der ökonomische Ausblick auf das Jahr 2015 bleibe mit Unsicherheiten behaftet, so Meffert weiter. Die Wirtschaftsexperten des VdL gingen zwar von einem leichten Wachstum der Produktionsmengen und einem ebenfalls leicht steigenden Inlandsgeschäft aus, allerdings eher im zweiten Halbjahr 2015. › www.lackindustrie.de

LEXMARK DACH-HEADQUARTER ZIEHT UM Das Technologieunternehmen Lexmark wird seine Zentrale der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) am 1. Oktober 2015 nach Neu-Isenburg im südlichen Rhein-Main-Gebiet verlegen. Lexmark ist seit knapp 23 Jahren in Dietzenbach ansässig. › www.lexmark.com

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

NEUER E-SHOP VON PAPYRUS

Einfache Auswahl, kurze Bestellvorgänge, schnelle Lieferzeiten – mit dem neuen eShop von Papyrus wird der Papiereinkauf zur Punktlandung. Dank einer optimierten Produktsuche, dem direkten Zugang über Produktkategorien sowie persönlichen Bestellvorlagen und Statistiken wird aus Suchen Finden. Kunden geben ein Stichwort, eine Artikelnummer oder eine Produkteigenschaft ein und das passende Produkt steht sekundenschnell zur Bestellung bereit.



Detaillierte Produktübersichten zusammen mit Informationen zur Verfügbarkeit und zu Preisen erleichtern die Auswahl. Ein dickes Plus in puncto Benutzerfreundlichkeit und Transparenz bietet der neue Papyrus eShop mit seinem modernen Design und einer intuitiven Bedienführung. So wird neben dem gezielten Einkauf auch das Stöbern im Papyrus Papier-Lager zum Vergnügen. Daneben liefert die übersichtliche Darstellung zentraler Eckdaten wie Formaten, Flächengewichten, Verpackungseinheiten und Lieferoptionen handfeste Vorteile bei Auswahl und Bestellung. Damit Papyrus-Kunden immer auf dem Laufenden bleiben, aktualisiert die neue Benutzeroberfläche beim Einloggen sämtliche Lagerbestände und Verkaufspreise. › www.papyrus.com/de

CANON BUSINESS & INNOVATION SCAN

Canon stellt eine neue Version seines »Business & Innovation Scan« für die grafische Industrie vor. Die neue Version umfasst jetzt die hochaktuelle Analyse von Markttrends in einem erweiterten Spektrum von Anwendungsbereichen. Der 2012 eingeführte Business & Innovation Scan beinhaltet eine vertrauliche Geschäftsanalyse, die Druckdienstleister bei der Prüfung und Anpassung ihrer Geschäftsstrategien unterstützt. Im Anschluss an die Analyse erhält der Druckdienstleister einen individuellen Maßnahmenplan und einen Strategievorschlag zur Verbesserung der geschäftlichen Entwicklung – beispielsweise durch die Identifizierung von Bereichen, in denen Geschäftsprozesse verbessert werden können, durch die Verbesserung der Rentabilität aktueller Investitionen oder durch die Erschließung neuer Umsatzmöglichkeiten. Die von der neuen Version des Analyseinstruments für grafische Betriebe abgedeckten Anwendungsbereiche umfassen jetzt neben Marketing-Kommunikation, technischen Dokumentationen, Verlagsdruck, Werbedruck und fotoreichen Anwendungen zusätzlich den Großformatdruck. Aktualisiert wurde auch der »Trend Watch«, der Kunden im Rahmen der Analyse zur Verfügung gestellt wird. Dieser beleuchtet die neuesten Markttrends in den Anwendungsfeldern, in denen der Dienstleister tätig ist und bietet eine wichtige Quelle für Marktinformationen. › www.canon.de

RATTPACK GRUPPE ÜBERNIMMT ZU 50%

Stephan und Matthias Ratt setzen ihren Expansionskurs konsequent fort. Als Folge der jahrelangen Zusammenarbeit übernimmt die Rattpack Gruppe 50% an der Druckerei Wenin GmbH in Dornbirn. Auch der Immobilienbesitz erhöht sich durch den Anteil am 2.500 m² großen Grundstück. »Durch die räumliche Nähe zum Stammhaus haben wir uns Reserven für zukünftige Bauvorhaben geschaffen«, erklärt **Stephan Ratt**, CEO der Gruppe. An der Druckerei Wenin



hielt die Gruppe schon länger einen kleinen Anteil. Durch den Pensionsantritt von Karl-Heinz Wenin ergab sich die Möglichkeit, den Anteil auf 50% aufzustocken. Christian und Markus Wenin halten gemeinsam die weiteren 50%. »Mit diesem Schritt stärken wir bewusst unsere Möglichkeiten im Verkauf durch das Zusatzangebot für unsere Kunden«, meint Matthias Ratt, CEO der Gruppe. »Wir werden hier, neben den Stammprodukten auch Nassleimetiketten produzieren.« Durch den Einsatz digitaler Drucktechnologien kann Wenin Kleinmengen im Bereich Drucksorten Expressaufträge innerhalb von 3 Tagen und kürzer umsetzen. Der Betrieb beschäftigt rund 25 Mitarbeiter. Der Umsatz 2014 betrug 3,5 Mio. Euro. › www.rattpack.eu

EPSON ÜBERNIMMT TEXTIL-SPEZIALISTEN

Epson Italia S.p.A. hat das in Como, Italien, gelegene Unternehmen For.Tex S.R.L. übernommen. Epson Italia hielt bereits seit 2012 einen 50-prozentigen Anteil an dem Spezialisten für die Produktion und den Vertrieb von Tinten und Vorbehandlungsflüssigkeiten für die digitale Textilverarbeitung. Epson und For.Tex arbeiteten bereits seit 2003 im Rahmen eines Epson Monna Lisa Textildrucker Joint Ventures mit dem Unternehmen F.lli Robustelli S.R.L. zusammen. In Folge des Ausbaus seines Geschäftes im Segment digitaler Textildruck erwarb Epson zuvor den Anteil an For.Tex. Epson erwartet für den Markt des digitalen Textildrucks eine jährliche Wachstumsrate von rund 25%. Dank der vollständigen Akquisition von For.Tex verfügt das Unternehmen nunmehr über das Know-how des gesamten Produktionsprozesses für den digitalen Textildruck. Dieses Wissen in Verbindung mit einer einheitlichen Ausrichtung der Strukturen wird den Ausbau des Epson-Textilgeschäftes weiter beschleunigen.

› www.epson.de

CHRISTOPH SCHLEUNUNG ERNEUT GEWÄHLT

Die Mitgliedsunternehmen des Verbandes Druck und Medien Bayern wählten



Christoph Schleunung, geschäftsführender Gesellschafter der

Schleunungdruck GmbH in Marktheidenfeld, erneut zum Landesvorsitzenden. Die Versammlung stellte ihm die bisherigen Vorstandsmitglieder Hannes Riebl (Riebl Siebdruck, Ergolding), Uli Eberl (Eberl Print, Immenstadt), Wolfgang Huber (Color-Druck, München) und Siegfried Dorner (Dorner printconcept, Sulzbach-Rosenberg) zur Seite. Neu in den Vorstand berufen wurde Thomas Feuerlein von der Karl Rädisch GmbH & Co KG in Emskirchen. Außerdem gehört Holger Busch, geschäftsführendes Vorstandsmitglied, diesem Gremium an. Das Jahr 2014 verlief für die Druckindustrie in Summe betrachtet positiver als die vorangegangenen Jahre. Preisbereinigt verzeichnete die Druckbranche bundesweit Umsatzzuwächse von 1,4%. Außerdem entwickelten sich die Insolvenzzahlen der Branche weiter rückläufig. Trotzdem rief Schleunung die Politik dazu auf, für passende wachstumsfördernde wirtschaftsfreundliche Rahmenbedingungen zu sorgen.

› www.vdmb.de

RICOH UNTERSTÜTZT DIE ICCE

Ricoh Europe wird das zehnte Mitglied der Imaging Consumables Coalition of Europe, Middle East and Africa's (ICCE) und setzt sich somit aktiv im Kampf gegen Fälschungen im Bereich Verbrauchsmaterial ein. David Mills, CEO von Ricoh Europe sagt: »Dies ist ein wichtiges Thema für uns. Ricoh investiert stark in Forschung und Entwicklung, um die Anforderungen seiner Kunden zu erfüllen und ihnen die besten Produkte und Technologien zu bieten. Fälschungen unserer Produkte betreffen uns direkt. Dementsprechend haben wir immer eine klare Haltung gegen diese kriminellen Aktivitäten eingenommen. Die Mitgliedschaft in der ICCE wird auch unsere eigenen Aktivitäten gegen Fälschungen in EMEA fördern und die Effektivität dieses Kampfes in der Branche weiter stärken.« Durch ihre Zusammenarbeit im Rahmen der ICCE können die Mitglieder konsequent gegen Fälscher vorgehen und den Markt für Verbrauchsmaterial der Imaging-Branche schützen. Denn dieser ist aktuell durch Fälschungen im Wert von 1.6 Mrd. Euro bedroht. Solche Fälschungen sind oft gefährlich und umweltschädlich. Zudem betrügen sie die Anwender um die Qualität, die sie von echten Markenprodukten erwarten.

› www.ricoh.de

KALENDERJAHRBUCH 2015 IST ERSCHEINEN

Das vom Graphischen Klub Stuttgart herausgegebene Kalenderjahrbuch 2015 ist jetzt erschienen. Mit einem hochwertigen Bucheinband und einer grafisch aufwändigen Gestaltung präsentiert die Dokumentation auf 148 Seiten dem Kalendermacher und Liebhaber des hochwertigen Kalenderschaffens alle



Siegerkalender des gregor international calendar award 2015. Berichtet wird über Aktivitäten rund um die einmalige Kalender Präsentation im Haus der Wirtschaft in Stuttgart. Die Dokumentation mit Farbfotos und Kurzbeschreibungen der ausgezeichneten Kalender kostet 19,90 Euro plus 3,50 Euro für den Versand.

Der Veranstalter des gregor international calendar award 2015 ist der Graphische Klub Stuttgart e. V. (GKS) zusammen mit dem Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg und dem Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg e. V.

› graphischer-klub-stuttgart.de

KOLLIN MEDIEN GMBH ENGAGIERT SICH

Globale Veränderungen haben Auswirkungen auf jeden Einzelnen von uns. Viele Menschen weltweit, vor allem Kinder, sind auf der Flucht vor Krieg, politischen Unruhen und Verfolgung im eigenen Land und haben ihr Zuhause verloren. »Hier sind wir alle gefragt, diesen Kindern eine Zukunft zu geben und den Flüchtlingen mit unserer Hilfe zur Seite zu stehen – jeder auf seine Art. Wegschauen ist keine Option!«, so Olav Kollin, Geschäftsführer der Kollin Mediengesellschaft in Neudrossenfeld.

Mit diesen Worten bekräftigt Kollin sein Engagement für den Verein »Bunt statt Braun, Gemeinsam stark für Flüchtlinge e. V.« in Bayreuth. Der Verein setzt sich für Menschen auf der Flucht ein. Eine Spende über 1.000 Euro durfte die Vorsitzende Anna Westermann am 25. März 2015 am Firmensitz in Neudrossenfeld entgegennehmen. Zusätzlich zu der Geldspende hat die Kollin Mediengesellschaft für die betreuten Kinder farbenfrohe Unterstützung zugesichert. Buntstifte, farbiges Papier aus der Druckproduktion zum Basteln und Malen helfen traumatisierten Kindern, ihre Erlebnisse besser zu verarbeiten.

› www.kollin.de

› www.buntstattbraun-bt.de

Rod Krün Plau

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

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Bei Print ›rollt es‹

Bei großen Rollenoffsetdruckereien im deutschsprachigen Raum ist von einer ›Printkrise‹ wenig zu spüren. Das Druckvolumen und die Papiertonnage haben im Vergleich zum Vorjahr sogar um 2,8% zugelegt. Vor allem das Geschäft mit Werbebeilagen sorgt weiterhin für ein Mengenwachstum in diesen Betrieben.

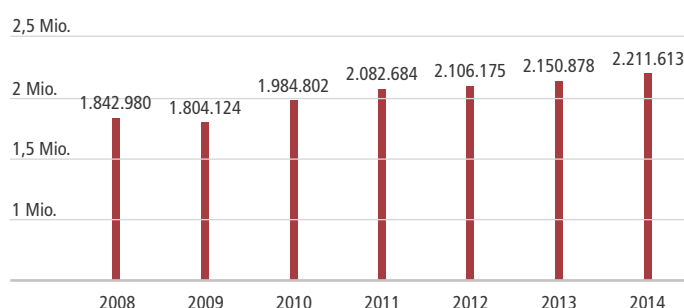
Text und Bilder: EWA

Bezogen auf die Normalkapazität (5-Tage-Woche im 3-Schicht-Betrieb) waren die Betriebe 2014 voll ausgelastet. Dies geht aus einer Analyse der Unternehmensberatung Michael Dömer hervor, die im Auftrag der European Web Association (EWA) auf Basis der Zahlen aus den Mitgliedsfirmen erstellt wurde. Die EWA ist die länderübergreifende Interessenorganisation von Rotationsdruckern aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und der Niederlande. Die aktuell 33 Unternehmer repräsentieren laut EWA zusammen 67 Unternehmen mit über 4 Mrd. € Jahresumsatz. Deren Maschinenkapazität stehe für rund 80% der Branche in den deutschsprachigen Ländern.

Kontinuierlich gestiegen

›Standbeine‹ dieser Druckunternehmen sind Werbebeilagen, Zeitschriften und Kataloge. Das Druckvolumen ist – umgerechnet auf die Anzahl produzierter 16-Seiter – nach Angaben der EWA von 2008 bis 2014 kontinuierlich gestiegen: von 52,1 Mrd. 16-Seitern auf 65,1 Mrd. im vergangenen Jahr – ein Plus von 25%. Die Anzahl gerüsteter Druckformen (ebenfalls auf Basis 16-Seiter) stieg von 339.938 auf 419.237 und damit um 23%. Die durchschnittliche Auflage der Druckaufträge lag zwischen 2008 und 2014 im Korridor zwischen 153.000 und 165.000 Exemplaren. Selbst die in den Offsetdruckereien eingesetzte Papiermenge legte in-

EINGESETZTE PAPIERMENGE IN TONNEN



Quellen: EWA – Michael Dömer. Druckmarkt-Grafik: 6/2015.

Die Entwicklung der Papiermenge bei den EWA-Mitgliedern, die an der Kapazitätsauswertung teilgenommen haben.

nerhalb des Sechs-Jahres-Zeitraums um 20% auf zuletzt 2,211 Mio. Tonnen zu. Dass dieser Wert niedriger als die Menge der gedruckten Seiten ist, zeigt, dass das durchschnittliche Papiergewicht der Druckprodukte zurückgeht. Die Differenz ist aber auch eine Folge des umweltfreundlicheren Druckvorgangs: Moderne Regeltechnik in den Rotationen senkte die Ausschussquote (Einrichte- und Fortdruck-Makulatur) in den vergangenen Jahren deutlich.

Auslastung über Normal

An der jährlichen Untersuchung zur Auslastung der Branche nahmen für die Studie 32 Unternehmensgruppen mit insgesamt 182 Rollenoffsetmaschinen teil.

Mit 6.371 gemeldeten Auslastungsstunden waren die Druckmaschinen im Jahr 2014 (bezogen auf die Normalkapazität) zu 105,9% ausgelastet.

Nimmt man die maximal mögliche Laufzeit (rund um die Uhr an 365 Tagen im Jahr) als Referenz, liegt die Quote bei 72,7%. Die Werte setzen einen Trend der vergangenen Jahre fort, als die Auslastung der Maschinen stets über dem Normalwert lag. Erwartungsgemäß war die Auslastung der leistungsfähigsten Maschinen (48 bis 96 A4-Seiten) wieder am besten. Die Auslastungsquoten bewegten sich zwischen 116,1% und 123,2% (Normalkapazität) beziehungsweise 79,7% und 84,6% (Maximalkapazität). Das Mengenwachstum und die gute Maschinenauslastung in den High-Volume-Druckereien beweisen: Die Unternehmen haben sich sehr gut für den medialen Wettbewerb aufgestellt und Werbebeilagen sind als Push-Medium für den Handel mehr denn je unverzichtbar. »Erneut beweisen die faktenbasierten Untersuchungen, dass Print ins-



gesamt weiterhin eine starke Bedeutung hat«, kommentiert Unternehmensberater **Michael Dömer** die Zahlen.

»Natürlich muss das nach Produktgruppen differenziert betrachtet werden. Die hohe Auslastung bei steigenden Kapazitäten falsifiziert allerdings die These enormer Überkapazitäten. Dies darf aber nicht zu einem ›Weiter so‹ führen. Das Leistungsspektrum, die Art der Leistung und die Strategie müssen sich weiterentwickeln, um auch Geld zu verdienen. Dazu ist eine gute Auslastung zwar wichtige Voraussetzung, aber auch eine Gefahr, Veränderungen zu ignorieren.«

» www.michaeldoemer.de

» www.ewa-print.de

Anmerkung der Redaktion:

Wir sehen uns in dieser Untersuchung bestätigt. Das andauernde Jammern über alle Bereiche hinweg verfälscht das Bild der Branche. Natürlich gibt es Bereiche, bei denen es schon seit Jahren klemmt. Aber es gibt auch solche, wo Druck und Papier Erfolgsgeschichten schreiben. Uns irritiert jedoch, dass im vorstehenden Beitrag nicht erwähnt wird, ob sich der Papierdurchsatz finanziell lohnt. Denn auch im Rollenoffset wird mit harten Bandagen gekämpft. Und es wäre nicht das erste Mal, dass ein Rollenoffsetdrucker aufgeben muss.

nico



ternehmens-
tägische Au-
schäftsführ-
nehmen zur
von Marktw

von Markus Corporation zum 1. Mai Group des auf globale



AGFA

STAY AHEAD. WITH AGEA GRAPHICS.



Das Wappen der Papiermacher: blaues Feld mit drei weißen Rechtecken, den Symbolen für Papierbögen. Darüber ein geflügelter Ochsenkopf. Ganz früher wurden Papiermacher ebenso wie die Buchdrucker und die Buchbinder der Gilde der Maler zugerechnet. Schutzpatron der Maler ist der Evangelist Lukas. Ihm wird in der christlichen Kunst Hieronymus der Stier als Begleiter und Symbol zugewiesen. Der geflügelte Stierkopf ist eines der ältesten Papierzeichen, die wir kennen. Er ist bereits in Gutenbergs Bibeldrucken nachzuweisen.



625 Jahre Papier in Deutschland

Als der *Nürnberger* Ratsherr ULMAN STROMER am 24. Juni 1390 die *Gleismühle* in Betrieb nahm, konnte er nicht ahnen, welch gewaltige Entwicklung die Papiermacherkunst nehmen und wie Papier die Geschicke der Welt begleiten und verändern würde. 625 Jahre später ist die deutsche Papierindustrie die Nr. 1 in *Europa*, die Nr. 4 weltweit und eine Gesellschaft ohne Papier nicht mehr denkbar.

Text und Bilder: Verband Deutscher Papierfabriken VDP

Als ULMAN STROMER den unternehmerischen Schritt in seiner Familienchronik »Püchl von mein geslecht und von abentewr« (Buch meiner Familie und Geschehnisse) festhielt, lag die eigentliche Erfindung des Papiermachens schon mehr als ein Jahrtausend zurück. 105 n. Chr. beschrieb der *chinesische* Minister TSAI LUN erstmals die Herstellung von Papier aus zerstampfen Pflanzenfasern, die in Wasser aufgelöst und mit einem Sieb entwässert wurden. Im 4. Jahrhundert kannte man in *China* bereits bemalte Tapeten aus Papier, um 650 n. Chr. wurde Papiergeld als Währung ausgegeben.

Über die *Seidenstraße* gelangte die Kunde von der Papiermacherei um 750 in den arabischen Kulturkreis. Statt der in *China* üblichen Rohstoffe nutzten die *Araber* hauptsächlich Flachs und Hanf und führten die Oberflächenleimung ein, um eine bessere Beschreibbarkeit ihrer Papiere zu erreichen.

Die Eroberungszüge der *Araber* brachten Papier im 10. Jahrhundert über *Nordafrika* ins südliche *Europa*. In *Spanien* wurde in der Gegend von *Valencia* 1144 erstmals Papier in *Europa* hergestellt. In *Fabiano* ist um 1280 die erste Papiermühle in *Italien* erwähnt.

Eine wachsende Nachfrage machte Investitionen in die Papierherstellung auch in anderen Ländern attraktiv. ULMAN STROMER erkannte die unternehmerische Chance und baute eine bestehende Getreidemühle

in eine Hadernmühle um, in der Wasserkraft insgesamt 18 Stampfwerke antrieb. Papiermacher aus *Italien* stellten hier unter strenger Geheimhaltung Papier her.

