

DRUCKMARKT impressions 96

1. Oktober 2015

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

ZEITUNGEN PRAXIS

Kein Stein mehr auf dem anderen. Seite 8.

MARKT & ZAHLEN

93% aller Erlöse kommen aus Print. Seite 16.

BILDUNG & EVENTS

Nachrichten, Termin- und Seminarkalender. Seite 38.



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.“

Digitaldruck versus Online-Nebel

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 04 Rädler-Gruppe übernimmt die Wifac GmbH
- 05 drupa World Tour
- 07 Menschen & Karrieren

Zeitung

- 08 Kein Stein mehr auf dem anderen
- 14 Bewegung bei digitalen Rollenprodukten
- 16 93% aller Erlöse kommen aus Print
- 18 Anzeigenblätter profilieren sich als Wegweiser
- 19 Die Zeitung ist tot? Es lebe die Zeitung!
- 20 Print wird unterschätzt
- 22 News zur World Publishing Expo 2015
- 23 KBA bleibt Marktführer bei Zeitungsmaschinen
- 24 Ein Dutzend Zeitungsartikel auf Jersey

Technik & Praxis

- 28 Die Druck+Form 2015: The Place To Be!
- 29 News zur Druck+Form 2015
- 32 Zukunft geht auch mit Toner
- 34 Heidelberg jetzt auch mit LED
- 35 Nachrichten
- 35 Hightech-Maschinen mit bis zu 19 Druckwerken
- 36 Konica Minolta bizhub Pro/Press C71hc

Termine, Bildung & Events

- 38 Terminkalender
- 39 Nachrichten
- 41 6. Media-Mundo-Kongress
- 42 Seminare & Veranstaltungen

- 45 Business to Business
- 45 Impressum

Zeitungsdrucker steigen in den Digitaldruck ein, produzieren – wie auf der Kanalinsel Jersey – künftig ein gutes Dutzend Zeitungstitel digital oder stellen ihre Produktion komplett um. So druckt die Schweizer Mengis Druck AG ihren ›Walliser Boten‹ mit einer Auflage von 22.000 Exemplaren seit Juli an sechs Tagen der Woche ausschließlich im Digitaldruck und betritt mit dem Umstieg vom Offset- auf den Digitaldruck Neuland. Neben dem Mut dieser Pioniere zeigen diese Schritte auch, welche Entwicklung der Digitaldruck in den letzten Jahren genommen hat – auch wenn er von der wirtschaftlichen Produktion großer Auflagen noch immer weit entfernt ist. Dafür aber kauft man sich mit einer Inkjet-Rotation Vorteile ein, mit denen redaktionelle und werbliche Angebote weiterentwickelt werden können. Und nicht zu vergessen: Mit diesen Maschinen können Zeitungsdrucker in den Akzidenzmarkt einsteigen, ohne sich umständlich mit Semi-Commercials oder anderen Produkten verrenken zu müssen.

Doch das betrifft nur die Produktionsschiene, über die wir in dieser Ausgabe ausführlich berichten. Was die Tageszeitungen selbst angeht, ist noch immer Untergangsstimmung. Nachvollziehbar ist das nicht. Denn weltweit ist die Zeitungsindustrie ein 179-Milliarden-Dollar-Markt (11 Mrd. \$ mehr gegenüber 2013) mit 2,5 Milliarden Menschen, die gedruckte Zeitungen lesen. Dazu kommen noch Gratis-Zeitungen und Anzeigenblätter. Das zumindest sind Fakten, wie sie der ›World Press Trends 2014‹-Report der WAN-Ifra ausweist (siehe auch Seite 16).

Um eben solche drücken sich die Zeitungsverlage jedoch, wenn es um Erlöse aus den digitalen Angeboten geht. Dafür werden Reichweiten ausgewiesen, nach denen jeder zweite Deutsche Zeitungen digital liest, 75% der 14- bis 29-Jährigen digitale Angebote der Zeitungen nutzen oder die Reichweite in der Altersgruppe 30 bis 49 bei 68% liegt. Toll, denkt man, beachtliche Leistung. Doch die so große Reichweiten verursachenden digitalen Angebote werden noch immer durch Print subventioniert, da die Einnahmen aus dem Online-Werbegeschäft nicht ausreichen. Und es gibt einige Hinweise darauf, dass sie auch in Zukunft nicht ausreichen werden, weil der Markt der Online-Werbung seine eigenen Probleme hat (nachzulesen in ›Druckmarkt‹ 99, der gerade erschienen ist).

Doch Zeitungsverlage waren schon immer eine Welt für sich. Es wird wohl auch dabei bleiben, solange sie unter digital nur das Internet verstehen und die Chancen der Digitalisierung des Druckens übersehen. Denn hier schlummern Möglichkeiten, die längst diskutiert, kundenorientiert und erfolgversprechend sind. Anders als das Herumgestochere im Online-Nebel.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

E-COMMERCE IM ABWÄRTSTREND? Der Online-Werbe-markt in der Schweiz lag nach den unabhängig gemessenen Zahlen des Marktforschungsunternehmens Media Focus im August bei knapp 38 Mio. Schweizer Franken, damit deutlich unter dem Werbemonat Juli (43,2 Mio. CHF) und auch um 16% tiefer als im Vorjahr. Der Anteil von Online am Werbe-Markt ist zugleich von 13,8% im Juli auf 11,2% gesunken. Die Werbe-präsenz im E-Commerce hat in diesem Jahr sogar seit März stetig abgenommen. Insgesamt machen die Top-5-Brands Trivago, tutti.ch, Zalando, Credit Now und Galaxus zusammen fast die Hälfte des gesamten Werbeumsatzes aus.

CANON BUSINESS CENTER DORTMUND Das Systemhaus Goeke in Dortmund wurde im Januar 2010 von Canon Deutschland übernommen und war bisher als Canon Business Center (CBC) Region Nordwest eine einhundertprozentige Tochter des Krefelder Unternehmens. Mit Wirkung zum 1. September 2015 ist die Goeke GmbH nun mit der Canon Deutschland GmbH verschmolzen. Der neu als CBC Dortmund agierende Standort mit rund 110 Mitarbeitern vertreibt Professional-Print- und Wide-Format-Systeme sowie dazugehörige Softwarelösungen. Darüber hinaus sind Service- und Wartungsdienstleistungen Teil des Portfolios. › www.canon.de

NESCHEN GRÜNDET DIREKTVERTRIEB AUS Die Neschen AG hat mit der Ausgründung ihres Direktvertriebs in Deutschland, den Beneluxländern, Italien und Österreich begonnen. In Kürze läuft das Geschäft mit Kunden wie Druckern und Werbetechnikern unter der Marke Filmolux. › www.neschen.com

COMMUNITY »PRINT DIGITAL!« Konica Minolta Business Solutions Deutschland ist neuer Partner der Brancheninitiative »Print digital!«. Ziel der vom Fachverband Medienproduktioner e. V. (f:mp.) ins Leben gerufenen Community ist es, über Einsatzgebiete und Wirkungsweisen des Digitaldrucks zu informieren und Kommunikationsentscheidern das notwendige Wissen zu vermitteln. »Wir kombinieren in Kundenprojekten unsere Hardware mit vernetzten Lösungen, automatisierten Workflows und Applikationen. Mit diesem Know-how wollen wir die Nutzer unterstützen. Der Beitritt zur Brancheninitiative »Print digital!« war nach erfolgreichen gemeinsamen Projekten für uns daher der nächste logische Schritt«, sagt Carsten Bamberg, Team Manager Productmanagement Production Printing Cluster West bei Konica Minolta. › www.konicaminolta.de

WEITERE KONZENTRATION IM FACHHANDEL RÄDLER-GRUPPE ÜBERNIMMT DIE WIFAC GMBH

Nachdem einige Monate etwas Ruhe in die Fachhändler-Szene eingekehrt war, gibt es jetzt den nächsten Paukenschlag: Zum 1. September 2015 hat die Rädler-Gruppe mit Sitz in Landsberg am Lech die Wifac GmbH (Leinfelden-Echterdingen/Berlin) übernommen und verbreitert damit bundesweit ihre Leistungen, Services, Systeme und Produkte.

»Mit der Übernahme der Wifac GmbH in die Rädler-Gruppe bieten wir eine einmalige Palette an Verbrauchsmaterialien, Software- und Workflowlösungen, Belichtern und Ausgabegeräten, digitalen Druckmaschinen sowie der gesamten technischen Beratung, Integration und Wartung. Wir sehen die Integration als wesentlichen Baustein und langfristige Perspektive im Rahmen unserer Unternehmensstrategie zum Ausbau der Betreuung von Vorstufenunternehmen und Drucke-



reien«, sagt **Wolfgang Rädler**, Geschäftsführer der Rädler-Gruppe. »Dieser Schritt tut beiden Unternehmen gut. Jetzt können wir ein einzigartiges Produkt- und Dienstleistungsportfolio bundesweit aus einer Hand anbieten. Das ist ein tragfähiges Konzept für die Zukunft«, freut sich Marcel Otto, Geschäftsführer der Wifac GmbH.

Das als Anton Rädler GmbH 1976 gegründete Unternehmen hatte Mitte der 1990er Jahre durch die Fusion mit Jordan und Partner und die

Gründung der Rädler GmbH die Weichen für die Erweiterung des Leistungsspektrums um EDV- und IT-Systeme gestellt. Bislang war die Rädler-Gruppe mit Standorten und Logistik-Zentren in Landsberg, München, Nürnberg und Stuttgart tätig und bediente ihre Kunden mit über 10.000 Artikeln, Verbrauchsmaterialien, Druckfarben sowie Hard- und Softwarelösungen. Um die Steuerung der erweiterten Unternehmensgruppe zu optimieren, bezieht die Rädler-Gruppe am 1. Oktober 2015 ein neues Logistikzentrum in Schönaich bei Stuttgart.

Die Wifac GmbH war bisher wichtiger Teil der in den Niederlanden ansässigen Wifac Gruppe, die ihrerseits eine 100-prozentige Tochter der Wifag Polytype Holding AG im Schweizer Freiburg ist. Wifac hatte im Oktober 2012 den Geschäftsbetrieb der Darmstädter Graphia Willy Nothnagel Unternehmensgruppe übernommen. Im Januar 2012 war bereits die südbadische Döring GmbH integriert worden. Auch andere Namen aus dem Großhandel wie Unger, Wachter oder Georg Gernhard waren schon zuvor schon in der Wifac aufgegangen.

› www.raedler-gruppe.de

BEVORMUNDUNG DER BÜRGER

Der Bundesverband Druck und Medien (bvd) wendet sich in einem gemeinsamen Schreiben der Verbände der Werbewirtschaft an Mitglieder des deutschen Bundestags gegen ein drohendes Totalverbot von Tabakwerbung. »Die diskutierte Regelung käme einer erstmaligen Ausschaltung der kommerziellen Kommunikation für ein legal hergestelltes und vertriebenes Produkt in der Bundesrepublik gleich. Diese Art der staatlichen Bevormundung der Bürger schadet darüber hinaus der Druckindustrie«, kritisiert Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdms das Vorhaben.

Die Maßnahme hätte direkte Konsequenzen für Unternehmen der Druck- und Medienbranche. So sieht der Gesetzentwurf des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft vor, die verbliebenen Kommunikationsmöglichkeiten der Tabakwarenhändler auf Plakaten und im Kino zu untersagen. Der Entwurf geht damit über die EU-Tabakproduktrichtlinie hinaus und steht im Widerspruch zum Koalitionsvertrag.

Das vollständige Kappen des werblichen Kontakts zum erwachsenen Kunden steht im Widerspruch zu den Prinzipien einer freien Marktwirtschaft, urteilt der Verband. Das verantwortliche Ministerium verweise indessen auf angestrebte gesundheits- und jugendschutzpolitische Effekte. Belege zur Wirksamkeit von Werbeverböten existierten jedoch nicht.

› www.bvdm-online.de

QUALITÄT, SERVICE UND NEUE PRODUKTE

Die Nachfrage nach grafischen Papieren ist seit Jahren rückläufig. Um den geänderten Anforderungen gerecht zu werden, hat sich das Traditionsunternehmen Scheufelen nach eigenen Angaben mit einer Premiumstrategie, lokaler Ausrichtung im Bildeindruckbereich und neu entwickelten Produkten wie dem Verpackungskarton phoenolux neu positioniert. Neben hoher Qualität und schneller Verfügbarkeit seien neue Produkte die Voraussetzung für den langfristigen Erfolg auf dem Markt, heißt es in einer Mitteilung. Mit dem einseitig gestrichenen Karton phoenolux will der Papierhersteller jetzt die Brücke von der seit 160 Jahren bestehenden Papierproduktion im grafischen Bereich in den hochwertigen Verpackungsbereich schlagen. Die Einführung zusätzlicher Qualitätsstufen (zweiseitig gestrichen und ungegallert) stehe unmittelbar bevor.

› www.scheufelen.com

DRUPA WORLD TOUR

ERHEBLICHE REISETÄTIGKEIT VERURSACHT 40 TONNEN CO₂-EMISSIONEN

Der Startschuss für die heiße Phase der drupa 2016 World Tour fiel im September. Über 40 drupa-Events aller Art finden bis Februar 2016 auf allen Kontinenten statt, um die Werbetrommel für die Weltleitmesse für print und crossmedia solutions zu rühren und über die wichtigsten Trends und Innovationen zu informieren.

Am Ende der World Tour werden die ›drupa-Botschafter‹ 440.000 Flugkilometer zurückgelegt haben – und die Erde damit fast elf Mal umrundet haben.

Los ging es am 12. September mit einer Präsentation anlässlich der Igas in Tokio, gefolgt von einer Konferenz für nordamerikanischen Medien im Rahmen der Graph Expo in Chicago. Schwerpunkt der Aktivitäten sind Asien und Amerika mit 14 beziehungsweise acht drupa-Events. Neu auf der drupa-Welkarte: Almaty in Kasachstan mit einem Printpromotion-Workshop. Die Destination mit der größten Entfernung von Düsseldorf ist Auckland in Neuseeland mit rund 18.000 km.

Anmerkung der Redaktion:

Natürlich muss die drupa die Werbetrommel für die Veranstaltung rühren. Das ist notwendig und richtig. Dass man dabei auch reisen muss, steht außer Zweifel. Ob

dieses Kilometer-Geprotze jedoch Teil der Kommunikationsarbeit sein muss, darf bezweifelt werden. Das könnte nämlich leicht zum Bummerang werden.

Oder ist nicht etwa ›Green Printing‹ eines der drupa-Highlights? Doch. Schaut man auf der entsprechenden Seite nach, wird die

Einhaltung grüner Standards für die Printkommunikation gefordert. Und, so ist da zu lesen: »Die drupa zeigt, an welchen Stellen der Supply Chain Nachhaltigkeit greift.«

Daraus kann man nur den Schluss ziehen, dass das, was für die Druckindustrie zählt, nur wenig Relevanz für die größte Druck-Fachmesse hat. Denn laut CO₂-Rechner des Internationalen Wirtschaftsforums Regenerative Energien (IWR) werden bei den drupa-Reisen mal eben 40.000 kg (40 Tonnen) CO₂ verblasen.

Wenn dieser immense Reiseaufwand schon betrieben werden muss – was aus der Meldung nicht zwingend hervorgeht – ließen sich die Emissionen übrigens auch klimaneutral stellen. Davon ist in der Mitteilung allerdings auch nichts zu lesen.

› www.drupa.de

RUND 55 MIO. EURO MIT TINTENDRUCK SPAREN

Auf der Basis einer Untersuchung des Buyers Laboratory LLC schätzt Epson, dass europäische Unternehmen mit Tinten- anstelle von Laserdruck rund 55,2 Mio. € pro Jahr einsparen können. Diese Einsparungen erklären auch das rasante Wachstum von Tintenstrahlern am Druckermarkt. Die jährliche Zuwachsratesoll zuletzt etwa 13% betragen haben. Was den Marktanteil von Inkjet bei Business-Druckern bis 2019 voraussichtlich auf rund 34% steigen ließe.

Die Ergebnisse zeigen laut Epson auf, dass westeuropäische Unternehmen mit 100 bis 500 Mitarbeitern durch den Wechsel von Laser- auf Inkjet-Technologie weniger Benutzereingriffe, niedrigeren Stromkosten, weniger Abfall und reduzierten Wartungsaufwand hätten und insgesamt 4,6 Mio. € pro Monat einsparen.

› www.epson.de

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen • Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex



www.mkwgbh.de

**Graphische
Maschinen**

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

250 JAHRE HUBERGROUP Im Jahr 1765 erhielt ein gewisser Mathias Mittermayr vom kurfürstlichen Hof in München die Bewilligung, Farben wie Wiener Lack, Berliner Blau, Rotes Karmin und verschiedene Gelbtöne im In- und Ausland zu verkaufen. Damit begründete er die älteste Druckfarbenfabrik Deutschlands, die nach seinem Enkel Michael Huber benannt wurde. Schnell reifte diese zu einem Industrieunternehmen, das dem Trend zur Globalisierung folgt und heute als hubergroup firmiert. Die Firmenleitung nimmt das 250-jährige Jubiläum zum Anlass, auf die Geschichte des Familienunternehmens zurückzublicken. Am 22. Oktober 2015 findet dazu ein Festakt im Hofbräukeller in München statt – nahe des Entstehungsorts der Mutterfirma in München-Haidhausen. › www.hubergroup.com

BVDM STELLT HANDBÜCHER ZUR VERFÜGUNG Der Hauptgeschäftsführer des bvdm, Dr. Paul Albert Deimel, gab am 15. September 2015 den Startschuss für eine Ausbildungsförderung: Ab sofort stellt der bvdm der Lehrerarbeitsgemeinschaft Medien die Handbücher »ProzessStandard Offsetdruck« für Berufsschulen zur Verfügung. Das Handbuch vermittelt komplexe Zusammenhänge über alle Prozessstufen der Druckproduktion und das Know-how, das in einem modernen Produktionsumfeld unverzichtbar ist. Die Schulen erhielten zugleich die Zusage für die anstehende Ergänzungslieferung. Sie wird die Druckbedingungen nach der überarbeiteten Norm ISO 12647 beschreiben. › www.bvdm-online.de



PRIMUS-PRINT.DE IMMER ERREICHBAR Primus-Print.de bietet ab sofort eine Möglichkeit zur schnellen Konversation. Der neue Live-Chat-Support im Online-Shop der Druckmarke sorgt für schnelle Reaktionszeiten bei Fragen rund um den Druck, der Datentechnik oder Aufträge. Für diesen kostenlosen Extraservice stehen bei Primus-Print.de kompetente Ansprechpartner aus Vertrieb, Grafik, IT und Produktion zur Verfügung. Nach dem Start des Live-Chat-Supports gab Primus-Print.de bekannt, dass das Service-Personal der Onlinedruckerei an allen Tagen (auch samstags sowie an Sonn- und Feiertagen) des Jahres telefonisch von 7 bis 24 Uhr erreichbar ist. › www.primus-print.de

NEW WORKS WIRD TEIL VON FLYERALARM Die Online-Druckerei baut ihr Angebot weiter aus und hat sich die Dienste des Speisekarten-Ateliers New Works gesichert. Das Unternehmen aus Würzburg kreiert Speisekarten für Sternerestaurants sowie Ausstattungen für Luxushotels und integriert künftig seine Produkte in den Flyeralarm-Webshop. › www.flyeralarm.de

LAUDERT-STUDIOS HAMBURG EXPANDIEREN

Mit aktuell 75 festen Mitarbeitern zählen die Laudert-Studios zu den innovativsten Fotostudios für die Produktfotografie in Deutschland und Europa. Erst zum 1. Juni 2015 wurde zusätzlich zum Hauptsitz im westfälischen Vreden eine Niederlassung in Hamburg eröffnet. Schon bei der Eröffnung war absehbar,



dass die Nachfrage die vorhandenen Kapazitäten übersteigen würde. Groß ist das Interesse nicht nur lokal in Hamburg. »Dank der Nähe zum Flughafen und den attraktiven Bedingungen für das Model-Booking vor Ort, scheint unser Studio in Hamburg auch eine sehr gute Alternative für Kunden aus Süddeutschland zu sein«, freut sich Andreas Rosing, geschäftsführender Gesellschafter. »Zum ersten September konnten wir weitere 600 Quadratmeter auf gleicher Ebene anmieten, so dass wir dort weitere Sets sowie Lagerflächen einrichten werden.«

Aktuell arbeitet an der Borsfelder Chaussee ein 15-köpfiges Team von Produktfotografen, Stylisten, Koordinatoren und Assistenten auf bis zu sieben Sets parallel.

› www.laudert.de

FALLSTRICK DATENSCHUTZ

Kundendaten stellen für viele Unternehmen der Druck- und Medienbranche einen beträchtlichen Wert dar. Ihre Veräußerung oder ihr Erwerb im Zuge eines Unternehmensverkaufs kann jedoch aus datenschutzrechtlichen Gründen unzulässig sein und zu erheblichen Bußgeldern führen.

So hat jüngst das Bayerische Landesamt für Datenschutzaufsicht sowohl dem Käufer als auch dem Verkäufer eines Unternehmens aufgrund der datenschutzrechtlich unzulässigen Übermittlung von Kundendaten ein Bußgeld in fünfstelliger Höhe auferlegt. Es stellte klar, dass Namen und Postanschriften von Kunden grundsätzlich auch ohne vorherige Einwilligung für Werbezwecke übermittelt werden dürften, sofern das veräußernde Unternehmen die Übermittlung entsprechend dokumentiert.

Anders ist es bei E-Mail-Adressen, Telefonnummern, Kontodaten oder Informationen über Kaufvorgänge. Die Übermittlung solcher Daten sei im Zuge von Asset Deals nur dann zulässig, wenn die Kunden eingewilligt hätten oder zumindest vorab auf die beabsichtigte Übermittlung hingewiesen worden seien, ihnen ein Widerspruchsrecht eingeräumt worden sei und sie nicht widersprochen hätten.

Die Verbände Druck und Medien Baden-Württemberg und Bayern nehmen das zum Anlass, um in ihrer Veranstaltung am 7. Oktober 2015 im Zentrum für Druck und Medien in Ismaning über wichtige Grundlagen, rechtliche Parameter und mögliche Hürden zu informieren.

› www.bvdm-online.de

UV-DRUCKPRODUKT GEWINNT RED DOT AWARD

Die innovative Verpackung, die IST Metz anlässlich einer Kundenveranstaltung produzierte, hat den Red Dot Award: Communication Design 2015 gewonnen.

Die Verpackung gewann den Preis in der Kategorie »Sustainable Packaging«. Sie besteht aus drei Komponenten: einer Weißblechdose, gefüllt mit einem hochwertigen Salz, der Umverpackung der Dose sowie aus einem gefalteten Transparentpapier im Boden der Umverpackung. Wird die Dose mit dem Salz



Mit wenigen Handgriffen lässt sich die Verpackung zum Tischlicht umbauen.

entnommen, lässt sich die Faltschachtel durch einfaches Hochziehen des gefalteten Transparentpapiers sowie das Einschalten eines integrierten LED-Teelichts zur stimmungsvollen Tischbeleuchtung umfunktionieren. So erfährt die Verpackung eine Zweitverwendung als Ambient Light.

Auf den UV Days 2013, der Hausmesse von IST Metz zum Thema UV-Technologie, stellte der Maschinenbauer die Verpackung als beispielhaftes Druckprodukt vor. Hochwertige Lackeffekte, die im Bogenoffset- und Inkjet-Druck erzielt wurden, schmücken sie. Eine Inline-Prägung sorgt zusätzlich für eine besondere Haptik.

