

DRUCKMARKT

18. Juni 2014

impressions 82

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

Swiss Edition

Der große Run auf die Verpackung

Fakten und Berichte ab Seite 14.

Markt & Zahlen: Heidelberg findet künftig in Wiesloch statt. **Seite 4.**

Digitaldruck: Mit Innovationen Profil zeigen. **Seite 14.**

Print & Finishing: Verpackungsdruck von allen Seiten. **Seite 22.**

Bildung, Termine & Events: Terminkalender und News. **Seite 44.**

Foto: ProCarton 2012

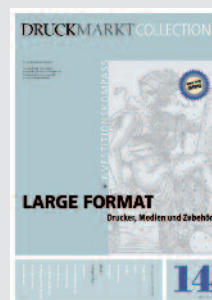
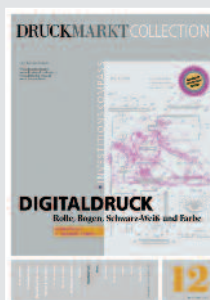


DIE Schlaumacher

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

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

www.druckmarkt.ch



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

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.ch

Der große Run auf die Verpackung

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Heidelberg findet künftig in Wiesloch statt
- 06 Nachrichten
- 07 Die Verwirklichung der Vision von der klimaneutralen Fabrik ist zum Greifen nahe
- 08 Vom Familienunternehmen zu einer stetig wachsenden Marke
- 10 EDP Awards 2014
- 11 Unter den ersten der Branche
- 13 Menschen & Karrieren

Print & Finishing (Verpackung)

- 14 Mit Innovationen Profil zeigen
- 18 Die Large-Format-Jumbos
- 22 Verpackungsdruck von allen Seiten
- 26 Doppelt so schnell wie 2007
- 28 Nachrichten
- 30 Qualitätskarton senkt die Gesamtkosten
- 32 Neue Generation von Rill- und Falzmaschinen
- 33 Größerer Farbraum mit Mehrfarbensystem
- 37 13,5 Millionen Bogen aus dem Stand
- 41 Neues Heißklebesystem zwischen EVA und PUR

Bildung, Termine & Events

- 44 Terminkalender
- 45 Doxnet: Geballte Fachinformationen
- 46 Nachrichten
- 49 Seminare und sonstige Veranstaltungen

- 51 Business to Business
- 51 Impressum

Fast könnte man glauben, in der Druckindustrie drehe sich alles nur noch um die Verpackung. Eine Veranstaltung zu diesem zweifellos hoch interessanten Thema jagt die andere, Heidelberg kauft sich in den Etiketten- und Faltschachteldruck von Gallus ein, Digitaldruckmaschinenhersteller visieren den Markt an und auch die Kartonhersteller geben Gas. Alle Zeichen stehen also Richtung Verpackung.

Und die Verlockung scheint groß. Viele Hersteller (vor allem aus dem Lager der Hersteller von Digitaldruckmaschinen) bewerben den Markt der Verpackung gegenüber ihren Kunden als lukrative Wachstumsbranche, die Platz für neue Geschäftsmodelle bietet und damit auch gut für neue Umsatzquellen sei. Dieses Werben ist durchschaubar, denn natürlich sollen auf diese Weise Maschinen verkauft werden.

Es ist also sehr wohl nachzufragen, wie groß dieser Markt eigentlich ist? Ist er wirklich groß genug für alle Teilnehmer, die jetzt zusätzlich auf diesen Zug aufspringen wollen? Dabei bleiben doch einige Fragezeichen. Denn trotz der prognostizierten 3,3% Wachstum über die nächsten Jahre geht es auch im Verpackungsmarkt um Verdrängung. Es wird über kurz oder lang ein Hauen und Stechen geben wie im Akzidenzmarkt. Wenn es nicht längst eingesetzt hat. Denn warum sonst schließen sich große Verpackungsdruckereien zu noch größeren Einheiten zusammen?

Dass die Auflagen im Verpackungsdruck kleiner werden und ein Trend zu Print-on-Demand beziehungsweise Wiederholaufträgen mit kleinen Auflagen eingesetzt hat, ist unbestritten. Produkte mit unterschiedlichen Modellvarianten tun ein Übriges ebenso wie saisonale Verpackungen zum Valentins- und Muttertag, zu Ostern, Weihnachten oder zu Großveranstaltungen wie der Fußball-WM (unser Titelbild zeigt eine typische Anwendung, wie sie zur EM 2012 produziert wurde). Solche Marketing-Aktionen splitten die Großauflagen, an ihre Stelle treten zeitlich begrenzte Verpackungen mit vergleichsweise kleinen Auflagen. Die Zahl der Jobs steigt, die Menge nicht. Doch selbst die kleinen Auflagen, von denen die Rede ist, sind für den Digitaldruck immer noch zu groß, um dem Offset Paroli zu bieten (siehe auch unsere Beiträge ab Seite 14). Das versprochene Wachstum für digital hergestellte Verpackungen muss also auf andere Weise generiert werden. Und das geht nur über neue Ideen, neue Angebote und vielleicht eine neue Form der Verpackung und deren Vermarktung. Um entsprechende Geschäftsmodelle zu entwickeln, sind aber in erster Linie Marktkenntnisse und eine gehörige Portion Grips notwendig. Mit Maschinen alleine – auch wenn sie noch so digital sein mögen – lässt sich das nicht bewerkstelligen.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