Wissensdurst gab neuen Gedanken Raum

Die 1445 vom Mainzer JOHANNES GUTENBERG erfundene Kunst des Buchdrucks machte es möglich, Wissen in bis dahin unvorstellbarem Maß zu vervielfältigen. Der Vorteil seines Verfahrens ist es, mit beweglichen Lettern schneller, billiger und in größeren Mengen drucken zu können als zuvor. Die Erfindung trägt so zur Alphabetisierung bei, indem Texte wesentlich mehr Menschen als zuvor zugänglich gemacht werden konnten. Der Buchdruck breitet sich schnell in ganz Europa aus: In den ersten 50 Jahren wurden 30.000 Titel mit einer Auflage von 12 Millionen Exemplaren produziert. Druckwerke vor 1500 – meist große Bibeln – werden heute Inkunabeln genannt.

Die beginnende Renaissance weckte den Wissensdurst der Menschen und gab neuen Gedanken Raum. Ein aufstrebendes Bürgertum fragte Bücher und Abhandlungen über historische, technische und künstlerische Entwicklungen nach. In diese Zeit fällt der Druck der ersten Weltkarte auf Papier sowie leicht lesbare Prosa in Gedichtform, No-



Ulman Stromer (1329 – 1407): Der Nürnberger Großhändler gilt als erster »Papierfabrikant« in Deutschland.



Die wiedererrichtete Hadernmühle Stromers in einer Nürnberger Stadtansicht von 1493. Wie alle Papiermühlen lag sie aufgrund des Gestanks und Lärms außerhalb der Stadtmauern (der Gebäudekomplex im unteren rechten Bildteil).



Gleismühl in Nürnberg, 1390: Die Gleismühl (Gleesmul), die erste Papiermühle nördlich der Alpen, nimmt in Nürnberg ihren Betrieb auf.

vellen und Romane. Auch erste Biographien und Autobiographien kamen auf. In der Musik erweiterten Noten auf Papier die Vielfalt der Stilrichtungen. Papier bereitete den Weg für die großen gesellschaftlichen Umwälzungen.

Die Zahl der neuen Papiermühlen dokumentiert die wachsende Nachfrage: Um 1440 existierten in *Deutschland* rund zehn Mühlen, um das Jahr 1500 waren es 60 und 1600 bereits 190 Mühlen. Durch die Papiermacherei entstanden zahlreiche neue Berufe: Lumpensammler und Sortierer, die Rohstoffe sammelten, sortierten und zur Weiterverarbeitung vorbereiteten; Papierschöpfer, die die Bogen mit einem Sieb aus der Bütte schöpften; Gautscher, die die noch nassen Papierbogen auf Filz ablegten; Leger, die die Bogen von den Filzen abnahmen und zu »Bausch und Bogen« – 181 Bogen Papier zwischen 182 Lagen Filz – stapelten. Zudem wurden viele Hilfskräfte benötigt, um die Bogen zum Trocknen aufzuhängen, zu pressen, polieren, sortieren und verpacken.

Für die Lehrlinge, die die Bütte vorbereiten mussten, begann der Arbeitstag oft bereits um zwei Uhr morgens, dann nahmen Schöpfer, Gautscher und Leger die Arbeit auf. Oft wurden 13 Stunden geschöpft und dabei mehr als 3.000 Papierbogen von einem Team aus Schöpfer, Gautscher und Leger hergestellt. Die Bogen wurden – häufig in den gut belüftbaren Speichern der Papiermühlen – zum Trocknen aufgehängt und anschließend gepresst, um die Oberfläche zu glätten. Um eine besser beschreibbare Oberfläche des Papiers zu erhalten, wurden die Bogen durch ein Leimbad gezogen. Sie wurden dann erneut getrocknet, gepresst, mit einem Achat-Stein poliert und schließlich sortiert und verpackt.

Papiermacher verstehen sich als Künstler

Die Entwicklung der Papiermacherei wurde durch den Ausbruch des 30-jährigen Krieges im Jahr 1618 jäh unterbrochen. Seuchen und Hunger, Brände und Plünderungen zogen auch die aufstrebende Papierherstellung schwer in Mitleidenschaft. Nach Kriegsende wurden zerstörte Mühlen schnell wieder aufgebaut, um den Bedarf an Papier zu befriedigen. Ein regelrechtes Papier- und Druckfieber setzte ein, da viele Unternehmer an dem neuen Geschäft teilhaben wollten.

Die Papiermacher verstanden sich als Künstler, ihr Handwerk als »weiße Kunst«. Bräuche und die restriktive Wissensweitergabe der Papiermacher verhinderten aber auch technische Neuerungen und Weiterentwicklungen. Nach Ende des 30-jährigen Krieges und mit dem Aufkommen neuer gesellschaftlicher Strömungen sowie durch den Boom, den die Erfindung des Buchdrucks auch im Papierwesen ausgelöst hatte, bewirkten ökonomische Notwendigkeiten zahlreiche neue Erfindungen.

Bis zum Beginn des 19. Jahrhunderts dienten ausschließlich Hadern als Rohstoff für die Papierherstellung in *Europa*. Setzte bereits im Zuge der ersten Mühlen Gründungen eine gewisse Verknappung der Rohstoffe im Umfeld der Betriebe ein, stieg der Bedarf an Hadern nun in nicht geahnte Höhen. Um Zeiten mit Rohstoffengpässen abzufangen, wurden Hadernmagazine angelegt, um zumindest in begrenztem Umfang einen Rohstoffvorrat zur Verfügung zu haben.

Dilemma Rohstoffe

Die wachsende Nachfrage nach Papier konnte mit den bis dahin genutzten Rohstoffen bald kaum noch bedient werden. Es gab sogar Ausfuhrverbote für die wertvollen Hadern. Zahlreiche Forscher versuchten, diesem Dilemma zu entkommen. Zwischen 1765 und 1771 veröffentlichte der *Quedlinburger* JACOB CHRISTIAN SCHÄFFER – übrigens Botaniker und Biologe – sechs Bände über »Versuche und Muster ohne alle Lumpen oder doch mit einem geringen Zusatz derselben Papier zu machen«. Er experimentierte unter anderem mit Torf, Pappelwolle, Wespennestern und Sägespänen als Rohstoff. Die 1774 von dem Juristen JUSTUS CLAPROTH veröffentlichte Abhandlung über »Eine Erfindung aus gedrucktem Papier wiederum neues Papier zu machen und die Druckfarbe völlig herauszuwaschen«, kann man als Grundlage des Recyclings von Druckpapieren und des Deinkings betrachten. SCHÄFFER war mit der Betrachtung von Wespennestern bereits auf der richtigen Spur. Den Durchbruch schaffte allerdings erst 1840 der sächsische Weber FRIEDRICH GOTTLÖB KELLER, der Holz als Rohstoff für die Papierherstellung nutzbar machte. Bei seiner 1845 patentierten Holzschliff-Maschine wurde der Zerfaserungsprozess des Wespennestbaus nachgeahmt und entrindetes Holz gegen einen sich drehen-



Johannes Gutenberg auf einem Kupferstich von 1584. Dank seiner Erfindung verbreitete sich das gedruckte Wort nach 1445 rasend schnell in Eurpa.



Der Sachsenspiegel ist eines der ersten Rechtsbücher des Mittelalters (geschrieben zwischen 1215 und 1235). Im 14. Jahrhundert erlangt er die Wirkung eines verbindlichen Gesetzbuches. Seit 1474 wird der Sachsenspiegel auf Papier gedruckt.



Die Papyrer waren keine Handwerkerzunft, sondern einer unabhängige Gruppe mit eigenen Regeln und Gesetzen. Das Wissen um die Papierherstellung galt als wichtiger Schutz gegen Armut. Die Gesellen mussten sich verpflichten, »nichts Altes wegzulassen, nichts Neues hinzuzufügen«.



Eines von vielen Papieren, das die Welt verändern sollte. Martin Luther nagelt die 95 Thesen an die Tür der Schlosskirche zu Wittenberg. Diese Thesen, mit denen er auf die Auswüchse des Ablasshandels hinwies, waren der Auslöser der Reformation.

den Schleifstein gepresst. Aus dem entstehenden Faserbrei konnte Papier geschöpft werden.

Kurz darauf, 1851, gelang es den Chemikern HUGH BURGERS und CHARLES WATT, Holz chemisch aufzuschließen und Natronzellstoff herzustellen. Bereits 1854 wurde im US-Bundesstaat *Pennsylvania* das erste Zellstoffwerk der Welt errichtet. Der nachwachsende Rohstoff Holz wurde zum Grundrohstoff für die Papierherstellung.

KELLER hatte der Papierindustrie einen in großen Mengen verfügbaren, nachwachsenden Rohstoff erschlossen. Zusammen mit der bereits knapp 40 Jahre zuvor von NICOLAS LOUIS ROBERT, Werksleiter einer Papierfabrik im französischen *Essonnes*, entwickelten Papiermaschine nahm die Branche einen dynamischen Aufschwung. Mit ROBERTS 1799 patentiertem Verfahren konnte erstmals Papier auf einem umlaufenden Sieb hergestellt und die Papierbahn aufgerollt werden.

Hauptmerkmal und eigentliche Innovation der Robert'schen Maschine war das auf einer hölzernen Bütte zwischen zwei Walzen angebrachte endlos laufende Drahtsieb. ROBERT betrieb die Maschine mit einer Handkurbel, die über breite Schaufeln kontinuierlich Faserstoff aus der Bütte auf das Sieb schüttete. Auf diese Weise war es möglich, 12 bis 15 Meter Papier am Stück zu fertigen. Die Maschine ersetzte drei bis vier Schöpfbütten beziehungsweise sechs Papierschöpfer bei einer Tagesleistung von 250 bis 300 Kilogramm Papier.

Eine Industrie entwickelt sich

Die wesentlichen Rohstoff- und Produktionsfragen waren nun gelöst. Aus dem vielfach noch handwerklich orientierten Papiermachergerber konnte sich eine Industrie entwickeln, die zunehmend auch neue Produkte auf den Markt brachte.

Waren die Anfänge noch im Wesentlichen von der Herstellung grafischer Papiere geprägt, rückten nun verstärkt auch neue, speziellere Einsatzmöglichkeiten ins Blickfeld. 1841 gab es erste Papierabzüge in der Photographie, die sogenannten Talbotypen. Der Amerikaner JOSEPH CAYETTY produzierte 1857 in einer Fabrik mit »Cayetty's medicated paper for the water closet« das erste Toilettenpapier. Im Jahr 1871 entwickelte der Amerikaner ALBERT L. JONES die Wellpappe. Sie revolutionierte den Verpackungsmarkt.

Die Branche wuchs und wuchs – auch in *Deutschland*. 1872 – im aufstrebenden Kaiserreich – organisierte sich die Branche im *Verband Deutscher Papierfabriken*. Um 1900 gab es im damaligen Reichsgebiet rund 1.000 Unternehmen mit 1.150 Werken. Ihre Zahl ging nach dem Ersten Weltkrieg – auch als Folge eines beginnenden Konzentrationsprozesses – auf rund 800, bis zum Zweiten Weltkrieg auf 730 Unternehmen mit 840 Betrieben zurück. Gleichzeitig stieg die Zahl der Papier- und Pappemaschinen auf 270 an. In immer weniger Unternehmen mit größeren Betriebsstätten wurden breitere und schnellere Maschinen eingesetzt und größere Mengen Papier, Karton und Pappe produziert. Die Anpassung an den internationalen Leistungsstandard wurde in der Papierindustrie dabei bereits in den 1920er Jahren vollzogen.

Beträchtliche Kriegsfolgen

Während die Branche im Kaiserreich einen nahezu autarken Markt belieferte und zwischen 1900 und 1914 eine Exportquote von nur 12% aufwies, musste sie sich nach dem Ersten Weltkrieg auf die Konkurrenz der expandierenden nordamerikanischen und skandinavischen Unternehmen einstellen. Das Altpapierrecycling spielte zu dieser Zeit im Vergleich zu den Primärfaserstoffen Zellstoff und Holzstoff eine noch untergeordnete Rolle. So lag die Einsatzquote von Altpapier Mitte der 1920er Jahre nur bei 10%. 1936 betrug die Quote immerhin das Doppelte.

Bis zum Ersten Weltkrieg stieg der Papierverbrauch mit fortschreitender Industrialisierung und Technik, mit den Ansätzen zu einer modernen Werbe- und Verpackungswirtschaft sowie den wachsenden kulturellen Ansprüchen auf 25 Kilogramm pro Kopf und Jahr. Trotz der gravierenden Auswirkungen des verlorenen Krieges und der nachfolgenden Inflation erhöhte sich der Papierverbrauch auch in den 1920er und 1930er Jahren mit wachsendem Lebensstandard weiter.

Der Zweite Weltkrieg bildete auch in der Papierindustrie eine einschneidende Zäsur. Durch die Abtrennung Ost- und Mitteldeutschlands hatte die westdeutsche Papierindustrie mit dem Wegfall der Zellstoffwerke und der Holzschliffherzeugung große Teile ihrer Rohstoffversorgung verloren. Viele Betriebe waren durch Kriegsschäden



Am 4. Juli 1783 präsentieren die Gebrüder Montgolfier einen kugelförmigen Leinensack von 12 m Durchmesser, innen mit einer Papierschicht aus ihrer eigenen Papierfabrik ausgekleidet. Der heiße Rauch verbrannter Strohballen lässt den Ballon bis auf 1.000 m Höhe steigen.



Lumpen waren bis in die Zeit der Industrialisierung begehrter Rohstoff für die Papierherstellung. Es gab gar eine Lumpensortiertabelle, die die Lumpen bestimmten Papierqualitäten zuordnete. (Bildquelle: Lumpensortierung bei der Firma Schoeller.)



Altpapiersammlung in den 1920er Jahren. Schon damals wurde offenbar an die Ressourcen gedacht. Der Lkw trägt die Aufschrift: »1 Tonne Altpapier erspart 3 Raummeter Holz«. Die Einsatzquote von Altpapier lag aber erst bei 10%. (Quelle: Papierfabrik Palm, Aalen.)



Stand der Technik vor etwa 100 Jahren: eine Papiermaschine im Jahre 1921 mit einer Arbeitsbreite von 2,5 m. (Quelle: Papierfabrik Palm.)

zerstört und hatten, zum Teil auch durch Demontagen, ihre Leistungsfähigkeit weitgehend eingebüßt. Im *Potsdamer Abkommen* legten die Siegermächte für Deutschland einen Pro-Kopf-Verbrauch für Papier von 7 Kilogramm fest.

Kapazitätserweiterungen und Investitionen

Aus den Trümmern heraus entwickelte sich – durch *Marshall-Plan* und Soziale Marktwirtschaft getrieben – ein Wirtschaftswunder, das die Bundesrepublik zu einer der stärksten Wirtschaftsnationen der Welt machte.

Parallel zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung verzeichnete auch die Papierindustrie einen enormen wirtschaftlichen Aufschwung, nicht zuletzt wegen des stetig wachsenden Exports. 1960 war der deutsche Export 4,5-mal so hoch wie 1950 und das Bruttosozialprodukt hatte sich verdoppelt. In der Papierindustrie stieg die Ausführquote von 3,5% im Jahre 1950 auf 10,8% im Jahr 1970 und liegt heute bei rund 58%, wobei 76% der Ausfuhren in den EU-Raum gehen.

Ab Mitte der 1950er Jahre standen Kapazitätserweiterungen im Vordergrund der Investitionen. Dies begünstigte auch die Entwicklung und den Einsatz modernster Technologien. Die rasche Zunahme des Papierverbrauchs zwischen 1955 und 1965, die Öffnung der Einfuhrbestimmungen und die Neuregelung der Zölle bedeuteten für die deutsche Papierindustrie einen starken Konkurrenzdruck, der zu stetigen Qualitäts- und Leistungssteigerungen führte. Der Papiermarkt entwickelte sich zu einem differenzierten Sortenprogramm, was sich nicht zuletzt in der Weiterentwicklung der Druck- und Verarbeitungstechniken zeigte.

Im Jahr 1954 wurde in Deutschland das erste maschinengestrichene Papier hergestellt. Diese neue Qualität leitete den Aufschwung des Farbdrucks für viele neue Magazin- und Illustriertentitel ein. Regelmäßige sportliche Großereignisse wie die des Jahres 1972 (Fußball-Europameisterschaft und Olympiade in München) trieben die Auflagen der Printtitel in die Höhe.

Mit dem Fall der Berliner Mauer und der Wende wurde aus zwei deutschen eine deutsche Papierindustrie. Zahlreiche Betriebe in den neuen Bundesländern waren allerdings nicht konkurrenzfähig und ver-

schwanden vom Markt. Andere wurden von Firmen aus dem Westen übernommen oder als Unternehmen neu aufgestellt. Gleichzeitig entstanden auch in den neuen Bundesländern einige neue Werke »auf der grünen Wiese«.

Unter dem Strich sank die Zahl der Betriebe von rund 290 im Jahr 1990 auf rund 190 im Jahr 1995. Gleichzeitig stieg die nun gesamtdeutsche Produktion weiter deutlich an.

Das papierlose Büro bleibt eine Utopie

Hatte die Papierindustrie in der 1980er Jahren noch eine papierlose Zukunft gefürchtet, zeigte sich schon bald, dass mit dem Aufkommen neuer Computertechnologien, der elektronischen Datenverarbeitung, dem Austausch via E-Mail und Internet zusätzliche Kommunikationsinstrumente entstanden waren, die Papier als Informationsmedium nicht verdrängten. Schätzungen gehen davon aus, dass sich die Informationsmenge in den Industrieländern alle sechs Jahre verdoppelt und entsprechend zu einem höheren Papieraufkommen führt – sei es durch ausgedruckte E-Mails oder heruntergeladene Dateien. Nach einer Studie der Fachhochschule Köln lagen zu Beginn des neuen Jahrtausends nur 20% aller Dokumente in papierloser Form vor.

Papier hat dabei einen entscheidenden Vorteil: Es ist unabhängig von Computerplattformen, überall verfügbar und damit als Informationsträger aus unserer modernen Welt auch langfristig nicht wegzudenken. So ist und bleibt das papierlose Büro eine Utopie. Denn Papier als Datenträger hat Eigenschaften, die unverzichtbar sind.

Heute werden in Deutschland 22,4 Mio. Tonnen Papier in rund 165 Betrieben produziert. Die Branche beschäftigt gut 40.000 Mitarbeiter. Nach schwierigen Jahren, in denen der Verbrauch grafischer Papiere deutlich zurückgegangen und vom Wachstum des Verpackungssektors nur zum Teil aufgefangen werden konnte, scheint sich die Produktion derzeit zu stabilisieren.

Zahlreiche Unternehmen der Papierindustrie werden sich am Samstag, 27. Juni 2015, an einem Tag der offenen Tür beteiligen.

› www.625jahrepapier.de



Auch 625 Jahre nach der Gründung der Gleismühle hat Papier nichts von seiner Zukunftsfähigkeit verloren. Im Gegenteil ist es so vielfältig wie nie und wird längst nicht mehr nur für den Druck von Büchern eingesetzt.



Man denke nur an die Vielzahl an Hygiene-Papier-Produkten wie Toilettenpapier, Küchenrollen oder Papiertaschentücher. Eine noch größere Vielfalt zeigt sich bei den Spezialpapieren. Die Palette reicht vom Banknotenpapier über Filterpapiere unterschiedlichster Art,



Bierdeckel, Klebebänder, Rohrtapeten oder Teebeutel. Faltschachtelkarton, Wellpappe oder Tüten sind nur die grobe Umschreibung für die Anforderungen, die die Industrie an Verpackungspapiere stellt.



Und schließlich sind die grafischen Papiere in allen denkbaren Grammaturen für so unterschiedliche Produkte wie Bücher, Zeitungen und Zeitschriften, Kataloge und Werbebotschaften verfügbar.

DIE

WIRKUNG

DIE

ICH

AUF

MENSCHEN

HABE

IST

FAST

ERSCHRECKEND

I am the power of print.

Werden aktuelle Meldungen in Zeitschriften veröffentlicht, messen Leser diesen eine größere Bedeutung zu (33%) als jenen im TV (20%) oder Internet (10%).

Mehr unter www.print-power.info



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



**PRINT
POWER**

ADD PRINT, ADD POWER

An dieser Stelle sei einmal eine **Vorbemerkung** erlaubt. Es ist ja durchaus auch in unserem Sinne, dass Papierfabriken und -händler über neue Sorten informieren. Es ist auch verständlich, dass dies in dem einen oder anderen Fall sehr blumig formuliert wird. Doch gehen wir davon aus – und das trifft sicherlich auch auf Drucker zu – dass sich die Papiere gut be- und verdrucken lassen. Denn wer könnte es sich heute noch leisten, Schrott in Form von Papier abzuliefern?