› www.ist-uv.com

MENSCHEN & KARRIEREN



Dr. Gerd Robertz ist bei der BoD Books on Demand GmbH seit 1. Juni 2015 Sprecher der Geschäftsführung. Er führt das Unternehmen gemeinsam mit Yogesh Torani. • Der Aufsichtsrat der Heidelberger Druckmaschinen AG hat in seiner ordentlichen Sitzung am 2. Juni 2015 **Dr. Siegfried**

Jaschinski zum neuen Aufsichtsratsvorsitzenden von Heidelberg gewählt. Er folgt auf Robert J. Koehler, der am 17. Mai 2015 verstarb. • Der VDMB hat sich personell verstärkt und



Benedict Himpsl als ausgewiesenen Rechtsexperten für sich und seine Mitglieder gewonnen. • Auf eigenen Wunsch haben Baldwin Knauf und Reinhart Siewert ihr KBA-Aufsichtsratsmandat niedergelegt. Auf Vorschlag des Aufsichtsrats wählte die Hauptversammlung **Dr.-**

Ing. Gisela Lanza, Universitätsprofessorin am Karlsruher Institut für Technologie (KIT) sowie Institutsleiterin Produktionssysteme am KIT, und den geschäftsführenden Gesellschafter der FO Holding GmbH sowie Geschäftsführer der WINK Verwaltungsgesellschaft mbH, **Carl**



Ferdinand Oetker, in das Kontrollgremium. • Der Aufsichtsrat des Spezialchemiekonzerns Altana hat **Martin**

Babilas zum Vorstandsvorsitzenden bestellt. Er wird im Januar 2016 die Nachfolge von Dr. Matthias L. Wolfgruber antreten, der in den Ruhestand geht. • **Stephanie Beer** ist seit 1. Juni 2015 Leiterin Kommunikation und Pressesprecherin bei der Organisation der Werbungtreibenden im Markenverband (OWM). • Seit 1. Juni 2015 steht die Hans Kappl GmbH unter neuer Leitung: Als



Nachfolger von Johannes Singer, der zum Ende des Jahres in den Ruhestand geht, wurde **Andreas Schambeck** ernannt. Er ist seit nahezu 25 Jahren in der Druckvorstufe rund um das Thema Verpackung aktiv. • Ricoh hat **Niculae Cantuniar** zum neuen CEO und Vorsitzenden der Geschäftsleitung von Ricoh Deutschland ernannt. Sein Vorgänger Uwe Jungk hat das Unternehmen im gegenseitigen Einvernehmen verlassen, um eine neue Herausforderung wahrzunehmen. • Der Rheinwerk Verlag (ehemals Galileo Press) hat zum 1. September eine Neuordnung und Erweiterung der Geschäftsführung vorgenommen. **Susanne**



Böttcher übernimmt die verlegerische Geschäftsführung und **Stephan Effertz**, bislang Marketingleiter, rückt auf zum Geschäftsführer für die Bereiche Marketing und Vertrieb. • Neuer Geschäftsführer der Sihl GmbH in Düren sowie der Vertriebsorganisation, der Sihl Direct GmbH, ist ab sofort **Siegfried Zilliger**. Er war seit 2014 Leiter der Sihl Business Unit Digital Imaging am Standort Düren und besitzt umfangreiche Erfahrungen im Bereich der Beschichtung und Bedruckung bahnförmiger Materialien. Der langjährige Geschäftsführer Heiner Kayser verlässt Sihl aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die künftige Ausrichtung der Unternehmensgruppe und will sich künftig einer neuen beruflichen Herausforderung stellen. •

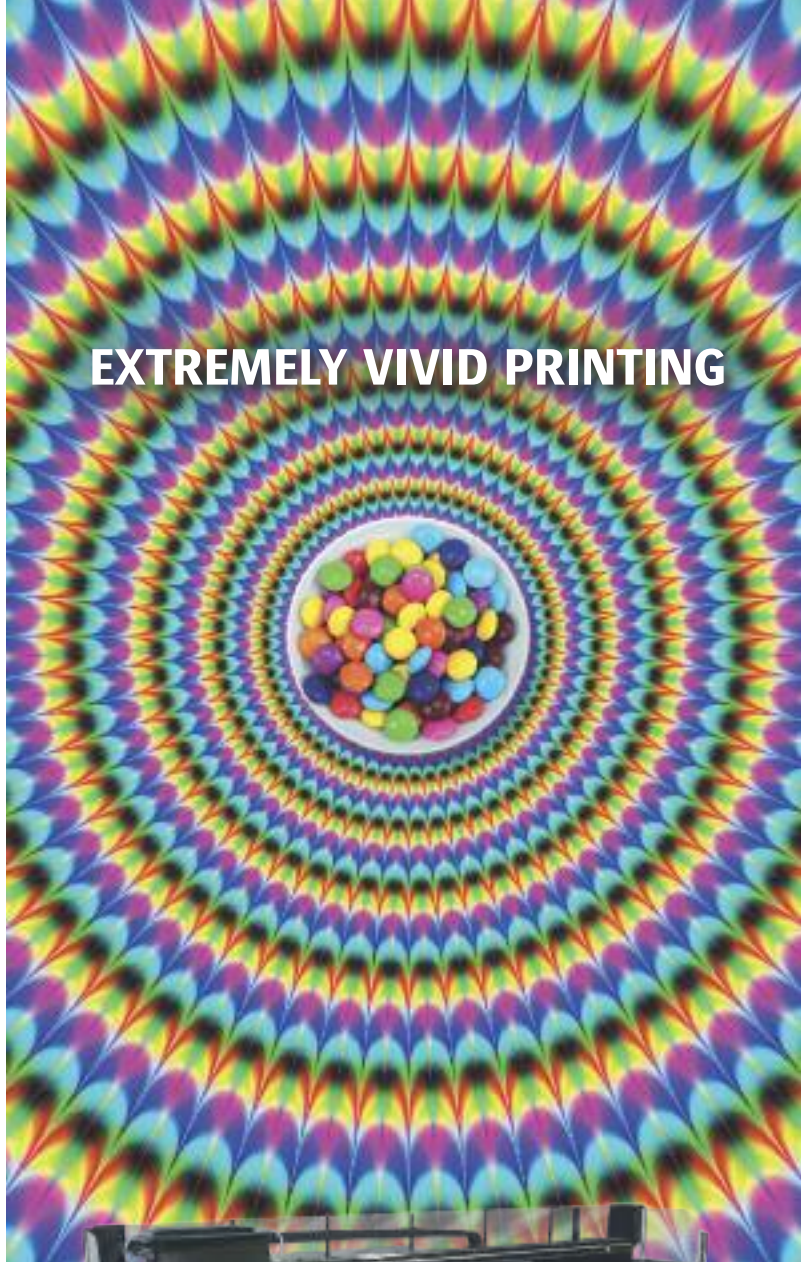


Er war seit 2014 Leiter der Sihl Business Unit Digital Imaging am Standort Düren und besitzt umfangreiche Erfahrungen im Bereich der Beschichtung und Bedruckung bahnförmiger Materialien. Der langjährige Geschäftsführer Heiner Kayser verlässt Sihl aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die künftige Ausrichtung der Unternehmensgruppe und will sich künftig einer neuen beruflichen Herausforderung stellen. •

Er war seit 2014 Leiter der Sihl Business Unit Digital Imaging am Standort Düren und besitzt umfangreiche Erfahrungen im Bereich der Beschichtung und Bedruckung bahnförmiger Materialien. Der langjährige Geschäftsführer Heiner Kayser verlässt Sihl aufgrund unterschiedlicher Auffassungen über die künftige Ausrichtung der Unternehmensgruppe und will sich künftig einer neuen beruflichen Herausforderung stellen. •



EXTREMELY VIVID PRINTING

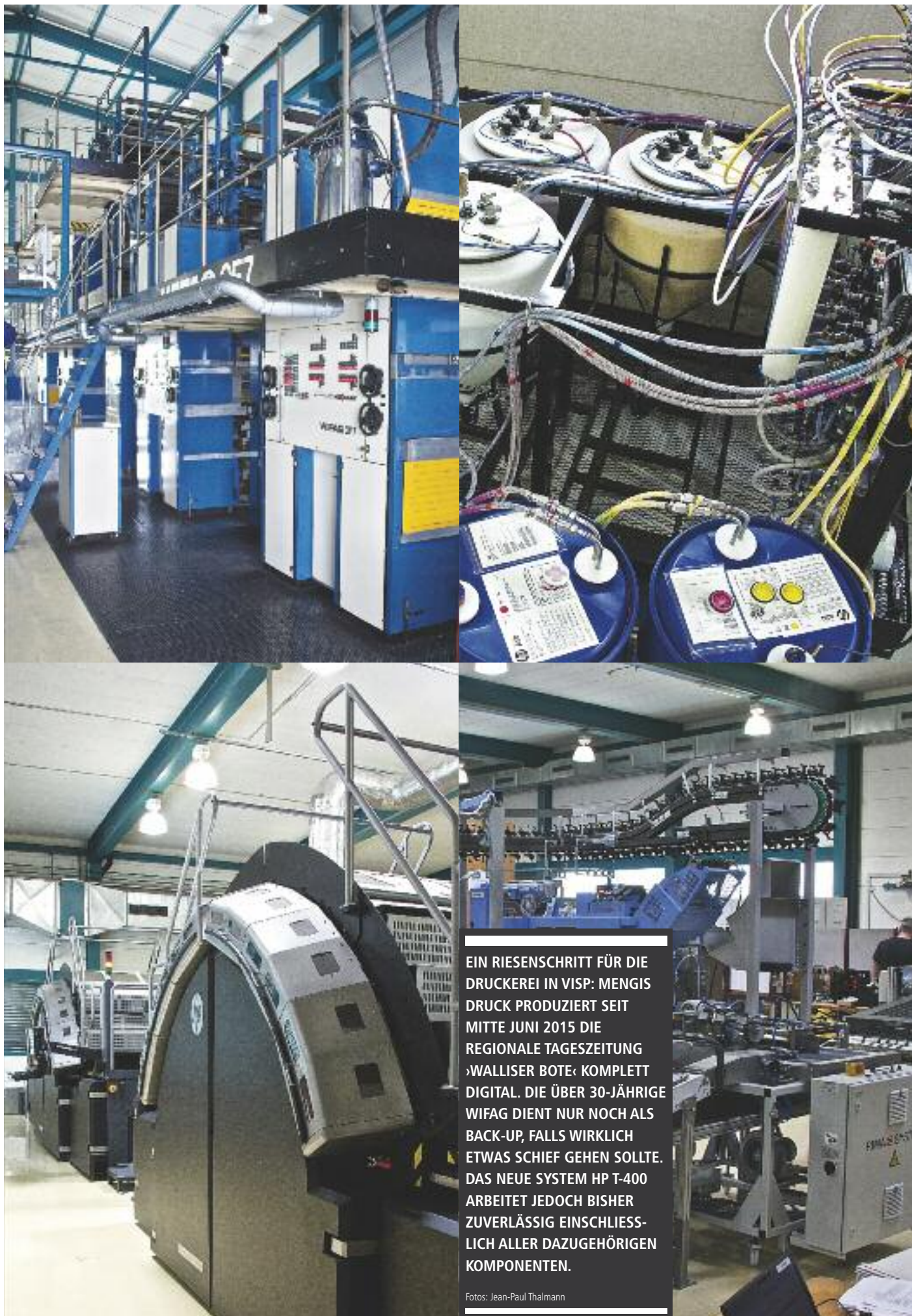


DER NEUE JETI MIRA. FÜR BEEINDRUCKENDE FARBEN, DETAILS UND VIELSEITIGKEIT.

Dies ist keine optische Täuschung – es ist der Jeti Mira-Effekt! Der **neue, echte Flachbett-UV Inkjet Wide Format Drucker** enthält alle Eigenschaften – von der Druckqualität bis zur Produktionsflexibilität. Der Jeti Mira wurde mit dem Know-how unserer F&E-Abteilung entwickelt und bietet **atemberaubende Farben und umwerfende Sign und Displays, die sofort auffallen**. Mit der Rolle-zu-Rolle Option können Sie auch Rollenmedien in außergewöhnlich hoher Qualität bedrucken.

Erleben Sie Farbe mit uns neu.
Besuchen Sie uns auf www.agfa-graphics.com.

AGFA 
STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.



EIN RIESENSCHRITT FÜR DIE DRUCKEREI IN VISP: MENGIS DRUCK PRODUZIERT SEIT MITTE JUNI 2015 DIE REGIONALE TAGESZEITUNG »WALLISER BOTE« KOMPLETT DIGITAL. DIE ÜBER 30-JÄHRIGE WIFAG DIENT NUR NOCH ALS BACK-UP, FALLS WIRKLICH ETWAS SCHIEF GEHEN SOLLTE. DAS NEUE SYSTEM HP T-400 ARBEITET JEDOCH BISHER ZUVERLÄSSIG EINSCHLIESSLICH ALLER DAZUGEHÖRIGEN KOMPONENTEN.

Fotos: Jean-Paul Thalmann

Kein Stein mehr auf dem anderen

Spektakuläre Viertausender, sonniges Klima, Wanderparadies, Weinbau bis in schwindelnde Höhen, Natur pur, ein Idyll – das Wallis. Doch in Visp, der Gemeinde mit fast 7.000 Einwohnern im Rhonetal, wird zurzeit Zeitungsdruckgeschichte geschrieben. Denn hier entsteht die weltweit erste vollständig digital gedruckte Tageszeitung.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Von einem Meilenstein für die Branche, von einem ›Leuchtturmprojekt‹ und von Revolution ist die Rede. Das klingt alles sehr euphorisch und gewaltig. Ist es auch. Alleine schon die Ankündigung der Mengis Gruppe im Januar 2015, die Tageszeitung ›Walliser Bote‹ in voller Auflage ausschließlich auf einer HP T-400 Color-Inkjet-Rollendruckmaschine produzieren zu wollen, ließ die Zeitungswelt und den Rest der Branche aufhorchen.

Über den Zeitungsdruck auf digitalen Druckmaschinen wird schon lange diskutiert, viele haben sich schon versucht, kamen über Faksimiledrucke in Kleinauflagen meist nicht hinaus oder sind komplett gescheitert. Von personalisierten Tageszeitungen ganz zu schweigen, weil die erhoffte Resonanz der Leser ausblieb. Und bisher kämpfte der digitale Zeitungsdruck stets mit vergleichsweise hohen variablen Kosten und geringen Geschwindigkeiten.

Der Knoten ist geplatzt

An ein solches Projekt hatte sich bisher jedoch noch kein Verlag herangetraut. Selbst Nicolas Mengis, Ver-

waltungsratspräsident der Mengis Gruppe, der seine Diplomarbeit vor rund 20 Jahren unter den Titel ›Der Digitaldruck und seine Möglichkeiten‹ gestellt und dem digitalen Druckverfahren darin einiges an Potenzial bescheinigt hatte, gibt sich zurückhaltend. Er habe nie daran gedacht, dass der ›Walliser Bote‹ dereinst im Digitaldruck produziert werden könnte, sagt er. Wie sich die Zeiten ändern.

Doch irgendwann musste der Knoten platzen. Seit Jahren haben wir im ›Druckmarkt‹ die These vertreten: Wenn es für die Zeitungsproduktion irgendwo sinnvoll ist, auf den Digitaldruck umzusteigen, dann in der Schweiz.

Und nun ist es so weit: Die Mengis Gruppe druckt ihre regionale Tageszeitung ›Walliser Bote‹ seit 16. Juni 2015 nicht mehr auf einer klassischen Zeitungsrotation, sondern an sechs Wochentagen mit einer täglichen Auflage von 22.000 Exemplaren digital.

Das ist zweifellos mutig. Doch das hoch professionell geplante und bisher durchgeführte ›Experiment‹ ist noch nicht ausgestanden. Deshalb hält Nicolas Mengis den Ball auch

ganz bewusst flach. Er weiß nur zu gut, worauf er sich eingelassen hat. Doch seine Überlegungen und Erwartungen zeigen, dass er und seine Mannschaft sehr klare Vorstellungen von dem haben, welche Chancen sich für den vergleichsweise kleinen Verlag und seine Druckerei ergeben: Als Pilot-Anwender hat die Mengis Gruppe im Digital- und Zeitungsdruck ein exklusives Alleinstellungsmerkmal und wohl auch über einen längeren Zeitraum einen gewaltigen Vorsprung beim Digitaldruck-Know-how.

Keine Fremdvergabe

Dass ein Verlagshaus die eigene Tageszeitung selbst druckt, ist ja nicht gerade ungewöhnlich und bisher gängige Praxis. Auch die Familie Mengis investierte 1997 in ein neues Druckzentrum. Aber das ist Schnee von gestern, denn seitdem hat sich vieles verändert und die Voraussetzungen für eine zeitgemäße Zeitungsproduktion sind heute naturgemäß völlig andere.

»Wir haben nach neuen Wegen für den Druck unserer Tageszeitung gesucht. Dabei ging es um die Aussich-

ten und Perspektiven über einen Zeitraum bis 2025. Aufgrund der aktuellen Marktlage bei gedruckten Tageszeitungen erschien es aus unserer Sicht wenig sinnvoll, in eine neue Offsettingrotation zu investieren. Andererseits wollten wir die Zeitungsproduktion auch nicht an einen der großen Zeitungsdrucker auslagern. Es hätte einschneidende Einflüsse auf unsere Unabhängigkeit und Flexibilität haben können«, erläutert Nicolas Mengis.

Natürlich sei in der Zeitungsproduktion derzeit ein Konzentrationsprozess zu beobachten. Doch was für den einen vielleicht sinnvoll ist, muss für andere nicht auch die richtige Lösung sein. Und gerade für kleinere Zeitungshäuser könne dies zu einer unerwünschten Abhängigkeit führen. Zumal die interessanten Zeitfenster bei der Produktion überhaupt nicht billig seien. Und hinter anderen und größeren Verlagen anzustehen, passt nicht in das Konzept des Verlags aus Visp.

Denn die Mengis Media AG und die Mengis Druck AG sind darauf angewiesen, ihre Touren zu den gewohnten Zeiten durchzuführen.

DRUCKMARKT
impressions
PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

Weitere Hintergrundartikel, Berichte und Nachrichten finden Sie im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹.

www.druckmarkt.com



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



»Zunächst geht es darum, die Zeitungsproduktion von der Offsetrotation auf die neue Anlage zu transferieren und den Produktionsprozess sicherzustellen«, ist die Devise von Nicolas Mengis. Doch er ist zuversichtlich: Die Zeitungsproduktion läuft bereits. Jetzt wird mit anderen Objekten und anderen Papieren an Drucksachen gearbeitet, die die Maschine auch tagsüber auslasten sollen.



Schließlich sind etliche (auch abgelegene) Täler anzusteuern und die 3.000 »Heimweh-Walliser« in der Schweiz wollen ebenso versorgt sein.

Also musste eine völlig andere Lösung her. Und zwar eine, die nicht nur den Zeitungsdruck in der Nacht abdeckt, sondern auch Perspektiven für eine Auslastung tagsüber bietet. »Wir suchten nach der sprichwörtlichen Eier legenden Wollmilchsau, einer Lösung, die den Druck von Zeitungen und den von Akzidenzen ermöglicht«, erläutert Nicolas Mengis. Da die klassischen Zeitungsrotationen die Walliser nicht überzeugen konnten, blieb eigentlich nur noch eine digitale Drucklösung. Und damit begann ein Evaluationsprozess mit einigen Tücken. Zwar ist die digitale Druckqualität inzwischen mit der des Zeitungsoffsetdrucks vergleichbar oder gar besser, doch das Drucken alleine ist noch lange keine Lösung für die umfangreichen Aufgabenstellungen in der Zeitungsproduktion. Und schon gar keine für die Kombination aus Zeitungs- und Akzidenzdruck.

Die Lösung

Wenn man so will, zäumten die Walliser das Pferd von hinten auf und legten zunächst das Augenmerk auf die Weiterverarbeitung. Die nämlich sollte eine auf die digitale Produktionstechnik ausgerichtete Falz- und Verarbeitungslösung für Zeitungen und Akzidenzen sein. »Die FoldLine

von manroland web systems hat uns imponiert, weil hiermit die Möglichkeiten des Digitaldrucks ausgeschöpft werden«, sagt Daniel Kronig, Leiter der Zeitungsproduktion bei der Mengis Druck AG. »Nachdem wir die FoldLine bei einem Anwender in Nord-Italien gesehen hatten, wussten wir, dass dies die richtige Lösung für uns sein könnte. Danach ging es eigentlich nur noch darum, ein Drucksystem mit der entsprechenden Leistung zu finden.«

Doch auch das war kein Kinderspiel. Denn Bedingung der Mengis Druck AG war, mit nur einer kompakten Maschine zu produzieren. Doppelkonfigurationen, die von den meisten Anbietern vorgeschlagen wurden, wollten die Entscheider bei Mengis aufgrund des zur Verfügung stehenden Platzes nicht. So entsprach nur ein System dem Pflichtenheft: die T-400 von HP mit einer Bahnbreite von rund 1.250 mm und einer Produktionsgeschwindigkeit von 183 m/Min. im Vierfarbmodus. Seit April ist die Inkjet-Rollenmaschine installiert, die FoldLine-Weiterverarbeitungsanlage von manroland web systems und das Versandraumsystem samt Einsteckanlage AlphaLiner von Müller Martini versehen ebenso ihren Dienst.

»Für die Zeitungsproduktion ist die neue Maschine ein Fortschritt. Wir können durchgehend vierfarbig produzieren und die Druckqualität ist konstanter als bisher. Wir haben jetzt eine Lösung, die es uns ermöglicht, die Zeitungsproduktion von

über 20.000 Zeitungen im aktuell vorgesehenen Zeitfenster zu produzieren«, schwärmt Kronig.

Klar und durchdacht geplant

»Wir sind uns bewusst, dass wir mit der aktuellen Produktionsgeschwindigkeit noch am unteren Limit sind. Mit der Offsetrotation benötigten wir rund zweieinhalb Stunden für die Herstellung der Tageszeitung und hatten genügend Zeitreserven, falls etwas schief laufen sollte. Mit der Digitaldruckmaschine brauchen wir vier bis fünf Stunden. Da sind wir fast am Limit«, sagt Daniel Kronig. Doch bei der aktuellen Produktionsgeschwindigkeit wird es nicht bleiben. »Wir haben nur investiert, weil uns HP garantiert hat, mit Nachrüstungen und Updates die Produktionsgeschwindigkeit in Zukunft schrittweise erhöhen zu können. Damit können wir das für die Zeitungsproduktion bisherige Zeitfenster wieder erreichen«, ergänzt Nicolas Mengis.

Schon bald (für 2016) ist ein Upgrade im Gespräch, das die Maschine um etwa ein Drittel schneller machen soll.

Doch die Produktionsgeschwindigkeit ist eine Sache, Zuverlässigkeit und Wartung der Maschine eine Andere. Schließlich ist die HP T-400 kein Spielzeug, sondern ein ausgereiftes Produktionssystem für hochvolumige Aufträge. Das System ist äußerst komplex und aufgrund der vielen Elektronik-Komponenten

sowie Steuer- und Regeleinheiten eher anfällig als die altgediente analoge Offsetrotation. Doch auch hier haben die Verantwortlichen von Mengis durchdacht geplant. »Meine Mitarbeiter und ich werden so geschult, dass wir auf dem Wissensstand eines HP-Instruktors sind«, erläutert Daniel Kronig. »Unser Ziel ist es dabei, so autonom wie möglich zu sein, da wir bei eventuell auftretenden Problemen in der Nachtproduktion nicht auf einen Servicetechniker warten können. Also müssen wir in der Lage sein, quasi alle Fehlermöglichkeiten selbst beheben zu können.« Dazu wird auch ein Ersatzteillager aufgebaut.

»Für uns ist es ein spannender Lernprozess. Es gibt fast täglich Software-Anpassungen, aber kein Handbuch, das wir aufschlagen können und in dem wir alle Lösungen zu irgendwelchen Fragen beantwortet werden. Wir bekommen von HP zwar viel Unterstützung und können die über die Jahre gesammelten Erfahrungen zum Teil adaptieren, aber wir müssen auch vieles neu erfinden«, stellt Daniel Kronig fest. Im Grunde genommen bleibe im Vergleich zur bisherigen Produktionsweise kein Stein mehr auf dem anderen, sagt er. Ob das nun Farbprofile für unterschiedliche Papiere sind, zusätzliche Möglichkeiten im Falzapparat, die Feuchte des Papiers oder auch die Temperatureinstellung der Trockner, was alles erhebliche Auswirkungen auf das Druck-Ergebnis habe. »Es gibt noch viel zu tun,



Die hohe Stabilität und Wiederholbarkeit der Druck-Ergebnisse sind für Daniel Kronig, Leiter der Zeitungsproduktion bei der Mengis Druck AG, eine der Vorteile der Digitaldruck-Linie. Im Vergleich zur Offsetproduktion bleibe aber kein Stein mehr auf dem anderen, sagt er. »Es gibt noch viel zu tun, aber wir sind auf einem guten Weg.«



aber wir sind auf einem guten Weg«, sagt Kronig.

Bei anderen Dingen zeigt er sich allerdings weniger experimentierfreudig. »Die Adressierung der Zeitungen erfolgt auch künftig offline auf der Versandanlage und nicht auf der Maschine, was möglich wäre«, sagt Kronig. Logistisch und verarbei-

tungstechnisch sei das im Moment aber noch nicht sinnvoll.

Kosten verschieben sich

Aber in Zukunft wird sich ohnehin noch einiges bei den Produktionsprozessen verändern. So ist etwa die FoldLine derart konfiguriert, dass

Mengis jederzeit auf Drahtheftung und Klebebindung aufrüsten kann. Diese Optionen werden aber erst dann gezogen, wenn die entsprechenden Märkte aufgebaut und Aufträge im Haus sind.

»Zunächst geht es darum, die Zeitungsproduktion von der Offsetrotation auf die neue Anlage zu transfe-

rieren und den Produktionsprozess sicherzustellen«, ist die Devise von Nicolas Mengis. Die bestehende Zeitungsrotation soll als Back-up noch bestehen bleiben. »Erst, wenn wir die Produktion voll im Griff haben, werden wir die alte Maschine demontieren.«



Techno-Grafica

HANOVER 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.

Sebastian Bregy ist Kundenberater in der Region Oberwallis und der Deutschschweiz. Er diskutiert mit seinen Kunden mögliche und neue Druck-Anwendungen, die in deren Kommunikationskonzept passen könnten.



Für die über 30 Jahre alte Wifag OF7 wird es dann wohl der Weg in die Verschrottung.

»Mit dem reinen Zeitungsdruck missbrauchen wir den Digitaldruck schon ein wenig«, räumt Nicolas Mengis ein. »Die Zeitung, wie wir sie heute drucken, ist die reine Vervielfältigung von Informationen und nutzt das Potenzial des Digital-

drucks bei Weitem nicht aus.« Doch er macht ja auch bei der Geschwindigkeit und den Kosten derzeit noch Kompromisse. »Den Mehrpreis im Vergleich zum externen Druck nehmen wir in Kauf, um unsere Unabhängigkeit und Eigenständigkeit zu wahren. Das sind uns alle Mehrkosten und die sonstigen Anstrengungen aber auch wert.«

Und um ein Indiz zu geben, wie sich die Kosten verschieben, erwähnt Mengis: »Hatten wir im Offsetdruck an der Produktion – über alles gerechnet – drei Prozent Farbkostenanteil, sind es heute rund 40 bis 50 Prozent.«

Dafür sinken die Papierkosten dramatisch alleine schon durch die Makulatureinsparungen beim Hoch- und Runterfahren der Maschine. Und auch das durchgängige Drucken ohne nennenswerte Rüstzeiten ist ein nicht zu vernachlässigender Kostenblock. Außerdem hat Mengis eine für den Digitaldruck eher unübliche Vereinbarung mit HP getroffen: Die Maschine ist geleast, Klickkosten fallen keine an.