Heidelberg findet künftig in Wiesloch statt

Dass sich bei Heidelberg etwas verändert hat, war schon im Herbst letzten Jahres spürbar, dass sich noch viel verändern wird, war abzusehen. Jetzt leitet der Druckmaschinenhersteller die nächste Stufe des Konzernumbaus ein: mit Kooperationen, Akquisitionen und radikalen Schnitten wie dem Standortwechsel von Heidelberg nach Wiesloch.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Darf ein Unternehmen, das den Namen seiner Heimatstadt sogar im Firmennamen trägt, eben diese verlassen? Darf es, auch wenn es noch so absurd klingt. Genau das hat Heidelberg nämlich vor. Bis Ende März 2015 soll die Verwaltung von Heidelberg nach Wiesloch-Walldorf umziehen. Der Wechsel von Vorstand und rund 500 Mitarbeitern soll dabei Betriebskosten im einstelligen Millionenbereich einsparen.

Diese Entscheidung hat eindeutig die Handschrift von Heidelberg-Chef **Dr. Gerold Linzbach**, bei dem of-



fenbar nichts tabu ist, der alles in Frage stellt, um das Unternehmen wieder profitabel zu machen.

»Für Heidelberg beginnt eine neue Ära in der Unternehmenskultur. Ergebnisorientierung steht bei allen Entscheidungen im Vordergrund«, sagt Linzbach. »Wir bringen zentrale Funktionen und operative Bereiche räumlich näher zusammen und richten uns stärker am Markt und an den Kunden aus. Dadurch wird Heidelberg schlanker und profitabler.«

Konkret bedeutet der Umzug auch, dass das Print Media Center, das erst im Herbst 2012 in Heidelberg neu eröffnet wurde, den Standort wechselt. Dadurch entsteht in Wiesloch die weltweit größte Demo-Druckerei für den Verpackungs- und Akzidenzdruck, in der verschiedene Drucktechnologien und Verbrauchsmaterialien live gezeigt werden.

2. Halbzeit beim Konzernumbau

Vor dem Hintergrund solcher Entscheidungen treten die exakten Zahlen der Bilanz fast schon in den Hintergrund. Über die hatte Heidelberg ohnehin bereits Anfang Mai sehr detailliert informiert. Die wichtigste Aussage dabei: Heidelberg hat nach fünf Verlustjahren die Zielvorgabe eines positiven Jahresüberschusses erreicht. Der Jahresüberschuss lag im Geschäftsjahr 2013/14, das vom 1. April 2013 bis 31. März 2014 lief, bei 4 Mio. € (Vorjahr: -117 Mio. €). Und das, obwohl der Umsatz 2013/2014 mit 2,434 Mrd. € unter dem Vorjahreswert von 2,735 Mrd. € lag. Jetzt soll durch den Ausbau von Wachstumssegmenten sowie der Umsetzung von Portfoliomaßnahmen und weiteren strukturellen Projekten (auch die Abteilung Forschung und Entwicklung mit etwa 900 Mitarbeitern soll zu einem späteren Zeitpunkt noch umgesiedelt werden) die Profitabilität des Konzerns in den nächsten Jahren gesichert werden.

»Mit der Rückkehr in die Gewinnzone haben wir einen ersten wichtigen Meilenstein erreicht«, sagt Gerold Linzbach. »Um den Unternehmenswert zu erhöhen, werden wir nun die nächste Stufe des Konzernumbaus starten. Dabei stehen Akquisitionen in Wachstumssegmenten, der Abbau margenschwacher Geschäfte sowie Kostensenkungen weiterhin auf der Agenda, um die Profitabilität weiter zu steigern.«



Ab 2015 findet Heidelberg in Wiesloch statt. Die Hauptverwaltung und 500 Mitarbeiter ziehen an den etwa 10 km entfernten Standort.

Heidelberg übernimmt Gallus

So hatte sich Heidelberg bereits im Dezember letzten Jahres »in nicht unerheblichem Umfang« am Softwarehersteller Neo7even beteiligt, um das Angebot an Mult-Channel-Publishing-Lösungen anzuschließen und die Prinect-Workflow-Tools zu stärken.