Deshalb wollen wir bei den folgenden Meldungen gerne auf Hinweise wie ›erstklassiges Druckverhalten, detailgetreue Farbwiedergabe, hervorragende Laufeigenschaften, überlegene Verarbeitungseigenschaften und einwandfreie Konfektionierung‹ gerne verzichten. Und dass Papiere speziell für die Bedürfnisse von Verlagen und Druckereien konzipiert werden, setzen wir ebenfalls als selbstverständlich voraus.

PREISANPASSUNGEN Aufgrund erheblicher Kostensteigerungen in der Lieferkette muss der Papiergroßhändler Antalis nach eigenen Angaben reagieren, um die Produktverfügbarkeit und Servicequalität aufrecht zu erhalten, und erhöht die Preise zum 1. Juli 2015. Antalis hebt sowohl im Bereich gestrichene und ungestrichene Qualitäten als auch für ölbasierende Produkte die Preise an. Ungestrichene Qualitäten, wie Büropapier, grafische Formate und Rolle, sowie gestrichene Qualitäten, zu denen grafische Formate und Rolle gehören, werden ab dem 1. Juli 2015 um 5% bis 8% teurer. Für ölbasierende Produkte, wie Folien und Kunststoffverbundprodukte, erhöht Antalis die Verkaufspreise auf Tagesbasis. › www.antalis.de

Auch bei der Igepa group werden ab 1. Juli 2015 die Preise für das gesamte Sortiment um mindestens 6% bis 8% erhöht. Diese Anpassungen seien unumgänglich, da die stark steigenden Kosten im Rohstoffbereich sowie in Vertrieb und Logistik nicht mehr ausgeglichen werden könnten. › www.igepagroup.com

NEUE ETIKETTEN VON AVERY ZWECKFORM Avery Zweckform ist nach eigenen Angaben Marktführer bei Etiketten für Office- und Privatanwender. Jetzt expandiert der Hersteller in den Druckmarkt mit Digitaldruck-Etiketten. Zum Etikettensortiment im SRA3 Bogen-Format zählen Haftpapiere und Haftfolien – erhältlich als Bogen oder mit Vorstanzung. Die PCL3 Etiketten werden über den Papiergroßhandel vertrieben und ist für alle gängigen Digital-Bogendruckmaschinen mit Trockentoner wie Xerox, Canon, Konica Minolta und

Ricoh sowie für HP Indigo mit Flüssigtonertechnologie geeignet. Die Etiketten können ab sofort über Papier Union und ab September auch über Antalis bezogen werden.

› www.avery-zweckform.com

FEDRIGONI ›THE BUTTERFLY COLLECTION‹

Das neue Visualbook des italienischen Feinstpapierherstellers vereint alle metallischen und perlmuttschimmernden Fedrigoni Qualitäten in nur einem Buch. Präsentiert werden 13 verschiedene Designpapiere aus den Kollektionen Sirio Pearl, Constellation Jade, Cocktail, Symbol Pearl und Pergamena Pearl. Neben den im Musterbuch vorgestellten hellen Farbtönen sind die mit Metallic-Effekt gestrichenen Papiere auch in einer breiten Farbauswahl durchgefärbt



erhältlich: Das Sortiment von Sirio Pearl besticht mit 15 kräftigen Färbungen in Flächengewichten von 110 bis 700 g/m²; die Cocktail Range bietet zwölf intensive Farben in 120 und 290 g/m². Kreative Veredelungen wie Blindprägung, Stanzung, Relief-lack im Siebdruck, partieller Lack und Prägefoliendruck machen das Durchblättern des Kataloges zu einem optischen und haptischen Erlebnis.

›The Butterfly Collection‹ zeigt auf 32 Seiten eine Vielzahl an farnefrohen Schmetterlingen – dabei steht der Schmetterling für atemberaubende Schönheit, Vielfalt und Eleganz. So außergewöhnlich wie ein Schmetterling sind auch die irisierenden Papiere von Fedrigoni, die jedem hochwertigen Druckprojekt eine ganz besondere, einzigartige Note verleihen.

› www.fedrigoni.de

PAPIER ERLEBBAR MACHEN

ANTALIS LÄDT ZUR CREATIVE POWER ROADSHOW 2015

›Choosing paper is a creative act‹ – unter diesem Motto zeigt der Papiergroßhändler Antalis auf der Creative Power Roadshow sein komplettes Sortiment an Kreativpapieren.

Im Rahmen der Roadshow präsentiert Antalis Designern, Kreativen und Spezialisten aus der Druckindustrie die gesamte Vielseitigkeit seines Premiumpapiersortiments auf verschiedenen Messen und Events. Herzstück der Roadshow ist der Antalis Brain Store: Hier können Kunden und Interessenten in aktuellen Musterfächern stöbern und aufwendi-

crossmedia-print-emotion‹ kreiert, wo führende Hersteller, Druckunternehmen und Dienstleister innovative Technologien und Applikationen aus der crossmedialen Kommunikation präsentieren. Auf 160 m² stehen Experten für Gespräche zum Thema crossmediales Dialogmarketing und Führungen durch die Ausstellung zur Verfügung.

Nicht nur im Rahmen der Creative Power Roadshow macht Antalis Papier zum Erlebnis: Zusammen mit dem Papierhersteller Arjowiggins veranstaltet Antalis zweitägige Pop-up-Ausstellungen in



ge Druckmuster kennenlernen, die auch zur Mitnahme bereitliegen. Fachkundige Berater geben zusätzliche Einblicke in die vielfältige Produktwelt des Papiergroßhändlers. Workshops und Expertenvorträge rund um die Welt der Premiumpapiere sorgen für ein Plus an spannenden Inhalten, Informationsaustausch und geselligem Networking.

Die Roadshow macht auch auf der Co-Reach in Nürnberg (24. bis 25. Juni 2015) halt. Für die Dialogmarketingmesse haben der Fachverband Medienproduktioner (f:mp.) und Antalis die Sonderfläche ›Erlebniswelt:

sechs europäischen Großstädten. Nach Paris, Barcelona, Mailand, London und Amsterdam kommt die Ausstellung vom 18. bis 20. Juni nach Berlin. Im Umspannwerk Kreuzberg werden 150 außergewöhnliche, auf Arjowiggins Kreativpapier gedruckte Designs des letzten Jahres ausgestellt.

› antalis.de

› crossmedia-erleben.de

UPM PAPIERE MIT HOHEN UMWELTSTANDARDS

WWFs Check Your Paper (CYP) ist eine öffentliche Datenbank, die die Umweltverträglichkeit von Zellstoff- und Papierprodukten bewertet. CYP bewertet eine bestimmte Anzahl von Umweltparametern, wie etwa Nachhaltigkeit der Waldbewirtschaftung, Einsatz von Altpapier, fossile CO₂-Emissionen, Deponiemüllaufkommen und Wasseremissionen durch die Werke.

UPM hat sich von Anfang an an CYP beteiligt und gehörte zu den ersten Unternehmen, dessen Papiere mit dem Instrument bewertet wurden. Der Ansatz von CYP wird vom WWF seit 2007 weiterentwickelt und verfeinert. Heute sind 23 Papierprodukte von UPM im CYP-Rating vertreten. Alle davon sind durch unabhängige Dritte zertifiziert. Die Bewertungen liegen zwischen »gut« und »ausgezeichnet«.

› www.upmpaper.de

IGEPÄ MIT NEUEN DIGITALDRUCKPAPIEREN

Igepa präsentiert mit GenYous das erste Produkt aus dem neuen Sortiment der Digitaldruckpapiere. GenYous ist ein satiniertes holzfreies Premium-Digitaldruckkarton mit FSC-Zertifizierung. Es ist eine Spezialentwicklung für HP Indigo- und Trockentoner-Verfahren, jedoch auch für Offsetdruck einsetzbar.

GenYous bietet hohes Volumen und Glätte. Die breite Grammatur-Ränge, erweitert um drei Papiergewichte von 90 bis 400 g/m², bietet viel-



fältige Anwendungsmöglichkeiten.

Für GenYous ist die neue Druckmustermappe mit bedruckten und unbedruckten Mustern in allen verfügbaren Grammaturen bei der Igepa group erhältlich. Zusätzlich können interessierte Digitaldrucker ein kostenloses Ries mit allen verfügbaren Grammaturen im Format 32 x 46 cm für Testzwecke abfordern.

› www.igepa.de

SPEZIALPAPIER FÜR INTELLIGENTE ETIKETTEN

Von der Idee zur Anwendung, von gedruckten Batterien zu komplexen Systemen. Auf dem Gebiet der Printed Electronics haben Forschung und Entwicklung zuletzt deutliche Fortschritte gemacht. Die Felix Schoeller Group leistet ihren Beitrag mit der Entwicklung von hochglatten und dimensionsstabilen Papieren als Trägermaterial für gedruckte Elektronik. Mit Erfolg: Auf der diesjährigen LOPEC, der Internationalen Fachmesse und Kongress für gedruckte Elektronik in München, wurde das von der Europäischen Union geförderte Forschungsprojekt A3ple für den besten Demonstrator aus einem öffentlich finanzierten Projekt ausgezeichnet. Zudem hat Bundesforschungsministerin Prof. Johanna Wanka das Projekt BatMat zur Hannover Messe vom 13. bis 17. April eingeladen. Auf dem Gemeinschaftsstand des Bundesministeriums für Bildung und Forschung präsentierte die Felix Schoeller Group dort als einer von acht Projektpartnern gedruckte Primär- und wiederaufladbare Nickel-Metallhydrid-Sekundärbatterien (Akkus).

› www.felix-schoeller.com

BILDERDRUCKPAPIER UNTER NEUEM NAMEN

Das in der Spezial- und Bilderdruckpapierfabrik Feldmühle Uetersen produzierte Bilderdruckpapier MediaPrint wird zukünftig unter dem neuen Markennamen Exceo vertrieben. Exceo ist ein weißes, helles, zweiseitig gestrichenes holzfreies Bilderdruckpapier, und wird wahlweise mit glänzender oder seidenmatter Oberfläche in einem breiten Flächengewichtsspektrum von 150 bis 400 g/m² angeboten. Anwendungsgebiete für Exceo sind grafische Erzeugnisse



Exceo: Holzfreies Bilderdruckpapier mit glänzender oder seidenmatter Oberfläche für originalgetreue Motivwiedergabe.

aller Art mit höchsten Ansprüchen an eine originalgetreue Motivwiedergabe im Bogenoffsetdruck. Auf Anfrage wird Exceo auch mit FSC-Zertifizierung angeboten.

› feldmuehle-uetersen.com

»STARKE« SORTEN IM VERGLEICH

Die neue Bilderdruckmustermappe »4 starke Sorten im Vergleich« von Berberich stellt verschiedene Qualitäten direkt gegenüber. Die Mustermappe umfasst die vier Bilderdruckpapiersorten Gardamatt Art, Gardamatt Ultra, Magno Volume und Arctic Volume White mit mehreren Grammaturbei-



spielen. Die mit Referenzbildern bedruckten Musterseiten vermitteln einen Eindruck der Papierqualitäten. Darüber hinaus sind sie mit Kurzbeschreibungen zu den Produkteigenschaften und Einsatzgebieten versehen. Die holzfrei weiß gestrichenen Volumenpapiere sind FSC- oder PEFC-zertifiziert.

› www.berberich.de

Wissen, wo es lang geht.

www.druckmarkt.com



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

SAPPI SETZT MIT ATELIER NEUE MASSSTÄBE

Sappi Speciality Papers führt mit atelier ein neues Konzept für Faltschachtelkartone (GC) ein, das das Produktportfolio von Sappis gestrichenen Primärfaserkartonen für den Verpackungsmarkt erweitert, und vertieft. atelier ist ein neuartiger GC-Karton, der die aktuellen Marktstandards übertrifft und in den Flächengewichten von 220 g/m² bis 350 g/m² angeboten wird. Produziert wird atelier am Sappi-Standort in Maastricht, wo der neue Karton mit einem mehrlagigen Konzept



auf einer Einzelsieb-Kartomaschine hergestellt wird. Laut Sappi ist das bisher noch keinem anderen Papierhersteller gelungen. atelier bietet hohe Weiße und Reinheit, hohen Kartonglanz bei gleichzeitig seidenmatter Haptik und Anmutung sowie ein hohes Volumen.

Um Markenartikel-Herstellern, Veredelern, Designern und Medien die Vorzüge von atelier nahe zu bringen, hat Sappi Europe unter dem Motto »Brilliance meets Function« ein faszinierendes Musterbuch entworfen und produziert.

› www.sappi-atelier.com

NEUES FEDRIGONI MUSTERBUCH

Die mittlerweile dritte Auflage der Fedrigoni Kollektion Century präsentiert 164 Kuverts und dazu passende Geschäftsausstattungs-papiere in unterschiedlichsten Qualitäten: 30 verschiedene Feinstpapiere in mehr als 45 Farben, 13 Formate und zehn Flächengewichte von 90 bis 140 g/m². Filzmarkiert, glatt,



gestrichen, natürlich, durchgefärbt, irisierend oder transparent. Bereits bekannte Fedrigoni Papiere wie Old Mill, Arcodesign und Freelifie Cento sind ab sofort auch als Briefhüllen erhältlich. Daneben wurde das bestehende Kuvertsortiment von Ispira, Sirio Color und Woodstock um viele neue Farben und Formate erweitert. Weitere Neuheit in der Century Kollektion ist das Papier Cocktail in der Farbe Mai Tai: ein kräftiges Gold mit irisierend glitzernder Oberfläche.

Ebenfalls neu sind Kuverts im Format 11,4 x 16,2 cm aus dem Naturpapier Materica (in Weiß, Creme, Grau und Ocker) sowie Briefumschläge im Format 11,4 x 31 cm aus dem irisierenden Papier Sirio Pearl (in Silber und Weiß). Einsatzgebiete für die Century Kollektion sind neben Geschäftsausstattungen auch Mailings, Einladungen, Grußkarten und Glückwunschkarten.

› www.fedrigoni.de

› www.paper-products.de

CHROMOLUX-KAMPAGNE »LABEL'S SECRET«

Metsä Board Zanders inszeniert sein hochglänzendes Chromolux Etikettensortiment jetzt in einer raffinierten Verpackung. Hier ist der Weg das Ziel. Blatt für Blatt enthüllt sich das »Label's Secret« mit einem optischen und haptischen Markenerlebnis, um die vier Geheimnisse eines erfolgreichen Etiketts



zu entdecken. »Unser Erlebnistool soll die Vielfalt des Portfolios und zugleich auch neue, kreative Möglichkeiten der Etikettengestaltung demonstrieren«, erläutert Oliver Wipperfurth, Manager Marketing & Business Development von Metsä Board Zanders, die Zielrichtung der Kampagne.

Wer Label's Secret auf die Spur kommen möchte, entblättert zunächst 30 Chromolux Etikettenpapier-Qualitäten. Von glamourös bis verführerisch, unterschiedlich bedruckt und hochwertig veredelt, vereinen sie Funktion mit Emotion. Brillanter Glanz, leuchtende Ausstrahlung, einzigartige Vielseitigkeit und eine hohe Effizienz sind die vier Geheimnisse, warum es Chromolux immer wieder gelingt, den Auftritt unzähliger Markenprodukte aus dem Spirituosen-, Wein- und Sektbereich sowie von Verpackungen aus dem Konsum- und Luxusgütersegment erfolgreich zu unterstützen.

› www.metsaboard.com

› www.zanders.com

ERSTES FARBSYSTEM FÜR PAPIER

Gmund feiert das weltweit erste Farbsystem für Papier. Nach zwei Jahren intensiver Entwicklungsarbeit präsentierte Gmund Papier zusammen mit seinem Partner Berni am 19. Mai in Mailand das neue Gmund Colors Farbsystem der Öffentlichkeit.

Fein aufeinander abgestimmt, umfassend intensiv und perfekt kombinierbar. Vier verschiedene Kategorien von matter, natürlicher Ästhetik bis hin zu beeindruckenden, reflektierenden Tönen



Das weltweit gültige Farbsystem der Papiere: Gmund Colors.

nen mit haptischer Tiefe: Gmund Colors Matt, Metallic, Felt und Transparent überraschen durch ihre unterschiedlichen Charaktere und überzeugen durch ihre gemeinsame Farb Heimat. Gmund Colors bietet die passende Form für jede Kommunikation von farbig intensiv bis zu stilvoll zurückhaltend.

Gmund Colors, die neue Papiervielfalt Made in Germany bietet komplett neu entwickelte Papierfarben, die perfekt mit bekannten Gmund Bestsellern harmonisieren. Zahlreiche Grammaturen und Papierformate sorgen für besondere Flexibilität und 198 verschiedene Briefhüllen für Vielfalt in der Post.

› www.gmund.com

PAPYRUS: MUNKEN – CORPORATE PAPER SET

Munken-Geschäftspapiere sind die Eintrittskarten in das Look & Feel von Unternehmen. Ob sachlich, kreativ oder verantwortungsbewusst, mit dem neuen Munken – Corporate Paper Set präsentiert Papyrus das maßgeschneiderte Tool für punktgenaue Kundenkommunikation. Die holzfreien, ungestrich-



chenen Designpapiere mit bis zu 1,3-fachem Volumen und feinen Farbvarianten in natürlich Weiß, Zartweiß und natürlich gelbem Weißton aus der ersten Reihe der Corporate Paper decken mit Flächengewichten von 80 bis 400 g/m² die gesamte Bandbreite der CI-Lösungen ab. Munken Polar, Munken Lynx und Munken Pure verleihen Druck-Erzeugnissen mit ihrer ansprechenden Optik und ausgewogenen Haptik einen exklusiven und dennoch natürlichen Charakter. Vom Briefpapier über den Einsatz im Corporate Publishing, der klassischen Werbung, Verkaufsförderung, POS-Drucksachen oder in der Direktwerbung bringen Munken Polar, Lynx und Pure Bild und Text in Höchstform.

Zu bestellen ist das Corporate Paper Set über den Papyrus e-Shop.

› www.papyrus.com

EIN PAPIERPALAST AUS GMUND PAPIER

Auf Papier nimmt alles seinen Anfang. Von den ersten Entwurfsskizzen bis zum fertigen Kleidungsstück, von den Accessoires über die Architekturkulisse bis zum Grafik-Design für Presse, Werbung, Katalog und Schaufensterdekoration entstammt jedes Detail dem Kopf und der Hand des Designers selbst.

Bei der Ausstellung »Karl Lagerfeld. Modemethoden«, die noch bis 13. September in der Bundeskunsthalle Bonn zu sehen ist, dreht sich



Haute Couture im Papierpalast: Gmund Papier gestaltet von den spanischen Kunstlern Wanda.

alles um Mode und Papier, jenes Material, auf dem sich die Träume und Visionen von Karl Lagerfeld manifestieren. Highlight der Ausstellung ist der Papierpalast aus Papier. Hierzu wurde die Kollektion Gmund Colors Transparent gelasert und eine fulminante Gewölbstruktur aus aber tausend kleinen Papierblüten über den beeindruckenden Roben der Haute Couture von Karl Lagerfeld gespannt. In einem anderen Raum zeigen 4 m hohe Wände aus 1.800 Zeichenblöcken aus Gmund Colors eine Auswahl seiner Skizzen, die alle zu Mode wurden. Für die Eingangshalle wurden 20 Rollen Papier aus 100% Baumwolle in einem zarten Weiß verwendet.

› www.gmund.com

OPTIMIERUNG DER KARTONQUALITÄTEN

Metsä Board wird an seinem finnischen Standort Kyrö in Kürze mit der Erprobung der Foam-Forming-Technologie im Produktionsmaßstab beginnen. Das Unternehmen ist bereits seit Jahren intensiv in der Entwicklung für eine kommerzielle Nutzung dieser neuen Technologie tätig, von der man sich erhebliche Kundenvorteile verspricht.

Bei der sogenannten Foam-Forming-Technologie wird die Faserstoffsuspension durch die Zufuhr winziger Luftbläschen aufgeschäumt.



Dank dieses Verfahrens gewinnt die Kartonstruktur an Volumen, wodurch das Kartongewicht reduziert wird. Außerdem werden die Fasern gleichmäßiger in der Bahn verteilt und so die Formation des Kartons optimiert – für eine höhere Konstanz der Eigenschaften und ein einheitlicheres Erscheinungsbild. Neben all diesen Vorteilen reduziert diese Methode außerdem den Rohstoff-, Energie- und Wasserbedarf und sorgt so für mehr Nachhaltigkeit.

› www.metsaboard.com

FARBEN, DIE GUTE LAUNE MACHEN

Surbalin, das durchgefärbte Buchüberzugs- und Vorsatzpapier von Peyer wurde um drei frühlingsfrische Farben ergänzt. Obwohl das Sortiment schon in über 100 Farben angeboten wird, haben sich die Papierscouts des Spezialanbieters für Buchebandmaterialien wieder etwas Neues einfallen lassen.