Schritt für Schritt

Dabei war von Beginn an klar, dass sich die Investition nur dann rechnet, wenn die Maschine neben dem Zeitungsdruck in erheblichem Umfang auch für Akzidenzprodukte eingesetzt wird. In diesem Zusammenhang stellte sich dann doch noch die Qualitätsfrage. Bringt die HP T-400 die von den Kunden gewünschte Druckqualität auch bei Akzidenzen? Mengis will zwar keine Kunstbücher auf der Inkjet-Rotation drucken, doch viele der heute im Bogenoffset hergestellten Produkte sollen sich auf die neue Maschine transferieren lassen. Dies jedoch alles im Hinblick darauf, dass sich die Produkte auch für den Digitaldruck eignen. Deshalb werden zurzeit die verschiedensten Papiere getestet.

»Nach den bisherigen Tests wissen wir, dass wir jetzt ins Geschäft mit personalisierten Produkten in Kleinauflagen einsteigen können. Wir können in der Zeitung, je nach regionalem Bedürfnis, bestimmte Anzeigenplätze mehrfach verkaufen oder wir können uns im Fremdzeitungsgeschäft als Lohndrucker für Kleinauflagen betätigen. Je mehr wir darüber nachdenken, desto faszinierender sind die Möglichkeiten«, sagt Nicolas Mengis. Doch das will alles wohl überlegt, getestet und umgesetzt werden.

Welche Marktsegmente sich Mengis mit den neuen Möglichkeiten in den nächsten Jahren aufbauen will oder kann, hängen die Walliser deshalb zurzeit nicht an die große Glocke. Doch es gibt sehr konkrete Vorstellungen.

»Wir sind in intensiven Gesprächen mit bestehenden und potenziellen Kunden aus der ganzen Schweiz, um deren Bedarf für Akzidenzaufträge zu ermitteln. Wir sitzen aber auch mit unseren regionalen Kunden zusammen und diskutieren völlig neue Anwendungen«, erläutert Sebastian Bregy. Der Kundenberater weiß natürlich auch, dass die Ressourcen in der Beratung um die neue Technik schrittweise ausgebaut werden müssen, wenn man neue Produkte und Märkte erschließen will. Und nicht zuletzt müssten ja auch die Kunden dazulernen. Auch hier bleibt kaum ein Stein auf dem anderen.

Kein Zurück mehr

Aus vielerlei Gründen ist der Digitaldruck deshalb auch heute noch nicht für jede Zeitungsdruckerei eine Option – allerdings war er in der Vergangenheit überhaupt keine.

Das Geschäftsmodell digitaler Zeitungsdruck ist in Visp auf Langfristigkeit angelegt. Verlag und Druckerei der Mengis Gruppe werden mit den Möglichkeiten der Technologie wachsen und sich gleichzeitig verändern müssen. Die zusätzlichen Herausforderungen an Mensch und Material und das damit verbundene Risiko ist der Mengis-Firmenspitze durchaus bewusst. Doch die Verantwortlichen sind entschlossen genug, dies voller Elan anzugehen.

Denn ein Zurück gibt es für Nicolas Mengis nicht mehr. »Es geht jetzt nicht mehr nur um Gedankenspiele oder eine Vision. Wir sind in die Zukunft eingestiegen. Und in der wollen wir eins ganz sicher: Geld verdienen.«

➤ www.mengis-visp.ch

Toscana

Graubünden

Edle Weine der Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch
www.poggioalsole.com



und / oder



Digital mit KBA RotaJET

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

Offset mit KBA Commander

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

Welchen Weg Sie auch wählen. KBA hat die Lösung.

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

Mehr Infos? Anruf genügt.

Besuchen Sie uns auf der
World Publishing Expo
in Hamburg
vom 05.-07.10.2015
Halle A4, Stand 330

KBA-Digital & Web Solutions AG & Co. KG
Tel.: +49 (0)931 909-0, kba-wuerzburg@kba.com, www.kba.com

 **KBA**
Koenig & Bauer Group

Bewegung bei digitalen Rollenprodukten

Das Know-how aus dem Rotationsmaschinen- und Falzaggregatebau nutzend, hat manroland web systems Weiterverarbeitungsmodule für den Digitaldruck entwickelt: das Punkturnfalzwerk FoldLine sowie die FormerLine für Bücher, Commercials und Zeitungen. Dazu kommen Workflow- und Vernetzungssoftware für die Integration in rollenbasierte Digitaldrucksysteme.

Text und Bild: manroland web systems

Das vollautomatische, multivariable Punkturnfalzwerk FoldLine ist nach Angaben von manroland web systems das optimale Weiterverarbeitungs-Tool für die Zeitungsproduktion in digitalen Produktionsumgebungen, da es Möglichkeiten für die Herstellung von Broadsheet- und Tabloidzeitungen im stehenden und liegenden Format mit verschiedenen Strukturen bietet. Damit sichert das System die Vorteile des Digitaldrucks für Zeitungen und den Werbedruck.

Bis zu zwölf Zeitungs-Sektionen oder bis zu maximal 96 Seiten sind



Digitale Weiterverarbeitung mit FoldLine: Durch ein solches Falzwerk von manroland web systems rauschen täglich die Exemplare des »Walliser Boten« im schweizerischen Visp.

mit der FoldLine herstellbar. Für den Leser hat die digital gedruckte Zeitung somit dasselbe Look-and-Feel wie die gewohnte Offset-Ausgabe. Die FoldLine ist aber ein System für vielfältige Einsatzgebiete: Neben Zeitungen können auch Akzidenzen oder Direct-Mailings produziert werden.

Für die digitale Buchproduktion von kleinen oder kleinsten Auflagen hat manroland web systems mit der zweiten Verarbeitungslinie, der FormerLine, spezielle Roll-to-Bookblock Lösungen entwickelt. Das Know-how im Bau von komplexen Falzsystemen findet hier Einzug in einen weiteren Bereich.

Die FormerLine bietet speziell auf die digitale Buchproduktion abgestimmte variable Seitenanzahlen für Buchsignaturen durch flexible Falztrichterpositionierung. Als Zusatzausstattung ist eine Booklet-Weiterverarbeitung mit Collator von manroland web systems mit inte-

grierter Hilfsverleimung oder Stapler erhältlich.

Finishing und Workflow-Kompetenz

Viele Kunden haben sich bereits für die Lösungen von manroland web systems entschieden: Die FoldLine produziert zum Beispiel bei Rotolito Lombarda in Mailand. Außerdem ist sie Teil eines digitalen Gesamtworkflows bei der Mengis Druck AG in der Schweiz (siehe auch unseren Beitrag auf Seite 8). Hier wird die erste komplett digital gedruckte Tageszeitung produziert – ein Highlight, für das manroland web systems nicht nur die Weiterverarbeitung lieferte, sondern auch die Vernetzungssoftware, die den Workflow integriert und eine reibungslose Produktion ermöglicht.

Die FormerLine produziert mittlerweile auf fast allen Kontinenten. Egal ob bei Legra in Polen, bei CPI in

Deutschland, bei Hucais in China oder bei FTD in Brasilien – überall ist man von der effizienten Finishing-Lösung überzeugt. Produziert werden neben Büchern auch Kalender.

Marktverschiebungen

Nach Angaben von manroland web systems entwickelt sich das Inline-Finishing an digitalen Rollendruckmaschinen auch weiterhin rasant. Die Systeme für den industriellen Digitaldruck stießen weltweit auf große Resonanz. Dabei sind sich die Augsburgers sicher, dass der Digitaldruck in der Zeitungsproduktion, in der Werbung und bei der Buchherstellung weiter an Bedeutung gewinnen wird.

Dafür sollen auch in Zukunft passende Systeme und Workflows entwickelt und an die Bedürfnisse der verschiedenen Märkte angepasst werden. Denn, so die Erkenntnis von manroland web systems: Während klassische Tiefdruckaufträge in den Offset abwandern, bewegen sich zugleich immer mehr Druck-Produktionen aus dem Offset in den Digitaldruck.

➤ www.manroland-web.com

SAZIO

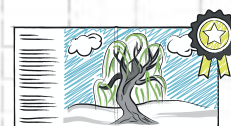
Vinothek, Bar, Ristorante

Seefeldstrasse 27
8008 Zürich
www.sazio.ch

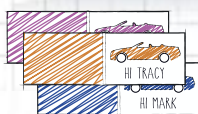
Neue B2-Digitaldruckmaschine: Neues Geschäftsmodell



Schnelle Durchlaufzeiten dank
kurzer Rüstzeiten



Gleichbleibende
außergewöhnliche Qualität



Seitenweiser Druck variabler
Daten und Personalisierung



Neue Möglichkeiten für eine
hohe Wirtschaftlichkeit

Jet Press 720S

Die Neuausrichtung der dynamischen Möglichkeiten des Digitaldrucks

Die Jet Press 720S ist die nächste Generation unserer B2-Digitaldruckmaschine mit Inkjet-Technologie. Sie bietet eine Reihe technischer Verbesserungen, so dass niedrige Auflagen schnell und einfach zu fertigen sind. Erstaunliche Qualität, kurze Rüstzeiten und variabler Datendruck sind wichtige Merkmale dieser Digitaldruck-Lösung. Aber viel wichtiger ist, dass wir das dazugehörige Geschäftsmodell und die damit verknüpfte Amortisation neu definiert haben. Damit ist die Jet Press 720S die ideale Antwort auf die wachsende Forderung nach kleinen Auflagen in hoher Qualität. Wie sich diese Maschine für Sie optimal nutzen lässt, erklären wir Ihnen gerne in einem persönlichen Gespräch.

Jet Press 720 S - für ein solides Wachstum in neuen Märkten.

Erfahren Sie mehr unter
www.powerofinkjet.com
grafische_systeme@fujifilm.de



FUJIFILM
Value from Innovation

93% aller Erlöse kommen aus Print

Die Erlöse der Zeitungen aus dem Auflagenverkauf sind erstmals in diesem Jahrhundert höher als die Erlöse aus dem Anzeigengeschäft. Das zeigt die jährliche World Press Trends Umfrage, die vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-Ifra) vorgestellt wurde. Und die zeigt auch, wie weit die Zeitung noch vom digitalen Geschäft entfernt ist.

»Die Annahme, dass Nachrichteninhalte durch Erlöse aus dem Anzeigengeschäft subventioniert werden, hat sich erledigt«, sagte WAN-Ifra-Generalsekretär Larry Kilman bei der Vorstellung der Umfrage beim 67. Weltkongress der Nachrichtenmedien in Washington. »Die Leserschaft ist zur größten Erlösquelle der Verlage geworden.«

Die Zeitungen haben 2014 Erlöse von schätzungsweise 179 Mrd. US-Dollar aus dem Verkaufs- und Anzeigengeschäft generiert. Davon entfielen 92 Mrd. US-Dollar auf den Verkauf von Print- und Online-Ausgaben und 87 Mrd. \$ auf das Anzeigengeschäft. »Das ist eine Verschiebung von einer starken Beziehung zwischen Verlagen und Anzeigenkunden zu einer Beziehung zwischen Verlagen und Publikum«, sagte Kilman.

In einigen Märkten habe das Anzeigengeschäft bisher bis zu 80% der Erlöse eingebracht. In einigen europäischen und asiatischen Märkten bringe das Anzeigengeschäft aktuell nur noch 40% der Erlöse ein. Doch die Umfrage zeigt auch, dass die Anzeigenerlöse der Zeitungen weltweit fast überall zurückgehen, während die Auflagenenerlöse relativ stabil bleiben.

»Print war in der Vergangenheit einer von nur wenigen Marketingkanälen und meist die einzig logische Wahl für Werbung, Branding und Marketing«, sagte Kilman. »Diese direkte gegenseitige Abhängigkeit existiert nicht mehr. Werbungtrei-



bende haben heute mehr als 60 verschiedene Medien zur Auswahl.« Doch trotz des steigenden Wettbewerbs der Medien würden Zeitungen in aller Welt ihren Wert für Anzeigenkunden unter Beweis, sagte Kilman, weil sie neue Märkte und Geschäftsmodelle entdeckten, die ebenso relevant für die Nachrichtenproduktion seien wie Anzeigen- und Auflagenenerlöse. »Sie haben sich von klassischen Print-Zeitungsverlagen zu Multiplattform-Nachrichtenmedienunternehmen gewandelt.«

Trends und Daten

Doch wenngleich oder auch weil Zeitungen heute auf allen Medienplattformen vertreten sind, gestaltet

sich die Messung von Reichweite und Einfluss nach wie vor schwierig, denn sie erfolgt weitgehend über Auflagenzahlen und eine Reihe nicht standardisierter Messgrößen für die digitale Reichweite. Daher wünscht sich die Branche Messungen der Reichweite über alle Plattformen mit neuen Maßeinheiten. Damit ist sie ja im Übrigen nicht alleine. Eine Vergleichbarkeit zwischen den unterschiedlichen Medien ist mehr als schwierig.

Die Umfrage World Press Trends enthält Daten aus mehr als 70 Ländern, die zusammen mehr als 90% des globalen Werts der Branche ausmachen. Die Erhebung wird jährlich veröffentlicht und zeigt jeweils interessante Trends und Daten.

Danach verbringen die Mediennutzer weltweit im Schnitt 2,2 Stunden pro Tag mit dem Smartphone (97 Minuten) oder Tablet (37 Minuten), was zusammen 37% der Medienzeit ausmacht. Erst dann folgt nach dem Medienkonsumbericht von InMobi das Fernsehen (81 Minuten), Desktop (70 Minuten), Radio (44 Minuten) und Print (33 Minuten).

Aktuell ist die mit Smartphones verbrachte Zeit in den USA, Großbritannien und Italien höher als die Internetnutzung am PC. Die Zahl derer, die Zeitungsinhalte mit Mobil-Geräten konsumieren, lag nach einem Bericht der Newspaper Association of America im März 2015 um 53% höher als im selben Monat des Vorjahres. »Wenn es um neue Erlöse geht, sprechen wir seit zehn Jahren über Mobile«, sagte Kilman. »Nun ist es so weit. 2014 ging die Desktop-Internetnutzung weltweit zugunsten von Mobile zurück.« Welche Auswirkungen das für die gedruckte Zeitungen hat, sollten die Häuser jedoch erst einmal sorgfältig analysieren. Denn nach ersten Untersuchungen in Deutschland hält der Hype um Mobile zumindest beim Online-Shopping den Erwartungen nicht Stand.

Print-Auflagen steigen im Osten und sinken im Westen

Dennoch lesen rund 2,7 Mrd. Menschen in aller Welt gedruckte Zeitungen und mehr als 770 Mio. lesen sie nach der WPE-Umfrage auf digitalen

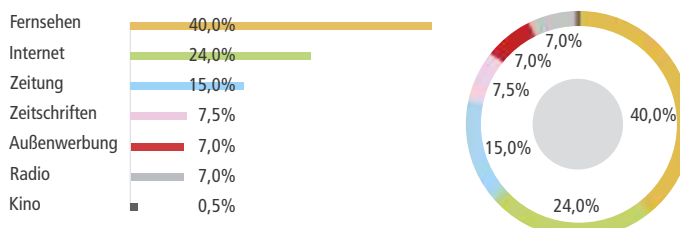
179 MRD. \$ WAR DER WELTWEITE UMSATZ DER ZEITUNGEN AUS WERBE- UND VERTRIEBSEINNAHMEN 2014.

93% DIESER SUMME GENERIERTEN DIE UMSÄTZE IN GEDRUCKTEN ZEITUNGEN.

Quelle: World Trade Press Umfrage der WAN-Ifra 2014/2015.

Wenn die 87 Mrd. \$, die Zeitungen mit Anzeigen erlösen und diese Summe mit 15% der weltweiten Ausgaben für Werbung beziffert wird, müsste der weltweite Werbemarkt bei 580 Mrd. \$ liegen. Allerdings sind die Annahmen der realen Werbeumsätze zumindest in einigen europäischen Ländern höchst umstritten. Auch in Deutschland gehen verschiedene Verbände und Organisationen von stark abweichenden Zahlen aus).

WERBEAUSGABEN FÜR MEDIEN WELTWEIT (2014)



Quelle: WAN-Ifra 2015; Druckmarkt-Grafik 9/2015

Plattformen. Es gibt laut World Press Trends auch Belege dafür, dass die Kombination aus Print und Digital das Publikum für Zeitungen erweitert. So zeigten Daten aus Australien, dass 86% aller Erwachsenen auf irgendeiner Plattform Zeitungen lesen; in England sind es 83%. Die Print-Auflagen sind 2014 gegenüber dem Vorjahr weltweit um

6,4% gestiegen und weisen im Fünfjahresvergleich einen Zuwachs von 16,5% auf.

Das ist vor allem den Auflagensteigerungen in Indien und anderen ostasiatischen Ländern zuzuschreiben. Denn das Zeitungsgeschäft in Indien ist nach wie vor der gesündeste Zweig der weltweiten Print-Zeitungsbranche.

In Asien sind die Auflagenzahlen 2014 gegenüber 2013 um 9,8% gestiegen, im Nahen Osten und Afrika um 1,2% und in Lateinamerika um 0,6%; in Nordamerika fielen sie um 1,3%, in Europa um 4,5% und in Australien und Ozeanien um 5,3%. Über den Zeitraum von fünf Jahren betrachtet stiegen die Zeitungsauflagen in Asien um 32,7%, im Nahen

Osten und Afrika um 3,7% und in Lateinamerika um rund 3%. In Nordamerika fielen sie um 8,8%, in Europa sogar um 21,3% und in Australien und Ozeanien um 22,3%. Aus diesem Grund setzen die Zeitungen in reifen Märkten zunehmend auf Strategien, mit weniger Abonnenten mehr Geld zu verdienen.



DEN KÖNNEN SIE GETROST KAUFEN

Jedes Jahr zeichnen die 20 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association zusammengeschlossen haben, die besten Lösungen und Produkte aus den Kategorien Software, Digitaldruck, Finishing, Substrate, Tinten und Toner mit den begehrten EDP Awards aus. Damit unterstützen die EDP Magazine mehr als eine halbe Million Leser in 25 Ländern bei ihren Kaufentscheidungen.

Die EDP Awards 2015/2016 werden auf der drupa 2016 vergeben: www.edp-awards.org

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

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.



www.edp-net.org

Dazu gehören die Erhöhung der Verkaufspreise und die Verringerung der Produktionskosten durch eine Senkung der Erscheinungshäufigkeit. Doch diese Praktiken bergen auch das Risiko, einen (nicht unerheblichen) Teil der Leserschaft im Tausch für Umsatzwachstum vor den Kopf zu stoßen. Abo-Kündigungen sind die Folge.

Bezahlte Digitalauflagen sind laut PriceWaterhouseCoopers 2014 um 56% gestiegen. Und laut einer im Rahmen des Reuters Institute Digital News Report in zehn Ländern durchgeführten Umfrage gaben 10% der befragten Menschen an, für digitale Inhalte zu bezahlen. Das reicht von 22% in Brasilien bis 7% in England.

Print zahlt sich immer noch aus

Weltweit kommen noch immer 93% aller Zeitungserlöse aus dem Print-Geschäft. Gleichzeitig investieren die Zeitungen in multidimensionale Geschäftsmodelle.

Das digitale Anzeigengeschäft stellt nur einen kleinen Teil der Zeitungserlöse dar, wuchs aber um 8% im Jahr 2014 und 59% über die letzten fünf Jahre, hat PriceWaterhouseCoopers festgestellt. Doch die größten Nutznießer des digitalen Anzeigengeschäfts sind nach wie vor Social-Media- und Technologieunternehmen. Den größten Anteil hat Google mit 38% (19,3 Mrd. \$), Facebook griff 2014 knapp 10% ab und ist größter Empfänger der Digital-Display-Anzeigenumsätze.

Das Fernsehen hält mit knapp 40% nach wie vor den Löwenanteil am weltweiten Werbeumsatz, gefolgt vom Internet mit 24%, Zeitungen mit 15%, Zeitschriften mit 7,3%,

Außen- und Radiowerbung mit rund 7% und Kino mit 0,5%.

Print-Werbung ist 2014 weltweit um 5,2% gegenüber dem Vorjahr und um 17,5% über die letzten fünf Jahre zurückgegangen. Seit Mitte der 1990er Jahre wächst Internetwerbung zu Lasten von Print.

Werbung in Print-Zeitungen stieg in Lateinamerika 2014 gegenüber dem Vorjahr zwar um 4,9% und um 2,2% im Nahen Osten und Afrika, war jedoch in anderen Regionen rückläufig: Um 6,5% in Asien/Pazifik, um 7,5% in Nordamerika und um 5,0% in Europa. Über fünf Jahre stieg in Lateinamerika die Print-Werbung in Zeitungen um 27,7%. In Nordamerika ging sie um 28,2% zurück, in Europa um 23,1%, in Nahost und Afrika um 22,1% und in Asien/Pazifik um 7,3%.

Die Ausgaben für Internetwerbung haben 2014 die Gesamtausgaben für Werbung in Zeitungen und Zeitschriften überholt. Über die letzten zehn Jahre ist die Internetwerbung von 4% des weltweiten Budgets auf 24% gestiegen. In derselben Zeit hat sich der Zeitungsanteil am globalen Werbekuchen von 30% auf 15% halbiert, während der Anteil der Zeitschriften von 13% auf 7,3% gesunken ist.

Die Erlöse der Zeitungen mit Digitalanzeigen können die renditestarken Print-Erlöse nicht ersetzen, nehmen aber immerhin zu. So sind die Digitalanzeigenerlöse der Zeitungen 2014 um 8,5% und über den Betrachtungszeitraum von fünf Jahren um knapp 60% gestiegen.

► www.wan-ifra.org

STUDIE ›LOKALE WELTEN‹

ANZEIGENBLÄTTER PROFILIEREN SICH ALS WEGWEISER

Das unmittelbare Wohnumfeld ist für die deutsche Bevölkerung ab 16 Jahren die dominierende Konsumwelt. Trotz des sich immer weiter verbreitenden E-Commerce halten 85% der Menschen die Einkaufsmöglichkeiten in ihrem Umfeld für gut oder sehr gut. Fast jeder Zweite sieht in den letzten Jahren sogar eine Verbesserung.

ihrem Umfeld beziehen viele Menschen aus dem Anzeigenblatt: 61% informieren sich über Lokalpolitik und lokales Geschehen. 67% finden darin Einkaufstipps und Sonderangebote.

Damit sind die insgesamt 1.327 Anzeigenblätter in Deutschland, die in 452 Verlagen und in ihrer Mehrheit Mittwochs erscheinen, die wichtigs-



Zu diesem Schluss kommt die repräsentative Studie ›Lokale Welten‹, die das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag des Bundesverbandes Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) durchgeführt hat.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass sich 81% der Bevölkerung stark mit ihrem Wohnort und der Region verbunden fühlen. Dabei steht auch der stationäre Einzelhandel hoch im Kurs: 84% der Befragten schätzen die persönliche Beratung im Geschäft.

Die Einkaufskanäle im Internet nutzen die Konsumenten eher produktabhängig: Während 55% Hotels oder Reisen online buchen, kaufen nur 2% Lebensmittel im Internet ein.

Lokale Nachrichten gefragt

Auch bei der Informationssuche nach lokalen Ereignissen und Neuigkeiten sowie bei Einkaufsangeboten spielt das Internet regional betrachtet eine untergeordnete Rolle. Nachrichten und Informationen aus

te Informationsquelle über die lokale Einkaufswelt. Die Auflagen der Anzeigenblätter bewegen sich zwischen 10.000 Exemplaren und über 200.000. Das Gros liegt bei bis zu 100.000 Exemplaren.

»Mit überraschender Deutlichkeit belegt die Studie, dass sich die Menschen in Deutschland in hohem Maße für ihr lokales Umfeld interessieren und die Vorteile des stationären Einzelhandels schätzen«, sagt Sebastian Schaeffer, stellvertretender Geschäftsführer im BVDA. »Anzeigenblätter bieten ausführliche Informationen über Veranstaltungen, Lokalnachrichten und Einkaufsmöglichkeiten. Die Studienergebnisse bestätigen, dass sie für viele Menschen ein unverzichtbarer Wegweiser in der lokalen Lebens- und Konsumwelt sind.«

► www.bvda.de

Lesen Sie zum Thema der regionalen Zeitung auch unseren Beitrag auf Seite 24.



Stiften Sie zu
– jetzt online!

sos-kinderdorf-stiftung.de



Für Dich!

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

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

›Die Zeitung ist tot? Es lebe die Zeitung!‹

Wenn ein Zeitungsmacher ein Buch mit diesem Titel schreibt, liegt der Verdacht nahe, dass er die gedruckte Zeitung lobhudeln will. Man kann es ihm nicht verdenken. Denn der Autor des Buches, Hermann Petz, ist Vorstandsvorsitzender der österreichischen Unternehmensgruppe Moser Holding.