Jetzt geht Heidelberg aber einen viel dickeren Brocken an. Vorstand und Aufsichtsrat haben eine Sachkapitalerhöhung beschlossen. Hierzu wird die von Ferdinand Ruesch kontrollierte Schweizer Ferd. Ruesch AG ihre 70%-ige Beteiligung an der Gallus Holding AG, St.Gallen, als Sacheinlage in die Heidelberger Druckmaschinen AG einbringen.

Nach dieser Transaktion hält Heidelberg 100% (bisher 30%) der Anteile an der Gallus Holding. Als Gegenleistung verpflichtet sich Heidelberg gegenüber der Ferd. Ruesch AG bis

zu 23.000.000 neue Aktien zu gewähren und eine bare Zahlung in Höhe eines einstelligen Millionenbetrags zu leisten. Die Höhe dieser Leistung sei abhängig von der Kursentwicklung der Aktie bis zur Anmeldung der Kapitalerhöhung, heißt es in einer Unternehmensmitteilung. Der Ausgabebetrag der neuen Aktien soll mindestens 2,70 € je Aktie betragen. Mit dem für Juli 2014 geplanten Schritt, der noch die Zustimmung der Kartellbehörden benötigt, erhöht sich das Grundkapital der Heidelberger Druckmaschinen AG um etwa 58 Mio. € auf mindestens 659 Mio. €. Der Schweizer Konzern wird dann 9% am deutschen Unternehmen halten, darf seinen Anteil aber nicht vor dem 1. August 2015 veräußern.

»Wir begrüßen es sehr, dass wir mit Ferdinand Ruesch einen Ankeraktionär mit langer Branchenerfahrung gewonnen haben«, sagte Gerold



Auch beim Erscheinungsbild hat sich bei Heidelberg etwas verändert. Der aktuelle Geschäftsbericht kommt frischer und zumindest im ersten Teil plakativer daher als bisher. Nicht zu übersehen ist dabei das Herz samt dem Bekenntnis: »Unser Herz schlägt für den Druck.«

Linzbach. »Durch die vollständige Akquisition von Gallus wird die Zusammenarbeit beider Unternehmen verstärkt. Gemeinsam werden wir die Entwicklung in der digitalen Etikettenproduktion vorantreiben.«

Gallus ist Anbieter im Verpackungsdrucksegment für Etiketten sowie Faltschachteln und erzielte 2013 mit rund 500 Mitarbeitern einen Umsatz von 188 Mio. CHF. Bereits im Herbst dieses Jahres wollen Heidelberg und Gallus ein neues Etiketten-Drucksystem mit Fujifilm-Inkjet-Technologie vorstellen.

Doch auch wenn es in öffentlichen Verlautbarungen als weiterer Schritt von Heidelberg im Digitaldruck dargestellt wird, stärkt Heidelberg mit der Übernahme von Gallus in Wahrheit seine Position in den klassischen Drucktechniken wie Offset-, Sieb- sowie Flexodruck und steigt gleichzeitig in den schmalbahnigen Rotationsdruck ein. Dabei gewinnt Heidelberg erhebliches Know-how bei Veredelungen mit Kalt- und Heißfolien, beim Kaschieren sowie beim Aufbringen von Sicherheitsmerkmalen und Hologrammen. Denn Gallus selbst baut keine Digitaldruckmaschinen, hat aber sehr wohl die Linoprint L des Herstellers CSAT im Programm, den Heidelberg zum 1. Januar 2014 verkauft hatte.

Dicker Deal mit Fujifilm

Das für Herbst avisierte Etiketten-drucksystem mit Inkjet-Druckköpfen von Fujifilm ist indes nur ein Klecks

in der Kooperation mit Fujifilm. Heidelberg arbeitet zurzeit ebenfalls an der Inkjet-Bogenmaschine von Fujifilm, um alternative Konzepte zu evaluieren.

Im Rahmen der Kooperation mit Fujifilm wurde jetzt ein OEM-Abkommen zur Lieferung von Plattenbelichtern vereinbart. Künftig wird Fujifilm also Computer-to-Plate-Systeme von Heidelberg unter eigenem Label vertreiben (bisher bezog Fujifilm seine Thermal-Belichter von Screen). Gleichzeitig übernimmt Heidelberg einen Teil des europäischen Vertriebs von Fujifilm-Druckplatten. Dies hatten wir bereits in unserem Beitrag in Heft »Druckmarkt 88« im Dezember 2013 als mögliche Konsequenz aus der Kooperation der beiden Unternehmen als realistisch betrachtet.