Passend zur Sommerzeit sind seit Kurzem die Farben gelbgrün, limonengrün und mai-grün im Angebot.

Außer in der Grundauführung glatt sind die drei klaren Grüntöne auch in den Oberflächen gerippt, seda und linea erhältlich. Surbalin ist in allen Farben durchgefärbt, dadurch gibt es keine weißen Schnittkanten; zudem lässt es sich sehr gut rillen und nuten, ohne im Falz aufzubrechen. Das Material, welches standardmäßig in 115 bis 135 g/m² angeboten wird, überzeugt durch seine guten Prägeeigenschaften und kann problemlos im Offset- und Siebdruck bedruckt werden; auch die buchbinderische Weiterverarbeitung ist optimal. Einige Surbalin-Farben sind zudem auf die Peyer Gewebesorten Baronesse, Princesse, Duchesse und Comtesse abgestimmt.

› www.peyergraphic.de

S-RACE – FOR FASTEST SUBLIMATION

S-Race, das neue Sublimationspapier von Felix Schoeller, beruht auf der Technologie der mikroporösen Farbeinfangschicht und bietet deutlich schnellere Trocknungszeiten. Anders als bei vielen bereits im Markt befindlichen Papieren verfügt diese mikroporöse Farbeinfangsschicht über eine innovative und einzigartige Zusammensetzung, woraus sich eine höhere Luftdurchlässigkeit des Papiers ergibt. Dadurch eignet es sich neben dem Transfer auf Textilien auch für die Sublimation auf kunststoffbeschichtete Hartsubstrate wie beispielsweise Metall-, Glas- oder Holzplatten.



Weiterhin weisen diese Papiere eine schnellere Wasseraufnahmefähigkeit auf, wodurch sie problemlos und ohne zusätzliche Trocknungseinheit auf den neuesten und schnellsten Sublimationsdruckern verarbeitet werden können. Auch der Sublimationsvorgang kann durch diese spezielle Art der Beschichtung verkürzt werden. Zudem weisen die transferierten Bilder eine exakte Linien- und Detailschärfe auf.

Das neue S-Race Produktportfolio von Felix Schoeller wird zunächst in drei verschiedenen Flächengewichten angeboten – 75, 100 und 130 g/m². Neben Plotterrollen sind auch größere Rollendurchmesser auf Anfrage zu erhalten.

› www.felix-schoeller.com

NEUER ARCTIC VOLUME-MUSTERFÄCHER

Der neue Musterfächer von Arctic Volume ist ab sofort bei Berberich erhältlich. Er ist in einem handlichen DIN A5-Format gefertigt und mit einer Prägung veredelt. Dank der wasserfalltechnischen Anordnung der Druckmuster verschafft der Musterfächer eine rasche Übersicht über das Produktangebot.

Ein Papierbogen mit Piktogrammen im Innenteil sorgt darüber hinaus für einen zügigen Überblick über die Produkteigenschaften und Einsatzmöglichkeiten der Bilderdruckpapiere.

Das Arctic Volume-Sortiment umfasst drei Sorten an hoch voluminösen, matten, voll gestrichenen Papieren. Diese empfehlen sich für hochwer-



Der neue Arctic Volume-Musterfächer von Berberich.

tige und anspruchsvolle Druck-Erzeugnisse. Sämtliche Arctic Volume-Produkte sind FSC-zertifiziert.

Arctic Volume White ist in den Grammaturen 90 bis 300 g/m², Arctic Volume Highwhite von 100 bis 250 g/m² und Arctic Volume Ivory von 115 bis 250 g/m² bei Berberich Papier erhältlich.

› www.berberich.de

Weißbruchfreie Druckergebnisse

Weißbruch ist ein bei Fotobüchern ein häufig feststellbarer Qualitätsmangel. Felix Schoeller Digital Media hat sich gemeinsam mit der Papiertechnischen Stiftung die Aufgabe gesetzt, eine Messmethode für dieses Qualitätsmerkmal zu entwickeln. Die reproduzierbare Methode lässt die unterschiedliche Eignung von Papieren deutlich werden.

Von DIRK FIEDLER und THOMAS LEIFERT

Hochwertige Layflat-Produkte wie Fotobücher sind ein noch relativ junges, jedoch stark wachsendes Anwendungsfeld im Digitaldruck. Häufig kommt eine Layflat-Bindung zum Einsatz, bei der beide Buchseiten flach liegen und insbesondere doppelseitige Motive ideal zur Geltung kommen. Verschiedene Technologien und Medientypen finden für diese Anwendung ihren Einsatz. Nach häufigem Gebrauch eines Layflat-Produktes zeigt sich bei einigen Papieren ein unerwünschter Weißbruch am Falz in der Buchmitte, der das hochwertige Erscheinungsbild erheblich trübt.

Testsieger E-Photo Papiere

Bislang gab es jedoch keine Messmethode, diesen Weißbruch quantitativ zu beschreiben. Die Felix Schoeller Group hat sich daher zusammen mit der Papiertechnischen Stiftung (PTS) die Aufgabe gestellt, eine entsprechende Standardmethode (PTS-Weißbruch-Prüfung) zu entwickeln. Mit ihr wurden drei Papiermuster im Hinblick auf ihr Weißbruchverhalten untersucht. Alle untersuchten Papiere werden vorwiegend im Bereich der Fotobücher eingesetzt.

Untersucht wurden:

- ein Silbersalz Fotopapier
- ein gestrichenes Bilderdruckpapier
- ein E-Photo Papier der Felix Schoeller Group



Referenzaufnahmen der drei getesteten Papiere.

Die neu entwickelte Weißbruch-Prüfmethode ist in der Lage, die verschiedenen Papiere eindeutig in ihrem Weißbruchverhalten zu differenzieren.

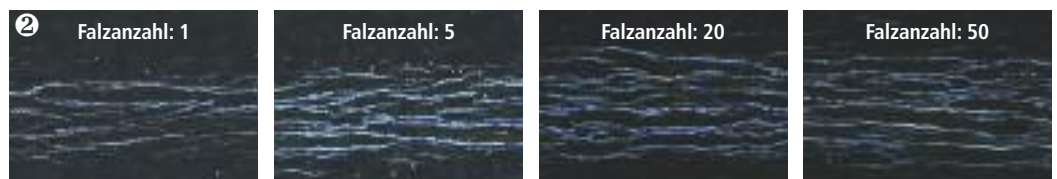
Methodik

Gegenstand der Untersuchung waren drei verschiedene, vollflächig schwarz bedruckte Papiere im For-

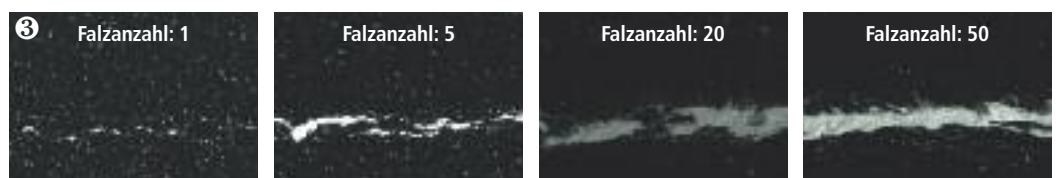
mat A4. Diese Papiere wurden auf eine Größe von 208 mm x 60 mm zugeschnitten und mittels Erichsen Coater gefalzt. Hierbei wurden die gegenüberliegenden Kanten der Probe übereinandergelegt und im Coater eingespannt. Der Falz wurde mit einer Kalibrierrakel und definierter Geschwindigkeit eingebracht. Nach Entnahme der Probestreifen wurden diese aufgeklappt, um

durch die Kalibrierrakel geglättet zu werden. Durch Wiederholen dieser Prozedur wurden mehrfach Falze an genau derselben Stelle der Probe hergestellt.

Die Messung der Weißbruch-Flächen wurde mittels eines Digital-Mikroskops vom Typ »VHX-500« durchgeführt. Das Gerät verfügt über eine integrierte Bildanalysesoftware, mit deren Hilfe die unterschiedlichen Flächen – mit und ohne Weißbruch – ermittelt und berechnet wurden. Unterschiedliche Messwerte (die ausgemessenen Flächen, die Flächensummen, das Flächenverhältnis in % und die Gesamtflächen in μm^2) wurden in eine CSV-Datei exportiert und



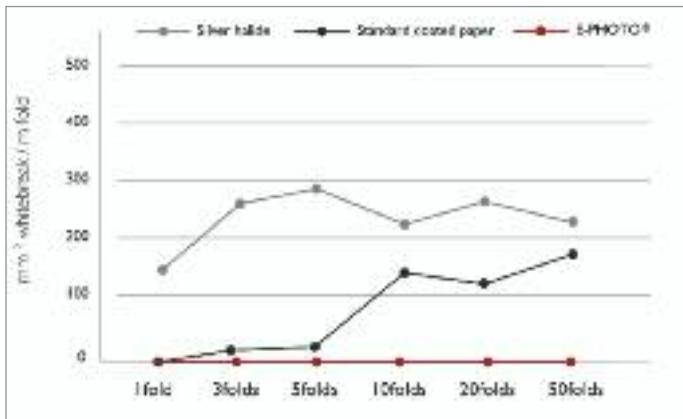
Weißbruchverhalten des Silbersalz Fotopapiers.



Weißbruchverhalten des gestrichenen Bilderdruckpapiers.



Weißbruchverhalten des E-Photo.



Weißbruch-Bewertung in mm²/m.

mittels Tabellenkalkulation weiterverarbeitet.

Mikroskopische Untersuchung

Als Referenz für die mikroskopische Betrachtung des Weißbruchs wurden Aufnahmen der drei verschiedenen Papiere ohne Falz angefertigt (siehe Abbildung 1).

Die Referenzaufnahmen fungierten bei der späteren Bewertung der Weißbruchfläche als Null-Wert. Die folgenden mikroskopischen Aufnahmen wurden in 100-facher Vergrößerung aufgenommen.

Abbildung 2 zeigt das Silbersalz Fotopapier mit unterschiedlicher Falz-

anzahl. Bereits nach Einbringen des ersten Falzes ist ein deutlicher Weißbruch zu erkennen. Der Weißbruch nimmt mit dem Einbringen weiterer Falze an derselben Stelle stark zu.

Die Abbildung 3 zeigt mikroskopische Aufnahmen in 100-facher Vergrößerung des gestrichenen Bilderdruckpapiers mit unterschiedlicher Falzanzahl. Es kommt bereits nach Einbringen des ersten Falzes zum Weißbruch. Auch hier nimmt der Weißbruch mit dem Einbringen weiterer Falze zu. Es kommt jedoch ab einer Falzanzahl von mehr als 5 zu einem deutlichen Ablösen des Strichs, sodass sich innerhalb des Falzbereiches Flächen ohne Farbpfangsschicht entwickelten. Diese Bereiche sind auch mit dem bloßen Auge gut zu erkennen.

Die Abbildung 4 zeigt mikroskopische Aufnahmen in 100-facher Vergrößerung des E-Photo-Papiers mit unterschiedlicher Falzanzahl. Im Gegensatz zu den beiden anderen untersuchten Papieren trat bei dem E-Photo-Papier kein Weißbruch auf. Auch nach 50 Falzen an derselben Stelle war kein Bruch im Strich oder sonstige Defekte im Mikroskop festzustellen. E-Photo ist nach dieser Untersuchung also absolut weißbruchfrei.

Quantitative Bewertung der Weißbruchfläche

Mittels bildanalytischer Verarbeitung lassen sich die Weißbruchflächen der unterschiedlichen Papiere

mit den variierten Falzanzahlen quantitativ vergleichen. Als Einheit bietet sich hier entweder das prozentuale Flächenverhältnis von Weißbruchfläche zur unbeschädigten Fläche innerhalb des Messbereiches an oder die Fläche des Weißbruchs in mm² pro Meter Falz.

Das E-Photo-Papier zeigte nach der Verarbeitung der Weißbruchflächen in ein entsprechendes Flächenverhältnis auch nach einem 50-fachen Falz den Wert 0. Beim E-Photo-Papier können demnach weißbruchfreie Druckergebnisse nachgewiesen werden.

Das Silbersalz-Fotopapier wies nach einem 5-fachen Falz bereits über 13% Weißbruchanteil auf. Dieser wurde jedoch auch nach mehrmaligen weiteren Falzen nicht mehr größer.

Das gestrichene Bilderdruckpapier zeigte nach 5-fachem Falz einen Weißbruchanteil von etwa 2%. Nach weiteren Falzen steigerte sich dieser Wert auf über 8% (50-fach Falz).

Die Grafik oben zeigt die quantitativen Verhältnisse bei dem Weißbruchverhalten der drei untersuchten Papiere.

Reproduzierbarkeit

Um die Reproduzierbarkeit der Methode zu gewährleisten, wurden die Untersuchungen komplett wiederholt. Das E-Photo-Papier zeigte wie in der Untersuchung zuvor einen Weißbruch-Wert von 0 mm²/m. Das Silbersalz-Fotopapier wies in der zweiten Untersuchung das Maximum erst nach 20-facher Falzung

FELIX SCHOELLER GROUP

Die Felix Schoeller Group mit Sitz in Osnabrück ist ein weltweit tätiges Familienunternehmen, das 1895 gegründet wurde und Spezialpapiere für fotografische Anwendungen, den Digitaldruck- und Verpackungsmarkt, für selbstklebende Anwendungen sowie für die Möbel-, Holzwerkstoff- und die Tapetenindustrie herstellt. Mit ca. 2.300 Mitarbeitern wurden 2014 knapp 310.000 Tonnen produziert und ein Umsatz von insgesamt 720 Mio. € erzielt.

auf. Der maximale Weißbruch-Wert betrug hier 345 mm²/m. Das gestrichene Bilderdruckpapier zeigte das gleiche Verhalten wie in der ersten Untersuchung. Das Weißbruchmaximum nach einem 50-fachen Falz betrug 120 mm²/m.

Durch diese Ergebnisse wurde die Reproduzierbarkeit der angewandten Mess- und Bewertungsmethode bewiesen.

Damit ist das E-Photo-Papier Testsieger der drei getesteten Papiere, da es keinerlei Weißbruch aufweist. An zweiter Stelle folgt das gestrichene Bilderdruckpapier. Es zeigt je nach Anzahl der Falzungen einen deutlichen und stärker werdenden Weißbruch. Das Silbersalz-Fotopapier wird im Ranking als das schlechteste Papier bewertet, da schon nach wenigen Falzungen ein ausgeprägter, starker Weißbruch auftritt.

➤ www.felix-schoeller.com

PAPIERTECHNISCHE STIFTUNG

Mit einem Forschungsumfang von jährlich rund 80 öffentlich geförderten Projekten und einem Fördervolumen von etwa 8 Mio. € zählt die Papiertechnische Stiftung (PTS) zu den großen Industrieforschungsinstituten in Europa. Die Forschungsziele werden auf den Bedarf der Industrie abgestimmt, die bei der Durchführung der Projekte aktiv mitwirkt. Die Forschungsinhalte konzentrieren sich auf neue Werkstoffe, Verpackungen, Ressourceneffizienz und Printprodukte. Dabei übernimmt die PTS auch Forschungsaufträge für einzelne Unternehmen. Die Ergebnisse stehen dem jeweiligen Auftraggeber zur exklusiven Nutzung zur Verfügung.



Stiften Sie zu – jetzt online!

sos-kinderdorf-stiftung.de



Für Dich!

Ein Kinderlächeln. Was gibt es Schöneres? Schenken Sie eine unbeschwernte Kindheit – mit Ihrer Zuwendung an die SOS-Kinderdorf-Stiftung.

Petra Träg, 089/12606-109, petra traeg@sos-kinderdorf.de

Speaking Images

Es ist ein besonderes Fotobuch. Eines, das nicht zwingend im Digitaldruck hergestellt werden muss und vor allem eines kann: Fotos zum Klingen bringen. Das T-book bringt Fotos über gedruckte Lautsprecher zum Sprechen. Ein derart ausgestatteter Bildband mit gedruckter Elektronik schafft ein eigenes Klangumfeld.

Als bei der Jahresveranstaltung des 58. World Press Photo Wettbewerbs am 2. Mai 2015 in Amsterdam die weltweit besten Pressefotos vorgestellt wurden, war es zugleich die Weltpremiere für eine klangvolle Innovation aus der Universitätsstadt Chemnitz.

Wissenschaftler des Instituts für Print- und Medientechnik der Technischen Universität Chemnitz haben einen großformatigen Bildband, der die Siegerfotos in brillanter Qualität zeigt, mit gedruckter Elektronik ausgestattet. Öffnet man dieses T-book (das »T« steht für Ton) und blättert eine Seite um, beginnt diese Seite durch einen im Inneren des Blatt Papiers befindlichen Lautsprecher zu tönen.



»Das T-book ist ein Meilenstein in der Entwicklung gedruckter Informationen«, meint Prof.

Dr. Arved C. Hübler, der sich seit Jahren mit verschiedenen Drucktechniken und deren Einsatz für neue Anwendungen wie etwa der gedruckten Elektronik oder dem Druck von Solarzellen auf Papier befasst. Und er ist sich sicher, dass das von seinem Team am Institut für Print- und Medientechnik entwickelte T-book die Tür zu vielen weiteren und wirklich innovativen Entwicklungen öffnen wird: »Die Tablets der Zukunft könnten beispielsweise auf Papier gedruckt werden – das T-book gibt einen ersten Ausblick darauf, was alles möglich sein wird.«



Maxi Bellmann und Prof. Dr. Arved C. Hübler vom Institut für Print- und Medientechnik der TU Chemnitz präsentieren das repräsentative T-book des 58. World Press Photo Wettbewerbs, das in einer Auflage von acht Exemplaren hergestellt wurde. Die Mehrzahl der Seiten des Bildbandes mit den besten Pressefotos der Welt wurde im Inneren der Blätter mit gedruckten Lautsprechern versehen. So können die ohnehin schon eindrucksvollen Bilder der internationalen Fotojournalisten mit gesprochenem Text und Sound unterlegt werden (Foto: TU Chemnitz, Pressefoto Schmidt).

Stimmen und authentische Sounds

Ein gedruckter Sensor stellt fest, welche Seite des Buches vom Leser geöffnet wird, sodass der dazu passende Klang zu hören ist. Laut und deutlich kommt der Ton – direkt aus dem Papier. Die Kreativagentur Serviceplan aus München, die das Buch zusammen mit den Forschern der TU

Chemnitz entwickelt hat, schuf für jedes der Siegerfotos ein eigenes Klangumfeld, in dem Stimmen, Geräusche und Musik die von den Fotografen eingefangene Stimmung erweitern.

»Die Technik, die hinter dem Soundbook steht, ist wirklich verblüffend«, meint Cosimo Möller, Geschäftsführer der Kreation bei Serviceplan Campaign, der das Projekt von Anfang an begleitete und mitsteuerte. »Man öffnet den Bildband mit den besten Fotos des Jahres – und plötzlich beginnt die Seite leicht zu vibrieren, gibt einen Sound von sich und erzählt dem Betrachter seine eigene Geschichte.

Das Buch informiert somit über die ganz individuellen Hintergründe des Bildes und löst mit Stimmen und authentischen Sounds eigene Emotionen aus. Die Fotografien werden für den Betrachter damit noch lebendiger.«

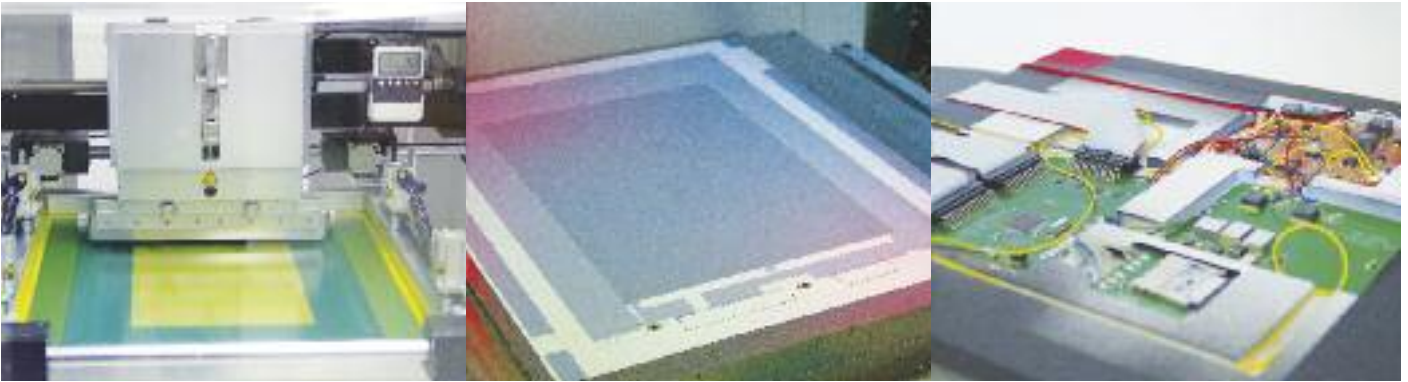
Gedruckte, elektrisch leitfähige Schichten

Das T-book basiert auf gedruckter Elektronik, einem Technologietrend, an dem das Chemnitzer Institut seit 15 Jahren weltweit führend arbeitet. Dabei werden elektronische Bauteile mit klassischen Druckverfahren auf Papier gedruckt. Dies ermöglicht eine kostengünstige Massenproduktion. Vor drei Jahren hatten die Forscher die ersten gedruckten Lautsprecher vorgestellt.