Von CLAUDE BÜRKI

Doch er lässt es nicht bei schierer Lobhudelei bewenden. Vielmehr stellt er sich auch die Frage, was eine gedruckte Zeitung in Zukunft besser machen könnte. Und er stellt fest, dass eine gut gemachte gedruckte Zeitung Garant für den Online-Erfolg sein kann. Er ist zudem der Meinung, dass die Printmarke eine digitale Zeitung ›branden‹ hilft und ihr zu einem positiven Image im Netz verhilft. Aber er schreibt auch: Nur große oder spezialisierte journalistische Marken verdienen ihr Geld im Netz.

Als Zeitungsmann wartet er – ohne zu langweilen – mit Thesen auf, die seines Erachtens die Zukunft einer Zeitung festigen. Petz liefert mit diesen und vielen anderen Thesen, die das Buch besonders lesenswert machen, hohen Erkenntnisgewinn für alle, die sich mit der Qualität des Journalismus – online oder offline –

befassen. Der Beschreibung und Wertung der verschiedenen Online-Geschäftsmodelle entzieht sich der Verfechter des gedruckten Wortes ebenfalls nicht und schlägt sogar versöhnliche Töne an: »Seien wir nett zur Zukunft«; denn eine Hoffnung sei es zwar, dass die Menschen in Zukunft vielleicht mehr als heute gewillt seien, für Inhalte im Internet zu bezahlen. Doch es würden andere Maßstäbe an die Storys im Netz gelegt. Eine fade Tortengrafik hole keinen Leser hinter dem Ofen hervor. Und: Die gedruckte Zeitung sei das Medium der Klugen, aber wenn es die nicht mehr gebe (die Klugen), habe auch die beste Zeitung keine Chance mehr. Und er gibt – auf der vorletzten Seite des Buches – zu bedenken: »Meist fehlt denjenigen Menschen, die sich nur noch im Netz informieren, die Zeit, der Informationsflut überhaupt gerecht zu wer-



den – geschweige denn, sich mit Inhalten, Quellen und Intentionen des dort Gefundenen auseinandersetzen zu können.«

Print gewinne, so Petz, in allen Kategorien, einschließlich der Werbung. Die gedruckte Tageszeitung liege immer noch vor dem digitalen Auftritt, auch was Werbewirksamkeit anbelange. »Ein Faktum, das vor allem Werber, die bislang noch vor allem auf Verbreitung über digitale Kanäle setzen, stutzig machen soll-

te.« Petz setzt in seinem Buch Fakten gegen Mythen und zeigt: Print lebt – und wie!

Die Medienlandschaft hat sich stark verändert. Dennoch ist die Bedeutung von Print ungebrochen. Print und Internet erfüllen unterschiedliche Leserbedürfnisse und Print hält sich auch in einer digitalisierten Welt als Basis für Qualitätsjournalismus: als Plattform professioneller Themenfindung, Recherche und Selektion, als redlicher Welterklärer. Gewidmet ist das Buch allen Qualitätszeitungen und insbesondere der ›Tiroler Tageszeitung‹ anlässlich ihres 70. Geburtstags.

ISBN 978-3-7099-7199-4, erschienen im Haymon-Verlag.

Lesen Sie auf den nächsten Seiten unser Interview mit dem Autor Hermann Petz. ■



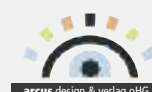
DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf Begriffe der Druckersprache (Aushängebogen, Schnellschuss, Spieß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlagen, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carl Fritz Nicolay. Jedes Blatt im Format 30 x 42 cm.

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

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



Print wird unterschätzt

Hermann Petz hat anlässlich des 70-jährigen Bestehens der ›Tiroler Tageszeitung‹ ein Buch mit dem Titel ›Die Zeitung ist tot? Es lebe die Zeitung!‹ veröffentlicht, in dem er zu dem Schluss kommt, dass für regionale Tageszeitungen in Zukunft nach wie vor ein Platz in der Medienlandschaft vorhanden sein wird. Warum? Lesen Sie das Interview.

Von KNUD WASSERMANN

In Ihrem Buch zeichnen Sie eine durchaus optimistische Perspektive für die Zukunft der regionalen Tageszeitung. Steckt dahinter mehr als der Zweckoptimismus eines Herausgebers?

Hermann Petz: Es gibt Fakten, die für die gedruckte Tageszeitung sprechen. Es wird immer behauptet, dass sich junge Menschen Informationen nur noch auf digitalem Weg besorgen. Bei der ›Tiroler Tageszeitung‹ hat der Printkanal bei den 14- bis 29-Jährigen eine Reichweite von 43 Prozent. Deshalb kann ich zumindest für regionale Tageszeitungen sagen, dass sich auch junge Menschen in unserem Produkt wiederfinden. Ich glaube nicht, dass es eine Entweder-oder-, sondern eine Sowohl-als-auch-Entscheidung ist. Das bedeutet nicht, dass alle anstehenden Fragen gelöst sind. Wir werden aber sicher kein Leserproblem bekommen. Wie man dies wirtschaftlich vermarkten kann, ist eine andere Frage.

Sind Ihre Thesen auch international relevant oder sind es eher nationale Betrachtungen?

Mir ging es darum, rund um das 70-jährige Bestehen der TT mit Fakten zu belegen, dass die regionale Tageszeitung eine Zukunft hat und ich war verblüfft, wie eindeutig die Ergebnisse ausfielen. Die faktenorientierte Entwicklung der Regionalzeitungen unterstützt diese Aussage.



Hermann Petz, ist Vorstandsvorsitzender der österreichischen Unternehmensgruppe Moser Holding AG und Herausgeber der Tiroler Tageszeitung.

71 Prozent aller Besucher von tt.com kommen direkt auf die Plattform, 24 Prozent über Google und von denen geben wieder 80 Prozent in der Suchzeile gezielt die Marke ein. Wer entsprechende Formate bereitstellt, kann auch junge Leser erreichen.

Sie behaupten in Ihrem Buch, dass Zeitungswerbung stärkere Kaufimpulse auslöst. Wie erklärt sich dann der dramatische Einbruch bei den Anzeigenerlösen?

Die Erlöse stehen unter enormem Druck, das stimmt. Die Ausgangsbasis ist jedoch, dass wir keinen Leser-mangel haben und dass Printwerbung wirkt. Die Anzahl der Kanäle

hat sich aber erhöht und es gibt eine Bewegung Richtung Internet und Social Media. Wir haben Tests durchgeführt, bei denen sich gezeigt hat, dass Printwerbung die einzige Werbung ist, die Konsumenten erwarten und ihr positiv gegenüberstehen. Ich befinde mich mit meiner These in guter Gesellschaft. So hat etwa Martin Sorrell, der Chef von WPP, dem größten Agenturnetzwerk der Welt, kürzlich gesagt, dass Print unterschätzt werde. Er betont, dass Printmedien zu einem besonderen Engagement mit dem Leser führen, was sich in einer höheren Werbewirkung ausdrückt.

Es wird noch dauern, bis sich diese Erkenntnis in den Schaltplänen widerspiegelt. Wenn man transaktions- und nicht abverkaufsorientierte Werbung platzieren möchte, ist Print ein hervorragendes Medium, um Zielgruppen zu erreichen und einen Kaufimpuls auszulösen. Ich denke, dass die sich abzeichnende Stabilisierung nachhaltig ist und gute Chancen bestehen, dass wir wieder Steigerungen erleben.

Das heißt, jede Bewegung hat auch ihre Gegenbewegung?

Wir neigen trotz Gegenbewegungen dazu, noch immer im Mainstream zu verhaften. Wir haben uns angesehen, wie sich dieser Hype um die Big Five Amazon, Apple, Facebook, Google, Microsoft aus der Sicht eines durchschnittlichen Einwohners in Tirol darstellt – dann relati-

viert sich vieles. Ich verwende dazu die 95-95-25-Regel, die besagt, dass 95 Prozent der Menschen 95 Prozent ihrer Zeit in einem Umkreis von 25 Kilometern verbringen. Deshalb muss man jedes digitale Geschäftsmodell überprüfen, ob es im realen Leben einen Nutzen hat. Die Menschen werden gegenüber den Großen misstrauisch und somit ist der Zeitpunkt für eine Gegenbewegung gekommen.

Sie sagen, von der Krise in der Zeitungsindustrie sei manches hausgemacht. Was meinen Sie konkret?

Man kann die Medienbranche nicht so ohne Weiteres mit anderen Branchen vergleichen. Wir haben die beiden Umsatzströme aus dem Vertrieb und den Anzeigen und denen stehen die Kosten gegenüber. Wer von Einsparungen spricht, muss auch wissen, dass es Untergrenzen gibt. Etwa in der Redaktion, um das Qualitätsversprechen gegenüber den Lesern zu erfüllen. Wer hier undifferenziert vorgeht, schüttet das Kind mit dem Bade aus.

Für eine Tageszeitung stellt sich die Frage, ob man alle Umsatzerlöse ausgeschöpft hat, bevor man die Kosten in der Redaktion senkt. Auch wir haben Kosten optimiert, aber das Redaktionsbudget ist für die nächsten Jahre gesichert. Wir informieren unsere Leser auch in Zukunft unabhängig und vollständig, darauf können sie sich verlassen. Im digita-

len Umfeld erhalten sie jene Meldung, die gerade zu dem Produkt passt, das sie als Nächstes kaufen werden.

Einige Verlage arbeiten mit Facebook zusammen und posten ihre News darüber.

Wir werden das sicher nicht tun. Wir können die Nachrichtenselektion nur schlüssig unter der Marke ›Tiroler Nachrichten‹ erfüllen. Bei anderen Konstellationen wird die eigene Marke in den Hintergrund gedrängt. Für eine regionale Zeitung ist das völlig ungeeignet.

Gerät die Digitalisierung derzeit nicht komplett aus den Fugen?

Mit welchem Selbstverständnis etwa Google auftritt, ist schon beängstigend. Die Frage ist, ob man die eingeschlagene Entwicklung noch aufhalten kann – ich glaube schon. Denn alles, was sich hier abzeichnet, hat Auswirkungen auf das reale Leben und wird auch entsprechende Diskussionen lostreten. Die Auseinandersetzung hat schon begonnen, speziell in Europa werden die Gefahren langsam erkannt. Ich bin optimistisch, dass wir das Ruder noch herumreißen.

Ich würde nichts verbieten, aber es sollten für alle dieselben Regeln gelten. Der Fahrdienst ›uber‹ zum Beispiel müsste alle Fahrer automatisch bei der Spezialversicherung anmelden. Bei Chancengleichheit relativieren sich solche Geschäftsmodelle dann sehr rasch.

Was macht die gedruckte Zeitung auch in Zukunft besser?

Der Glaube an die Zukunft der Tageszeitung – was wir tun. Wer sich nur mit den digitalen Kanälen beschäftigt, vergisst dabei jene mitzunehmen, die fast nur die gedruckte Zeitung nutzen. Bei unserer Gesamtreichweitenstudie über alle Kanäle hat sich gezeigt, dass 90 Prozent auch die gedruckte Zeitung und 58 Prozent ausschließlich die gedruckte

Zeitung nutzen. Wenn man von diesen Zahlen ausgeht, kann sich die gedruckte Tageszeitung sicherlich noch weiterentwickeln. Hier ist aber mehr Selbstbewusstsein gefragt.

Wie wird denn die ›Tiroler Tageszeitung‹ in Zukunft aussehen?

Ich glaube, dass die regionale Tageszeitung gar nicht so viel anders aussehen wird als heute. Die 95-95-25-Regel trifft auf sehr viele Lebensbereiche zu und dafür haben wir digitale Plattformen. Wir haben eine gut gehende Online-Immobilienplattform, da die meisten Menschen innerhalb von 25 Kilometern eine Wohnung oder ein Haus finden wollen – und nicht im Ausland. Das Gleiche gilt für Jobs oder Partner. Die regionale Komponente macht es. Die Zeitung als solches bleibt in ihrer Form bestehen und wird von digitalen Angeboten ergänzt. Darüber hinaus arbeiten wir an Verknüpfungen der On- und Offline-Welt. Ein Projekt ist ›shop.tirolk. Da wollen wir dem Leser aufzeigen, dass es schon einen Unterschied ausmacht, ob er beim regionalen Handel einkauft oder nicht. Deshalb haben wir den Shop, der dahinter steht, mit einem Zusage- und Abhol-Button versehen und wollen so den regionalen Handel stärken. Die regionale Marke bleibt erhalten und ist eingebettet in den Shop, den man sich wie eine virtuelle Einkaufsstraße vorstellen kann. Das ist Weiterentwicklung. Für unsere gedruckte Zeitung wird es weiterhin Bedarf geben. Die kann man in die Hand nehmen und in den Inhalt eintauchen.



SIE SIND

DIE BEWAHRER DER DRUCKPLATTEN

DIE MEISTER DER VARIABLEN DATEN

DIE HÜTER DER KOSTEN

DIE SUCHER NACH NACHHALTIGKEIT

SIE SIND DIE DRUCKER

Steigern Sie die Produktivität Ihres Unternehmens und reduzieren Sie Ihre Umweltbelastungen mit branchenführenden Lösungen, die für Ihr Geschäftsfeld entwickelt wurden.

Erfahren Sie mehr unter Kodak.com/go/PressOn



PRESS ON

World Publishing Expo 2015/Hamburg 5. bis 7. Oktober 2015

HEIMSPIEL FÜR PPI MEDIA

In diesem Jahr legt ppi Media für die World Publishing Expo im eigenen Hafen an: Vom 5. bis 7. Oktober findet das Jahresereignis der Medienbranche in Hamburg, der Heimatstadt von ppi Media, statt. Der Software-Entwickler freut sich auf drei spannende Tage in den Messehallen und lädt darüber hinaus gemeinsam mit dem führenden Unternehmer-Magazin und Content-X-Kunden »Impulse« zu einer Case Study Tour ein. Im Verlagshaus der Impulse Medien GmbH geben der Verlagsleiter Ole Jendis und die Chefin von Dienst, Eva Weikert, spannende Einblicke in ihre Arbeitsweisen, den Redaktionsalltag und die Philosophie des Magazins. Seit sich die Impulse Medien GmbH im Jahr 2013 nach einem Management-Buy-Out vom Verlag Gruner+Jahr löste, produziert das Unternehmer-Magazin sein monatlich erscheinendes Heft sowie alle Sonderveröffentlichungen und Beilagen in Eigenregie mit dem Redaktionssystem Content-X von ppi Media und Digital Collections. Natürlich begrüßt ppi Media die Besucher der World Publishing Expo auch wie gewohnt an allen drei Tagen am eigenen Stand und freut sich auf spannende Gespräche. Im Fokus stehen in diesem Jahr insbesondere die Weiterentwicklungen der crossmedialen Lösungen Content-X für die redaktionelle Arbeit sowie von AdX zur Anzeigendisposition auf allen Kanälen.

› www.ppimedia.de

NEUE IDEEN FÜR DEN ZEITUNGSVERSAND

An der World Publishing Expo in Hamburg zeigt Müller Martini den Zeitungsproduzenten, wie sie sich vom Wettbewerb abheben und fit für die Märkte der Zukunft machen können. Zeitungshäuser suchen weltweit nach Möglichkeiten, um mit neuen Ideen durchzustarten und sich im harten Zeitungsmarkt zu behaupten. Müller Martini liefert dazu die individuell passende Systemlösung im Versandraum – die oft direkt mit Kunden auf Basis ihrer Geschäftsmodelle entwickelt werden.

Ein aktuelles Beispiel markiert das Einstecksystem FlexLiner, das in Kombination mit dem Daten- und Workflowsystem Connex.Mailroom das Druckhaus Walsrode in Deutschland dabei unterstützt, vom Offline- zum Online-Einsteckmodus zu wechseln und so noch effizienter zu produzieren. Das speziell für Direktverteiler entwickelte Zusammentrag-System MailLiner ist eine weitere Lösung, mit der von manuellem auf automatisiertes Zusammenstellen von Beilagen-Sets umgestellt wird. Das hilft den unter Druck geratenen Direktverteilern dabei, ohne zusätzliche Trägerprodukte oder Folien die Margen wieder zu verbessern.

Auch der Digitaldruck hat in der Zeitungsproduktion Einzug gehalten und verlangt nach neuen Ideen im Versandraum. Der »Walliser Bote« aus dem Druckhaus Mengis AG (Schweiz) ist die erste digital gedruckte Zeitung. Dafür hat Müller Martini die individuell angepasst Einsteck-Lösung geliefert.

› www.mullermartini.com

MULTI CHANNEL PUBLISHING LÖSUNG

Eine intelligente Multi Channel Publishing Lösung für Print-, Online- und App-Publishing, innovative Paid Content Modelle für Tablet und Mobile sowie umfassende Strategieberatung für die digitale Zukunft: All das ist auf der World Publishing Expo 2015 am Stand der InterRed GmbH zu finden.

Die dort vorgestellte Gesamtlösung kombiniert Web Content Management, Redaktionssystem und App Publishing – alles innerhalb eines Systems. Diese fortschrittliche Technologie bildet die Grundlage sowohl für Verlage als auch für das Corporate Publishing bei Unternehmen. Alle Medienkanäle – ganz gleich ob Print, Online oder Apps – werden, dank intelligenter Features, im selben System erstellt, verwaltet und publiziert. Das Multi Channel Publishing mit InterRed bietet so die ideale Technologie, um auch kommenden Herausforderungen der Medienbranche erfolgreich zu begegnen.

Um die tägliche redaktionelle Arbeit noch effizienter zu gestalten, bietet InterRed die intelligente Synchronisation der Inhalte. Sowohl für unterschiedliche Medien als auch Varianten oder Regional-Ausgaben wird dadurch echtes Multi Channel Writing mit einer sehr hohen Zeiterparnis möglich. Artikel oder andere Texte wissen immer, woher sie stammen und erkennen auch asynchrone Änderungen in anderen Ausgabekanälen. Sie sind getrennt nutzbar, verlieren zu keinem Zeitpunkt den Bezug zueinander und können so immer gegeneinander abgeglichen werden.

› www.interred.de

KODAK: NACHHALTIGE EFFIZIENZ

Kodak wird im Rahmen der World Publishing Expo erstmals die neue digitale Kodak Libra VP Platte zeigen. Die mit allen gängigen Violett-CTP-Systemen und Plattenverarbeitungsanlagen kompatible Platte maximiert die Produktivität und bietet die Qualität und Leistung im Druck, welche für Zeitungs- und Akzidenzdruckanwendungen erforderlich sind. Zeitungsdruckereien, die Druckplatten konventionell verarbeiten, können den Verarbeitungsprozess vereinfachen und Umweltauswirkungen verringern, indem sie ihren herkömmlichen Entwickler und Regenerat durch eine Auswaschgummierung mit niedrigem pH-Wert ersetzen. Mit derselben Auswaschgummierung können Druckereien, die eine noch höhere Effizienz erzielen und Wasser sparen wollen, unter Verwendung einer modifizierten Plattenverarbeitungsanlage oder einer speziellen Auswascheinheit einen Einbadentschichtungsprozess einrichten, bei dem die Platten-Spülschritte entfallen. Kodak wird auch seine prozessfreie Kodak Sonora News Platte sowie die digitale Kodak Thermalnews PT Platte zeigen, mit der Druckereien den Energieverbrauch bei der Druckformherstellung durch die Eliminierung des Preheat-Schritts um bis zu 60% und den Wasserverbrauch durch den Verzicht auf das Vorspülen um bis zu 50% senken können.

› www.kodak.com

KBA BLEIBT MARKTFÜHRER BEI ZEITUNGSMASCHINEN

KBA COMMANDER CL BEI INVESTITIONEN GEFRAGT

Angesichts des in den letzten Jahren deutlich kleiner gewordenen Weltmarktes für neue Rotationsanlagen sind auf einem Zeitraum von wenigen Monaten oder einem einzigen Jahr basierende Marktanteile, mit denen manche Hersteller für sich werben, wenig aussagekräftig. Angesichts der Investi-

wirtschaftlichen Gründen wenig präsent. Dementsprechend lag der KBA-Marktanteil im Zeitungsdruck im Jahr 2014 vorübergehend unter 10%.

2015 sind die Würzburger Erfinder der Zeitungsdruckmaschine auch im Rollenoffsetdruck wieder auf gewohntem Niveau. Mit Aufträgen



Die KBA Commander CL-Anlage für die Oppermann Druck- und Verlagsgesellschaft im niedersächsischen Rodenberg.

tionszurückhaltung reichen oft schon ein oder zwei gewonnene Maschinenaufträge, um den Anteil am Kuchen gehörig zu vergrößern. Über die technologische und längerfristige Marktposition sagen solche Momentaufnahmen wenig aus. Wesentlich aussagekräftiger ist die über mehrere Jahre ausgelieferte Anzahl der Neumaschinen. Von 2011 bis 2013 war KBA in ihrem traditionellen Geschäftsfeld Zeitungsdruck mit Weltmarktanteilen zwischen 35% und 40% mit Abstand die Nummer 1. Gefragt war von KBA neben inzwischen fast 50 Mal ausgelieferten Hochleistungs-Kompaktanlagen Commander CT und Cortina zunehmend die zur World Publishing Expo 2011 offiziell vorgestellte Commander CL.

2014 konzentrierte sich die Nachfrage auf weniger automatisierte Druckmaschinen der unteren Leistungsklasse in den Schwellenländern. In diesem Segment ist KBA aus

aus Middle East, Deutschland und Asien und einem Marktanteil deutlich über 30% unterstreicht KBA erneut seine Spitzenstellung bei Hochleistungsmaschinen. Von der vor vier Jahren vorgestellten Commander CL wurden mittlerweile 14 Anlagen unterschiedlicher Größe bestellt, zehn sind weltweit in täglicher Produktion. Vor allem in Zentraleuropa, aber auch in den USA und China findet die bedienungsfreundliche und sehr flexibel (auch nachträglich) automatisierbare Commander CL großes Interesse bei geplanten Neuinvestitionen.

Erst vor Kurzem entschied sich die Oppermann Druck- und Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG in Rodenberg für zwei 32-Seiten-Anlagen Commander CL mit dem kompletten Automatisierungspaket.

› www.kba.com

INPRINT

INDUSTRIAL PRINT SHOW

DIE FACHMESSE FÜR INDUSTRIELLE
DRUCKTECHNOLOGIE

WWW.INPRINTSHOW.COM



SPEZIALDRUCK • SIEBDRUCK • DIGITALDRUCK
INKJET-DRUCK • 3D-DRUCK

FUNKTIONALER UND DEKORATIVER
DRUCK AUF METALL, KUNSTSTOFF,
FOLIE, TEXTIL, GLAS, KERAMIK,
HOLZ UND VERPACKUNGEN

10.-12. NOV. 2015

MESSE MÜNCHEN

HALLE A6, EINGANG OST
PARALLEL ZUR PRODUCELECTRONICA



PARTNER/SPONSOREN



VERANSTALTER: FM BROOKS, TEIL DER MACK BROOKS EXHIBITIONS GROUP

SKYFALL FÜR DEN DRUCK-PLATTENTRANSPORT

Als Premiere präsentiert Ferag auf der World Publishing Expo 2015 das Transport-, Sortier- und Puffersystem Skyfall. Der weltweit erste Betrieb, der das neue System einsetzt, ist die Axel Springer Offsetdruckerei Ahrensburg. Sechs Skyfall-Linien transportieren dort über rund 2.000 Druckplatten täglich von der CtP-Abteilung an die Druckmaschinen. Dabei wird



Bei der Axel Springer Offsetdruckerei Ahrensburg transportieren sechs Skyfall-Linien von Ferag die Druckplatten von der CtP-Abteilung an die Druckmaschinen.

eine Höhe von acht Metern überbrückt. Im Interesse der Energieeffizienz nutzt Skyfall in fallenden Streckenabschnitten die Schwerkraft und verzichtet auf elektrische Antriebe.

Zudem informiert Ferag, dass die EasySert-Einstecktechnik im Markt wachsenden Zuspruch erhält. Neben Zeitungen produzieren Direktwerbeorganisationen und nationale Postunternehmen in ganz Europa ihre Direktwerbung auf EasySert-Einstecklinien. Allein in der Direktwerbung seien inzwischen rund 25 EasySert-Anlagen in Betrieb.

› www.ferag.com

DIGITALER ZEITUNGS-DRUCK

EIN DUTZEND ZEITUNGSTITEL AB 2016 AUF DER KANALINSEL JERSEY

Auf den britischen Kanalinseln wird Anfang 2016 ein Joint Venture von Kodak und dem Verlag Guiton Group unter dem Namen KP Services (Jersey) Limited ein Dutzend verschiedener Zeitungstitel mit einer Auflage von insgesamt rund 35.000 Exemplaren digital herstellen. KP Services (Jersey) Limited wird die ›Jersey Evening Post‹ und die Mehrheit der nationalen britischen Zeitungen (insgesamt elf Titel) für Jersey und Guernsey produzieren. Insgesamt geht es um rund 35.000 Zeitungsexemplare täglich.

Dadurch werden vor allem die bisherigen Probleme aufgrund wetterbedingter Flugverzögerungen und verspäteter Lieferungen von Zeitungen auf den Inseln vermieden.

Kodak wird zwei Prosper 6000P Druckmaschinen und vier der neu im Markt eingeführten Hunkeler-Kombilösungslinien für digitales Zeitungsfinishing liefern. Die Prosper-Druckmaschinen sind mit einem Intelligent Print System (IPS) ausgestattet, das die Druckresultate kontinuierlich überwacht, bewertet und gegebenenfalls Anpassungen vornimmt, um hohe Qualität sicherzustellen.

Die Prosper 6000P wurde für Verlagsanwendungen wie Zeitungen und Bücher konzi-



piert, druckt mit einer Leistung von bis zu 300 m/Min. auf Standard-Zeitungspapier und kann annähernd 3.000 Zeitungen im Tabloid-Format und 48 Seiten pro Stunde produzieren.