Dass dies allerdings nur als »Zweizeiler« in der aktuellen Kommunikation von Heidelberg vorkommt, mag etwas erstaunen, wenngleich andere Nachrichten für den Druckmaschinenhersteller zurzeit höhere Prioritäten besitzen. Dennoch könnte dieser Deal die Umsatzquellen bei Heidelberg (ebenso auch bei Fujifilm) durchaus sprudeln lassen. Schließlich bewertet Heidelberg das Geschäft mit Verbrauchsmaterialien, Consumables und Services als ausgesprochen margenstarken Wachstumsmarkt.

Nach der Übernahme eines Herstellers im Coating-Bereich (2008 kaufte Heidelberg den englischen Lackhersteller Hi-Tech-Coatings) finden

nach Angaben von Heidelberg zurzeit Gespräche über eine weitere Akquisition statt. In welchem Bereich wurde bisher nicht bekannt.

Schwachstellen

Ebenso bleibt abzuwarten, welche weiteren Schritte Heidelberg gehen wird, was das Angebot an Produkten angeht. Eine Portfolioanalyse hat nach Angaben des Unternehmens deutlich gemacht, dass der wirtschaftliche Erfolg in einzelnen Produktbereichen nur durch Umstellungen erreicht werden könne. In den nächsten Monaten seien daher Entscheidungen zur Stilllegung von Produktlinien oder zur Veränderung der Fertigungstiefe zu erwarten. Eine erste Konsequenz aus der Portfolio-Analyse dürfte die Einstellung der GTO-Reihe Ende letzten Jahres gewesen sein. Welche weiteren Bereiche es noch treffen könnte, ist zum jetzigen Zeitpunkt reine Spekulation. Den Belichterbau wird man nach dem Deal mit Fujifilm wohl ausschließen können.

Vor allem werden die Entscheidungen kaum mit einer Aufstockung des Personals einhergehen. Seit Beginn der Krise hat Heidelberg bereits 7.500 Stellen abgebaut. Zum 31. März 2014 waren weltweit noch 12.539 Mitarbeiter (plus 502 Auszubildende) und damit abermals 1.100 weniger als im Vorjahr beschäftigt. Unter der Prämisse, dass die Initiativen zur Marginsteigerung und Portfoliooptimierung im laufenden Ge-

schäftsjahr erfolgreich umgesetzt werden, sei im Geschäftsjahr 2015/2016 eine Marge von 8% erreichbar. Für das jetzt laufende Geschäftsjahr 2014/2015 rechnet der Heidelberg-Vorstand mit einem Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres.

Die Sache mit Herz

Bereits bei der Vorstellung der Digital-Strategie Anfang April 2014 war das farbige Herz in einer Präsentation zu sehen. Auch im aktuellen Geschäftsbericht ist es unübersehbar. Dort erläutert der Heidelberg-Chef im Interview auch, was es damit auf sich hat: »Das Herz steht einerseits für das Zusammenführen von Dingen – manchmal sogar von Dingen, die bislang als Gegensätze angesehen wurden. Wir kombinieren sie, um ein höheres Ziel zu erreichen – in diesem Fall mehr Wert für den Kunden. Das neue Ganze ist dann mehr als die Summe der einzelnen Teile«, sagt Dr. Gerold Linzbach. Es könne die Verbindung von Bogenoffset und Digitaldruck sein, die Kombination von Beherrschung des Drucks und wirtschaftlichem Erfolg. Das Herz lasse sich aber auch als eine Geisteshaltung begreifen, führt Linzbach aus: »Unser Herz schlägt für den Druck. Wir lieben, was wir tun.« Mir gefällt das. Denn manchmal sagt ein Wort auch mehr als tausend Bilder.

► www.heidelberg.com

ADDITIVE MANUFACTURING Mit einem Informationsangebot rund um Technologien, Forschung und industrielle Einsätze des Additive Manufacturing ging am 8. Mai ein neues Webportal des VDMA online. Damit steht den Mitgliedsunternehmen der neuen Arbeitsgemeinschaft Additive Manufacturing im VDMA zur Gründungsveranstaltung am 28. Mai 2014 in Frankfurt eine öffentliche Plattform und ein Sprachrohr für ihre Aktivitäten zur Verfügung. > <http://am.vdma.org>

NEUES PRINTDATA SYSTEMHAUS Der steigenden Zahl von Interessenten aus dem norddeutschen Raum mit Bedarf an schlüsselfertigen Digitaldrucklösungen ist Printdata mit der Gründung einer Zweigniederlassung gerecht geworden. Am 3. Juni 2014 wurde die Printdata Nord GmbH offiziell gegründet. Die geschäftsführenden Gesellschafter Frank Siegel und Ralf Kämereit haben das Systemhaus für Digitale Drucklösungen in Hamburg angesiedelt. > www.printdata.org