Zu diesem Zeitpunkt sei das Team auch gleich mit der Frage konfrontiert gewesen, was Anwendungen für dieses Druckprodukt sein könnten, schildert Prof. Hübler. Viele Dinge kämen dabei in Frage, zum Beispiel Verpackungen oder Tapeten, die gleichzeitig Lautsprecher sein könnten. Die Idee zum Buch sei erst in der Diskussion mit dem Partner Serviceplan entstanden.

»Um Papier zum Klingen zu bringen, braucht man ein Material, das Schwingungen erzeugt. In diesem Fall ist das Papier eine Membran, die schwingt«, erläutert Prof. Hübler. »Damit es in Schwingung gerät, verwenden wir piezoelektrische Materialien, die sich unter Spannung ausdehnen und zusammenziehen und damit die Schwingungen anregen. Die piezoelektrischen Polymere wurden von uns als Farbe formuliert und werden auf Papier gedruckt«.

Für das T-book haben die Chemnitzer Wissenschaftler diese Technologie weiterentwickelt. Um den Laut-



Die Lautsprecher des T-book werden im Siebdruck auf Papier gedruckt und sehen vor dem Kaschieren zwischen bedruckbare Papierblätter zunächst völlig unscheinbar aus. Erst die Mikroelektronik, die in den Buchdeckel integriert ist, lässt die Lautsprecher tönen. Dabei denken die Wissenschaftler aus Chemnitz schon darüber nach, auch die Schaltungen zu drucken, damit ein Buch flacher wird. Fotos: Copyright by pmTUC.

sprecher verschwinden zu lassen, wird er zwischen zwei Blatt Papier kaschiert. Dabei kommt ein Blatt heraus, in dessen Mitte sich der Lautsprecher befindet, der unter Spannung zu schwingen beginnt und so Töne abstrahlt. Die Vorder- und Rückseiten dieses Papiers können mit hochwertigen Farbdrukken versehen werden.

Ein neues Medium

Um die elektrischen Signale in das Buch beziehungsweise die einzelnen Seiten einzuspeisen, sind außerdem noch zusätzliche elektrisch leitfähige Schichten nötig. Die Lautsprecher des insgesamt 100 Seiten umfassenden Bildbandes zum World Press Photo Wettbewerb werden durch eine SD-Karte, die in der Buchdecke

eingebettet ist, mit den Daten versorgt. Die notwendigen Batterien mit einer Laufzeit von etwa 20 Stunden und die gesamte Ansteuer-elektronik sind ebenfalls in der Buchdecke untergebracht. Die Bindung des Buches hat übrigens Cornelia Ahnert vom atelierBuch in Lichtenau bei Chemnitz realisiert. Das Buch wurde bisher in acht Exemplaren hergestellt, insgesamt sollen 50 Exemplare entstehen, die aber nicht im Handel erhältlich sein werden. Noch ist es also eine »unbezahlbare« Kleinstauflage. In einem Interview mit dem Chemnitzer Internet-Portal die-stadt-bin-ich.de deutete Prof. Hübler aber an, dass es das Ziel sei, T-books auch in Masse zu produzieren. »Heute kann man das noch nicht, aber es gibt keinen Grund, warum das nicht etwa in

einem Jahr der Fall sein sollte. Es wird in der Produktion natürlich weit aufwändiger und schwieriger sein, als ein klassisches Buch. Aber es sollte am Ende auch ein Massenprodukt werden.« Dazu gibt es bereits Überlegungen, wie man auch die Schaltungen im Buchdeckel drucken kann, damit ein T-book zukünftig noch flacher werden kann. Jetzt, wo man das Buch sehen, fühlen und hören könne, werde es sicherlich Diskussionen und Anfragen für Projekte auslösen. Das Interesse bei Verlagen sei auf jeden Fall vorhanden, erklärt Prof. Hübler. Und er stellt fest: »Das T-book ist ein anderer Ansatz, Elektronik und elektronische Medien zu sehen. Mit dem Buch wird aber auch klar: Es ist ein neues Medium.«

Ansehen lohnt sich

Ein Film zum T-book, der zur Jahresveranstaltung des 58. World Press Photo Wettbewerbs gezeigt wurde, ist auch im YouTube-Kanal der TU Chemnitz verfügbar. Über unten stehende Links gelangen Sie zur Erläuterung des Buches und der Technik in Videoform. Ansehen lohnt sich in jedem Fall.

Erläuterung des Buches:

<https://www.youtube.com/watch?v=HX0DVicu3NM>

Erläuterung der Technik:

<https://www.youtube.com/watch?v=vyNHClm5WDY>

» www.t-book.audio

nico

FACHWISSEN IN 4-Gängen

Vorspeise
Häppchen, tagesaktuell zubereitet an der Homepage.

Zwischengericht
Zwischen den gedruckten Ausgaben: PDF-Magazin »impressions« mit News und ganzen Artikeln am Stück.

Hauptgericht
zweimonatlich der »Druckmarkt« aus Papier mit frischen Stories.

Dessert
»Druckmarkt COLLECTION« in loser Reihenfolge: schwere Themen leicht zubereitet.

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

Print-Erlebnispark Wiesloch

Heidelberg eröffnet sein neues Print Media Center Commercial am Standort Wiesloch-Walldorf und demonstriert hier den integrierten Gesamtprozess von Digital- und Offsetdruck, Workflow, Verbrauchsmaterialien und Service. Zusammen mit dem Print Media Center Packaging ist so das weltweit größte Vorführgeschäft für den Akzidenz- und Verpackungsdruck entstanden.

Text und Bilder: Heidelberg

Der Wandel der Druckindustrie hat neue Herausforderungen für die gesamte Branche mit sich gebracht und die Landschaft bei Kunden und Herstellern verändert. Ganz offensichtlich hat dies auch ein Umdenken mit sich gebracht. So stellt Heidelberg bei seiner weiterentwickelten Unternehmensstrategie ganz eindeutig den Nutzen für die Kunden und deren Erfolg in den Vordergrund.

Dabei wurde das Produktportfolio neben den traditionellen Märkten Werbe- und Verpackungsdruck auf die künftigen Wachstumssegmente des Weltmarktes ausgerichtet, die die den Digitaldruck, Verbrauchsmaterialien und Services umfassen. Dieser Ansatz ist nun auch im neuen Print Media Center (PMC) Commercial in Wiesloch-Walldorf abgebildet. Damit erfolgt auch der Startschuss zur drupa in 2016.

»Im Fokus stehen nicht mehr nur die Maschinen, sondern der integrierte Gesamtprozess und alle dafür erforderlichen Komponenten«, erläuterte Heidelberg-Vorstand



Harald Weimer, verantwortlich für Vertrieb und Services. »Im Mittelpunkt unseres Handelns steht der Nutzen, den wir unseren Kunden bieten, denn nur wenn unsere Kunden erfolgreich sind, können auch wir erfolgreich sein.« Im Fokus der Neuausrichtung

geht es auch darum, das Kerngeschäft des Bogenoffsetdrucks profitabel aufzustellen und die Wach-



Im neuen Print Media Center Commercial erleben die Kunden die integrierte Druckproduktion, bei denen der Kundennutzen den roten Faden durch die Praxisvorführungen bildet.

tumsfelder Digital, Services und Verbrauchsmaterialien darin zu unterstützen, sich erfolgreich am Markt zu etablieren.

Dieser neue Weg soll auch durch den veränderten Marktauftritt und das modifizierte Unternehmenslogo sichtbar werden.

Drei Tage Eröffnung

An drei Tagen feierte Heidelberg mit über 500 Kunden aus aller Welt die Eröffnung des PMC Commercial. Auf einer Fläche von über 4.700 m² erlebten die Kunden integrierte Druckproduktionen. Mittelpunkt ist eine Präsentationsplattform im PMC, die über interaktive Medien die Themen Workflow, Verbrauchsmaterialien

und Service sowie deren Rolle aus Sicht der Kunden in Bezug auf eine hochwertige und stabile Produktion vermittelt.

Zusammen mit dem Print Media Center Packaging ist in Wiesloch-Walldorf das weltweit größte Vorführgeschäft für den Akzidenz- und Verpackungsdruck in der Industrie entstanden. Das PMC Packaging besteht bereits seit 2008 und bietet auf 5.400 m² Know-how rund um die Faltschachtel-Produktion, Druckveredelungen und Spezialanwendungen.

Insgesamt arbeiten in den beiden Print Media Center 100 Mitarbeiter und zehn Auszubildende, die 2014 nahezu 1.200 individuelle Kundenführungen durchgeführt haben. Bei Open House- und anderen Ver-

anstaltungen kamen zusätzlich über 2.000 Besucher.

Was sind die Herausforderungen?

Druckereien sehen sich einem immer größeren Wettbewerb ausgesetzt: Die Preise fallen und die Lieferzeiten werden immer weiter verkürzt. Dies bei immer kleineren Auflagen und häufigem Auftragswechsel. Um profitabel zu sein, benötigen die Kunden aus Sicht von Heidelberg einen umfangreichen Service für effektive und zuverlässige Produktionsprozesse, das richtige Equipment und einfachen Zugang zu allen benötigten Verbrauchsmaterialien.

Hier bietet das PMC mit seinem umfangreichen Angebot an Digital-, und Offsetmaschinen, Softwaremo-



Vorhang auf und Startschuss für das neue Print Media Center in Wiesloch-Walldorf: (von links) Stephan Plenz, Vorstand für Equipment, Roland Krapp, Leiter Print Media Center, und Harald Weimer, Vorstand für Sales und Services.



An drei Tagen kamen insgesamt über 500 Kunden aus aller Welt, um mit Heidelberg die Neueröffnung des Print Media Centers in Wiesloch-Walldorf zu feiern.

dulen, Dienstleistungen und Verbrauchsmaterialien für jede Kundenanforderung ganz konkrete und praxisnahe Unterstützung.

Zu den Aufgaben gehören Kundenvorfürungen und -veranstaltungen, aber auch anwendungstechnische Trainings für Kunden, eigene Instruktoren, Vertriebsmitarbeiter und Anwendungsberatung. Dabei werden gleichermaßen diejenigen Kunden angesprochen, die eine Investition tätigen, als auch Kunden, die neue Ideen für Geschäftsmodelle suchen und sich einen Überblick über künftige Trends verschaffen wollen. Bei den regelmäßig stattfindenden Heidelberg Info Days werden Themen wie Digitaldruck, Verpackungsdruck, UV-Druck, Produktion von Kleinauflagen oder Veredelungen in allen Facetten vermittelt. An jedem dritten Donnerstag eines Monats gibt es die Heidelberg Open Days, an denen sich die Kunden einen Überblick über aktuelle Lösungen verschaffen können – und zwar ohne vorherige Anmeldung.

Kundennutzen praxisnah

Breiten Raum wird im neuen Print Media Center Commercial den Themen gewidmet, mit denen die Kunden ihre täglichen Herausforderungen meistern können. Dazu zählen umfangreiche Services, die den Kunden den Rücken freihalten und rund um die Uhr zur Verfügung stehen. Ein Beispiel sind die Remote Ser-

vices, die per Fernzugriff Störungen bereits erkennen, bevor es zum möglichen Stillstand der Produktion kommt. Mit den Performance Services erhält der Kunde Zugriff auf das Expertenwissen von Heidelberg und kann die Effizienz seiner Produktion mithilfe eines maßgeschneiderten Gesamtpakets steigern.

Im Digitaldruckbereich arbeitet Heidelberg mit Partnern zusammen, um den Kunden zeitnah innovative Lösungen zu bieten. Dies sind beispielsweise Einstiegslösungen für den Akzidenzdruck auf Basis der Ricoh-Tonertechnologie sowie die Inkjet-Technologie von Fujifilm für den industriellen Digitaldruck im Etiketten- und Verpackungsmarkt. Bei den Offsetdruckmaschinen werden beispielsweise alle Trocknertechnologien und ihre spezifischen Anwendungen gezeigt. Neben klassischer Trocknung und UV sind einige Maschinen mit LED- oder LE-UV-Trocknern ausgerüstet. Bei allen Maschinen wird auf automatisierte Prozesse und auf einfachste Bedienung Wert gelegt, damit auch bei wechselnden Bedienern eine konstant hohe Produktionsleistung und Qualität erzielt wird.

Mit den Weiterverarbeitungsmaschinen für das Schneiden und Falzen erhält das Druckprodukt sein endgültiges Aussehen. Auch diese Maschinen lassen sich, je nach Anforderungen des Kunden, in den Workflow Prinect integrieren und beispielsweise Voreinstellendaten aus der Vorstufe übernehmen, ebenso wie

Betriebsdaten für eine exakte Preiskalkulation.

Als Beispiel für neue Geschäftsmodelle ist die digitale Inkjet-Druckmaschine für den mehrdimensionalen Druck ein Highlight im neuen PMC. Hier können dreidimensionale Objekte mit individuellen Schriftzügen und Logos bedruckt werden. Mit diesem Beispiel zeigt Heidelberg erst den Beginn der neuen Möglichkeiten des Drucks, der über das zweidimensionale Bedrucken flacher Materialien hinausgeht.

E-Commerce soll ausgebaut werden

Natürlich steht und fällt alles mit den richtigen Verbrauchsmaterialien, die der Kunde zur richtigen Zeit am richtigen Ort benötigt. Hier beraten die Experten von Heidelberg, um die passenden Verbrauchsmaterialien für individuelle Bedürfnisse zu liefern. Im Vorfeld werden die besten verfügbaren Materialien qualifiziert und der Kunde erhält ein umfassendes Portfolio aus einer Hand.

Selbstverständlich lassen sich die Materialien auch über das Internet bestellen. Zukünftig soll der digitale Marktplatz über E-Commerce weiter ausgebaut und beispielsweise eine Plattform für Chats mit Heidelberg Experten eingerichtet werden. *nico*

➤ www.heidelberg.com

TECHNISCHE AUSSTATTUNG DES PMC COMMERCIAL

Prepress:

- Suprasetter A 75 DTL
- Suprasetter 106 DCL

Digital:

- 2 x Linoprint CV
- Linoprint CP
- Jetmaster Dimension

Offset:

- Speedmaster SX 52-5-P+L mit LE UV
- Speedmaster SM 74-2+P
- Speedmaster SX 74-5+L mit LE UV
- Speedmaster XL 75-6+L Anicolor
- Speedmaster XL 75-5+L
- Speedmaster CX 102-6+L
- Speedmaster SX 102-8+P+L mit LE UV und LED UV
- Speedmaster XL 106-8+P
- Speedmaster XL 106-6+L

Postpress:

- Falzmaschine Stahlfolder CH 56 und Stahlfolder CH 78
- Falzmaschine Stahlfolder BH 56
- Falzmaschine Stahlfolder TX 96 und Falzmaschine Stahlfolder KH 82
- Schneidemaschine Polar 56 ECO
- Schneidemaschine Polar PACE System 200 (137)
- Schneidemaschine Polar Cutting System Pro 200 (137)

Workflow Prinect

Verbrauchsmaterialien:

- Saphira, Saphira Eco, Saphira Starter Kit

Services:

- Heidelberg Systemservice, Remote Services, Performance Services

Tage der offenen Produktion in Würzburg

Der Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer hat sich als Unternehmen in den letzten Monaten erheblich verändert. Doch es sind nicht nur Kapazitäts- und Personalabbau, hohe Investitionen in moderne Fertigung im Rahmen der Neuausrichtung prägen ebenso das Bild. Und dieses stellte KBA in Würzburg vor.

Text und Bilder: KBA

Das in immer mehr Lebensbereiche vordringende Internet ist nicht spurlos an der Nutzung gedruckter Zeitungen, Magazine, Kataloge oder Bücher vorübergegangen. Die Printmedien müssen sich die Leser und den Werbekuchen mit immer mehr Online-Kanälen teilen und die Verlage suchen nach zukunftsfähigen Geschäftsmodellen. Entsprechend zurückhaltend sind sie mit Investitionen im Printbereich.

Dies trifft die Druckmaschinenbauer in medien- und werbeorientierten Märkten. So sind seit 2007 der Weltmarkt für Bogenoffsetmaschinen um etwa die Hälfte und die Nachfrage bei den für höhere Auflagen eingesetzten Rollenoffsetanlagen um gut drei Viertel geschrumpft.

Durch die erforderlich gewordenen Kapazitätsanpassungen gingen alleine bei den drei großen deutschen Druckmaschinenherstellern Heidelberg Druck, Koenig & Bauer und manroland über 15.000 Stellen verloren.

Anpassung an kleineren Markt

KBA hat das Anfang 2014 begonnene Fit@All-Programm zur Neuausrichtung des Unternehmens mittlerweile weitestgehend umgesetzt. Zum umfangreichen Maßnahmenpaket zählte die Verlagerung von über 50 Werkzeugmaschinen zur Vermeidung von Parallelaktivitäten an den Fertigungsstandorten. Die Werke Ternitz und Trennfeld wurden geschlossen und verkauft. Der Ende 2013 angekündigte Abbau von insgesamt rund 1.500 Stellen ist so gut wie abgeschlossen. In ihrer Sitzung am 21. Mai 2015 hat die Aktionärsversammlung darüber hinaus mit großer Mehrheit der vom Vorstand vorgeschlagenen gesellschaftsrechtlichen Neuaufstellung zugestimmt. Diese sieht die Umwandlung der Muttergesellschaft Koenig & Bauer AG in eine Management-Holding vor, nach Ausgründung von vier operativen Tochtergesellschaften für die Geschäftsbereiche Digital & Rolle

(KBA-Digital & Web Solutions), Bogen (KBA-Sheetfed Solutions), Wertpapier (KBA-NotaSys) und Produktion (KBA-Industrial Solutions). Die vier ausgegliederten Gesellschaften erhalten die Rechtsform einer AG & Co. KG mit der Koenig & Bauer AG als alleinige Komplementärin. Die Holding übernimmt mit einem auf drei Mitglieder verkleinerten Vorstand in erster Linie strategische und zentrale Funktionen. Nach der für Anfang Juli erwarteten Eintragung ins Handelsregister soll die neue Struktur rückwirkend zum 1. Januar in Kraft treten. Der Vorstand erwartet sich davon eine größere Kosten- und Ergebnistransparenz sowie mehr Ertragskraft durch interne Kunden-Lieferantenverhältnisse.

Neue Märkte im Visier

Ende März 2015 hatte die KBA-Gruppe ohne Auszubildende, Praktikanten und Mitarbeiter in Altersteilzeit noch 4.711 Beschäftigte, gut

3.000 weniger als vor acht Jahren. 2007 lag der Konzernumsatz aber auch noch bei 1,7 Mrd. € gegenüber 1,1 Mrd. € im Jahr 2014.

Am stärksten ist das frühere KBA-Kerngeschäft mit Rollenoffsetmaschinen geschrumpft. Das weggefallene Umsatzvolumen konnte bisher nur teilweise durch neue Geschäfte im Digital- und Verpackungsdruck ersetzt werden. KBA arbeitet deshalb mit Hochdruck an der Erweiterung des Produktportfolios. Neben eigenen Neuentwicklungen gehören dazu auch Unternehmensübernahmen wie KBA-Flexotecnica und KBA-Kammann im Jahr 2013, aber auch die Kooperation mit anderen Unternehmen. So werden HP und KBA im November im Würzburger Werk eine gemeinsam entwickelte Inkjet-Anlage für Wellpappenverpackungen vorstellen.

Die KBA-Gruppe ist sehr breit aufgestellt. Entsprechend setzt KBA weiter auf maßgeschneiderte Drucktechnik für unterschiedliche Märkte



Enorm produktive Bearbeitungszentren prägen die Großteilefertigung in der Halle 1 im Würzburger KBA-Werk.



In einem klimatisierten Raum bearbeitet die Hightech-Fräsmaschine DMC 270 (DIXI) Großteile in Uhrmacher-Präzision.



Ein Bekenntnis zu Print und zum Druckmaschinenstandort Würzburg gab KBA-Chef Claus Bolza-Schünemann vor den Gästen ab.

und Substrate von Papier über Karton bis hin zu Blech, Wellpappe, Folien oder Glas.

Print Vielfalt hat Zukunft

Über die Begleiterscheinungen des Strukturwandels in der Print- und Medienszene wird viel berichtet. Dabei entsteht zuweilen der Eindruck, dass es mit Print nur noch abwärts geht. Dem ist aber nicht so. Es gibt auch stabile und wachsende Märkte für Gedrucktes, zum Beispiel Verpackungen und neue industrielle Anwendungen. Beim zweitgrößten und ältesten Druckmaschinenhersteller der Welt glaubt man trotz der notwendigen Einschnitte in den letzten Jahren weiter an Print und eine gute Zukunft für das Würzburger Stammwerk.