Die Zeitungsfinishing-Linie von Hunkeler erlaubt den vollautomatischen Wechsel zwischen Tabloid- und Broadsheet-Formaten sowie das Zusammentragen mehrerer Zeitungssektionen beziehungsweise Bücher. Jede Zeitung, die durch das Falz- und Zusammentrag-System läuft, kann eine andere Seitenzahl haben, wobei pro Exemplar maximal 140 Tabloid-Seiten möglich sind.

»Es wäre nicht möglich, so viele verschiedene Titel mit Auflagen von weniger als 300 bis zu mehr als 17.000 Exemplaren und mit zum Teil sehr hohen Seitenumfängen wirtschaftlich im Offsetdruck zu produzieren«, sagt Jack Knadjian, Geschäftsführer von KP Services (Jersey) Limited über die Möglichkeiten der digitalen Drucktechnik.

»Nachdem wir 125 Jahre

lang nur unsere eigenen Titel gedruckt haben, bleibt festzuhalten, dass für uns nur eine technologisch überlegene Lösung in Frage kam, um diese Art von Partnerschaft in Betracht zu ziehen«, sagt Paul Carter, Geschäftsführer von Guiton Publishing und der ›Jersey Evening Post‹. »Wir haben die Entwicklung im Digitaldruck mehr als ein Jahrzehnt lang beobachtet und uns wegen der Geschwindigkeits- und Zuverlässigkeitsprobleme, die es früher bei dieser Technologie gab, zurückgehalten. Jetzt sind wir überzeugt, dass mit den Kodak-Druckmaschinen und der Hunkeler-Weiterverarbeitungstechnik sowie unserer eigenen Kompetenz bei der Herausgabe und dem Vertrieb von Zeitungen der richtige Zeitpunkt gekommen ist, um diesen Schritt zu gehen. Im Jahr, in dem wir unser 125-jähriges Bestehen feiern, ist es erfreulich, in die Zukunftssicherung unseres Unternehmens zu investieren.«

› www.kodak.com

ZUKUNFTSORIENTIERTE LÖSUNGEN

Innovative Lösungen für die wirtschaftliche Produktion von qualitativ hochwertigen Zeitungen, Magazinen und Beilagen, zukunftsorientierte Geschäftsmodelle mit dem digitalen Zeitungsdruck, Upgrades für die verkaufsfördernde Veredelung, neue Werbeformate in der gedruckten Zeitung und wert-erhaltende Serviceangebote für älter werdende Rotationsanlagen werden den Auftritt der KBA-Digital & Web Solutions AG & Co. KG zur diesjährigen World Publishing Expo in Hamburg bestimmen.

Die kürzlich neu formierte Geschäftseinheit KBA-Digital & Web Solutions ist in der Koenig & Bauer-Gruppe für den Digital- und Offsetdruck von der Rolle und damit auch für den Zeitungsmarkt zuständig.

Der KBA-Rollenservice und die PrintHouseService GmbH werden ihre zunehmend nachgefragten Angebote von der vorbeugenden Wartung über die komplette Maschinenüberholung und Maschinenumzüge bis zur Nachrüstung von Veredelungs-Modulen an Eigen- und Fremdanlagen in Hamburg vorstellen. Einige Neuheiten wie eine Service-Datenbrille oder das Software-Tool ›Process Analyzer‹ werden auf dem Media Port ›Newspaper‹ präsentiert.

› www.kba.com



EFI BRANCHEN-SOFTWARE DIMS

Auf der World Printers Forum Konferenz werden eine Reihe von Fachreferenten über die moderne Zeitungsproduktion berichten. Kurt Kribitz, Geschäftsführer der Styria Print Group, Österreich, wird über die »Stärkung der Produktivität mit integriertem Produktionsmanagement« sprechen, die er mit der Einführung der Efi Branchensoftware DiMS in seiner Zeitungsgruppe erfahren wird.

»Wir haben uns für DiMS entschieden, weil wir ein System gesucht haben, das an mehreren Standorten und Ländern, in unterschiedlichen Sprachen und Währungen eingesetzt werden kann und uns eine zentrale Planung über alle Druckereien ermöglicht«, begründet Kurt Kribitz die Wahl. »DiMS konnte unsere Anforderung abdecken. Hinzu kam, dass der Styria Media Konzern mit Software von SAP arbeitet, die keine Druckereibranchensoftware haben und uns DiMS eine bidirektionale Schnittstelle liefern konnte, mit der wir unserem Mutterkonzern alle gewünschten Daten in deren SAP-System liefern können«. Auf der World Publishing Expo zeigt Efi die DiMS Branchensoftware und demonstriert den gesamten Leistungsumfang des Systems. Efi DiMS arbeitet mit einem zentralen Datenbankserver, auf dem die gesamte End-to-End Lösung mit allen Modulen von der Auftragskalkulation bis zur Fakturierung und Buchhaltung laufen. Weltweit hat das niederländische Unternehmen in den letzten 25 Jahren rund 14.000 Lizenzen an Druckereibetriebe ausgeliefert.

› www.efi.com

TECHNOTRANS AUF DER WORLD PUBLISHING EXPO

Auf der World Publishing Expo verzichtet technotrans erneut auf technische Exponate vor Ort. Stattdessen sucht der Peripherie-Experte den Dialog mit Fachbesuchern. »Eine Herausforderung im Offset-Druck ist es, die Wettbewerbsfähigkeit durch Modernisierung zu sichern«, meint Vertriebsleiter Peter Böcker – und genau dabei möchte er seine Kunden gezielt unterstützen. In persönlichen Gesprächen während der Messe werden darum die individuellen Situationen in den Betrieben thematisiert.

Die deltaspray.line Produktreihe hilft den Anwendern, Kosten zu reduzieren. Die Sprühfeuchtwerke verfügen über eine einzigartige Düsenreinigung, benötigen keine aktive Druckluft und erhöhen die Produktivität der bewährten Maschinen deutlich. Mit ihren einzeln anzusteuernden Düsen sorgen die modular und symmetrisch aufgebauten Sprühfeuchtwerke für eine präzise Dosierung des Feuchtmittels. Der exakte Feuchtwasserauftrag verbessert zudem die Qualität des Druckergebnisses erheblich. Die Düsen sind mit einer Verdrehsicherung ausgestattet, die für die Einhaltung der vorgegebenen Positionswinkel sorgt. Zudem verfügen sie über einen Bajonettverschluss zum schnellen und werkzeuglosen Wechsel mit nur wenigen Handgriffen. Die Wartung ist darum in wenigen Minuten abgeschlossen. Für den Zeitungsdruck bietet die technotrans AG zudem sämtliche Peripherie – von der Feuchtmittel-Aufbereitung bis zur zentralen Farbversorgung.

› www.technotrans.de

MANROLAND WEB SYSTEMS AUF DER WPE

Wer hat die modernste und effizienteste Zeitungsdruckmaschine im Jahr 2015? manroland web systems ist immer entscheidend beteiligt. Beim Offset-Projekt der neuen Colorman e:line in Bamberg genauso wie bei der weltweit ersten digital gedruckten Tageszeitung, dem »Walliser Boten« in der Schweiz. manroland web systems hat mit ihren Kunden zukunftsfähige Geschäftsmodelle entwickelt und wird diese auf der World Publishing Expo 2015 vorstellen.

Speziell vorbereitet hat manroland web systems in diesem Jahr die stark nachgefragten Schwerpunktthemen. Dazu zählen die neue Farbmessung IDC_μ für den Zeitungsdruck, Upgrades und Retrofits sowie der Einstieg in die digitale Zeitungsproduktion und sich daraus ergebende, weiterführende Geschäftsmodelle. InlineDensity Control mit Mikromarken (IDC_μ) heißt die erste Farbdichtemessung für den Zeitungsdruck von manroland web systems. Sie ist im Druckhaus Bamberg erfolgreich in Betrieb gegangen und leistet integriert in das neue Bediensystem ebenso großartige Dienste wie als Retrofit. Das gilt für alle Zeitungsdruckmaschinen, die von manroland web systems und auch andere Fabrikate.

› www.manroland-web.com

AGFA BRINGT ATTIRO VHS AUF DEN MARKT

Nach der erfolgreichen Einführung der Attiro-Auswascheinheit in diesem Jahr, kündigt Agfa Graphics nun die Attiro VHS an, die ebenfalls auf dem revolutionären und patentierten Kaskadenprinzip beruht. Mit einer noch höheren Plattendurchsatzgeschwindigkeit von bis zu 3 m/Min. verarbeitet die



Die Attiro VHS feiert ihre Weltpremiere auf der World Publishing Expo in Hamburg und wird Anfang 2016 auf dem Markt erhältlich sein.

Attiro VHS mühelos bis zu 400 Platten pro Stunde. Beim Kaskadenprinzip von Attiro und Attiro VHS handelt es sich um ein einzigartiges Design. Es gibt drei Abschnitte, in denen die konzentrierte Gummierung kaskadenförmig vom dritten über den zweiten in den ersten Abschnitt gelangt. So wird die Gummierung drei Mal verwendet, was zu geringerem Verbrauch bei maximalem Auswascheffekt führt. Daher ist weniger Wartung und Gummierung (eine Komplettwartung ist erst nach 8.000 m²) erforderlich. Außerdem sind die Kosten niedriger und der Druckvorstufenprozess wird nachhaltiger.

› www.agfagraphics.com

WASSERLOSES DRUCKEN MIT TORAY

»Das wasserlose Drucken gilt auch weiterhin als das bevorzugte Druckverfahren für Verleger, die sich Gedanken um die Kosten, die Qualität und den Umweltschutz ma-



chen«, sagt **Mitsunori Hayashi**, General Manager für Vertrieb und

Marketing des Toray Graphics Werks in der Tschechischen Republik. »Ökologisches Drucken wird nicht länger als ein teurer Luxus sondern als ein rentables Geschäft angesehen. Auf der World Publishing Expo werden wir daher die wasserlose Drucktechnologie von Toray anhand zahlreicher Beispiele vorführen, die verdeutlichen, welche Qualität mit ihr erzielt werden kann und wie sie den Gesamtwert des Print in einer Multi-Channel-Welt erhöht.«

Während der Messe werden die Experten am Stand von Toray den Besuchern die Vorteile des wasserlosen Druckens erläutern und ihnen von erfolgreichen Anwendungen bei Kunden berichten. »Wir freuen uns«, ergänzt Hayashi, »den Besuchern an vielen aussagekräftigen Beispielen zeigen zu können, welche Vorteile das wasserlose Drucken diesen Unternehmen bietet. Und natürlich sind wir daran interessiert, mit welchen Herausforderungen sie selbst konfrontiert sind, damit wir besser verstehen, wie wir ihnen bei der Bewältigung helfen können. Ich sehe einem sehr interessanten und interaktiven Gedankenaustausch entgegen.«

› www.toray-intl.com

CHEMIEFREIE VIOLETT-DRUCKPLATTE N95-VCF

Auf der World Publishing Expo wird Agfa Graphics die neue N95-VCF-Druckplatte vorstellen und damit die Technologie der chemiefreien Platten weiter vorantreiben. Es handelt sich hierbei um eine universell einsetzbare Druckplatte, die modernen Zeitungsdruckern die nötige Flexibilität und Sicherheit für ihre aktuellen Herausforderungen verleiht.

N95 VCF bietet eine weiter optimierte, robuste Standfestigkeit in der Rotation und ermöglicht so eine erweiterte Auflagenstabilität bis zu 300.000 Umrollungen in Abhängigkeit der Druckbedingungen vor Ort.

Die Platte unterstützt den Druck mit UV-Tinten für mehr Flexibilität im Drucksaal beim Drucken von (semi-) kommerziellen und besonderen Anwendungen. Bedingt durch den sehr hohen Bildkontrast ist die Beurteilung und Prüfung der Platte in den Stanz & Abkantsystemen sehr einfach und vermeidet Produktionsstörungen. Nach dem Auswaschen ist die Druckplatte vollkommen tageslichtbeständig und hochgradig kratzerresistent. Im Vergleich zu herkömmlichen Polymerplatten und anderen derzeit auf dem Markt befindlichen Plattentechnologien können chemiefreie Druckplatten mit zahlreichen unschlagbaren Vorteilen aufwarten. Durch den physikalischen Prozess und den Wegfall herkömmlicher Verarbeitungsparameter ist die Plattenproduktion außergewöhnlich stabil und einfach zu warten.

› www.agfagraphics.com

ONLINE STATT OFFLINE EINSTECKEN

Das Druckhaus Walsrode in Niedersachsen ersetzt Mitte des Jahres zwei Biliner durch einen FlexLiner mit Schwertöffnung, um den Einsteckprozess für Zeitungsbeilagen zu beschleunigen. Vier Tageszeitungen und diverse Wochenblätter werden produziert – sowohl für eigene Verlage als auch für Fremdkunden. Noch werden am Wochenende bis zu 14 Beilagen und bis zu 30 Belegungsvarianten pro Anzeigenblatt mit zwei Bilinern von Müller Martini offline eingesteckt und abgestapelt. Mit der Investition in einen neuen, vom Daten- und Prozess-Management-System Connex.Mailroom gesteuerten FlexLiner mit 14 von Hand oder per Streamfeeder beschickbaren Anlegern stellt das Druckhaus Walsrode auf eine Online-Lösung um. Dabei geht das Hauptblatt von der Druckmaschine über eine NewsGrip A-Kette direkt in das neue Einstecksystem.

› www.mullermartini.com



Wir schlagen den Bogen
KREATIV-DIENSTLEISTUNGEN
www.arcusdesigns.de

COMMANDER CL GEHT NACH MÜNSTER

Der Druckstandort des Medienunternehmens Aschen-dorff in Münster besteht seit über 250 Jahren. Mit dem Produktionsstart einer kürzlich bestellten Zeitungsrotation Commander CL von KBA beginnt dort im Frühjahr 2016 ein wichtiger neuer Abschnitt. Die hoch automatisierte und flexible 32-Seiten-Maschine wird drei Wettbewerbsanlagen ergänzen und aufgrund der deutlich kürzeren Rüstzeiten durch Plattenwechselvollautomaten vor allem die kleinteiligen Zei-



Automatischer Plattenwechsel an der KBA Commander CL in weniger als 3 Minuten.

tungstitel in der Nachtproduktion drucken. Das hohe Qualitäts- und Leistungspotenzial mit bis zu 50.000 vierfarbigen Zeitungen pro Stunde wird in der Tagesproduktion für hochwertige Druckprodukte mit hohen Auflagen genutzt. Die kompakte Achterturmrotation mit zwei Rollenwechslern, zwei H-Drucktürmen und einem Falzwerk wird auf eine maximale Papierbahnbreite von 1.400 mm und einen Zylinderumfang von 1.020 mm ausgelegt. Von der in ihrer Maschinenklasse am häufigsten bestellten Zeitungsrotation hat KBA seit der Markteinführung vor vier Jahren 13 Anlagen mit insgesamt 45 Drucktürmen nach Deutschland, Frankreich, China und in die USA verkauft.

› www.kba.com

NACHRÜSTUNG RECHNET SICH

Wenn man Martin Vogel, Leiter Produktion und Mitglied der Geschäftsleitung der Zofinger Tagblatt AG nach den Erfahrungen mit dem vor ein paar Monaten am Sammelhefter BravoPlus (Baujahr 1996) nachgerüsteten Falzanleger 0507 von Müller Martini fragt, kommt er schnell auf Zahlen zu sprechen. Zum Beispiel für die Produktion der einmal wöchentlich in einer Auflage von rund 80.000 Exemplaren erscheinenden Zeitschrift ›Tierwelt‹. Weil nun auch der



Der neue Falzanleger 0507 kann von Hand (im Bild Zofinger-Tagblatt-Maschinenführer Vajo Krstic) oder mittels Streamfeeder beschickt werden.

neue Falzanleger automatisch mittels Streamfeeder beschickt werden kann und alle Streamfeeder für Umschlag und Inhaltsbogen von ein und derselben Person bedient werden können, braucht es für alle Anleger nur noch einen statt zwei Bediener. »Mal acht Stunden Produktionszeit, mal 52 Ausgaben pro Jahr – das rechnet sich«, sagt Martin Vogel. »Bezüglich Return on Investment ist das eine der interessantesten Investitionen, die wir je getätigt haben.«

› www.mullermartini.com

ERFOLGREICHE CONTENT-STRATEGIEN

Da die Kunden heute Zugang zu mehr Informationen als je zuvor haben, haben sie die Kontrolle über den Kaufvorgang. Sie diktieren, wann und wie sie mit den Anbietern von Produkten und Dienstleistungen interagieren, und sie nehmen erst in einer späten Phase der Kaufentscheidung direkten Kontakt zum Anbieter auf. Dieser Trend wurde in den letzten Jahren gut dokumentiert, aber aufgrund der verstärkten Nutzung unterschiedlicher mobiler Geräte bemühen sich Vermarkter und IT-Abteilungen immer noch, zur Konversion führende Inhalte zu erstellen, zu verwalten und über mehrere Kanäle auszugeben.

Wie können die Anbieter in der sich entwickelnden Landschaft der Kundenbindung konkurrenzfähig bleiben?

Das von Quark Software Inc herausgegebene, online verfügbare, kostenlose eBook ›Erfolgreiche Content-Strategien im Zeitalter des Kunden‹ gibt die Antwort darauf. Das eBook beinhaltet Informationen zu den folgenden Themen:

Die Inhaltstypen von heute und neue Anforderungen. Das Kaufverhalten der Kunden und die Erwartungen an Inhalte verstehen.

Wie man eine Verbindung zu Kunden aufbaut, um die Konversion zu steigern. Die wichtigsten Fragen beim Aufbau einer modernen Content-Strategie.

› www.quark.com

1 ADRESSE. TAUSEND STILRICHTUNGEN.

PS1

DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE
DER WERBEARTIKELINDUSTRIE
13. – 15. JANUAR 2016 DÜSSELDORF



Die Druck+Form 2015: The Place To Be!

Die Druck+Form findet 2015 das 21. Mal statt und gilt als einzige jährlich stattfindenden Fachmesse für die grafische Industrie in Deutschland. Auch in diesem Jahr zeigt die Fachmesse praxisorientierte Lösungen, Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Druck- und Mediovorstufe, Software, Druck und Papierweiterverarbeitung.

Text: Messe Sinsheim

Die Druck+Form zeichnet sich immer wieder durch die Kaufkraft der Unternehmen an ihrem Standort im Süd-Westen Deutschlands aus und bietet daher in Verbindung mit dem umfangreichen Weiterbildungsprogramm eine hervorragende Möglichkeit, Ideen und Innovationen zu entwickeln, um den Anforderungen in einer sich immer schneller wandelnden Branche gerecht zu werden. Die Fachmesse ist bei Ausstellern und Besuchern seit Anbeginn eine Messe, die sich von anderen Veranstaltungen durch Praxisnähe und Qualität unterscheidet. Hier werden aktuelle und praxisreife Lösungen gezeigt und die Möglichkeit geboten, direkt zu investieren. Sie ist damit eine ideale Ordermesse in einem Umfeld, das persönliche Gespräche mit Herstellern und Händlern erlaubt. Schon deshalb zeigen sich Besucher und Aussteller immer wieder begeistert von der entspannten Atmosphäre in der auch einmal ausführlich mit den Ansprechpartnern diskutiert werden kann.

Print Factory Academy und MediaLounge

Das besondere Zusatzprogramm der Druck+Form kann sich 2015 sehen lassen. Die Vorträge, Workshops und Podiumsdiskussionen in der Print Factory Academy zu den Themen Veredelung, Vertriebsmarketing, Digitaldruck, Netzwerken für Druckunternehmen, energiesparende UV-Systeme, Energieeffizienz im Unter-

nehmen werden den Nerv der Zeit treffen und sind für Branchenkenner auf der Messe ein kostenfreies Muss. Mehr als 20 Top-Referenten der Branche teilen dort mit den Besuchern ihr Expertenwissen. Dabei wird Know-how zu neuester 3D-Druck-Technologie ebenso vermittelt wie zu veredelten Druckprodukten, die als Basis multisensorischer Erlebniskommunikation gelten. Außerdem im Fokus der Vorträge, Workshops und Podiumsgespräche: Minimierung der manuellen Arbeitsschritte, Maximierung der Standardisierung in Druckvorstufe und Druck, die Grundprinzipien einer Produktionsgenossenschaft, das Erzielen neuer Umsätze bei gleichzeitiger Kostensenkung, Fakten zum offsetkonformen Qualitätssiegel Digitaldruck, ein Überblick über den Onlinedruck-Markt sowie ausführliche Informationen zu neuen digitalen Veredelungsformen und ihren Grenzen.

Ebenfalls wird die MediaLounge wieder zum Netzwerken und Verweilen einladen. Im Rahmen von Sonderpräsentationen zu dem Thema Veredelung und mit Exponaten werden die Besucher mit einmaligen Druckprodukten und neuen Technologien und Innovationen in diesem Bereich viele Informationen und erstklassige Eindrücke erhalten.

Mehr als 120 Aussteller aus allen Bereichen

Die Chancen und Risiken, die die Technisierung des Marketing mit sich bringt, ist das wichtigste Thema der Druck- und Medienunternehmen. Auf der Druck+Form werden nahezu alle Aspekte dazu aktuell und perspektivisch beleuchtet. Mehr als 120 Aussteller aus allen Bereichen der Druck- und Medienbranche präsentieren live, in Farbe, digital, dialogorientiert, vernetzt und innovativ ihre Produkte und Dienstleistungen. Dabei steht zum einen der Transformationsprozess, der mit der Digitalisierung der Branche einhergeht, im Zentrum des Messegesehens. Zum anderen werden multisensorische Druckexponate und ihre Herstellung gezeigt. Höhepunkt dazu ist die Sonderschau ›Nominierungen der Druck&Medien Awards 2015‹ mit raffiniert veredelten Unikaten, kreativen und hochwertigen Geschäftsberichten etc.

Vom Innovationspotenzial der 21. Druck+Form lassen sich erstmals in der Messegeschichte auch die um-

liegenden Marketingclubs inspirieren. Der Club der Region Stuttgart lädt seine Mitglieder und die Mitglieder von zahlreichen weiteren Marketing-Clubs der Region um Sinsheim zu einem Tag auf der Druck+Form 2015 ein. Hierfür wurde ein spezielles Programm entwickelt, um den Marketing Profis einen tiefgründigen Einblick in das große Spektrum aller Möglichkeiten der grafischen Industrie aufzuzeigen.

Ab sofort steht die Website der Druck+Form auch als mobile Version zur Verfügung. Bequem können die Besucher per Smartphone oder Tablet auf die für mobile Devices relevanten Informationen zugreifen und sich zum Beispiel ihre persönliche Tageskarte direkt auf das Smartphone laden. Auf der Messe selbst kann online entspannt und ohne inhaltliche Ablenkung schnell nach Ausstellern und Fachvorträgen recherchiert werden. Über das Navigationsmenü ist der Wechsel zur ausführlichen Desktop-Version jederzeit klickbar. Dort stehen auch sämtliche Pressemeldungen und Bilder zur Verfügung.

Die 21. Druck+Form findet vom 7. bis 10. Oktober 2015 in der Halle 6 der Messe Sinsheim statt.

➤ www.druckform-messe.de



Druck+Form 2015/Sinsheim 7. bis 10. Oktober 2015

PAPYRUS BIETET WISSENSTRANSFER

Mit seinem Papierwissen steht Papyrus vom 7. bis 10. Oktober 2015 unter dem Motto »Papier Lounge« Besuchern der Druck+Form mit einem hochwertigen Wissenstransfer zur Seite.

Die Fachmesse zeigt das vielseitige Spektrum der grafischen Industrie von der Druck- und Mediavorstufe



über die Druck- und Papierweiterverarbeitung, Software, Systeme und Web-to-Print bis zum Digital-, Offset- und Verpackungsdruck. Auf der diesjährigen Druck+Form legt Papyrus seine Informationsschwerpunkte auf die Themen farbige Specials Papiere, grafischer Karton, Recycling- und Geschäftsausstattungspapiere und Digitaldruck. Experten führen unter anderem die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von Gmund Colors und Majestic vor Augen. Mit ihrer fein abgestimmten Farbpalette, sehr guten Bedruckbarkeit sowie besten Weiterverarbeitungs- und Veredelungseigenschaften bieten die Feinstpapiere viel Potenzial für kreative Druck- und Designanwendungen. Um Vielseitigkeit geht es auf dem Gebiet des Kartons. Papyrus Spezialisten zeigen, welche innovativen Möglichkeiten Karton unter anderem für Verpackungen, Displays, Broschürenumschläge, Geschäftsausstattungen und Kalender bietet. Daneben erfahren Besucher alles über den optimalen Einsatz und Umgang mit Recyclingpapieren und die perfekte Papierwahl für den Digitaldruck.

› www.papyrus.com

MEHR AUTOMATION UND INTEGRATION

Auf der Druck+Form präsentiert Horizon seine neuesten Technologien für die effiziente Druckweiterverarbeitung im Offset- und Digitaldruck. An dem StichLiner 6000 zeigt Horizon neue Detaillösungen, mit denen das Broschürenfertigungssystem noch leistungsfähiger wird. Ein neuer Umschlaganleger mit integrierter Rillvorrichtung sorgt für bessere Verarbeitungsqualität beim Falzen der Umschläge und mit der Päckchenauslage mit Bandieroliereinheit lässt sich ein weiterer Arbeitsschritt in den automatischen Ablauf integrieren, um Ressourcen noch effizienter einzusetzen.