WORLD PRESS TRENDS Die Gesamtreichweite der Print- und Digitalangebote von Zeitungen verzeichnet weltweit eine positive Entwicklung. Allerdings halten die Einnahmen aus dem Digitalbereich mit der Entwicklung nicht Schritt, was eine Gefahr für die Zeitungsunternehmen und deren gesellschaftliche Rolle darstellt, so die Erkenntnisse aus der vom Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-Ifra) vorgestellten jährlichen Branchenerhebung ›World Press Trends‹. »Wenn es uns nicht gelingt, das Einnahmenproblem zu lösen und ausreichende Mittel bereitzustellen, damit die Zeitungen ihrer gesellschaftlichen Aufgabe nachkommen können, wird dies unweigerlich eine Schwächung der Demokratie bedeuten«, erklärte Larry Kilman, Secretary General von WAN-Ifra, bei seinem Vortrag vor rund 1.000 Verlegern, Chefredakteuren und anderen leitenden Führungskräften der Zeitungsbranche beim 66. Weltkongress der Zeitungen, 21. World Editors Forum und 24. World Advertising Forum im norditalienischen Turin. Wir werden über die wichtigsten Fakten der Erhebung noch berichten.

KOOPERATION Die PrintXMedia Consult Nord-West GmbH, Tochtergesellschaft des Verbandes Druck + Medien Nord-West e. V., und Canon Deutschland kooperieren. Canon wird die Kompetenz der unabhängigen Branchenexperten von PrintXMedia im Rahmen des Essential Business Builder Programms im gesamten Bundesgebiet nutzen. Die gemeinsame Zielsetzung ist die Steigerung des Erfolges von Druckdienstleistern.

NEUER ALTER NAME Nach dem im Februar 2014 erfolgten Zusammenschluss von Chesapeake und Multi Packaging Solutions zu einem weltweiten Anbieter von Verpackungslösungen fiel jetzt die Entscheidung für den gemeinsamen Namen Multi Packaging Solutions. Zusätzlich wurde ein neues Logo entwickelt. Alle Chesapeake-Standorte sowie Carton-druck, Jet und IPS werden in den kommenden Monaten den Namen Multi Packaging Solutions übernehmen, parallel dazu übernehmen die Standorte von Multi Packaging Solutions das neue Branding. MPS bietet ein umfangreiches Portfolio printbasierter Verpackungen, darunter Faltschachteln, Etiketten und Inserts/Prospekte sowie Spezialverpackungen mit einer Vielzahl unterschiedlicher Substrate und Verarbeitungen. MPS hat über 51 Standorte in den USA und Europa und beschäftigt über 7.200 Mitarbeiter. > www.multipkg.com > www.chesapeakecorp.com

**Konica Minolta
UMSATZSTEIGERUNG
UM ZEHN PROZENT**

Die Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH hat ihren Umsatz im zurückliegenden Geschäftsjahr (April 2013 bis März 2014) um 10% auf rund 448 Mio. € gesteigert. Nach Angaben des Unternehmens hat sich neben steigenden Hardwareabsätzen im Office-Segment und Produktionsdruck besonders der Bereich Managed Print Services als Wachstumstreiber erwiesen. »Die deutliche Umsatzsteigerung im Optimized Print Services Business zeigt, dass wir mit unserer Ausrichtung als IT-Service-Provider die richtige Antwort auf veränderte Marktanforderungen gegeben



haben«, sagt **Johannes Bischof**, Präsident der Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH. Der Umsatz im OPS-Business stieg mit rund 56 Mio. € im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um fast 29%. »Hier spiegelt sich auch die gestiegene Nachfrage nach durchgängigen Geschäftsprozessen aus einer Hand wider«, so Bischof.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden nach Angaben von Konica Minolta über 1.300 Systeme im Bereich des Produktionsdrucks vermarktet, 2012 waren es noch rund 1.000. Auch die Hardwareabsätze im Office-Segment zogen an: 2013 wurden mehr als 44.000 A3-Systeme verkauft. Die gleiche Tendenz zeigte sich auch im A4-Bereich mit über 33.200 Systemen im Jahr 2013 gegenüber 28.000 im Jahr 2012. Ausbau und Beschleunigung des IT-Business ist die Zielsetzung von Konica Minolta für das aktuelle Jahr. Hierzu wird auch auf das Know-how des Tochterunternehmens Raber+Märcker gesetzt. Das Angebot reicht von Workflow-Lösungen über Beratung, Hard- und Softwarelösungen, Service und Support bis zur Realisierung der IT-Infrastruktur von Unternehmen.

> www.konicaminolta.de/business

**Fachverband Doxnet
NEUE ZIELGRUPPE GRAFISCHER
MARKT**

Der Fachverband der Dokumentenprofis ist auch für Digitaldruckereien und grafische Betriebe zu einer interessanten und begehrten Wissensplattform geworden.