Deshalb wurden nach der Modernisierung der Gießerei für über 14 Mio. € im Jahr 2011 kürzlich zusätzlich mehr als 7 Mio. € in die Würzburger Fertigung investiert und fünf hochmoderne Bearbeitungszentren installiert. In den letzten Monaten wurden hocheffiziente Anlagen für die Präzisionsbearbeitung von Großteilen angeschafft sowie die Fertigungs- und Montageinseln inklusive Logistik neu organisiert.

Industrial Solutions

Neben Seitengestellten, Farbkästen und anderen Komponenten für die Druckmaschinen will die neue Geschäftseinheit KBA-Industrial Solutions für andere Maschinen- und Anlagenbauer Großteile gießen, präzise bearbeiten und gegebenenfalls montieren.

KBA-Industrial Solutions kann neben der Fertigung unterschiedlicher Komponenten aus Guss, Stahl oder Blech auch Montage-, Engineering- oder Logistikleistungen anbieten und ist damit bei Outsourcing-Überlegungen oder Kapazitätsengpässen ein interessanter Partner für andere Maschinenbauer.

Für eine Reihe namhafter Unternehmen wird dies bereits erfolgreich praktiziert.

Entsprechend wurde neben Würzburg auch im KBA-Werk Radebeul kräftig investiert, unter anderem in neueste Beschichtungsanlagen.

Bekenntnis zum Traditionsstandort Würzburg

Vergleichbar modern ausgestattete Fertigungseinrichtungen wie in den beiden KBA-Werken sind im deutschen Maschinenbau längst nicht die Regel. Der KBA-Vorstandsvorsitzende Claus Bolza-Schünemann und sein für die Produktion verantwortlicher Kollege Michael Kummert sehen darin ein Bekenntnis zum fränkischen Traditionsstandort und führten mit Stolz Vertreter aus Politik, Wissenschaft, Wirtschaft, Behörden und externe Fertigungskunden und Journalisten am 12. Juni 2015 sowie aktive und ehemalige Mitarbeiter am 13. Juni an den Tagen der offenen Produktion durch das Werk. Etwa 50 Gäste und an die 1.000 »Kobbauianer« mit ihren Familien waren beim Rundgang erstaunt, wie sich die Wiege des Druckmaschinenbaus im Rahmen der 2014 umgesetzten Neuausrichtung hinter den Werksmauern grundlegend modernisiert hat, zumal die Medien über Print und die Druckmaschinenbranche häufig negative Schlagzeilen lieferten. Lehrer und Schüler aus der Region kamen ebenfalls, um sich im Betrieb und der staatlich anerkannten Werkberufsschule über die Ausbildungsmöglichkeiten bei KBA zu informieren. Mit einer Ausbildungsquote um die 7% hat Koenig & Bauer bei der Heranbildung des Fachkräftenachwuchses einen hervorragenden Ruf. Die technische Ausstattung des Werkes und die neu eingerichteten Arbeitsplätze sind beeindruckend.

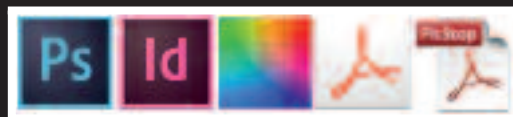
Einen Tag der offenen Tür für die fränkische Bevölkerung wie im September 1992 – damals kamen mehrere tausend Besucher – wird es wieder zum 200. Firmengeburtstag im September 2017 geben.

➤ www.kba.com

Zweitägige Weiterbildung zum

CLEVERPRINTING DATENCHECKER

Colormanagement, ICC-Profile
Photoshop, InDesign-Datencheck
Reinzeichnung, PDF/X-Export
Preflight mit Acrobat und PitStop

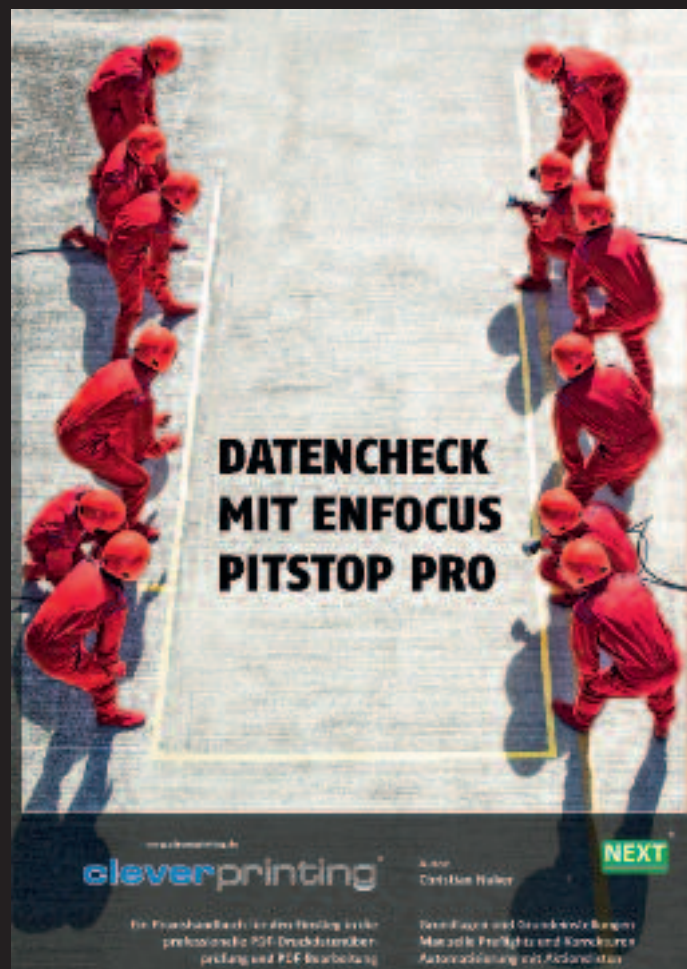


Bundesweit an sieben Standorten
Jetzt online anmelden:

www.cleverprinting.de

Keine Zeit für eine Weiterbildung?

Unser neues Cleverprinting-Buch „Datencheck mit Enfocus PitStop Pro“ zeigt Ihnen, wie Sie mit PitStop PDF-Druckdaten schnell und effizient prüfen und korrigieren. Neben den Werkzeugen zur manuellen PDF-Bearbeitung legen wir den Schwerpunkt hierbei auf die Möglichkeiten, Arbeitsabläufe clever zu automatisieren.



Best.-Nr.: CP-PitStop-01.2014
Preis nur 29,90 Euro

Es geht um Know-how

Gerade erst so richtig in Fahrt gekommen, befindet sich der Großformat-Druck schon im Wandel. Die Dynamik der permanenten technischen Weiterentwicklung und die Beziehungen zwischen den Kunden und Druckern haben aus der ursprünglich technikverliebten Branche ein äußerst seriöses Geschäftsfeld des digitalen Drucks werden lassen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Es ist vergleichbar mit allen anderen Drucktechniken: Es geht nicht mehr nur um bloße Druckleistung, gemessen in Bogen, Formen oder Quadratmetern, es geht um die Fertigungszeit pro Auftrag – von der Idee bis zur funktionsfähigen Lösung am Point of Sale zum Beispiel. Und zwischen diesen beiden Polen beschäftigt man sich eben auch mit dem Drucken.

Links und rechts daneben befassen sich Drucker und deren Kunden mit dem Aufbau langfristiger, partnerschaftlicher Beziehungen. Dabei geht es nicht darum, was die Technik kann – das erwarten die Kunden von ihren Druckereien ohnehin, ebenso wie Qualität, Termintreue und geringere Umweltbelastung. Was Kunden heute erwarten, ist echte Beratung. Sie sind auf der Suche nach möglichst intelligenten und kreativen Lösungen, um ihre zum Teil äußerst ausgefallenen Wünsche umzusetzen. Denn die Kunden stehen ja auch unter dem Druck, Herausforderungen zu bewältigen, denen sie selbst gegenüberstehen.

EFFEKTIVITÄT DER AKTIVITÄTEN Deshalb sollten Großformat-Druckereien ihren Auftraggebern die Möglichkeit geben, die Rentabilität und Effektivität ihrer Print-Aktivitäten nachweisen zu können. Das heißt im Idealfall: Bereits bei der Planung von Kampagnen oder Aktionen aktiv bereitzustehen und das eigene Material- und Prozess-Know-how beratend in die Waagschale zu werfen. Denn nur die wenigsten Kunden werden sich mit all den unterschiedlichen Materialien, Techniken und möglichen Anwendungen auskennen, die im Large- und Wide-Format-Printing heute machbar sind.

Der Druck ist also nur ein Schritt innerhalb eines Herstellungsprozesses, bei dem das Produkt weit wertvoller ist als die Summe seiner einzelnen Bestandteile. Der Lösung an sich kommt längst eine größere Bedeutung zu als dem Druck selbst. Und Lösungen reichen heute nicht mehr nur bis zur Auslieferung: Manche Produkte müssen im wahrsten Sinne des Wortes installiert werden. Deshalb gehören Sattler, Schreiner, Elektriker, Mechaniker und Monteure längst zu den Mannschaften von Großformatdruckereien.

NEUE KONSTELLATIONEN Large-Format-Druckereien unterliegen also nicht ausschließlich dem Druck zur Individualisierung. Zweifellos fördern immer kleinere Auflagen und die On-Demand-Produktion auch den Trend zur Personalisierung, was sich etwa bei maßgeschneiderten Anwendungen im Dekor- und Textildruck oder bei Fahrzeuggrafiken bemerkbar macht.

Doch auch hier sind Markenartikler, Klein- und Großunternehmen aus Industrie und Handel, aus der Kreativ-Szene auf der Suche nach Partnern, die ihnen innovative Lösungen nicht nur empfehlen können, sondern sie auch umsetzen. Hier kommt beispielsweise die Kombination von Produkten aus dem konventionellen oder digitalen Druck und den Lösungen des Großfor-

matdrucks inklusive aller Spezialeffekte zum Tragen. Dadurch entstehen neue Konstellationen und Möglichkeiten für Digitaldrucker.

Und genau das war es auch, was die Fespa 2015 in Köln so interessant machte. Natürlich war es auch eine Technik-Show. Es wurden aber auch erfreulich viele Anwendungen vorgestellt, die deutlich machen, dass die Reise in immer weitere Felder des täglichen Lebens geht – und nicht mehr nur auf bekannte Substrate wie Papier, Karton oder Kunststoffe.

Das Bedrucken von Stoff, Glas oder Kunststoffen ist zwar keine Neuheit mehr, aber die Möglichkeiten erweitern sich permanent. Nach Fahnen, Planen, Schildern oder Roll-Ups verlagert sich die Nachfrage nunmehr wieder nach Innen-Anwendungen und hier besonders auf Textilien. In der Eventbranche, bei Messen etc. wird schon längst auf bedruckte Textilien zurückgegriffen, weil sie elegant aussehen, leicht und faltbar und beim Versand oder einer Wiederverwendung praktisch sind. Zudem kommen Werkstoffe wie Glas oder Metall immer mehr zum Einsatz. Je nach Größe und Einsatzzweck auch Acrylglas- oder Aluminiumverbundplatten, Keramik, Holz und Bodenbeläge. Und Möbel wie komplette Tische oder Stühle zählen zu beliebten Bedruckstoffen oder werden gleich komplett auf Large-Format-Druckern und Schneideplottern hergestellt.

GEWALTIGES POTENZIAL Eine beeindruckende Application Gallery zeigte beispielsweise Canon mit allen denkbaren Anwendungen, die mit den eigenen Drucksystemen möglich sind. Doch während andere Hersteller stundenlang über ihr Unternehmen und die Produkte redeten, brachte es Robert Zinser von Canon fertig, eine halbe Stunde nur über Anwendungen zu sprechen und mit keinem einzigen Wort die Maschinen zu erwähnen.

Wie groß das Interesse an solchen Anwendungen und schließlich auch an den Lösungen ist, die die Technik dafür bietet, zeigte sich auf der Fespa 2015 Global Expo vom 18. bis 22. Mai 2015 in Köln. Das bewiesen die 43.775 Besucher an fünf Messetagen.

EDP AWARDS Das wurde ebenso bei der Übergabe der diesjährigen EDP-Awards deutlich. Die Vereinigung der 20 europäischen Fachmagazine, die sich intensiv mit digitalen Drucktechniken beschäftigen, hatten einmal mehr die besten Lösungen gekürt und die Awards an die Gewinner übergeben (siehe auch die Auflistung in der Anzeige rechts). Darin spiegelt sich die Vielfalt an Systemen, Lösungen und Anwendungen wider, die den Bereich Large- und Wide-Format-Printing so interessant machen und die zeigen, welches Potenzial noch immer in dieser Technik steckt.

SOFTWARE *Best special application solution:* TROTEC JOBCONTROL VISION • *Best color management solution:* AGEA ASANTI COLOR MANAGEMENT

PRINT SUPPORT TOOLS AND TECHNOLOGIES *Best print support tool:* GEW LW1

WIDE FORMAT PRINTERS *Best super wide format roll to roll printer up to 1,7 meter:* HP LATEX 360 • *Best print and cut solution:* MIMAKI CJV150/300 SERIES • *Best wide format roll to roll up to 3,3 meter:* AGEA ANAPURNA M3200I RTR • *Best wide format hybrid/flatbed UV printer:* CANON OCÉ ARIZONA 6100-SERIES • *Best wide format textile printer light production:* ROLAND DG TEXART RT-640 • *Best wide format textile printer high production:* DURST RHOTEX HS

COMMERCIAL PRINT SYSTEMS *Best production cut-sheet printer light production:* RICOH PRO C7100X • *Best production cut-sheet printer high production:* CANON OCÉ VARIOPRINT I300 • *Best production printer web-fed:* RICOH PRO VC60000

INDUSTRIAL AND SPECIAL PRINTING *Best special solutions printer:* LEONHARD KURZ DM-LINER • *Best labeling solution:* XEIKON CHEETAH • *Best packaging solution:* HP INDIGO 20000 DIGITAL PRESS • *Best multipurpose object printer:* MUTOH VALUEJET 426UF

FINISHING *Best sheet-fed offline finishing system:* HIGHCON EUCLID II+

SUBSTRATES *Best textile substrate:* DHJ DECOPRINT ACQUALIGHT • *Best environmental substrate:* 3A COMPOSITES SMART-X NATURA • *Best special application substrate:* KHORA BY JAMES CROPPER PAPER

Während der Fespa 2015 in Köln feierte die European Digital Press Association (EDP), der Zusammenschluss von 20 führenden europäischen Fachzeitschriften für digitale Produktion, die Gewinner des neunten EDP-Awards. Mehr als 120 neue Entwicklungen und Produkte wurden eingereicht. Schließlich wurden 20 Produkte mit einem EDP-Award als die jeweils besten in ihrer Kategorie ausgezeichnet. Herzlichen Glückwunsch!

Mit den EDP Awards werden jährlich die hervorstechenden Lösungen und Produkte aus den Bereichen Software, Digitaldruckmaschinen, Peripherie, Finishing, Veredelung, Tinten und Druckmaterialien ausgezeichnet. Die begehrten EDP Awards unterstützen die Anwender bei ihren Kaufentscheidungen und vermitteln den Herstellern eine Wertsteigerung ihrer Produkte.

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

AZ Druck steigert Schneidleistung

Die Kemptener AZ Druck und Datentechnik GmbH ersetzte drei Polar Schnellschneider 115 durch ein CuttingSystem 200 PACE von Polar und reduzierte damit die Produktionszeiten bei gleicher Auftragsmenge um rund 25%. Gleichzeitig sorgen die mit dem PACE-System verbundenen Abläufe für körperliche Entlastung bei den Mitarbeitern in der Weiterverarbeitung.

Text und Bilder: Polar

Die Entscheidung, die bisher eigenständig am Markt akquirierende Buchbinderei komplett zu integrieren, gab Anlass, die bestehende Weiterverarbeitung zu überdenken. Damit verbunden war auch die Suche nach einem Schneidsystem, mit dem die Hauptziele der Insourcing-Strategie, nämlich Konzentration des Maschinenparks, Leistungssteigerung sowie Arbeitserleichterung für die Mitarbeiter, am besten umgesetzt werden konnten. »Wir stellten fest, dass wir viel Zeit und Effizienz gewinnen, wenn wir das Stapeln und Zuführen des Schneidgutes zur



Schneidemaschine neu organisieren«, sagt **Andreas Strauss**, Leiter Weiterverarbeitung.

Bislang stand der Planschneider, wenn der Mitarbeiter Ware stapelte. Um das zu verhindern, musste ein zweiter Mitarbeiter eingesetzt werden. Würde das Schneidgut, so die Überlegung, künftig direkt und automatisch vom Rüttler in die Schneidemaschine transportiert und mit Hilfe eines entsprechenden Automatikprogramms direkt beschnitten werden, ließe sich einerseits der Stillstand verhindern, andererseits wäre der zweite Mitarbeiter nicht mehr notwendig.

Um zu klären, wie, vor allem aber auch mit welcher Maschine diese Ziele zu erreichen wären, starteten die Verantwortlichen der AZ Druck und Datentechnik GmbH eine umfangreiche Marktanalyse, wobei Qualität, Preis-Leistungs-Verhältnis

und auch die Frage, wie die Maschinen zum Beispiel mit sehr dünnem Papier umgehen, im Mittelpunkt standen. »Der Gewinner der Ausschreibung war am Ende ein Cutting System 200 PACE von Polar«, sagt Andreas Strauss: »Die Materialien, die wir getestet haben, sind über die Polar Schneidanlage am besten gelaufen.« Für Polar sprach zudem der robuste Maschinenbau, die guten Erfahrungen der letzten 15 Jahre sowie die enge Partnerschaft mit der Heidelberger Druckmaschinen AG.

Maschine mit vielen Features

Gut zwei Jahre nach der Installation und Inbetriebnahme des Schneidsystems sieht man sich in Kempten voll bestätigt. Die Verbesserungen und Leistungssteigerungen, die man sich von der Investition erwartet hat, sind komplett eingetreten. Die Produktion läuft um 25% schneller, die Zahl der Mitarbeiter an der Maschine konnte wie geplant reduziert werden, in den Abläufen gibt es wesentliche Fortschritte. So erfolgt das Beladen der Schneidmaschine nun



Günther Hartmann, Geschäftsführer und Andreas Strauß, Leiter Weiterverarbeitung (rechts).

über den Hintertisch. Mit dem Drehgreifer Autoturn wird die Schneidlage gedreht und mit Hilfe von automatischen Anlegern exakt in der Maschine positioniert, wo anschließend die Schneidware bis mit zu fünf Schnitten automatisch bearbeitet wird. Größter Vorteil: Der Mitarbeiter kann, während die Maschine automatisch arbeitet, bereits die nächste Schneidlage vorbereiten.



Als sehr hilfreich erweist sich zudem die Absauganlage, die den Abfall gleich aufnimmt und automatisch abführt – eine Aufgabe, die früher der Mitarbeiter vornahm, was weitere Zeit in Anspruch nahm.

Effizienzsteigerung durch Zählwaage

Was zur Effizienzsteigerung und auch zur Qualitätskontrolle beiträgt, ist eine beim Rüttelautomat integrierte Zählwaage. Anhand von Referenz-Werten lässt sich damit prüfen, ob tatsächlich die später benötigte Menge geschnitten wird. Nutzen bringt außerdem Compucut, über das gespeicherte Programme direkt abgerufen werden können. Mittelfristig ist geplant, diese Daten direkt aus der Vorstufe an die Maschine zu übermitteln.

Ist es auf der einen Seite die Produktivität, die gewachsen ist, so sorgen auf der anderen Seite die weichen Faktoren für Zufriedenheit bei der AZ Druck und Datentechnik. Da viele Produktionsschritte automatisiert ablaufen und ohne Unterstützung des Mitarbeiters erfolgen können, wurde auch dessen körperliche Belastung deutlich verringert. Wie Geschäftsführer Günther Hartmann erklärt, ein wichtiger Faktor für die Zufriedenheit und die Arbeitsfreude im Unternehmen.

› www.az-druck.de

› www.polar-mohr.com

SCHLAUMACHER DIGITALDRUCK

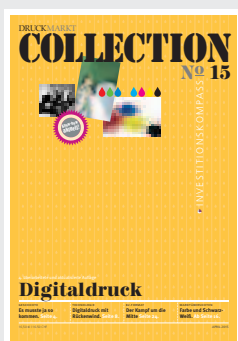


Mit dem Digitaldruck beschäftigt sich die Branche seit nunmehr gut 20 Jahren. Dabei sorgen ständig neue Techniken immer wieder für Diskussionen darüber, wo und wie Digitaldruck im professionellen Umfeld am sinnvollsten und vor allem wirtschaftlich einsetzbar ist. Die Unzahl an Systemen, Verfahrenstechniken mit Tonern, Tinten und unterschiedlich einsetzbaren Bedruckstoffen macht einen einfachen Überblick allerdings nicht gerade einfach.