Horizon Touch&Work-Technologie verbirgt sich hinter dem Score-Navigator in der Taschenfalzmaschine AF-406F. Mit einem Knopfdruck können Position und Ausrichtung der Rillwerkzeuge gemäß der gewählten Falzart präzise eingestellt werden. Das ermöglicht reduzierte Rüstzeiten – insbesondere bei komplexen Objekten, die viele Rillungen erfordern. Mit einer minimalen Falzlänge von nur 20 mm ist die AF-406F ideal für die Falzung von Beipackzetteln und Anleitungen geeignet.

Im Bereich Veredelung präsentiert Horizon die Anwendungsvielfalt der vollautomatischen Stanze RD-4055. Neben kurzen Rüstzeiten und hoher Taktleistung überzeugt das System vor allem mit Zeitersparnis und Verarbeitungsqualität durch die automatische Separiereinheit, in der die Stanzgitter automatisch abgeleitet und Löcher entweder mechanisch ausgestoßen oder mit Druckluft ausgeblasen werden.

› www.horizon.de

FLEXIBLE PRODUKTION IM DIGITALDRUCK

Auf der Druck+Form zeigt die Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH zusammen mit Polar, wie einfach und schnell der Einstieg in den Digitaldruck möglich ist. Mit einer Linoprint CP, einer Polar 80 Net und einer Polar Dicut sowie einem Stahlfolder CH 56 sind alle Produkte ausgestellt, mit denen neue Geschäftsmodelle möglich sind – und dies ab Auflage 1.

Die Linoprint CP ist mit dem neuen Prinect Digital Frontend ausgestattet, das für



Die Falzmaschine Stahlfolder CH 56 lässt sich durch innovative Automatisierungstechnik leicht Einrichten und sichert somit kurze Rüstzeiten.

eine höhere Automatisierung und mehr Sicherheit im Produktionsprozess sowie eine nahtlose Integration in den Gesamtworkflow einer Druckerei sorgt. Durch vielfältige Inline-Finishingmöglichkeiten liefert sie qualitativ hochwertige Werbe- und Präsentationsmaterialien sowie personalisierte Druckprodukte, professionell gebundene Bücher oder Broschüren.

Die Schneidemaschine Polar 80 Net ist über die Software Compucut ebenfalls in den digitalen Workflow eingebunden. Für die Offline-Weiterverarbeitung bietet sich die Falzmaschine Stahlfolder CH 56 an, die anhand von drei Falzjobs demonstriert, wie innerhalb kürzester Zeit umgerüstet und produziert wird.

› www.heidelberg.com

KERN AUF DER DRUCK+FORM

Auf der diesjährigen Druck+Form in Sinsheim stellt die Kern GmbH zwei verschiedene Kuvertiersysteme vor, die die vielfältigen Möglichkeiten im Bereich der Weiterverarbeitung für Druckereien und die grafische Industrie anschaulich darstellen.

Dem interessierten Fachpublikum zeigt das Unternehmen mit dem Kuvertiersystem KAS Mailmaster 465 HS die Flexibilität und Anpassungsfähigkeit, die ein Kuvertiersystem, je nach Art und Umfang der Kundenanwendung, bieten kann.

Das Kuvertiersystem KAS Mailmaster 465 HS verarbeitet Umschläge im Format C6/5 bis C4 mit einer Geschwindigkeit von bis zu 6.000 Takten pro Stunde. Es kombiniert ein ergonomisches Design mit bewährter Technik, die auf eine über 40-jährige Erfahrung in diesem Leistungsbereich basiert.

Ein weiteres Highlight ist die Präsentation des bewährten Kuvertiersystems Kern 686 in Kombination mit dem Kernjet HP Druckmodul. Das neuartige Modul gilt als Midrange-Lösung zum flexiblen Bedrucken befüllter Kuverts am Ausgang des Kuvertiersystems und wird während der diesjährigen Druck+Form in Sinsheim erstmalig dem deutschen Markt präsentiert. Das Kernjet HP Druckmodul ermöglicht das variable Drucken von Adressen, Firmenschriftzügen, Barcodes, etc. aus einer Datenbank und ist die ideale Lösung für flexible und sich verändernde Anforderungen im Umfeld von Mailinghäusern, Druckereien, Lettershops und Druckdienstleistern.

› www.kerngbh.de

VOLLAUTOMATISCHE FALZTECHNOLOGIE

Als innovativer Lösungsanbieter im Bereich der Druckweiterverarbeitung präsentiert MB Bäuerle auf der diesjährigen Druck+Form die vollautomatische Falzmaschine prestigeFold Net 52 – eine Maschine mit höchstem Bedienkomfort und CIP4-Fähigkeit. Die Einrichtautomatik arbeitet außergewöhnlich

übernommen und gefalzt. Durch die vorherige Ausrichtung wird stets ein präziser Falz gewährleistet. Kurze Prozesszeiten bei getakteten Anwendungen sowie die kompakte Bauform sind weitere Vorteile des Systems. Mit dem Hochleistungskuvertiersystem autoSet B4 zeigt MB Bäuerle außerdem Kuvertiertechnologie für Bereiche, in denen maximaler



prestigeFold Net 52 – vollautomatisch vom Anleger bis zur Auslage.

komplex und nimmt selbstständig die Positionierung der Stellelemente für Flachstapelanleger, Taschenanschlüsse, Bogenweichen, Falzwalzen, Lineale und Auslagerollen vor. Ein Touchscreen ist die interaktive Bedienschnittstelle. 20 Standardfalzarten sind fest programmiert und sofort abrufbar. Ein Speicher für die Einstelldaten von mehr als 200 Jobs ermöglicht das Einrichten von Wiederholaufträgen in kürzester Zeit.

Zur cleveren Nachverarbeitung von Digitaldrucken hat MB Bäuerle ein Inline-Falzsystem entwickelt, das speziell auf das Finishing digital gedruckter Produkte ausgerichtet ist. Das Inline-Falzsystem, das auf der Falzmaschine multipli 35 basiert, zeichnet sich dadurch aus, dass mittels eines professionellen Industrie-Druckers individuell erstellte Dokumente (Lieferscheine, Mailings) direkt weiterverarbeitet werden können. Das gedruckte Dokument wird hierfür vom Ausrichttisch der Falzmaschine

Output bei minimalen Rüstzeiten gefordert wird. Die Kuvertiermaschine zeichnet sich durch ihre hohe Variabilität bei höchstem Bedienkomfort aus. autoSet B4 verarbeitet sämtliche Formate von DIN lang bis B4. Durch die modulare Bauweise ist es jederzeit möglich, die Kuvertieranlage an die individuellen Kundenanforderungen anzupassen. So lassen sich zum Beispiel auch optional Adressier- und Frankiermodule sowie Heftvorrichtungen in das System integrieren. Kennzeichnendes Merkmal der autoSet Technologie ist die durchgehende Automatisierung. Mittels der ergonomisch positionierten Touchscreen-Displays werden alle Einstellungen vorgenommen. Ein »Touch« genügt zum Aufrufen eines gespeicherten Jobs, und die Einstellautomatik übernimmt das Einrichten an allen relevanten Modulen.

› www.mb-baerle.de

INNOVATIVE SCHNEIDLÖSUNGEN

Polar wird dieses Jahr wieder gemeinsam mit Heidelberg auf der Druck+Form vertreten sein. Dabei werden interessante Lösungen für den Digitaldruckbereich vorgestellt. Neben der Schneidmaschine Polar 80 Net wird auch der vor Kurzem eingeführte Digidcut gezeigt. Die Schneidmaschine Polar 80 Net ist das hydraulische Spitzenmodell zur Integration in den digitalen Workflow. Die Bedienung der Maschine erfolgt über ein ergonomisch angeordnetes 18,5" Touchscreen-Display. Wiederkehrende Schnittfolgen können abgespeichert und jederzeit angepasst werden.

Der Laserschneider Digidcut eröffnet vielfältige Möglich-



Laserschneider Digidcut von Polar.

keiten zur kreativen Bearbeitung diverser Materialien. Mit dem Laser kann man nicht nur filigrante Konturen schneiden, sondern auch Perforieren, Nuten und Gravieren – und das in einem Durchgang und auf einer Vielzahl von Materialien. Dabei gibt es hinsichtlich der Formgebung fast keine Grenzen. Die Bearbeitung mit Laser bietet aber noch weitere Vorteile. Zum einen entstehen keine Kosten für Werkzeuge, sodass sich bereits Einzel Exemplare wirtschaftlich herstellen lassen, und zum anderen gibt es beim Gravieren keine Spuren auf der Rückseite.

› www.polar-mohr.com

FKS IN SINSHEIM

INNOVATIVE UND INTUITIVE LÖSUNGEN IM FOKUS

Auf der 21. Druck+Form präsentiert FKS zusammen mit R&S Grafische Maschinen die neuesten Lösungen für die professionelle Druckweiterverarbeitung. Die Highlights auf dem 152 m² großen Messestand sind neben be-

der dreiseitige Beschnitt mit Rausschnitt zur Produktion im Doppelnutzen ermöglichen die Anpassung an jeden individuellen Bedarf. Außerdem wird in Sinsheim erstmals die neue UV-Lackiermaschine FKS/Komfi

FKS/Komfi Fullmatic 52-UV-Lackiermaschine.



kannten Lösungen speziell für den Digitaldruck, neue Lösungen aus den Bereichen Broschürenfertigung und Druckveredelung. Deutschland-Premiere feiert das neue FKS/Duplo System 6000i. Die vollautomatische Broschürenstraße ist der Nachfolger des Systems 5000 und ermöglicht die Produktion von rückstichgehefteten Broschüren vom CD-Format bis zum A4-Querformat. Besonderes Highlight ist die Verarbeitung von Offset- als auch Digitaldrucken sowie eine Kombination aus beidem. Das intelligente Einzugsverfahren des Bogenanlegers DSC-10/60i ermöglicht den Mehrfachabzug aus einzelnen Stationen, sowie die beliebige Kombination einzelner Stationen und macht das System 6000i zum idealen Broschürensystem, sowohl für den Digitaldruck als auch den Offsetdruck. Verschiedene Optionen, wie Ultraschall-Doppelbogenkontrollen, Barcodeleser oder

Fullmatic 52 gezeigt. Die gemeinsame Entwicklung von FKS und Komfi zeichnet sich vor allem durch eine hohe Qualität des lackierten Endproduktes aus. Die bedienerfreundlich gestaltete Fullmatic 52 wurde zur effizienten Verarbeitung von Druckbogen bis zum B2-Format konzipiert. Hierbei spielt es keine Rolle, ob ein einzelner Musterbogen oder eine Großauflage mit glänzendem oder mattem UV-Lack veredelt werden soll. Die Zuführung der Druckbogen übernimmt der aus den FKS/Komfi-Laminiermaschinen vielfach bewährte Stapelanleger mit vier Hub- und Schleppsaugern und diversen Einstellmöglichkeiten für Saug- und Blasluft. So können Geschwindigkeiten von bis zu 30 m/Min. erzielt werden. Die Fullmatic 52 kann Grammaturen von 115 bis 350 g/m² und Formate von 200 x 250 mm bis 520 x 740 mm verarbeiten.

› www.fks-hamburg.de

PRINTPLUS DRUCK.X AUF DER DRUCK+FORM

Printplus Druck.X hat sich in zahlreichen Druckereien in der Schweiz und Deutschland bewährt. Der Bedarf an einem professionellen Organisationsmittel in den Unternehmen ist groß. Nachdem immer mehr Anfragen aus Deutschland kommen präsentiert die Printplus AG die Software vom 7. bis 10. Oktober 2015 auf der Druck+Form in Sinsheim.

Die Software Printplus Druck.X orientiert sich an den Bedürfnissen und Prozessen der kleineren Druckereien. Mit Printplus Druck.X sind die Anwender in der Lage, den gesamten Prozess vom Angebot bis zur Rechnung zu organisieren. Die Installation ist einfach und der Schulungsaufwand gering. Das sind zwei wichtige Voraussetzungen für den Einsatz in kleineren Unternehmen.

Auf der Messe können die Besucher in Ruhe mit den Beratern der Printplus AG ins Gespräch kommen und die Software testen. Interessenten können die Probeversion gleich mitnehmen und sich in Ruhe zu Hause von den Vorteilen für das eigene Unternehmen überzeugen.

› www.printplus.ch

MERLIN TECHNOLOGY ORBIT WING

Der Firma Merlin Technology ist mit der neuen Micro Drop Hockdruck-Kanalbefeuchtung ›Orbit Wing‹ ein revolutionärer Schritt gelungen. Im System integrierte Flügel sorgen für eine definierte Verwirbelung an der Abrisskante. »Die Aerosole fliegen im Kreis und legen eine längere Flugstrecke bei verkürzter Distanz zurück. Dadurch erreichen wir eine extrem kurze Verdunstungsstrecke und das Platzproblem ist gelöst«, erklärt Ing. Franz Schrems, technischer Leiter bei Merlin Technology. Das ›Orbit Wing‹-System ist somit bei bestehenden und neuen Lüftungs- oder Klimaanlage einfach integrierbar und vereint alle Vorteile einer effizienten Luftbefeuchtung. Zur Erzeugung von 1 kg Feuchte werden lediglich 2,5 bis 3 Watt Energie aufgewendet, der Wirkungsgrad liegt bei rund 98%, also kondensatfrei. Neu und richtungsweisend ist auch die intelligente Kombination von Stufenregelung und Druckregelung. ›Orbit Wing‹ verbessert das Raumklima, reduziert die Krankenstände und steigert die Produktionsgeschwindigkeit und ist für die Zukunft richtungsweisend.

DIGITAL METAL AUF DER DRUCK+FORM

Auf der diesjährigen Druck+Form in Sinsheim wird das Veredelungsverfahren Digital Metal in Verbindung mit einer Ricoh-Digitaldruckmaschine zu sehen sein. Gezeigt wird der gesamte Druck- und Veredelungsprozess, bestehend aus digitalem Vordruck mit Toner, dem Transfer metallischer Schichten sowie



dem Farbüberdruck. Toner- und Farbdruck erfolgen auf einer Ricoh Pro C7110sx der jüngsten Generation, die dazwischengeschaltete Applikation von Metalleffekten übernimmt der DM-Liner, eine von Kurz entwickelte Transfermaschine mit patentierter Technologie.

Messebesucher können live beobachten, wie vorgedruckte Bogen im DM-Liner mit auf den Prozess abgestimmter Digital-Metal-Folie beschichtet werden und wie aus der silberfarbenen Metallschicht im anschließenden Farbdruck leuchtende, bunte Metallfarben entstehen. Die Digital-Metal-Transfertechnik ermöglicht eine partielle Metallisierung mit sehr hohem Glanzgrad, der mit Metallpigmentfarben nicht realisierbar ist. Das Verfahren ist für Kleinauflagen wirtschaftlich einsetzbar und kann auch für Personalisierungen und Nummerierungen verwendet werden. Per Digital Metal lassen sich Printprodukte kosteneffizient mit individualisierter Metallveredelung ausstatten.

› www.kurz.de

PERFECTPATTERN, IMPRESSED UND KRAUSE

In Kürze findet die Druck+Form 2015 in Sinsheim statt. PerfectPattern, Impressed und Krause Biagosch möchten dort die Zukunft der effizienten Druckjob-Verarbeitung zeigen.

Die Planung und Produktion von Druckaufträgen ist komplex – besonders hinsichtlich Termineinhaltung und Kostenoptimierung. Bislang fehlte eine offene und anpassbare Lösung, die diese entscheidenden Faktoren optimal in den Griff bekommt. Deshalb haben die drei Unternehmen PerfectPattern, Krause Biagosch und Impressed ihre Technologien und ihr Know-how zu einer Gesamtlösung verbunden: sPrint One, KIM PDF und Enfocus Switch bilden ein bis heute quasi unvorstellbar leistungsfähiges und flexibles Gesamtwerk. Diese Lösung plant und kalkuliert alle Druckaufträge und bereitet sie zur Druck- und Weiterverarbeitung auf – bis hin zur hochoptimierten Druck- oder Sammelform.

› www.perfectpattern.de

› www.impressed.de

› www.krause.de

DOXNET ROUND TABLE IN SINSHEIM

DOXNET – The Document Experts Network e.V., der Fachverband für Dokumentenprofis, ist mittlerweile auch für Digitaldruckereien und grafische Betriebe zu einer interessanten Wissensplattform geworden und bietet seine Aktivitäten verstärkt auch dieser Zielgruppe an. Da liegt es nahe, während der Druck+Form einen DOXNET Round Table anzubieten. Der Round Table startet am 8. Oktober 2015 mit dem Fachvortrag ›Grundlagen der digitalen Drucktechnologien‹ von Vorstandsmitglied Ralf Wittmann (Canon Deutschland GmbH). Er stellt herstellerneutral die unterschiedlichen am Markt befindlichen digitalen Drucktechnologien vor. Unter anderem werden die Technologien im Digital- und Offsetdruck beleuchtet. Erläutert werden zudem die unterschiedlichen Verarbeitungsmöglichkeiten.

Im Anschluss lädt der Vorstand alle Doxnet-Mitglieder und -Interessenten zu einem Imbiss in den Presseclub ein. Die Besucher können den kostenfreien Anlass zum Netzwerken und Gedankenaustausch nutzen. Einige Vorstandsmitglieder stehen während der Veranstaltung für Fragen und Wünsche persönlich zur Verfügung.

› www.doxnet.eu

RISO RISOGRAF EZ300 E

unbenutzt, Zählerstand 0,
günstig zu verkaufen.
Insgesamt 14 Stück vorhanden,
Einzelverkauf möglich.

info@warenplanet.de

Zukunft geht auch mit Toner

Alle Welt redet vom Inkjet-Druck. Wir ja auch, weil sich dort enormes Potenzial verbirgt. Aber muss das auch heißen, dass die Tonertechnologie am Ende ist? Canon beweist mit einem neuen Farbdrucksystem das genaue Gegenteil: 100 Seiten/Minute, 2.400 dpi Auflösung und ein ausgeklügeltes Qualitätskontroll-System sprechen für sich.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Gibt es eigentlich nicht schon genug Digitaldruckmaschinen im Bogenbereich? Muss Canon zu seinen ohnehin schon sechs oder sieben Maschinen noch eine dazustellen? Offensichtlich ja, denn man schließe damit die Lücke zwischen der hochproduktiven i300 und der geringereistungsfähigeren C800, heißt es bei Canon. Zudem wachse der Markt im Segment Mid-Production, sagt Jinny Sykora, Product Manager bei Canon Deutschland.

Nun kann man stundenlang darüber diskutieren, wie stark das Wachstum und in welchem Bereich es am stärksten ausgeprägt ist – es ändert nichts an der Tatsache, dass der Markt für Digitaldruckmaschinen wächst, weil die Nachfrage steigt. Und die imagePress C10000VP ist für Druckereien und internen Druckzentren konzipiert, die Bedarf für Produktionsvolumen bis 450.000 A4-Farbseiten im Monat haben.

Dafür wartet die neue imagePress mit technischen Neuerungen auf, die den Durchsatz verbessern, eine konsistente Farbwiedergabe, eine präzisere Steuerung und ein perfektes Register gewährleisten sollen. Die Muster, die uns bei der Vorab-Präsentation in Mülheim bei Canon gezeigt wurden, scheinen dieses Versprechen zu erfüllen.

Das neue Flaggschiff baut nach den Worten von Canon auf dem Erfolg der imagePress-Familie auf, die sich seit ihrer Einführung 2006 einen guten Ruf als robuste Produktionssysteme erworben und hinsichtlich

Zuverlässigkeit und Qualität nachweislich überzeugt haben. Weltweit, so Canon, wurden bis heute 40.000 imagePressFarbdrucksysteme installiert. Seit der Einführung vor etwas mehr als einem Jahr seien zudem mehr als 2.000 Systeme der imagePress C800 allein in Europa verkauft worden.

Produktiv und vielseitig

Die imagePress C10000VP ist für eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 100 A4-Seiten pro Minute ausgelegt und verarbeitet Bedruckstoffe mit Grammaturen zwischen 60 g/m² und 350 g/m².

Selbst bei vergleichsweise großen Druckaufträgen mit gemischten Medien biete sie die volle Produktivität, sagt Jinny Sykora. Dabei nutze der CV-Toner (Consistently Vivid), der auch in der imagePress C800 verwendet wird, eine effizientere Tonerübertragung sowie eine niedrigere Fixiertemperatur und produziere so selbst auf strukturierten Papieren eine hervorragende Bildqualität. Ein neuer Luftkompressor ermögliche außerdem das Drucken auf dünnen, beschichteten Medien.

Folgt man den technischen Details, bietet das System eine bemerkenswerte Vielseitigkeit aufgrund seiner Weiterverarbeitungsoptionen. Diese umfassen eine Locheinheit für professionelle Anforderungen, die eine größere Palette von Medienformaten unterstützt, sowie ein neues Inline-Falssystem.

Die Auswahl zwischen den Front-End-Controllern Prismasync, einem neuen Efi Fiery FS200 und einem Creo gibt den Anwendern die Möglichkeit, die passende Lösung für den bestehenden Arbeitsablauf auszuwählen.

Extrem hohe Auflösung

Die imagePress C10000VP könnte in Sachen Bildqualität durchaus neue Maßstäbe für Farb-Digitaldrucksysteme setzen. Neben dem CV-Toner, verfügt sie über die gleiche Lasereinheit wie die imagePress C800. Dabei handelt es sich um einen Halbleiter-Laser (VCSEL) mit 32 Laserstrahlen, der eine Druckauflösung von immerhin 2.400 dpi x 2.400 dpi bietet. Ein CtP-System belichtet die Platten mit etwa der gleichen Auflösung. Dass damit äußerst detailreiche und

scharfe Bilder zu erreichen sind, versteht sich von selbst. Canon nennt 190 lpi, was einem 80er Raster entspreche – auch wenn das Bebildungsprinzip ein anderes ist.

Die neue Entwicklereinheit soll für hohe Farbkonzanz sorgen und auch bei für den Digitaldruck vergleichsweise hohen Auflagen stabile Druckergebnisse gewährleisten. Dies werde zusätzlich noch durch die Einführung einer neuen Technologie zur Dichtemessung unterstützt, die eine automatische Korrektur in Echtzeit erlaubt und durch einen zusätzlichen integrierten spektroskopischen Sensor zur Farbkalibrierung unterstützt wird.

Ein zweites Transferband verbessert zudem die Registerhaltigkeit und mit der »Simple Registration Control«-Technologie lassen sich Einstellungen schneller vornehmen.

Die imagePress C10000VP, die ab Oktober 2015 erhältlich sein soll, wird auch auf der Canon Expo 2015 Ende Oktober in Paris präsentiert. Wir werden die Maschine dann noch genauer in Augenschein nehmen.

► www.canon.de





SIND JA DOCH NICHT ALLE GLEICH!

Nein. Und welcher Drucker lässt sich nun am Besten verkaufen? Eindeutig. Denn die 20 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association zusammengeschlossen haben, zeichnen jährlich die besten Lösungen aus den Kategorien Software, Digitaldruck, Finishing, Substrate, Tinten und Toner mit den begehrten EDP Awards aus. So unterstützen die EDP Magazine mehr als eine halbe Million Leser in 25 Ländern bei ihren Kaufentscheidungen – und werten die Produkte durch die EDP Awards auf.

Reichen Sie jetzt Ihre Bewerbung ein. Und nehmen Sie Ihren EDP Award 2015/2016 auf der drupa 2016 entgegen: www.edp-awards.org



www.edp-net.org

EDP Members 2015



Heidelberg jetzt auch mit LED

Weltweit nutzen immer mehr Akzidenz-Druckereien die Vorteile der UV-Technologien. Der sofort trockene Bogen in der Auslage kann unmittelbar weiterverarbeitet werden und die Bedruckstoffbandbreite reicht von Papier bis hin zu Kunststoff oder Folien. Die Glanzpunkte sind hoch und ermöglichen die vielfältigsten Veredelungen.

Text und Bild: Heidelberg

Mit dieser Technologie sind Druckereien zudem in der Lage kleine Auflagen und viele Auftragswechsel innerhalb kürzester Zeit zu produzieren. Heidelberg bietet dazu unterschiedliche Trocknungs- beziehungsweise Bestrahlungstechnologien an: von der Lampentechnologie für Voll-UV und LE UV (low energy) bis zur Diodentechnologie mit LED (light emitting diodes).

Viele Akzidenz-Druckereien haben sich bereits für den Trockner DryStar LE UV entschieden. Jetzt kann mit dem DryStar LED in die momentan modernste Heidelberg-Technologie investiert werden. Das System spart gegenüber LE UV nochmals 50% Energie ein, gegenüber dem DryStar UV sind es sogar 90%. Heidelberg liefert für LED ein komplettes Paket aus Maschine, Verbrauchsmaterialien und Service an. Durch die Integration des DryStar LED in die Maschine, die einfache Bedienung über das Prinect Press Center, die Remote-fähigkeit für den Service und die optimal abgestimmten Verbrauchsmaterialien von Saphira ergibt sich nach Worten des Herstellers hohe Prozesssicherheit und eine Produktivität mit bis zu 18.000 Bg/h. Seit 2013 hat Heidelberg die Technik bereits an über 20 Maschinen in Japan getestet. Mit diesem Know-how folgt nun der Start in den europäischen Markt. Anschließend wird es zum Ende des Jahres erste Installationen in den USA geben und für Anfang des nächsten Jahres ist die Einführung im Rest der Welt geplant.



Mit der LED-Technologie bietet Abächerli seinen Kunden mehr Möglichkeiten bei der Bedruckstoffwahl und mehr Freiheit beim Veredeln.