Doxnet – The Document X-perts Network e. V. – möchte die vielfältigen Veranstaltungen und Aktivitäten des Verbandes verstärkt auch dieser Zielgruppe öffnen. Dazu wurde eine Arbeitsgruppe gegründet, zu der Stefan Hunkeler (Hunkeler AG), Ralf Wittmann (Canon Deutschland GmbH) und Rainer Rindfleisch (Kern GmbH) gehören. Ein erster erfolgreicher Schritt ist dem Trio bereits gelungen: So wurde in Zusammenarbeit mit der Messe Sinsheim GmbH für den 9. Oktober 2014 ein ›Doxnet Round Table‹ während der Druck+Form (8. bis 11. Oktober 2014) ins Leben gerufen. Die Round-Table-Veranstaltungen entstanden aus der Überlegung, auf regionaler Ebene eine Plattform für den Austausch der Mitglieder untereinander zu schaffen. Bisherige Veranstaltungen fanden in der Hochschule der Medien in Stuttgart, während der PostPrint in Berlin, der DMS EXPO in Köln und Stuttgart sowie der CeBIT in Hannover statt. Weitere Highlights des Verbandes sind die jährliche Fachkonferenz und Ausstellung, die dieses Jahr wieder in Baden-Baden stattfindet, und sicher auch die Doxnet-vor-Ort am 25. Februar 2015 während der Hunkeler Innovationdays. Dann will die Arbeitsgruppe über die bisherigen Aktivitäten, Erfolge und weiteren Schritte berichten.

> www.doxnet.eu

Klimaneutrale Iggesund-Fabrik

Die Verwirklichung der Vision ist zum Greifen nahe

»Die Verwirklichung unserer Vision von einer klimaneutralen Kartonfabrik, an der wir seit Langem arbeiten und in die wir viel investiert haben, ist zum Greifen nah«, erklärt Werksleiter Olov Winblad von Walter. Mitte April war Iggesund Paperboard nach einer Unternehmensinformation in der Lage, die Kartonfabrik im schwedischen Iggesund ausschließlich mit biogener Energie zu betreiben und fast den gesamten benötigten Strom selbst zu erzeugen. Die Luft- und Wasseremissionen seien so gering, dass sich Iggesund zu den weltweit führenden Unternehmen zählt. Weiteres Ziel ist die Reduzierung der Deponieabfälle aus Nebenprodukten auf ein absolutes Mindestmaß.

Das Werk in Iggesund ist eine integrierte Kartonfabrik mit einer hohen Investitionsquote. Die Inbetriebnahme des neuen Laugenkessels war mit 250 Mio. € die bisher größte Investition des Werks. Dank des Kessels wurde die jährliche Zellstoffproduktion nach und nach von 350.000 auf 420.000 Tonnen erhöht.



»In unserem Sulfatverfahren für die Zellstoffproduktion werden die Zellulosefasern separiert, die die Hälfte der Masse eines Baumstamms ausmachen«, erläutert Winblad von Walter. »Die andere Hälfte ist das Bindemittel des Holzes, das vor allem aus der energiereichen Substanz Lignin besteht. Diese verbrennen wir im Laugenkessel, wobei Dampf und Strom erzeugt wird, um mehr als 90 Prozent unseres Energiebedarfs zu decken.«

Die klimaneutrale Energieversorgung ist laut Iggesund nicht der einzige Vorteil des neuen Laugenkessels. Nach der Feinabstimmung des Kessels habe sich herausgestellt, dass sich die geringen Partikelemissionen des Werks nochmals halbiert hatten. Die bereits vorher niedrigen Schwefelemissionen seien nochmals um mehr als 80% gesunken.

Vor gut einem Jahr fand auch eine radikale Änderung in der Energieversorgung der Kartonfabrik im englischen Workington statt. Vom Betrieb mit fossilem Erdgas wurde auf Biomasse umgestellt. Hierzu war eine Investition von 122 Mio. € für einen neuen Brennstoffkessel erforderlich. Heute wird das Werk ausschließlich mit biogenen Brennstoffen betrieben, deckt den eigenen Energiebedarf ab und speist zudem klimaneutralen Strom in das britische Stromnetz ein.

Iggesund Paperboard gehört zum schwedischen Forstwirtschaftskonzern Holmen, einem der 100 nachhaltigsten Unternehmen der Welt, die im United Nations Global Compact Index gelistet sind. Der Umsatz

der Kartonfabrik Iggesund beträgt 500 Mio. €. Das Premiumprodukt Invercote wird in mehr als 100 Länder verkauft. Mit Invercote und Incada bietet das Unternehmen zwei Marken an, die beide im Spitzenbereich ihres jeweiligen Segments angesiedelt sind. Seit 2010 hat Iggesund mehr als 380 Mio. € in die Erhöhung der Energieeffizienz und die Reduzierung der fossilen Emissionen aus der eigenen Produktion investiert. Iggesund und die Holmen Group melden alle fossilen Kohlenstoffemissionen an das Carbon Disclosure Project. Die Umweltdaten sind wesentlicher Bestandteil eines Jahresberichts, der der höchsten Stufe der Nachhaltigkeitsberichterstattung im Rahmen der Global Reporting Initiative entspricht.