Natürlich können Sie Kollegen fragen, sich durch Berge von Papier wühlen und durch Suchmaschinen kämpfen, um irgendwann den Überblick zu verlieren. Aber warum?

Diese Arbeit haben wir schon für Sie erledigt! Die ›Druckmarkt COLLECTION‹ 15 greift praktische und theoretische Aspekte auf, stellt über 200 aktuelle Drucksysteme in Marktübersichten zusammen, beschreibt und kommentiert sie. Daneben gibt es ein Glossar mit den wichtigsten Begriffen und ein Anbieterverzeichnis für die Ansprechpartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Übersichten (derzeit aktueller Stand 31. März 2015) werden übrigens permanent aktualisiert.

Und wenn Sie kein Exemplar der Erstauflage mehr erhalten – kein Problem. Schließlich gibt es ja auch noch den Digitaldruck!



›Investitionskompass‹ **Digitaldruck**

52 Seiten DIN A4, davon
über 12 Seiten Markt-
übersichten sowie Tabellen,
Checklisten, Artikel, Glossar
und Anbieterverzeichnis.

Zu bestellen im Internet für
16,50 € / 16.50 CHF.

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2015			
18. 06. – 19. 06. 2015	Deutscher Druck- und Medientag 2015	Berlin	 www.bvdm-online.de
22. 06. – 24. 06. 2015	Doxnet, Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	 www.doxnet.eu
24. 06. – 25. 06. 2015	Co-Reach, Dialogmarketing-Messe	Nürnberg	 www.co-reach.de
25. 08. – 26. 08. 2015	suisse emex, Messe & Kongress	Zürich	 www.suisse-emex.ch
10. 09. – 11. 09. 2015	Schweizer Medienkongress	Interlaken	 www.medienkongress.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
04. 11. – 06. 11. 2015	viscom, internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Düsseldorf	 www.viscom-messe.com
10. 11. – 12. 11. 2015	InPrint	München	 www.inprintshow.com
12. 11. – 13. 11. 2015	Treffpunkt Technik	Berlin	 www.bvdm-online.de
2016			
08. 03. – 11. 03. 2016	Fespa Digital	Amsterdam	 www.fespa.com
06. 04. – 07. 04. 2016	easyFairs, Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Zürich	 www.easyfairs.com
31. 05. – 10. 06. 2016	drupa 2016	Düsseldorf	 www.drupa.de
20. 09. – 25. 09. 2016	photokina	Köln	 www.photokina.de
09. 11. – 11. 11. 2016	InPrint	Mailand	 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

FREISPRECHUNGSZEREMONIE

GAUTSCHFESTE 2015
MIT BETEILIGUNG DES VDM NW

Viele Unternehmen unserer Branche, Berufsschulen und -kollegs sowie diverse Interessensgemeinschaften und Druckwerkstätten Gautschen Jahr für Jahr die Auszubildenden der Druckbranche nach bestandener Abschlussprüfung im Rahmen einer Freisprechungszeremonie in einer Bütte.

Auf drei bevorstehende Gautschfeste möchte der VDM NW daher hinweisen: Am Samstag, den 20. Juni 2015 findet ab 12:30 Uhr das große Gautschfest der Interessensgemeinschaft »Traditionelles Gautschfest Hagen und Sauerland« auf einer der schönsten Höhenburgen Deutschlands, der Burg Altena statt. Im Namen dieser Interessengemeinschaft und des Verbandes Druck + Medien Nord-West e. V. möchte der Verband jeden herzlich zu diesem Gautschfest auf die Burg Altena (Fritz-Thomee-Straße 80, 58762 Altena) im Märkischen Kreis einladen.

Der langjährigen guten Tradition folgend, werden am Donnerstag der Kieler Woche (25. Juni) die neuen Fachkräfte der Druck- und Medienbranche ihre Zeugnisse erhalten. Die feierliche Freisprechung und die Zeugnisübergabe beginnt um 13:00 Uhr im Haus der Wirtschaft in der Bergstraße 2 in 24103 Kiel. Der VDM Nord-West wird sich bei den Feierlichkeiten wieder mit einem »Grußwort« einbringen und die Absolventen und Gäste im Anschluss zum traditionellen Umtrunk einladen. Danach werden die Absolventen und ihre Begleitung mit

einem Festumzug zum Gautschen abgeholt. Dieser Teil wird durch die Gewerkschaft ver.di begleitet und findet auf der Rathausbühne, Rathausplatz, Kiel, statt.

Am Sonntag, den 28. Juni 2015 findet von 14:00 bis



ca. 17:00 Uhr ebenfalls ein großes Gautschfest auf Schloß Horst in Gelsenkirchen statt. Durchgeführt wird es vom »Handwerksmuseum – Alte Druckwerkstatt – Haltern« in Kooperation mit der »Historischen Druckwerkstatt, Offizin Schloss Horst Gelsenkirchen« und mit Unterstützung des Verbandes Druck + Medien Nord-West e. V. Das Gautschkollegium würde sich freuen, viele Gäste auf Schloß Horst (Turfstraße, 45899 Gelsenkirchen) begrüßen zu dürfen.

› www.vdmnw.de

7. MOBILE PUBLISHING-KONFERENZ

Mach's mobil! – unter diesem Motto veranstaltet die Akademie der Deutschen Medien am 24. Juni 2015 im Literaturhaus München die 7. Mobile Publishing-Konferenz. Im Fokus der Konferenz stehen neue Mobile Publishing-Projekte, die die technischen Möglichkeiten der Smartphones, Tablets und Wearables ausschöpfen und mobilen Nutzern so mehr als eine »One Size Fits All«-Lösung bieten: Activity Tracker, die das persönliche Sportprogramm ergänzen, Zeitschriften, die über Beacon-Technologien zu lesen sind, E-Books, die überall zum Sofort-Download bereit stehen. Doch wie gestaltet man Content so, dass er auch auf Smartphones und Wearables optimal nutzbar ist? Wie lassen sich mobile Nutzerdaten für die Produktkonzeption und -vermarktung einsetzen? In Strategie-Keynotes und Praxisvorträgen präsentieren Mobile-Experten innovative Produktkonzepte und neue Monetarisierungsmöglichkeiten. Zudem bieten Roundtable-Sessions viel Raum für persönliche Fragestellungen und anregende Diskussionen.

› www.medien-akademie.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

EINREICHUNGSFRIST BIS
ZUM 1. JULI VERLÄNGERT

Die Einreichungsfrist für den DID-Award wird bis zum 1. Juli 2015 verlängert. Damit wird sowohl dem regen Zuspruch als auch dem aktuellen Streik bei der Post Rechnung getragen.

Bereits zum zehnten Mal vergibt das Deutsche Institut Druck (DID) den DID-Award für Druckweiterverarbeitung. Dabei treten im Jubiläumsjahr wesentliche Änderungen in Kraft. So werden die Sieger des DID-Awards im Herbst 2015 im Hause des Gewinners ausgezeichnet. Neben der Auszeichnung für das eindrucksvollste industrielle Druckweiterverarbeitungsobjekt wird dem Gewinner ein ausführliches Porträt in der Fachpresse gewidmet.

Anliegen des DID-Awards ist es, besonders gelungene innovative und kreative Lösungen der industriellen Druckweiterverarbeitung hervorzuheben. Denn gerade in der Druckweiterverarbeitung liegt ein großes Potenzial, die Wertschöpfungskette von Print zu erweitern und Druckprodukte mit hohem Nutzwert zu schaffen. Teilnahmeberechtigt sind Druckereien, Agenturen, Fotostudios, Verlage, Vorstufenbetriebe, Weiterverarbeitungsunternehmen, Auftraggeber, Printbuyer sowie berufsbezogene Ausbildungsinstitute, Hochschulen und Schulen mit deutschem Firmensitz oder einer Niederlassung in Deutschland.

› www.did-award.de

ZWEI TAGE, VIER STÄDTE,
48 FARBEN

Kunst und Mode sind verwandelte Formen emotionaler Kommunikation. Was liegt da näher als das Kommunikations-Medium Nr. 1, Papier, dort zu präsentieren, wo Kunst und Mode zuhause sind? In trendigen Galerien und coolen Showrooms zeigen Papyrus und Gmund gemeinsam die ganze Vielfalt moderner Farbfeinstpapiere. An jeweils zwei Tagen erleben Besucher in den »Gmund Colors Gallery Stores« den 48-Farben-Rausch, der die Sinne weckt, berührt und neu inspiriert. In einer besonderen Ambiente führen die im Kreativlabor fein abgestimmten Basisfarben von Gmund Colors ihre faszinierende Wirkkraft vor Augen.



Farbintensiv und kombinationsstark, ausgestattet mit einer verführerischen Haptik, spricht das Komplettsortiment hochwertiger Gmund Papiere treffsicher die Emotionen an. In stylischer Atmosphäre setzen vielfältigste Anwendungsbeispiele wie Boxen, Briefpapier und -hüllen, Hangtags, Visitenkarten und Broschüren die Gmund Colors Papiere in Szene. Begleitet von kleinen kulinarischen Highlights bilden die Gmund Colors Gallery Stores den perfekten Rahmen zum kommunikativen Austausch mit Material- und Branchenexperten. Verbliebene Termine des Events sind der 17./18. Juni in München und der 23./24. Juni in Berlin.

› www.papyrus.com

WAS MAN ÜBER UV WISSEN SOLLTE Seit fast 40 Jahren entwickelt Hönle UV-Technologie und seit fünf Jahren bietet Hönle Seminare rund um das Thema UV. Ziel ist es, Anwender umfassend über die UV-Technologie zu informieren. Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 16 Personen beschränkt.

Neben dem UV-Grundlagenkurs am 21. Oktober gibt es am 25. November das Seminar »Neue UV-/UV-LED-Klebelösungen für die Industrie«, das einen Überblick über UV-Klebelösungen für industrielle Anwendungen gibt. › www.hoenle.de

TAG DER VERPACKUNG 2015 Marketing ist die Königsdisziplin der Verpackung, aber wird sie nicht trotzdem manchmal unterschätzt? Wie wichtig ist die Verpackung für den Erfolg eines Produkts? Zahlreiche Experten zeigen am Tag der Verpackung am 19. Juni im schweizerischen Stein am Rhein dazu die Herausforderungen und Trends auf – eingeteilt in die drei Themenschwerpunkte »Information«, »Identifikation« sowie »Kommunikation«. › www.svi-verpackung.ch

17. DOXNET JAHRES-KONFERENZ Die diesjährige Doxnet-Jahreskonferenz (The Document X-perts Network) findet vom 22. bis 24. Juni 2015 in Baden-Baden statt. Neben hochkarätigen Keynote-Speakern und zahlreichen Fachthemen aus dem Bereich des Dokumentenmanagements berichten Anwender von Installationen und Projekten. › www.doxnet.eu

PRINT COCKTAILS Neue Lösungen rund um das Thema Druck mit Nutzen für verschiedene Zielgruppen und Gelegenheit, kompetente Ansprechpartner zu treffen, bieten die Print Cocktail-Veranstaltungen des RGF, der Verbundgemeinschaft von Systemhäusern, Fachhändlern und Consultants. Der letzte verbliebene Print Cocktail findet vom 25. bis zum 27. August in Krefeld statt. › www.printcocktail.de

FMI-JAHRESTAGUNG Im Hotel »Zur Tenne« in Kitzbühel findet vom 25. bis 27. Juni 2015 die nächste Jahrestagung des Fachverbandes für multimediale Informationsverarbeitung e. V. (FMI) statt. Ein Networkingprogramm, Vorträge, Erfahrungsaustausch und die Vertiefung von Kooperationen unter den Dienstleistern stehen auf der Agenda. Vorsitzender Günter Wittlinger lädt neben allen Mitgliedern auch interessierte Schnupperteilnehmer aus der Scan-Mikrofilm- und Archivierungsbranche herzlich ein. › www.fmi-ev.de

GEPRÜFTER WEB PROFESSIONAL Mit dem Programm »Geprüfter Web Professional« startet zum ersten Mal eine Weiterbildung, die auf das vorhandene Printwissen von Mediengestaltern aufbaut und ihnen eine solide Einführung in das digitale Know-how ermöglicht. Mit dieser Initiative werden die Synergien und die Bedeutung von Print bei der Erstellung von Digitalmedien deutlich. Dass Print und Digital mehr und mehr zusammen wachsen, haben auch die teilnehmenden Agenturen, Druckereien, Mediendienstleister und Verlage erkannt, die ihre Mitarbeiter und damit ihr Unternehmen für die Zukunft aufstellen und qualifizieren. Bis Oktober nehmen sie an dem berufsbegleitenden Programm teil.

› www.web-professional.de › www.vdmnw.de

POP-UP AUSSTELLUNG IN BERLIN KREUZBERG Kreativpapierhersteller Arjowiggins und Europas führender Papiergroßhändler Antalis zeigen dieses Jahr erstmalig anhand von Pop-Up Ausstellungen in sechs europäischen Großstädten das kreative Potenzial von Papier.

Nach Paris, Barcelona, Mailand, London und Amster-



dam kommt die Pop-Up Ausstellung von Arjowiggins und Antalis nun nach Berlin. Vom 18. bis zum 20. Juni 2015 zeigen die beiden Unternehmen im Umspannwerk Kreuzberg, dass Papier eine universale und einzigartige Methode ist, um eine Idee zu einem fühlbaren und emotional prägenden Erlebnis zu machen. Kreative, Designer und Drucker können zudem an verschiedenen Workshops teilnehmen.

Die vorgestellten Broschüren, Tragetaschen, Einladungen, Poster, Verpackungen, Visitenkarten oder auch Bücher wurden alle auf Arjowiggins Kreativpapier gedruckt und unter anderem für Luxusmarken, Restaurants und Modefirmen erstellt. Insgesamt 100 gedruckte Designs aus mehr als 30 Ländern zeigen wie einfache Ideen durch sorgsam ausgewähltes Papier zum Erlebnis werden können.

› www.antalıs.de

F:MP.-CAMPUS BEKOMMT NACHWUCHS

Als zukunftsorientierter Verband ist der f:mp. stets bestrebt, seine Bildungsangebote und Veranstaltungsformate für Mitglieder und Interessierte weiter auszubauen. Um dies zu gewährleisten, wurde gerade ein ganz neuer Campus-Standort in Nürnberg eingerichtet.

Das Berufsfeld des Medienproduktioner verlangt wie kaum ein anderes, jederzeit den neuesten Stand der verfügbaren Technologien und Techniken mit all ihren Vor- und Nachteilen über die verschiedensten Verfahren hinweg und in einem sich schnell verändernden Marktumfeld im Blick zu behalten.

»Das mehrgliedrige System der diversen Weiterbildungsangebote des Fachverbands hat sich dabei über die Jahre hinweg bewährt«, urteilt Gennaro Marfucci, Ressortleiter Aus- und Weiterbildung im Vorstand des f:mp. »Dazu hat vor allem die stetige Weiterentwicklung der Veranstaltungsinhalte sowie der hohe Praxisbezug beigetragen. Mit dem gesamtheitlichen f:mp.-Campus-Konzept werden die einzelnen Bildungsangebote des f:mp. nun noch stärker ineinandergreifen – ein Konzept aus einem Guss.« Die regionalen Campus-Standorte werden von erfahrenen Medienproduktionern ehrenamtlich geleitet. Für den Standort Nürnberg übernimmt die Leitung Petra Kunkel, gelernte Fachkauffrau für Marketing und »Geprüfter Medienproduktioner/f:mp.«. Die erste Campus-Veranstaltung in Nürnberg findet am 24. Juni 2015 im Rahmen der Co-Reach statt.

› www.f-mp.de

VERANSTALTUNGSREIHE FACHWISSEN TO GO

Unter dem Namen Fachwissen to go hat Bobst Meerbusch eine Veranstaltungsreihe ins Leben gerufen, die Führungskräften der Verpackungsindustrie mit Hilfe ausgewählter Themengebiete eingehendes Prozesswissen näher bringt. Die einzelnen, sehr kompakten Veranstaltungen bestehen aus eintägi-



Mit seiner neuen Veranstaltungsreihe Fachwissen to go bringt Bobst Meerbusch Führungskräften der Verpackungsindustrie mit Hilfe ausgewählter Themengebiete eingehendes Prozesswissen näher.

gen Seminaren mit stark praxisbezogenem Workshop-Charakter.

Angesichts der großen Nachfrage und der positiven Resonanz auf die ersten Termine 2015 hat Bobst Meerbusch für den weiteren Verlauf dieses Jahres weitere Fachwissen to go Veranstaltungen zu verschiedenen Themen geplant, die sich in erster Linie an den Wünschen von Kunden orientieren. Die nächsten Termine sind für die Tage vom 22. bis zum 24. Juli 2015 vorgesehen. Geplant ist das Thema »Dynamisches Ausbrechen«, das mittels Zeitlupentechnik live an einer Stanzmaschine veranschaulicht wird.

So erhalten die Führungskräfte in den Seminaren Anregungen, wie sie zum Beispiel die Qualifikation ihrer Maschinenführer gezielt verbessern oder Leistungsfähigkeit ihrer Maschinen steigern können.

› www.bobst.com

DEUTSCHER DRUCK- UND MEDIENTAG 2015

In Zeiten, in denen immerzu irgendetwas geschützt wird – die Umwelt, die Daten, das Klima oder die Verbraucher – stellt sich irgendwann die Frage: was schützt, was nützt – und vor allem wen und wem? Welche Hemmnisse müssen Druck- und Medienunternehmen in Deutschland überwinden, welche Risiken oder auch Chancen sind damit verknüpft? Der Bundesverband Druck- und Medien lädt dazu ein, diese zentralen Fragen auf dem Deutschen Druck- und Medientag 2015 vom 18. bis 19. Juni in Berlin mit Experten zu diskutieren.

› www.bvdm-online.de

A&F INFODAY AM 24. JUNI 2015 IN SURSEE

Anfang dieses Jahres hat Adobe den Nachfolger der Adobe Digital Publishing Suite auf diesen Sommer angekündigt. Am A&F Infoday am 24. Juni im Granolissimo in Sursee erhalten Besucher erstmalig Einblicke in das kommende Update der Adobe Digital Publishing Suite und können ein brandneues Tool namens Tutto kennenlernen. Dazu erfahren sie alles Wissenswerte zu den neuen A&F Produkten D-Share und Viva und erhalten von Hardware-Spezialisten wesentliche Inputs für die Verbesserung der eigenen ICT-Business-Umgebung.

› www.a-f.ch

EFI HAUTNAH IN RATINGEN

Mehr als 170 Kunden und 16 Fachhändler versammelte Efi am 20. und 21. Mai zu einem Branchentreff in Ratingen. Produktschulungen standen ebenso auf dem Programm wie Seminare zu den Themen ROI, Betriebsführung und Marketing. Den Schwerpunkt bildete das Angebot der Sparte Efi Productivity Software, das von Web-to-Print über Produktionsplanungen hin zu Betriebsführungslösungen reicht. Beachtung fand auch die jüngste Version der DirectSmile-Software für crossmediales Marketing, die live vorgeführt und als Einstieg in neue Märkte diskutiert wurde.

› www.efi.com

CAMPUS MANAGEMENTAKADEMIE

ABSCHLUSSFEIER DES SENIOR CAMPUS PROGRAMMS

Ende April fand die Abschlussfeier des 2. Kurses des Senior Campus Managementprogramms statt. Die Campus Managementakademie ist eine Initiative und Gesellschaft des größten Verbandes der Druck- und Medienbranche Deutschlands (Verband Druck + Medien Nord-West e. V.). Die Absolventen sowie das Campus Team hatten allen Grund zu feiern und das taten sie bis in die frühen Morgenstunden. Nach zwei Jahren intensiver Auseinandersetzung mit den Kernthemen der Unternehmensführung

wie Strategie, Finanzen, Marketing, Medienmanagement, Führung und Business Excellence konnten die Absolventen des Programms mit Stolz ihre Zertifikate entgegennehmen. Im Rahmen der Abschlussprüfung hatte jeder Teilnehmer ein umfangreiches Unternehmenshandbuch erstellt und die Ziele und Maßnahmen, die sie für ihr Unternehmen definiert haben, überzeugend vor dem Prüfungsausschuss präsentiert.

› www.vdmnw.de

› www.campus-mdm.de

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

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



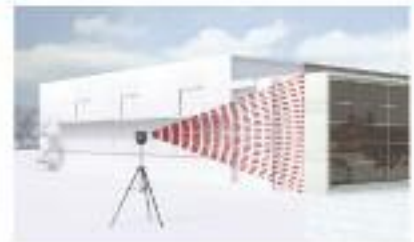
Grafische Systeme

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.