Erste Installation in der Schweiz

Die weltweit erste Speedmaster XL 75 mit DryStar LED produziert seit Ende 2014 in der Schweiz bei der Abächerli Media AG in Sarnen. Bei einer Open House-Veranstaltung im September zeigte das Unternehmen seine Achtfarbenmaschine mit Lackwerk Kunden und Interessenten. Abächerli hat bereits über 20 Mio. Bogen mit LED-Verbrauchsmaterialien produziert. »Wir können unseren Kunden nun noch brillantere Druck-Ergebnisse anbieten, zudem eine große Bedruckstoffauswahl und Deckweiß- und Metallanwendungen«, erklärt Christian Zemp, Inhaber von Abächerli. »Wir können Papiere mit metallischer Oberfläche bedrucken oder opake und transparente Kunststoffe verarbeiten. Insgesamt haben wir mehr Freiheit beim Veredeln und besonders bei Naturpapieren wird kein zusätzlicher Lack

mehr benötigt, wobei Charakter und Haptik erhalten bleiben.« Entscheidend seien aber auch die geeigneten Verbrauchsmaterialien der Saphira LED-Serie, Feucht- und Waschmittel sowie Gummitücher.

Die Produktion erfolgt emissionsfrei ohne störende Ozon- oder Infrarot-Strahlung sowie geruchsfrei und ohne Puder, was das umweltgerechte Arbeiten im Drucksaal unterstützt. »Wegen der satten Farbtiefe, des größeren Tonwertumfanges, der höheren Schärfe und des Kontrastes vergleiche ich mit LED gedruckte Motive gegenüber konventionell gedruckten Bogen gerne mit dem HD-Fernsehen zum früheren Standard-Fernsehen«, fasst Zemp zusammen.

LED-Technologie

Laut Heidelberg wurde der DryStar LED auf Produktivität und Leistungsfähigkeit ausgelegt. So würden LEDs

mit einer Lebensdauer von über 25.000 Stunden für hochreaktive LED-Farben und Lacke eingesetzt. Eine spezielle Linsentechnologie ermögliche ein großes Bestrahlungsfenster und einen hohen Abstand zum Bogen. Das Instant-on-off-System soll dafür sorgen, dass nur Strom während der Trocknung fließt und nicht während der Stillstands- und Rüstzeiten verbraucht wird. Als Highlight nennt Heidelberg zudem die automatische Formateinstellung, bei der die LED-Module bei Jobwechseln automatisch im Umfang und seitlich auf das entsprechende Format eingestellt werden. Zusammen mit der Standby-Funktion bringe dies ein zusätzliches Energiesparpotenzial, was die Nutzungsdauer des Systems verlängere.

Von der LED-Bestrahlungstechnologie könnten vor allem standardisiert arbeitende Akzidenz- und Web-to-Print-Drucker profitieren, die viele kleine Auflagen innerhalb kürzester Zeit liefern müssen. Geeignet sind vorwiegend Vierfarben- oder Fünffarben-Anwendungen im Geradeausdruck oder mit Wendung, mit oder ohne Lack.

DryStar LED ist verfügbar für die Modelle Speedmaster XL 75, SX 102, CD/CX 102 und XL 106. Die genannten Baureihen lassen sich ab Herstellungsdatum 2008 auch mit dem DryStar LED nachrüsten.

» www.heidelberg.com

KÖNIGLICHES GEFÜHL VON SAMT UND SEIDE

Im Hochmittelalter blieben Samt und Seide Königen vorbehalten – nicht nur, weil sie kostbar waren, sondern auch wegen ihrer einmaligen optischen und haptischen Eigenschaften. Inzwischen sind Stoffe aus Samt kein Luxus mehr. Sie werden industriell aus Kunstfasern oder Baumwolle gefertigt und ste-



Insbesondere für die Kombination von Flächen und Schriften eignet sich der Velourslack bestens.

hen jedermann zur Verfügung. Aber nicht nur Stoffe können ein samtiges Gefühl vermitteln. Für diesen haptischen Eindruck wurde von Achilles ein Velourslack entwickelt.

Dabei handelt es sich um einen in dieser Form einzigartigen Lack, der aufgeschäumt wird und so den Samteindruck bewirkt. Der haptische Effekt ist vergleichbar mit der komplizierteren und viel teureren Beflockung. Die Velours-Muster sind in neun verschiedenen Farben erhältlich (orange, gelb, drei Rottöne, violett, blau, grün und schwarz) sowie in einer neutralen Farbe. Ideal sind geprimte Drucke und offenporige Naturpapiere ab 200 g/m². Die zu druckenden Motive sollten nicht zu feine Linien enthalten, um einen schönen haptischen Effekt des Schaumlacks zu ermöglichen.

› www.achilles.de

HIGHTECH-MASCHINEN MIT BIS ZU 19 DRUCK- UND VEREDELUNGSWERKEN LANGE KBA RAPIDAS FÜR EDLE VERPACKUNGEN UND AKZIDENZEN GEFRAGT

Als KBA im Jahr 2012 die Installation einer Rapida 106 mit 19 Druck- und Veredelungswerken bei der Schweizer Amcor Tobacco Packaging ankündigte, war das noch eine Sensation. Inzwischen sind mittelformatige Bogenoffsetmaschinen mit zehn, zwölf, 14 und mehr Werken nicht mehr ganz so selten. Dies gilt für Akzidenz- und Verpackungsbetriebe in vielen Teilen der Welt.

hochwertige Umschläge. Mit ihren vier Druckwerken, einen Zwischentrockenturm, Bogenwendung, sechs weiteren Druckwerken, Trocken-, Perforier- und Lackturm sowie Auslageverlängerung ist sie fast 30 m lang. In den USA sind lange Maschinen noch häufiger. 2014 erhielt ein Verpackungsdrukker in Massachusetts eine Rapida 106 mit 15 Druck- und Veredelungswerken. Die

Bogenoffsetmaschinen mit insgesamt 28 Werken in einem Druckbetrieb sind allerdings auch heute noch nicht alltäglich. Dieser Tage schickt KBA-Sheetfed Solutions wieder eine lange Rapida 106 über den großen Teich nach Amerika an einen weltweit operierenden Druckkonzern. Die Anlage mit sechs Druckwerken, Lackturm, Trockenturm, Bogenwendung, sechs weiteren Druckwerken, Lackturm, zwei Trockentürmen, einem weiteren Lackturm und dreifacher Auslageverlängerung soll im Akzidenz- und Werbeindruck eingesetzt werden. Mit ihren 18 Druck- und Veredelungswerken ist sie fast genauso lang wie die legendäre 19-Werke-Rapida beim Verpackungsspezialisten Amcor in der Schweiz. Mit solchen ungewöhnlichen Konfigurationen untermauert KBA-Sheetfed Solutions seine herausragende Stellung bei komplexen Bogenoffset-Anlagen. Das sind keine Druckmaschinen von der Stange, sondern exakt auf die jeweiligen Produktionsanforderungen zugeschnittene und weitgehend automatisierte Produktionsmittel, mit denen die Anwender in ihrem Markt erfolgreich und kundenorientiert agieren können.

› www.kba.com



Aktuell steht bei KBA-Sheetfed Solutions in Radebeul eine Rapida 106 mit 18 Druck- und Veredelungswerken für einen großen amerikanischen Kunden in der Montagehalle.

So lieferte KBA 2013 eine Rapida 106 mit zehn Druckwerken und Doppellack-Ausstattung, also 14 Druck- und Veredelungswerke, an einen russischen Verpackungsproduzenten. Im gleichen Jahr erhielt Yuri Gagarin, ein Verpackungsunternehmen in Bulgarien, eine gleichartig ausgestattete Maschine mit zusätzlicher Kaltfolieneinrichtung. Eine weitere 14-Werke-Rapida kam 2015 dazu. Sie produziert bei der Firmengruppe Appl in Wemding

Konfiguration mit ihren zehn Druckwerken, Trocken-, Lack-, zwei weiteren Trocken- und noch einem Lackturm ist wie bei fast allen langen Maschinen auf die Inline-Veredelung ausgelegt. Das Unternehmen setzt schon seit einigen Jahren eine fast 40 m lange Großformat-Rapida mit acht Druckwerken, zwei Lacktürmen, drei Trockentürmen und dreifacher Auslageverlängerung, also 13 Druck- und Veredelungsaggregaten, ein. Zwei



Die bisher längste KBA Rapida 106 mit 19 Druck- und Veredelungswerken ist seit drei Jahren bei Amcor Tobacco Packaging in der Schweiz im Einsatz.

WEIHNACHTSGRÜSSE MIT PYPYRUS MAJESTIC

Weihnachten ist das prachtvollste Fest im Jahr. In der dunklen Jahreszeit wird Licht zum Überbringer froher Botschaften zwischen den Menschen. Majestic Feinstpapiere von Papyrus verleihen Weihnachtsgrüßen noch mehr Leuchtkraft. Mit ihren irisierenden Oberflächen und dem einzigartig schimmernden



Look verwandeln sie Worte in wahre Weihnachts-Emotionen.

Die sanft reflektierende Anmutung der holzfreien, farbigen, beidseitig satinierten und pigmentierten Majestic Feinstpapiere berührt und verführt die Sinne. Die breite Palette festlich-moderner Färbungen ist perfekt auf die Weihnachtszeit abgestimmt. Zu den feinen Farben zählen unter anderem marble white, snow white, candlelight cream, emperor red, light blue, kings blue, real silver und light gold. Die hochwertigen Papierqualitäten Majestic Classic, Majestic Satins, Majestic Luxus, Majestic Chameleon und speziell für den Digitaldruck und HP Indigo Druckmaschinen entwickelten Majestic Classic Digital und Majestic Luxus Digital sind in den Flächengewichten 120 g/m², 250 g/m² und 290 g/m² erhältlich. Ein breites Angebot an passenden Briefhüllen rundet das FSC-zertifizierte Feinstpapier-Sortiment ab.

› www.papyrus.com

MIT OKI SAND BEDRUCKEN

Der Kölner Medienkonzeptkünstler Ira Marom hat ein patentiertes Verfahren entwickelt, mit dem er Tonerpartikel auf Quarzsand druckt. Dieses Verfahren nutzt er für seine Kunstwerke, deren zentrales Thema die Bedeutung von Vergänglichkeit ist. OKI stellt Marom dafür einen auf seinen Bedarf hin kon-



fektionierten Farbdrucker zur Verfügung. Der OKI C711 bedruckt nicht nur mineralische Untergründe einwandfrei, sondern ist zugleich so kompakt und leicht, dass der begeisterte Künstler ihn ohne Probleme mit zu Messeauftritten und Events nehmen kann.

Entwickler bei OKI haben den A4-Farbdrucker C711 – der sich äußerlich von dem Standard-Produkt nicht unterscheidet – für Marom so modifiziert, dass Toner auf ein Trägerpapier aufgetragen, aber nicht fixiert wird und sich auf andere Materialien übertragen lässt. Der einzigartige Ausdruck von Maroms Arbeiten entsteht durch weitere künstlerische Eingriffe in die Bilder.

› www.oki.de

› www.sand-media.com

› www.mineral-fresco.com

ENFOCUS GIBT SWITCH 13 FREI

Enfocus hat eine neue Version seiner Workflowautomatisierungs-Lösung Switch 13 freigegeben. Mit ihr erhalten die Nutzer noch mehr Tools, um Workflows zu erstellen, online zu kommunizieren und die Verarbeitung von Dateien zu beschleunigen. Darüber hinaus beinhaltet Switch 13 eine neue Technologie für eine browserbasierte Benutzeroberfläche. In ihrer Gesamtheit stellen diese Leistungsmerkmale den Unternehmen Ressourcen zur Verfügung, die sie benötigen, um ihre Produktivität intelligent zu verwalten.

»Nach der Einführung von Switch 12.3 haben uns Kunden berichtet, welche positiven Auswirkungen die neuen Dokumentations- und Kommunikationsfunktionen auf ihre Arbeit haben«, so Antje Grüger, Produktmanagerin bei Enfocus. »In der neuen Version sind diese Leistungsmerkmale weiter optimiert, um sicherzugehen, dass die Verbesserungen Switch auch wirklich zukunftsicher machen. Die Kunden werden feststellen, dass sich die Flows jetzt leichter erstellen lassen, und auch neue Aufgaben finden, die online ausführbar sind.«

Vor der offiziellen Markteinführung wurde Switch 13 umfassenden Beta-Tests unterzogen, um sicherzustellen, dass die Lösung den Anforderungen des Marktes gerecht wird. Switch 13 ist bei dem deutschen Distributor Impressed GmbH erhältlich.

› www.impressed.de

› www.enfocus.com

KONICA MINOLTA BIZHUB PRO/PRESS C71HC 3. GENERATION DER HIGH CHROMA- PRODUKTIONSDRUCKSYSTEME

Mit wachsendem Bedarf, Produktabbildungen oder Fotoalben direkt von Digitalkameras zu drucken, aber auch durch die Nachfrage, Online- mit Printkommunikation zu kombinieren, steigen die Anforderungen an eine präzise Wiedergabe von RGB-Daten. Aufgrund des begrenzten Farbraums konventioneller CMYK-Drucksysteme können jedoch manche Farben, die man in der Realität oder auf dem Monitor sieht, nicht farbgetreu wiedergegeben werden oder weniger lebendig wirken. Mit dem bizhub Pro/Press C71hc präsentiert Konica Minolta eine professionelle Lösung: Der High Chroma-Toner dieser Farbproduktionssysteme hat einen erweiterten Farbraum, der deutlich näher an die sRGB-Farbpalette als konventionelle CMYK-Toner heranreicht. Farben können dadurch faktisch so gedruckt werden, wie sie beispielsweise auf einem kalibrierten Monitor angezeigt werden.

»Heutige Kommunikationskanäle umfassen Print-, Online- und Mobile-Kommunikation. Das Farbmanagement professioneller Druckdienstleister wandelt sich deshalb vom traditionellen CMYK zu sRGB. Unsere neue Generation von Produktionsdrucksystemen bietet unseren Kunden nicht nur ein breites Spektrum eindrucksvoller Farbproduktion.

Durch die einzigartige Druckqualität ermöglichen wir den Benutzern, das Beste aus Fotos herauszuholen. Der bizhub Pro/Press C71hc wird selbst Farben mühelos drucken, die sich bis jetzt als nur

schwer reproduzierbar erwiesen haben, wie beispielsweise lebendige Pink- und Violettöne oder unterschiedliche Grünabstufungen. Das ist insbesondere interessant für Museen und Ausstellungen, die somit Reproduktionen beispielsweise von Gemälden noch originalgetreuer umsetzen können«, erläutert Carsten Bamberg, Team Manager Productmanagement Production Printing Cluster West bei Konica Minolta.

Ein weiterer Vorteil des bizhub Pro/Press C71hc ist seine breite Palette an Finishing-Optionen. Funktionen wie Broschürenproduktion, Klebebindung, automatische Ringbindung und die umfangreiche Stapelkapazität von bis zu 10.000 Bogen erlauben das Drucken inklusive Weiterverarbeitung ohne manuelle Intervention in einem Arbeitsschritt.

› www.konicaminolta.de

NEU RENZ RING WIRE OPENER

Manche Bindung ist nicht für die Ewigkeit. Will man ein Dokument, das durch Drahtkamm gebunden wurde, wieder lösen, dann ging das bislang nur durch die Zweckentfremdung von Scheren oder Schreibgeräten. Jetzt hat der Hersteller von Bindesystemen Renz ein Produkt vorgestellt, mit dem solche



Broschüren ohne Beschädigung von Papier oder die Zuhilfenahme von ungeeigneten Instrumenten wieder geöffnet werden können. Der »Ring Wire Opener« kann dem Fachhandel bei der Argumentation pro Drahtkammbindung helfen: Eine zuverlässige Bindungsmethode gewinnt dadurch an Flexibilität. »Wir haben dieses Produkt in den vergangenen Wochen auf den Markt gebracht und sind selbst positiv von der Resonanz überrascht«, sagt Daniel Pooley, International Marketing Manager beim Hersteller aus Heubach. Der Öffner sei ein nützliches Gerät, das überall dort zum Einsatz kommen könne, wo Bindegeräte im Einsatz sind. Und: Es gibt Kunden, die sich nicht zuletzt darüber freuen, dass sie Papier und Metall mit dem kleinen Helfer sortenrein trennen können.

› www.renz.com



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

ICH

BIN

EIN

SCHUB

FÜR

IHREN

ROI

I am the power of print. Wird bei Werbekampagnen für Konsumgüter ein optimaler Medienmix unter erhöhter Beteiligung von Magazinanzeigen eingesetzt, steigt der Return on Investment von 1,64 auf 1,75. Wenn Sie Ihre Ausgaben für gedruckte Werbung optimieren, können Sie Ihren ROI um 17 Prozent steigern. Lesen Sie mehr auf: www.printpower.eu



**PRINT
POWER**

ADD PRINT, ADD POWER

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2015			
29. 09. – 01. 10. 2015	Fachpack, Fachmesse für Verpackung	Nürnberg	 www.fachpack.de
29. 09. – 02. 10. 2015	Labelexpo Europe 2015	Brüssel	 www.labelexpo-europe.com
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
28. 10. – 29. 10. 2015	Fogra-Symposium, Verpackungsdruck – die Faltschachtel	München	 www.fogra.org
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
11. 11. 2015	f-mp., 6. Media Mundo Kongress	Düsseldorf	 www.mediamundo.biz
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
29. 06. – 30. 06. 2016	CO-Reach, Dialogmarketing-Messe	Nürnberg	 www.co-reach.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

SMART CONTENT ANFÄNGERLEITFADEN

Seit Jahrzehnten haben technische Redakteure und Fachverlage von den Vorteilen von XML profitiert, um die Kosten und den Aufwand bei der Erstellung, Verwaltung und Wiederverwendung von Inhalten über mehrere Ausgabeformate zu verringern. Mit der Einführung von Smart Content können jetzt auch Business-Anwender und Fachexperten die Nutzung von XML sehr leicht einführen, um mit der Nachfrage der Verbraucher nach hochwertiger Kommunikation mithalten zu können. Um einen Blick auf die Entwicklung von XML und Smart Content zu erhalten, kann man sich jetzt das kostenlose eBook Smart Content Anfängerleitfaden herunterladen. In den Kapiteln werden folgende Themen angesprochen:

Was ist Smart Content?; Eine kurze Einführung über Publishing-Prozesse; Die Kosten für Smart Content; Wer nutzt XML für die Dokumentenerstellung?; Was passiert mit XML?; Smart Content Details und 12 Gründe für die Einführung von Smart Content.
› www.quark.com

ZUKUNFT DES DIGITALEN VERPACKUNGSDRUCKS

Digitale Prozesse fassen zunehmend auch im Verpackungsdruck Fuß. Die Marktforscher von Smithers Pira beziffern das aktuelle Umsatzvolumen des digitalen Verpackungsdrucks auf 10,5 Mrd. US-Dollar und jährliche Wachstumsraten von 13,6% bis zum Ende des Jahrzehnts. Der Digitaldruck werde sich im kommenden Jahrzehnt aus seiner Nischenposition heraus zunehmend im Verpackungsbereich etablieren und entsprechend die anderen Schritte in der Prozesskette des Verpackungsdrucks verändern.

Grund genug, sich genauer mit der Marktentwicklung, ihren technologischen Treibern und den Konsequenzen für Anwender und Maschinenbauer zur beschäftigen. Darum laden Smithers Pira und die PrintPromotion GmbH am 8. und 9. Dezember 2015 zur Fachkonferenz »Digital Print for Packaging« in Berlin ein. Veranstaltungsort ist das Hotel Meliá, Friedrichstraße 103, Berlin. Auf der Agenda der Digital Print for Packaging 2015 steht neben praktischen Fragen der Implementierung digitaler Druckverfahren in die Prozessketten, die zunehmende Diversifikation der Applikationen und Substrate. Gerade Digitaldruck auf Kunststoffen, Glas und Metallen gilt als rasant wachsendes Segment. Auch digitale Veredelung von Karton und Pappen sowie der Trend zur Personalisierung von Produkten werden im Fokus stehen. Abgerundet wird die Agenda von Best-Practice-Beispielen.

› www.printfutures.com

CONCEPT, CREATE UND COLLABORATE

Von Publishing-Profis wird heute mehr verlangt als das Beherrschen der aktuellen DTP-Werkzeuge. Darum spannen die swiss publishing days vom 4. bis 6. November in Bern den Bogen weiter; von der Konzeption und Dramaturgie der Kommunikation über die Kreation mit den Publishing-Tools bis zum Teamwork über die Cloud und Kollaborations-Plattformen.

Den Themen angepasst gibt es verschiedene Formen von Sessions: An jedem Tag am Vormittag zwei wegweisende Keynotes und die Präsen-



tation von zwei Best-Case. Am Nachmittag parallel zu den 40-Minuten-Sessions jeweils je ein halbtägiges Vertiefungsseminar zu Design Thinking, User Centered Design und Scrum. Daneben Hands-on-Workshops mit den Publishing-Cracks als Kompaktschulungen über 90 Minuten.

› swiss-publishing-days.ch

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

QUALITÄT SICHTBAR MACHEN

Leonhard Kurz und Ricoh laden zu einem gemeinsamen Open House am 27. Oktober 2015 in die Kurz-Zentrale nach Fürth ein. Unter dem diesjährigen Motto »Qualität sichtbar machen« der Ricoh-Veranstaltungsreihe »Digitaldruck trifft« möchten die beiden Unternehmen neue Trends und Möglichkeiten des Digitaldrucks und der digitalen Veredelung vorstellen.



Im Ricoh-Showtruck werden Druckbogen digital mit Toner vorgedruckt.

Ein Highlight der Veranstaltung wird die Live-Demonstration des Digital-Metal-Verfahrens sein, mit dem Metalleffekte im Digitaldruck ab Auflage 1 realisierbar sind. Hierzu werden im Ricoh-Showtruck Druckbogen digital mit Toner vorgedruckt. Anschließend werden die Bogen mit dem DM-Liner, einer von Kurz entwickelten Transfermaschine mit patentierter Technologie, mit Digital-Metal-Folie beschichtet. Daneben wird Kurz aktuelle Beispiele anspruchsvoller Heißprägetechnologie präsentieren. Auch ein Rundgang durch das Fürther Stammhaus, in dem derzeit fast 1.300 Mitarbeiter beschäftigt sind, ist vorgesehen. Fachvorträge zu neuen Wegen im Digitaldruck und in der Klebebindung sowie zu aktuellen Designentwicklungen runden das Programm ab.

› www.digitaldrucktrifft.de

› www.kurz.de

1. VERTRIEBSKONGRESS DER DRUCKBRANCHE

Vertrieb ist zwar so alt wie die Menschheit, aber so wichtig wie nie zuvor. Die Märkte und Produkte haben sich verändert, die Kunden sind deutlich anspruchsvoller geworden und die Preissensibilität und die Preistransparenz haben sich extrem erhöht.

»Unsere Gespräche und Beratungen zeigen, dass sich viele Druckereien intensiv mit dem Thema Vertrieb beschäftigen. Oftmals fehlt es dabei aber an einer entsprechenden Vertriebsstrategie oder an einer auf den Kunden ausgerichteten Organisation. Manches Mal fehlt es nur an einer pragmatischen Umsetzung. Aktuelle Umfragen unseres Verbandes decken gerade im Vertrieb erstaunliche Defizite und damit Potenziale bei den Unternehmen auf«, erklärt Oliver Curdt, geschäftsführender Vorstand des VDM NW.

Aus diesem Grund hat der Unternehmerverband seinen aktuellen Fokus stark auf das Thema Vertrieb gesetzt und veranstaltet am 29. Oktober 2015 den bundesweit ersten Vertriebskongress der Branche in Düsseldorf. Erfahrene Vertriebsprofis und Branchenexperten halten spannende Vorträge und berichten von ihren Erfahrungen als Vertriebler. Kaltakquise mit System und Leidenschaft, Kundenbedürfnisse entdecken, Mitarbeiter motivieren und im Preiskampf punkten sind nur einige Themen, die die Teilnehmer des Kongresses neben wertvollen Vertriebstools für ihr Unternehmen mitnehmen können.

› www.vdmnw.de

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

DOXNET ROUND TABLE Während der Druck+Form vom 7. bis 10. Oktober 2015 in Sinsheim veranstaltet DOXNET – The Document X-perts Network e.V., der Fachverband für Dokumentenprofis, am 8. Oktober einen DOXNET Round Table.

PRINECT ANWENDERTAGE Pflichttermin für ambitionierte User sind jährlich die Princt-Anwendertage. Organisiert und moderiert von Anwendern für Anwender dreht sich die Veranstaltung um alle Themen, die für den Erfolg moderner Druckereien wichtig sind. So sind Vorträge und Workshops zum Vertrieb von Drucksachen, zu Web-to-Print, Colormanagement, zu den Veränderungen der ISO-Norm 12647 und den Neuerungen in den kommenden Versionen von Princt vorgesehen.

Die internationalen Princt User Days finden in der Print Media Academy in Heidelberg am 18. und 19. November 2015 in englischer Sprache und am 20. und 21. November in deutscher Sprache statt. › princt-anwendertage.org

ÜBERBETRIEBLICHE AUSBILDUNG 33 Auszubildende in den Berufen Medientechnologe und Mediengestalter starteten Anfang September mit der überbetrieblichen Ausbildung (üba) des Verbandes Druck und Medien Bayern in das neue Ausbildungsjahr. Mit der üba soll der Branchennachwuchs schneller fit gemacht werden für die Aufgaben, mit denen die Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft Geld verdienen. Dazu bietet der VDMB Spezialkurse, Schulungen in Medientechnik, Vorstufe und Drucktechnik an – vom Einstieg in die Ausbildung bis hin zur Prüfungsvorbereitung. › www.vdmb.de

JUBILÄUMS-EVENT VON PDFX-READY Die Aktivitäten des Vereins PDFX-ready haben in den letzten Jahre wesentlich zur Verbesserung der Zuverlässigkeit von digitalen Druckvorlagen beigetragen. Damit ist die Schweiz heute weltweit führend im Einsatz von PDF/X.