Iggesund wurde 1658 als Eisenhütte gegründet, stellt jedoch seit mehr als 50 Jahren Karton her. In den beiden Kartonfabriken von Iggesund in Nordschweden und Nordengland sind 1.500 Mitarbeiter beschäftigt.

› www.iggesund.com

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

**Graphische
Maschinen**

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

Kern GmbH**VERSAND- UND LOGISTIK-ZENTRUM ENTSTEHT**

Die in Bexbach ansässige Kern GmbH wächst weiter. Im August 2014 beginnen die Bauarbeiten für eine neue Halle, die das Versand- und Logistikzentrum aufnehmen wird. Die Fertigstellung ist bereits für Ende des Jahres geplant. Kern ist ein Full-Service-Mediendienstleister mit knapp 70 Mitarbeitern



und gehört zu den führenden Druckunternehmen im Saarland und im südwestdeutschen Raum. Auf über 2.600 m² Produktionsfläche werden Druck-Erzeugnisse im Digital- und Großformatdruck sowie hochwertige Großauflagen im Offset produziert. Kern ist zudem Spezialist für Mailings und Lettershop-Arbeiten. Durch die 1.700 m² große neue Halle wird die Produktionsfläche um über 50% vergrößert.

Bereits 2005 und 2011 war der Gebäudekomplex erweitert worden, um die gestiegene Zahl an Aufträgen verarbeiten zu können. Gleichzeitig wurden neue Maschinen im Offset- und Digitaldruck und Räume für das neue Geschäftsfeld Informationstechnologie und Telekommunikation eingerichtet. Mit dem Bau des Versand- und Logistikzentrum schlägt die Kern GmbH ein neues Kapitel in der Geschichte des in fünfter Generation geführte Familienunternehmens auf, um weiter erfolgreich zu sein.
 > www.kerndruck.de

Kodak White Paper**PROZESSEFFIZIENZ FÜR BESSERE NACHHALTIGKEIT**

Kodak hat ein White Paper mit dem Titel ›Prozesseffizienz für bessere Nachhaltigkeit‹ herausgegeben, das sich an Druckbetriebe richtet, die durch die Nutzung technologischer Innovationen und Produktionsmöglichkeiten mehr Umwelt- und Kosteneffizienz realisieren wollen. Die Veröffentlichung des White Papers erfolgte anlässlich einer Präsentation im Kodak Druckplattenwerk in Osterode am Harz.

Darin wird zunächst hervorgehoben, dass Unternehmen der Druckbranche bedingt durch Kundennachfrage und verschärfte Gesetzgebungen einem wachsenden Druck unterliegen, ihre Umweltverträglichkeit zu verbessern. Deshalb werde es immer wichtiger, sich auf dem neuesten Stand der Drucktechnologie zu bewegen. Zudem stehe fest, dass Unternehmen, die ihre Umweltverträglichkeit, Prozesseffizienz, Qualitätsmanagement-Maßnahmen und Prozesskontrolle optimieren, beste Voraussetzungen für die Sicherstellung einer langfristigen Rentabilität hätten.



Philip Cullimore,
Regional Managing
Director, Europe,
Middle East and
Africa and Chairman
von Eastman Kodak,

sagte: »Kodak hat rund 25.000 Kunden auf der ganzen Welt und wenn wir jedem einzelnen dieser Betriebe helfen können, die Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, kann das nur gut sein. Schon kleine Veränderungen durch Einzelne in der Branche können weiterhelfen, insgesamt umweltbewusster zu werden.«

Die Produktionsstätte von Kodak in Osterode wurde vor Kurzem gemäß der ISO 50001:2011 zertifiziert. Diese Zertifizierung bestätigt, dass das Druckplattenwerk ein Energie-Management-System implementiert hat und pflegt.

> www.kodak.com

Sprintis feiert Firmenjubiläum**Vom Familienunternehmen zu einer stetig wachsenden Marke**

Im Juli 1989 begann die Erfolgsgeschichte von Sprintis, dem unterfränkischen Großhandel für Druckereibedarf aus Würzburg. Mit der Gründung der ›Handelsagentur Schenk‹ durch Rita Schenk, die auch heute noch im Unternehmen tätig ist, wurden die ersten Grundsteine für das heute stetig wachsende Unternehmen Sprintis gelegt. Alles begann als Einmann-Betrieb, der mit der Zeit zu einem kontinuierlich wachsenden Unternehmen wurde. Am 13. März 2009 erfolgte die Umfirmierung in den Namen Sprintis Schenk GmbH & Co. KG im Handelsregister. Seitdem ist viel passiert.