KONICA MINOLTA AUF DER IGEPA SELECT 2015

Mit prämierter bizhub-Systemtechnik und produktivitätsfördernden Applikationen präsentiert sich Konica Minolta auf der Igepa Select, der Hausmesse des Papier-Großhandelsunternehmens Igepa vom 25. bis 27. Juni 2015 auf dem Messegelände Kassel. Igepa-Tochterunternehmen sind seit 2011 autorisierte Vertriebspartner für die Produktionsdrucksysteme des Marktführers Production Printing.

»Auf der Igepa Select zeigen wir mit bizhub Press C1100, C1052 und C1070 prämierte Produktionsdruck-Systeme in Verbindung mit wertschöpfenden Applikationen wie Efi Fiery Central und Konica Minolta JT Suite 6. Die marktführende Druckqualität der Systeme entfaltet sich ideal auf hochwertigen Bedruckstoffen. Als Schnittstelle zwischen Papierherstellern und grafischer Industrie ist die Igepa daher ein starker Partner für uns«, sagt Carsten Bamberg, Team Manager Productmanagement Production Printing Cluster West bei Konica Minolta.

Die bereits fünfte Igepa Select zeigt auf über 5.000 m² Produkte und Neuheiten aus den Bereichen Werbetechnik, LFP, Digitaldruck, Agentur, Druckerei, Copyshop, Packaging und Vorstufe. Es werden rund 2.000 Gäste erwartet.

› www.konicaminolta.de

CROSSMEDIA – PRINT – EMOTION

Gleich zwei Mal wird Antalis dieses Jahr auf der Co-Reach in Nürnberg vertreten sein: Zum einen präsentiert das Unternehmen auf dem Creative Power Messestand das aktuelle Sortiment mit dem Fokus Premiumpapiere. Zum anderen entführt Antalis in Kooperation mit der Brancheninitiative »Print digital!« vom f:mp die Besucher der Co-Reach 2015 in die Erlebniswelt: Crossmedia – Print – Emotion.

Am 24. und 25. Juni bringt die Dialogmarketing-Messe Co-Reach alle Werbekanäle von Print bis Mobile in Nürnberg zusammen. Im Mittelpunkt stehen zukunftsweisende Marketingstrategien für einen nachhaltigen, crossmedialen Kundendialog. In der Erlebniswelt: Crossmedia – Print – Emotion werden Ideen und Best Practices vorgestellt, die zeigen, wie durch Individualisierung, Multisensorik und Medienkonvergenz innovative und erfolgreiche Kommunikationslösungen entstehen können.

Die Erlebniswelt kombiniert Ausstellerstände von 21 renommierten Partnern mit einer Exponate-Area, in der konkrete crossmediale Anwendungen in Verbindung mit Digitaldruck vorgestellt werden. Experten aus den Bereichen Digitaldruckanwendung, -veredelung, -beratung, und -individualisierung, Bedruckstoffe und Crossmedia-Management stehen zur Verfügung, um die unterschiedlichsten Applikationen, Technologien und Verfahrensweisen eines zukunftsweisenden Marktes erlebbar zu machen.

› www.co-reach.de

VIER LEHRGÄNGE FÜR DIE ZUKUNFT

Erstmals starten im August 2015 an der Schule für Gestaltung St.Gallen die Lehrgänge der Höheren Fachschule »Interactive Media Design« und »Industrial Design«.

Interactive Media Designer konzipieren und gestalten interaktive Medienformate für die digitale Markenführung. Dabei entwerfen sie visuell anspruchsvolle, interaktive Bedienoberflächen und gestalten multimediale Inhalte und digitale Markenerlebnisse für unterschiedliche Touchpoints und Devices. Neben einem künstlerischen und ästhetischen Gespür besitzen Interactive Media Designer die Fähigkeit, technische Innovationen und komplexe Systeme zu verstehen und in ihre Arbeit mit einzubringen.

Industrial Designer arbeiten in Designbüros, Designabteilungen von Betrieben, in Handwerksbetrieben mit gestalterischem Anspruch oder als selbstständige Unternehmer. Der dreijährige Lehrgang mit eidgenössisch anerkanntem Abschluss der Höheren Fachschule für Künste, Gestaltung und Design St.Gallen erweitert bereits vorhandene handwerkliche und gestalterische Kenntnisse und bietet eine breite Basis an spezialisiertem Fachwissen und Kompetenzen, die für das Berufsfeld Industrial Design notwendig sind. Ab Sommer 2015 bietet die Schule für Gestaltung in St.Gallen diese Ausbildungen auf Stufe der Höheren Fachschule erstmals an.

› www.gbssg.ch

BILDUNGSZENTRUM ALOIS SENEFELDER

An der Technikerschule für Druck und Papierverarbeitung des Städtischen Beruflichen Schulzentrums Alois Senefelder in München beginnen im September 2015 wieder die Lehrgänge »Ausbildung zum staatlich geprüften Druck- und Medientechniker« und »Ausbildung zum staatlich geprüften Papiertechniker«.

Die Lehrgänge dauern zwei Jahre und schließen mit dem Zertifikat »Staatlich geprüfter Druck- und Medientechniker« beziehungsweise »Staatlich geprüfter Papiertechniker« ab.

Die Bewerber müssen eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem anerkannten Ausbildungsberuf der Druckindustrie (zum Beispiel Setzer, Reprohersteller, Drucker, Werbe- und Medienvorlagenhersteller, Medienstalter) oder der Papier, Pappe und Kunststoffe erzeugenden oder verarbeitenden Industrie (zum Beispiel Papiermacher, Verpackungsmittelmechaniker, Buchbinder) und das Abschlusszeugnis der Berufsschule besitzen. Die Dauer der Berufsausbildung und der beruflichen Tätigkeit muss insgesamt mindestens vier Jahre umfassen.

Anmeldungen für die genannten Lehrgänge sind bis 20. Juni 2015 an die Schule zu richten.

› www.senefelder.musin.de

WORKSHOPS ZU sPRINT ONE

Die PerfectPattern GmbH mit Sitz in München ist ein Softwareunternehmen, das mathematische Forschung mit Branchen-Know-how verbindet, um so eine ressourceneffiziente und nachhaltige Produktionsplanung in Industrie und Wirtschaft zu ermöglichen. Mit sPrint One bietet PerfectPattern der Druckindustrie eine dynamische und leistungsstarke Technologie für die Erstellung von Sammelformen für den Akzidenzdruck. Im-pressed liefert hierfür eine fertige Integration der sPrint One Technologie mittels eigener Konfiguratoren für die Automatisierungslösung Enfocus Switch. Dank der Switch-Konfiguratoren können Unternehmen ihren Workflow direkt parametrisieren und automatisieren. Switch steuert dabei die ausgewählten externen Programme direkt an und verknüpft diese miteinander. So kann Switch sPrint One in nahezu jeder Workflowumgebung perfekt integrieren. Robert Meißner, Geschäftsführer von PerfectPattern:

»Durch die Automatisierung gewinnen unsere Kunden stark an Flexibilität und sind nicht länger an eine starre Blockplanung gebunden. Zudem ermöglicht ihnen die optimierte Abwägung von Rohstoffkosten und Rüstkosten durch unsere Technologie eine Minimierung ihrer Produktionskosten.«

Ein Workshop zu sPrint One und die praktische Nutzung findet am 19. Juni in Hamburg statt.

› www.impressed.de

› www.perfectpattern.de

MESSE FACHPACK IN NÜRNBERG

STRUKTURWANDEL IN DER VERPACKUNGSBRANCHE

Vom 29. September bis 1. Oktober dieses Jahres findet im Nürnberger Messezentrum die nächste Fachpack statt. Die erwarteten 37.000 Fachbesucher sollen nach dem Wunsch der Veranstalter Innovationen entlang der Prozesskette Verpackung, Technik, Veredelung, Logistik erleben. Denn auch in der Verpackungsbranche machen sich Strukturveränderungen bemerkbar.



Mit dem Coffee-to-go in der Hand schnell die Einkäufe auf dem Smartphone erledigen und dann nach Feierabend auf dem Heimweg die Bestellungen abholen – das ist nur ein Szenario des Konsumenten der Zukunft. Daneben wächst der Online-Handel weiter, bei dem das Auspacken der bestellten Waren der erste Berührungspunkt mit dem Produkt ist. Dabei muss die Verpackung mehr leisten, als das Produkt zu schützen oder im Ladenregal zu glänzen. Die Kennzeichnungstechnik übernimmt hier zusätzliche Aufgaben: Sie steuert die Bestellungen und bringt sie zum richtigen Empfänger. So stellt der Strukturwandel im Einzelhandel die Verpackungsindustrie in allen Bereichen vor zum Teil völlig neue Herausforderungen. Als weiterer Trend wird die Individualisierung von Produkten gesehen: Das Angebot erstreckt sich vom Müsli, das sich der Konsument in der bevorzugten Variante mischen lassen kann, bis zur Kreation persönlicher Teespezialitäten – eine Herausforderung für die Hersteller und Maschinenteknologie, denn die unzähligen Varianten und Mischungen müssen

produziert und verpackt werden und auch das Etikett muss jeweils individuelle Angaben und Informationen enthalten. Ein weiteres wichtiges Feld für Kennzeichnungslösungen: Sie helfen mit, Produkte exakt zu identifizieren.

Markenfälschungen sind für Luxusgüter, vor allem aber auch für die Health- und Beauty-Industrie ein Problem, das durch das Online-Shopping noch verstärkt wird. Fälschungen treten immer professioneller auf und verursachen nicht nur erhebliche Schäden für die Markenartikelhersteller, sondern können im schlimmsten Fall auch die Gesundheit der Konsumenten gefährden.

Die standardisierte Serialisierung von Arzneimittel-Packungen stellt neue Anforderungen an den Umgang mit wachsenden Datenmengen. Alle Produkt- und Logistikinformationen müssen für jede einzelne Medikamentenverpackung erfasst und gespeichert werden. Individualisierungs- sowie Track- und Trace-Systeme für effiziente, lückenlose Produktverfolgung sowie sichere Echtheitsprüfung und Fälschungsschutz basieren auf intelligenter Software-Architektur, die sich mit moderner Maschinen- und Drucktechnologie verbinden lässt.

Interaktiv werden Verpackungen durch QR-Codes oder Augmented Reality. Auch hier spielt das Stichwort Individualisierung eine Rolle: Inkjet-Drucker können neben Barcodes, QR, Logos und Zeichensätzen auch einmalige Codes drucken, die zur Rückverfolgbarkeit oder zu Promotional Coding wie interaktiven Gewinnspielen verwendet werden. Sie lassen sich mit dem Smartphone oder am PC aktivieren.

Und schließlich kommen mit dem wachsenden Versandhandel der Online-Shops auch neue Aufgaben auf die Logistik zu.

› www.fachpack.de

DRUCKMARKT
impressions

Für zwischendurch

> Druckmarkt impressions < ist eine Ergänzung zu den gedruckten Ausgaben. Was nicht bis zum nächsten Erscheinungstermin warten kann oder soll, wird in diesem Zeitschriftenformat als PDF im Internet veröffentlicht.

*Also: schnell **kostenlos** bestellen!
www.druckmarkt.com*

arcus design 2015 | www.arcusdesigns.de
Bildquelle: jtkaejc, www.123rf.com/de

DRUCKMARKT
Printmedienmagazin

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2015	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
18. 06.	cleverprinting, Highend Bildretusche und highend digital Composing	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
19. 06.	sbvv, Das Lektorat – die verschiedenen Tätigkeitsfelder	CH-Zürich	› www.sbv.ch
19. 06.	VDMB, Kompakt-Praxistraining: Mitarbeitergespräche souverän führen	Ismaning	› www.vdmb.de
19. 06. – 20. 06.	tgm, Workshop: Systematisches Gestalten und Varianten in der Typografie	Germering	› www.tgm-online.de
19. 06. – 20. 06.	tgm, Portfolios fotografieren – Das eigene Schaffen ins rechte Licht gerückt	München	› www.tgm-online.de
22. 06.	impressed, Enfocus PitStop Starter	Hofheim	› www.impressed.de
22. 06.	cleverprinting, Webdesign mit Wordpress	Hamburg	› www.cleverprinting.de
22. 06. – 25. 06.	VDM NW, HTML/CSS – Erweiterte HTML-Elemente, Selektoren und Formulare	Lünen	› www.vdmnw.de
23. 06.	cleverprinting, Webdesign mit Wordpress	Hamburg	› www.cleverprinting.de
23. 06.	impressed, Enfocus PitStop Insider	Hofheim	› www.impressed.de
23. 06.	VDM NW, Adobe InDesign – Layout-Workflows automatisieren	Lünen	› www.vdmnw.de
24. 06.	cleverprinting, InDesign Expertentag: Automatisierte Katalog- und Prospekt-Produktion	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
25. 06.	VDM NW, Psychische Belastungen am Arbeitsplatz – Antistressverordnung	Lünen	› www.vdmnw.de
25. 06.	cleverprinting, InDesign Expertentag: Automatisierte Katalog- und Prospekt-Produktion	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
26. 06. – 28. 06.	tgm, Typografie mit allen Sinnen – Letterpress-Workshop	München	› www.tgm-online.de
29. 06. – 30. 06.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
30. 06. – 01. 07.	VDM NW, HTML/CSS – Response Webdesign versus Adaptive Webdesign	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
01. 07.	VDMB, Kompaktseminar: Social Media Marketing	Ismaning	› www.vdmb.de
01. 07.	VDMB, Know-how für Kundenberater – Teil 2	Ismaning	› www.vdmb.de
01. 07.	sbvv, eBook-Vertrieb: Strategien und Umsetzung	CH-Zürich	› www.sbv.ch
02. 07.	VDM NW, Lean Management für die Druck- und Medienbranche	Hamburg	› www.vdmnw.de
02. 07. – 03. 07.	VDMB, Marketing-Experte – Modul 4	Ismaning	› www.vdmb.de
03. 07. – 04. 07.	tgm, Das große 1x1 der Printproduktion	München	› www.tgm-online.de
06. 07.	tgm, Workshop: Adobe Illustrator	München	› www.tgm-online.de
06. 07. – 07. 07.	VDM NW, Medienproduktion – Von der Vorlage zum perfekten Reinzeichnung	Hamburg	› www.vdmnw.de
07. 07.	VDM NW, Augmented Reality – AR für Nicht-Programmierer	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
07. 07. – 08. 07.	VDMB, AusDRUCKsstarke Kundengespräche	Ismaning	› www.vdmb.de
08. 07.	VDM NW, Fotografie – vom RAW zum Medienprodukt	Hamburg	› www.vdmnw.de
11. 07. – 12. 07.	tgm, Automatisierung mit JavaScript – Skripting in InDesign	München	› www.tgm-online.de
13. 07. – 14. 07.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus	Hofheim	› www.polar-mohr.com
13. 07. – 14. 07.	VDMB, Die Führungskräfteausbildung – Modul 1	Ismaning	› www.vdmb.de
13. 07. – 14. 07.	VDM NW, Colormanagement – sicheres Farbmanagement als Qualitätsfaktor	Hamburg	› www.vdmnw.de
17. 07. – 18. 07.	tgm, Realisierung und Abschluss am Beispiel von Druckprodukten	Germering	› www.tgm-online.de
17. 07. – 19. 07.	tgm, Buchgestaltung für Fotografen – Gute Fotos verdienen eine exzellente Typografie	München	› www.tgm-online.de
25. 07. – 26. 07.	tgm, Barrierefreies Publizieren mit Adobe InDesign	München	› www.tgm-online.de
27. 07. – 28. 07.	VDM NW, Offsetdruck – fachbezogene Mathematik	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
03. 08. – 04. 08.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
03. 08. – 05. 08.	VDM NW, Offsetdruck – theoretische Fachkompetenz	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
05. 08. – 06. 08.	Polar, Kurse für Polar Compucut	Hofheim	› www.polar-mohr.com
09. 08.	VDM NW, Adobe InDesign – personalisierung und variable Daten	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
12. 08. – 13. 08.	VDM NW, Projektmanagement Grundlagenseminar	Hamburg	› www.vdmnw.de
20. 08.	SVI, Grundlagen der Lebensmittelkontaktmaterialien	CH-Dietikon	› www.svi-verpackung.ch
20. 08. – 21. 08.	VDM NW, Digitalfotografie – Praxisseminar	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
02. 09.	VDM NW, PDF/X – Analyse und Korrekturen mit Enfocus PitStop	Hamburg	› www.vdmnw.de
03. 09. – 04. 09.	VDM NW, Akquise kompakt: Die Sprache der Kunden sprechen – verbal und medial	Hamburg	› www.vdmnw.de
07. 09. – 08. 09.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus	Hofheim	› www.polar-mohr.com

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

DRUCKEREIBEDARF

Heftmechaniken
selbstklebend, mit Abheftvorrichtung

über 1.200 weitere Artikel im Onlineshop!
Fordern Sie unseren aktuellen Katalog an!
Komplettangebot Konfektionierungartikel

WWW.SPRINTS.DE TEL.: (09 31) 40 41 60

Streifenelinschussgeräte
Für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsanlagen

Bohren • Lochern • Perforieren • Slanten
Nuten • Einkanten • Register setzen
Heften • Zärfen • Steden anschließen
Wagen • Verdrängen • Fälschen • Block-
fahren • Bandklopfen • Nummern
Rollen • Handwalzen • Diverse Messgeräte

Graph. Maschinen- und Apparatebau

www.foellmer.com www.foellmer.ch

JOSEF FOELLMER GmbH
K. P. RINGSTRASSE 8
D-76506 VILMERSCHWANDEN
Telefon 0 72 93 - 30 12 - 0 • Fax 0 72 93 - 30 12 - 90

DRUCKEREIBEDARF

TECHKON
früher für maschinen



www.techkon.com

WEITERVERARBEITUNG

FKS Ing. Fritz Schroeder
GmbH & Co. KG
T: +49 (0)40 736077-0
E: info@fks-hamburg.de

GRAFISCHE MASCHINEN
ALLES NACH DEM DRUCK

„Alles nach dem Druck!“
Professionelle Maschinen für:

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

Mehr Informationen:



www.fks-hamburg.de

binderhaus
BINDEMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

Laminieren / Cellophanieren:
Laminiermaschinen
bis 106 x 145 cm,
ein- oder zweiseitig,
bis 170 m/min.

binderhaus GmbH & Co. KG
Fabrikstr. 17 • 70794 Filderstadt
Tel. 0711/3584545 • Fax 0711/3584546
E-Mail: info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

Printfinder SIA

Ihr Spezialist für
Hardcover & Softcover
Buchproduktion in Lettland

Garu 6-21, Riga LV-1010, Lettland
Tel.: +371 - 29 636 232
E-Mail: printfinder@printfinder.lv
www.printfinder.lv/de

WEITERVERARBEITUNG

MKW Graphische Maschinen

RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

Papierbohrer mit dem großen „F“

Fordern Sie
unser „know-how“

Mit unseren einzigartigen
Hochleistungs-Papierbohrern in allen Größen und
Bedrucktungen für alle Maschinen-Formate können
Sie immer das Beste aus Ihrem Papier herausholen.

Graph. Maschinen- und Apparatebau

JOSEF FOELLMER GmbH
K. P. RINGSTRASSE 8
D-76506 VILMERSCHWANDEN
Telefon 0 72 93 - 30 12 - 0 • Fax 0 72 93 - 30 12 - 90

VERSCHIEDENES

Stiften Sie zu
– jetzt online!

SOS KINDERDORF STIFTUNG

Danke! Ich habe meinen Weg gefunden.

Ermöglichen Sie benachteiligten Jugendlichen eine solide Ausbildung und gestalten Sie Zukunft – mit Ihrer Zuwendung an die SOS-Kinderdorf-Stiftung.

Petra Träg, 089/12606-109,
petra.traeg@sos-kinderdorf.de
sos-kinderdorf-stiftung.de

IMPRESSUM

»Druckmarkt« ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Druck- und Medienindustrie und erscheint im 19. Jahrgang sechs mal jährlich. Daneben erscheint »Druckmarkt impressions« als PDF-Magazin etwa alle 14 Tage im Internet. In den Heften der Reihe »Druckmarkt Collection« werden spezielle Themen aufbereitet und erscheinen als Dossier oder Investitionskompass mit umfangreichen Marktübersichten.

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

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

Heft-Einzelverkauf:
12,00 Euro plus Versandkosten.

Redaktion:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay
(Chefredakteur und Herausgeber)
nico@druckmarkt.com

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36
Telefax: 0 26 71 - 38 50

Anzeigen:
Klaus-Peter Nicolay
nico@druckmarkt.com

www.druckmarkt.com
© by Druckmarkt 2015



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

DRUCKMARKT
VERLAG ZÜRICH

Die Schwesterzeitschrift »Druckmarkt Schweiz« erscheint als Managementmagazin im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH.
www.druckmarkt.ch

DAS MAGAZIN FÜR Gourmets



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