Zum zehnten Geburtstag des Vereins findet am 19. November ab 17 Uhr an der Berufsschule für Gestaltung in Zürich ein Jubiläums-Anlass im Rahmen der Vortragsserie »Treffpunkt Publishing« statt. Nach einem Rückblick auf die Entwicklung der letzten Jahre geht es hier vor allem um die neu eingeführte Version 2.3 der PDFX-ready-Spezifikationen, die auch die Verwendung von RGB-Bildern in digitalen Druckvorlagen erlaubt.

Der Anlass ist kostenlos und bietet Gelegenheit, sich rund um das Thema PDF/X up to date zu bringen. › www.pdfx-ready.org

»KYOCERA UMWELT- PREIS: GREEN OFFICE«

Unternehmen, Organisationen und Behörden können sich ab sofort um den »Kyocera Umweltpreis: Green Office« bewerben. Die mit 25.000 Euro dotierte Auszeichnung prämiiert umweltfreundliche Konzepte und Technologien, die zu einer nachhaltigen Büro-Gestaltung beitragen. Die Preisver-



leihung findet im Rahmen der GreenTec Awards am 29. Mai 2016 in München statt.

»Wir suchen innovative Konzepte, die auf eine Verbesserung der Klimabilanz von Büroarbeitsplätzen einzahlen«, erklärt Monika Jacoby, Pressesprecherin Kyocera Document Solutions Deutschland. »Dies können Green-IT-Projekte oder auch Technologien sein, die die Energieeffizienz von Bürogebäuden verbessern. Aber auch Maßnahmen, die zu einem umweltfreundlicheren Verhalten der Mitarbeiter beitragen oder die CO₂-Emissionen des Fuhrparks senken, werden prämiiert.«

Die GreenTec Awards sind der größte Preis für ökologische Innovationen in Europa. Interessierte Unternehmen oder Organisationen können sich bis zum 15. Oktober 2015 bewerben.

› kyocera-umweltpreis.de

SCHREINER GROUP FEIERT GESELLENTAUFE

»Wenn ich auf dich Kornuten seh, dann denk ich mir zuerst O weh! Denn Schule kannst du gar nicht leiden und würdest das Lernen gerne meiden. Doch in der Arbeit packt er an, und zeigt fast immer, was er kann.« Sehr poetisch ging es zu, als Gautschmeister Dieter Eckardt die humoristischen Verse über die ehemaligen Auszubildenden vorlas. Sieben Kornuten – so die traditionelle Bezeichnung für den frisch ausgebildeten Drucker-nachwuchs – sprach die Schreiner Group am 18. September nach dem alten Brauch des »Gautschens« los. »Gautschen« – das bedeutet,



dass die ausgebildeten Fachkräfte von tatkräftigen Helfern ins kalte Nass getaucht und symbolisch von den »Sünden« ihrer Lehrzeit rein gewaschen werden. Wieder trocken bekommen die hart Geprüften von ihren Ausbildern die Gautschbriefe überreicht und erst jetzt dürfen sie sich »Jünger Gutenbergs« nennen.

Leiter der Weiterverarbeitung Dieter Eckardt betont: »Ich bin seit vielen Jahren mit Leib und Seele Gautschmeister. Für mich haben die Traditionen unserer Zunft eine sehr hohe Bedeutung. Ich möchte sie an unseren Nachwuchs weitergeben. Und das lässt sich auch gut mit den Werten der Schreiner Group vereinen.«

› www.schreiner-group.com

DESIGNERS' OPEN IN LEIPZIG

Urbane Lebensräume, innovative Impulse, lebendige Szene: In Leipzig wird Design gelebt und gefeiert. Vom 23. bis 25. Oktober wird die Messestadt zum Zentrum der Designwelt. In der Glashalle der Leipziger Messe und dem gesamten Stadtgebiet präsentieren über 250 Akteure die Trends von morgen oder



zeigen in Ateliers, Concept Stores und Kreativquartieren ihre aktuellen Projekte. Die 11. Veranstaltung macht dabei besonders deutlich, dass Design verbindet: Erstmals bieten die Grassmesse und Designers' Open ein gemeinsames Festivalticket an.

»Die Designers' Open haben einen guten Ruf in der Designszene. Das belegt nicht nur die gestiegene Zahl an nationalen und internationalen Bewerbungen, sondern auch die große Vielfalt an Designdisziplinen«, sagt Markus Geisenberger, Geschäftsführer der Leipziger Messe. »Für uns sind das die besten Voraussetzungen, um das Thema Design weiter auszubauen und gemeinsam mit der Grassmesse Deutschlands führendes Design Festival in Leipzig zu etablieren.«

› www.designersopen.de

› www.grassmesse.de

› www.leipziger-messe.de

NACHHALTIGE MEDIENPRODUKTION

6. MEDIA-MUNDO-KONGRESS: NEUE HANDLUNGSFELDER

Nachhaltigkeit ist wichtig – diese Botschaft ist in der Medienbranche angekommen. Aber geht es nur darum, neue Kunden zu gewinnen, sich als Unternehmen neu zu positionieren oder im Rahmen der Gegebenheiten das Richtige zu tun? Mit dem Motto »mindshift sustainability« will Media Mundo die nachhaltige Medienproduktion zum 6. Media Mundo-Kongress auf eine emotionale Ebene heben.

Ein wichtiges Thema des Kongresses ist dabei der Artenschutz. Mit jeder aussterbenden Art verringert sich die Biodiversität auf der Erde. In der Keynote von Dr. Martha Robbins vom Max Planck Institute wird zum Beispiel aufgezeigt, dass wir die Lebensgrundlage des Menschen nur schützen können, wenn wir auch den Tropen- und Regenwald und die darin lebenden Arten schützen. Vertreter wichtiger Interessensgruppen wie etwa dem WWF Deutschland, NABU oder Greenpeace Energy sind ebenfalls vor Ort, um über wichtige Themen aufzuklären und in ihrer Begeisterung anzustecken. Das gilt auch für den Schauspielerspieler, Autoren und Umweltaktivisten Hannes Jaenicke, der gemeinsam mit Judith Adlhoj einige Umweltskandale aufgedeckt hat. Er berichtet über seine Erfahrungen, die er in dem Bestseller »Wut allein reicht nicht« aufgezeichnet hat.

Zum ersten Mal findet im Rahmen des Media Mundo-Kongresses auch eine Charity-Bilderausstellung statt, in der Tieraufnahmen be-

drohter Arten aus dem Mondberge-Projekt (www.mondberge.com) und eine Auswahl von Arktis-Bildern des Fotografen Sebastian Copeland gezeigt werden. Die Bilder können im Rahmen einer Versteigerung auch erworben werden – die Erlöse fließen zu 100% an den Berggorilla & Regenwald Direkthilfe e. V.

(www.berggorilla.org/de/). Alle Interessierten sind eingeladen, gemeinsam mit dem f:mp., den NGO-Partnern WWF Deutschland, NABU und FSC, der Messe Düsseldorf und weiteren Kongress- und Medienpartnern Nachhaltigkeit zu erleben und ein Stück weit zu genießen – in tollen Bildern, wunderbaren Worten und kleinen Momentaufnahmen. Der Media Mundo-Kongress findet inklusive einer Diskussions- und Expertenrunde am Vorabend (10. November) am 11. November 2015 in Düsseldorf statt.

› www.mediamundo.biz/kongress/kongress2015

Zweitägige Weiterbildung zum

CLEVERPRINTING DATENCHECKER

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

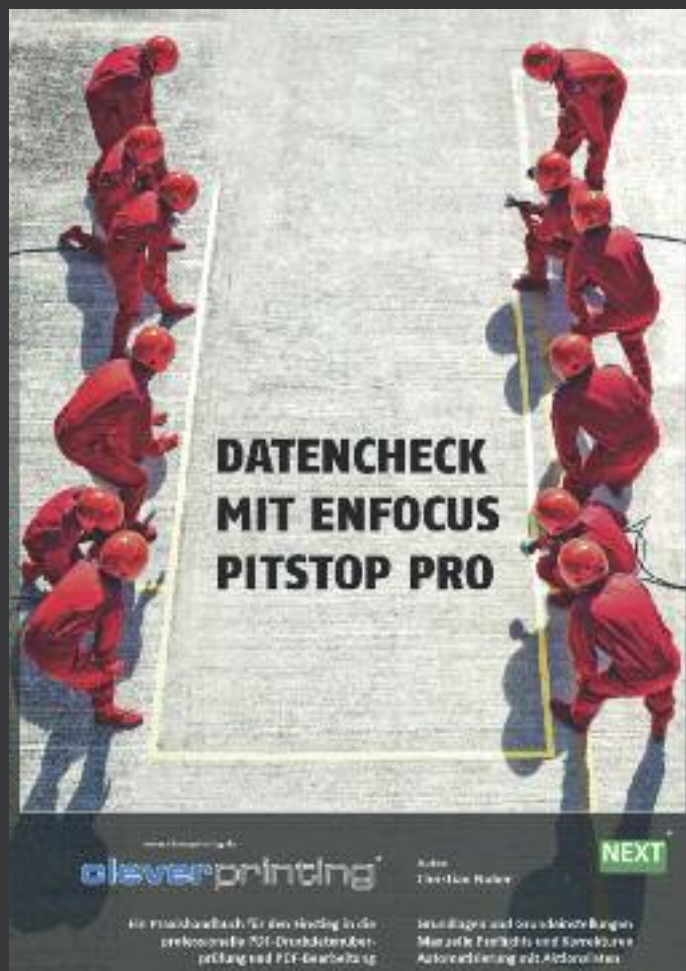


Bundesweit an sieben Standorten
Jetzt online anmelden:

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

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2015	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
01. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Hamburg	› www.cleverprinting.de
02. 10.	VDMB, Layouts mit Adobe InDesign – Fortgeschritten: Tipps und Tricks	Ismaning	› www.vdmb.de
02. 10.	cleverprinting, Publishing für digitale Medien	Hamburg	› www.cleverprinting.de
05. 10. – 06. 10.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
05. 10. – 07. 10.	VDMB, Lehrgang Datenprüfer für den Offset- und Digitaldruck	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	A-Wien	› www.cleverprinting.de
06. 10. – 07. 10.	VDMB, Website-Erstellung: Einstieg in Dreamweaver	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 10. – 07. 10.	VDM NW, Erfolgreich(er) Führen	Hamburg	› www.vdmnw.de
06. 10. – 08. 10.	Heidelberger Druckmaschinen, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 Modul 1	Ludwigsburg	› www.heidelberg.com
07. 10. – 08. 10.	cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Datenchecker	A-Wien	› www.cleverprinting.de
07. 10. – 08. 10.	Polar, Kurse für Polar Compucut	Hofheim	› www.polar-mohr.com
08. 10. – 09. 10.	VDMB, Web-Technologien: Einführung in JavaScript	Ismaning	› www.vdmb.de
08. 10. – 10. 10.	VDMB, Geprüfter Digital Publisher – Modul 2	Ismaning	› www.vdmb.de
12. 10. – 13. 10.	cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Datenchecker	München	› www.cleverprinting.de
12. 10. – 13. 10.	VDMB, Noch erfolgreicher verkaufen! Das Vertriebstaining – Modul 2	Ismaning	› www.vdmb.de
12. 10. – 14. 10.	VDMB, Adobe Illustrator für Einsteiger	Ismaning	› www.vdmb.de
12. 10. – 14. 10.	VDMB, Digitaldruck 1	Ismaning	› www.vdmb.de
12. 10. – 14. 10.	VDMB, Adobe Illustrator für Fortgeschrittene	Ismaning	› www.vdmb.de
13. 10. – 14. 10.	VDMB, Verpackungs- und Etikettenerstellung mit Adobe Illustrator	Ismaning	› www.vdmb.de
13. 10. – 14. 10.	VDM NW, Projektmanagement Grundlagenseminar	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
14. 10.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	München	› www.cleverprinting.de
14. 10. – 16. 10.	VDM NW, Adobe Photoshop – Basiswissen Bildbearbeitung	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
15. 10.	cleverprinting, Publishing für digitale Medien	München	› www.cleverprinting.de
15. 10.	VDMB, 3D-Druck: Einstieg in die dritte Dimension mit Adobe Photoshop	Ismaning	› www.vdmb.de
15. 10.	VDMB, Know-how für Kundenberater – Teil 3	Ismaning	› www.vdmb.de
16. 10.	VDM NW, Technische Grundlagen der Kalkulation	Hamburg	› www.vdmnw.de
16. 10.	cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator	München	› www.cleverprinting.de
19. 10. – 20. 10.	VDMB, Adobe Photoshop für Einsteiger	Ismaning	› www.vdmb.de
19. 10. – 23. 10.	Heidelberger Druckmaschinen, Falzen Basis Modul 1	Ludwigsburg	› www.vdmnw.de
20. 10.	ZLV, Folienprüfungen und Eigenschaften in der Praxis	Kempten	› www.zlv.de
20. 10.	VDMB, Website-Erstellung: Einstieg in Muse	Ismaning	› www.vdmb.de
20. 10. – 21. 10.	VDMB, Sichere Farbsteuerung im Druck	Ismaning	› www.vdmb.de
20. 10. – 21. 10.	VDM NW, Vom Kollegen zum Vorgesetzten – Teams leiten und führen	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
20. 10. – 21. 10.	VDM NW, Basiswissen Kalkulation	Hamburg	› www.vdmnw.de
20. 10. – 22. 10.	VDMB, Einstieg in die Grafikerstellung mit Adobe Illustrator	Ismaning	› www.vdmb.de
20. 10. – 22. 10.	VDM NW, PHP/MySQL – Basiswissen über Skripte und Datenbanken	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
21. 10.	Hönle, Basiswissen UV- und UV-LED-Technologie	Gräfelfing	› www.hoenle.de
21. 10.	VDMB, Adobe Creative Cloud: Neue Features und Zusatzprogramme	Ismaning	› www.vdmb.de
21. 10. – 25. 10.	tgm, Herbstakademie: Konzept, System und visuelle Gestaltung – Seminar-Workshop	Abtei Frauenwörth	› www.tgm-online.de
22. 10.	ZLV, Neue Verfahren und Produkte für Prozesskontrolle in der Lebensmittelverarbeitung	Kempten	› www.zlv.de
22. 10. – 23. 10.	VDMB, Geprüfter Digital Publisher – Modul 3	Ismaning	› www.vdmb.de
22. 10. – 23. 10.	cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Datenchecker	Köln	› www.cleverprinting.de
23. 11. – 24. 11.	VDM NW, Akquise kompakt: Die Sprache der Kunden sprechen – verbal und medial	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
26. 10.	cleverprinting, Freistellen – Die besten Strategien, Tipps und Tricks	München	› www.cleverprinting.de
26. 10.	VDMB, Grundlagen für die standardisierte Produktion in der Druckvorstufe	Ismaning	› www.vdmb.de
26. 10. – 27. 10.	VDM NW, Adobe Photoshop – Komplexe Freisteller und Masken	Lünen	› www.vdmnw.de
26. 10. – 28. 10.	VDMB, Adobe Photoshop für Fortgeschrittene	Ismaning	› www.vdmb.de
26. 10. – 28. 10.	VDMB, Digitaldruck 2	Ismaning	› www.vdmb.de
27. 10.	VDMB, Grundlagen für die standardisierte Produktion im Druck	Ismaning	› www.vdmb.de

SCHLAUMACHER DIGITALDRUCK



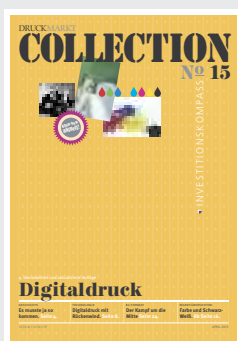
Mit dem Digitaldruck beschäftigt sich die Branche seit nunmehr gut 20 Jahren. Dabei sorgen ständig neue Techniken immer wieder für Diskussionen darüber, wo und wie Digitaldruck im professionellen Umfeld am sinnvollsten und vor allem wirtschaftlich einsetzbar ist. Die Unzahl an Systemen, Verfahrenstechniken 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.

»GEPRÜFTER DIGITAL-DRUCK PROFESSIONAL«

Nach bereits zwei erfolgreichen Modulreihen geht der »Geprüfte Digitaldruck Professional« am 26. November in die dritte Runde. Neben dem steigenden Bedarf ist vor allem die gute Resonanz Grund für eine Neuauflage noch im Jahr 2015. Die Teilnehmer lobten neben der Praxisnähe, den umfassenden Überblick, die kompetenten Referenten sowie die Möglichkeit zur deutschlandweiten Vernetzung untereinander.

Der Lehrgang besteht aus drei Modulen mit insgesamt neun Präsenztagen, die in Stuttgart, Düsseldorf/Lünen und München/Ismaning stattfinden. Das Konzept der Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter und Unternehmer, die ihre Kompetenzen im Digitaldruck erweitern wollen.

Die Teilnehmer erfahren unter anderem welche Technik marktreif zur Verfügung steht, welche Besonderheiten der Umgang mit Colormanagement, Toner und Tinte erfordert und welche Bedruckstoffe sie wie veredeln können. Nach der Abschlussprüfung zum »Geprüften Digitaldruck Professional« verfügen die Absolventen sowohl über konzeptionelle Kenntnisse für die Kundenberatung als auch über handwerkliche Fähigkeiten in der Produktion lösungsorientierte Ansätze im Digitaldruck zu erarbeiten und in konkrete Produkte umzusetzen.

Durchgeführt wird der Lehrgang von den Verbänden Druck und Medien in Baden-Württemberg, Bayern und NordWest.

» www.vdmb.de

GEPRÜFTER MEDIENPRODUKTIONER/F:MP.

Die vielfältigen technologischen Möglichkeiten und sehr unterschiedlichen Herausforderungen der unterschiedlichen Aspekte der Medienproduktion erfordern weitgehende Kompetenzen. Der f:mp. hat aus diesem Grund die modulare Gliederung der Fortbildungsmaßnahme »Geprüfter Medienproduktionsf:mp.«



eingeführt, die neben den Grundlagen eine Brücke von »Online/Mobile/Digital« über »Druckveredelung« und »Digitaldruck« bis hin zur »Visuellen Kommunikation« schlägt. Nun hat der f:mp. den Print-Kurs diesem modularen Aufbau angepasst und auf die Fokushalte Print konzentriert. »Damit kommt der f:mp. den Anforderungen der Teilnehmer nach, die heute eine fokussierte, effiziente und kompakte Weiterbildung fordern«, erklärt Gennaro Marfucci, Vorstandsmitglied für Aus- und Weiterbildung. »Die Weiterbildung ist mit dieser Umstrukturierung jetzt also ganz konsequent als Modulbaukasten aufgebaut.«

»Geprüfter Medienproduktionsf:mp.« – Schwerpunkt Print findet zukünftig lediglich an drei Wochenenden statt. So reduziert sich der Aufwand für die Teilnehmer und gleichzeitig reduzieren sich natürlich auch die Kosten der Weiterbildungsmaßnahme.

Das neue Print-Modul wird bereits ab November 2015 angeboten.

» www.f-mp.de

ZUSAMMENKUNFT DER DRUCKDIENSTLEISTER

Die globale Marketingkampagne für die Fespa Digital 2016 läuft jetzt an und lädt Spezialdruckdienstleister unter dem Motto »Become a Digital Print Hero« ein, zum Held im Digitaldruck gekürt zu werden.

Die Fespa Digital 2016, die vom 8. bis 11. März 2016 anlässlich ihres zehnjährigen



Jubiläums wieder in Amsterdam stattfindet, wird mit einer Ausstellungsfläche von 42.000 m² in sieben Messehallen aufwarten.

Im Mittelpunkt der diesjährigen Multichannel-Kampagne stehen drei Superhelden, die die Haupttechnologien auf dieser Messe verkörpern: Digiman (Digitaldruck), Textilewoman (Textildruck) und ESEman (Signage).

Im Fokus der Besucherkampagne der Fespa Digital 2016 steht die Website, auf der Messebesucher und Aussteller die neuesten Informationen über diese Veranstaltung finden. Dort können auch die Blogs von Digiman, Textilewoman und ESEman aufgerufen werden, in denen die neuesten Branchentrends und Themen erörtert werden.

Die neu benannte Fespa Textile empfängt die Besucher in einer eigenen Halle für den digitalen Textildruck, einschließlich Bekleidungsdekoration, Soft Signage und Textilien für die Innenraumgestaltung.

» www.fespadigital.com

STANZFORMHERSTELLER HESSE BESUCHT

Dankend nahmen zwanzig Faltschachtelhersteller aus dem FFI Ausschuss Einkauf die Einladung der Hesse Stanzwerkzeuge GmbH zur Unternehmensbesichtigung Mitte Juli in Alfeld an. Nach der Begrüßung durch die Geschäftsführer Dr. Dietmar Hesse und Wolfgang Gross sowie den zukünftigen ge-



20 Faltschachtelhersteller aus dem FFI Ausschuss Einkauf besuchten Mitte Juli die Hesse Stanzwerkzeuge GmbH in Alfeld.

schäftsführenden Gesellschafter, Jörn Hesse, konnten sich die Unternehmensvertreter im Rahmen einer ausgiebigen Betriebsbesichtigung einen Überblick über die aktuellen Lösungen der Stanzformherstellung machen und sich vom hohen Qualitätsanspruch der Fertigung überzeugen. Dabei wurden viele Fragen zu technischen Zusammenhängen und zum Workflow zwischen Stanzformbauer und Faltschachtelhersteller geklärt. Dr. Hesse rundete den erlebnis- und erkenntnisreichen Nachmittag für die FFI Unternehmensvertreter mit einer detaillierten Firmenpräsentation ab und gab als 1. Vorsitzender der Europäischen Stanzform Union (europäischer Verband der Stanzformhersteller und Zulieferer) einen interessanten Einblick in die Struktur und das Leistungsangebot dieses Verbandes.

» www.ffi.de

STARTSCHUSS FÜR NEUEN MASTERSTUDIENGANG

Der berufsbegleitende Masterstudiengang »Management Digitales Publizieren« wird ab dem Wintersemester 2015 neu an der Hochschule München angeboten. Die Hochschule setzt hierzu auf eine Weiterbildungspartnerschaft mit der Akademie der Deutschen Medien.

Der Master soll Projektleiter und Nachwuchs-Führungskräfte auf die wesentlichen Herausforderungen der zunehmend technikgetriebenen Branche vorbereiten und sie für leitende Positionen qualifizieren.

Die Weiterbildungspartnerschaft erlaubt den Teilnehmern zudem einen flexiblen Einstieg ins Studium und eine individuelle Einteilung. Es lassen sich bis zu 50% der Module über den Besuch von ausgewählten Zertifikatskursen der Akademie anrechnen. Der jeweilige Fokus liegt dabei auf Themen wie Führung, Business Development, E-Commerce oder Corporate Publishing und Content Management bis hin zu Online- und Content-Marketing, PR, Kommunikation oder digitale Herstellung.

» www.medien-akademie.de

» www.dp.hm.edu

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 Konfektionierungsartikel

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

Streifenelinschussgeräte
Für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsanlagen

Bohren • Lochen • Perforieren • Slanten
Nuten • Einkanten • Register stärken
Heften • Zärfen • Streifen anschneiden
Wagen • Verdrängen • Fälschen • Block-
ziehen • Bänderformen • Nummernrollen
Rollen • Handwalzen • Diverse Messgeräte

Graph. Maschinen- und Apparatebau

www.foellmer.com info@foellmer.com

JOSEF FOELLMER GmbH
K. P. RINGSTRASSE 8
D-76566 VILMERSHOFEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 72 93 - 30 12 - 0 • Fax 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

„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 unter „know-how“

Mit dem von uns konstruierten Hochleistungs-Papierbohrer werden Drucker und Buchdrucker für alle Maschinen-Formaten schnell und präzise abgedruckt. Die Maschine ist leicht zu bedienen und liefert hervorragende Ergebnisse.

Graph. Maschinen- und Apparatebau

JOSEF FOELLMER GmbH
K. P. RINGSTRASSE 8
D-76566 VILMERSHOFEN-SCHWENNINGEN
Telefon 0 72 93 - 30 12 - 0 • Fax 30 12 - 90

VERSCHIEDENES

SOS KINDERDORF STIFTUNG

Stiften Sie zu – jetzt online!

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

DIE ZEITSCHRIFT IN 4 Gängen

Nicht etwa, dass wir den »Druckmarkt« als Mahlzeit empfehlen würden, dennoch arbeiten wir wie Spitzenköche an stets neuen Menüs, um unseren Gästen – Ihnen, unseren Lesern – interessante Informationen aufzutischen. Und natürlich legen wir dabei Wert auf gute Zubereitung: Themen, die ansprechen (auch wenn sie vielleicht nicht jedem schmecken), Seiten, die übersichtlich gestaltet und angeordnet sind – und eine Qualität im Druck, die dem Anspruch der Branche entspricht. **Auch die Menüfolge kann sich sehen lassen.** »Druckmarkt« bietet kleine Häppchen als tagesaktuell relevante Nachrichten auf der Homepage, 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.