Der Großhandel für Druckereibedarf, der heute von den beiden Söhnen der Gründerin, Christian und Matthias Schenk, erfolgreich geführt wird, beschäftigt mittlerweile 34 Mitarbeiter, erweiterte zweimal seine Lagerkapazität durch zwei neue Lagerhallen auf nun insgesamt über 4.000 Palettenplätze auf einer Gesamtfläche von 2.500 m² und baute ein weiteres modernes Bürogebäude für die weiter wachsende Mitarbeiterzahl. Dies alles ist für die beiden Geschäftsführer ein Grund zum Feiern: Im Juni wird das Unternehmen mit vielen Geschäftspartnern, sowie mit der gesamten Belegschaft ein zünftiges Fest feiern und auf fünf erfolgreiche Jahre Sprintis anstoßen und auf die erfolgreiche Zeit zurückblicken.

Durch die ständige Erweiterung des Sortiments um attraktive und praktische Produkte, sowie die Einführung neuer Produktgruppen ist die Firma Sprintis schon lange nicht mehr nur ein Großhandel für Druckereibedarf, sondern auch vermehrt ein Lieferant für Bürobedarf und Werbetechnik. Durch die neue Positionierung macht sich Sprintis somit unabhängiger von einzelnen Branchen und deren Entwicklung.

Sprintis entwickelte sich in den letzten Jahren zu einem der Marktführer

auf dem Gebiet der Konfektionierungsartikel und zu einer Marke mit hohem Bekanntheitsgrad. Dies gelang dem Unternehmen unter anderem durch zahlreiche interessante Marketingaktionen, durch die kontinuierliche Pflege und Weiterentwicklung des Online-Shops und durch die Erschließung weiterer Geschäftsfelder, sowie neuer und internationaler Märkte – dazu gehörte auch die erstmalige Teilnahme auf der Londoner Messe Ipex in diesem Jahr. Auch im sozialen Bereich ist die Firma Sprintis nicht untätig. 2013 engagierten sich die Brüder Schenk beispielsweise für den Förderverein Gutenberg und unterstützte das Gutenberg Museum. Ebenso werden auch immer wieder ortsansässige Vereine, Schulen und andere Projekte finanziell oder durch Produktspenden unterstützt.



Sprintis ist nach eigenen Angaben der führende Großhandel für Konfektionierungsartikel, die per Hand in ein Druckprodukt eingearbeitet werden. Vertrieben wird eine Vielfalt von über 2.000 Artikeln – alles zu finden im gut strukturierten Online-shop.

> www.sprintis.de

„Eine leistungsstarke Symbiose exzellenter Qualität, innovativer Technologie, hoher Kosteneffizienz und engagiertem Service.“



Olivier Neidhart, Verwaltungsrat-Präsident, Neidhart + Schön Group und Comprinta AG vertraut auf die Technik seiner beiden Rapidas 106

Feeling Good

with  KBA

Zufriedene Kunden wie Olivier Neidhart geben auch uns ein gutes Gefühl. Sie sind Ansporn und Lohn für unsere Arbeit. Nicht ohne Grund legen wir großen Wert auf die persönliche Betreuung und einen funktionierenden After-Sales Service. Wir wollen, dass unsere Kunden sich bei KBA gut aufgehoben fühlen und ihre Ziele erreichen. Dabei unterstützen wir sie. Mit individuellen Lösungen, wegweisenden Innovationen und technologisch herausragenden Maschinen. Und natürlich mit der besonderen Verpflichtung aus 200 Jahren Partnerschaft mit den Druckern dieser Welt.

Überzeugen Sie sich selbst.
Unser Team freut sich auf den Kontakt zu Ihnen!



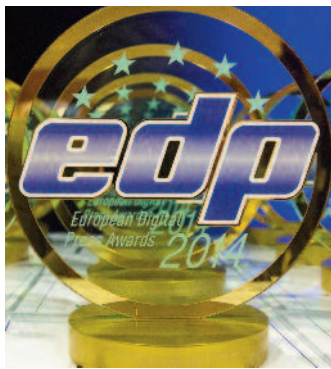
Ein Unternehmen der KBA-Gruppe
8181 Höri/Zürich, Tel. 044 872 33 00
info@printassist.ch, www.kba.com



European Digital Press Award 2014

28 Trophäen für Europas beste digitale Produktions-Tools

Am 21. Mai, nachmittags, während der Fespa Digital 2014 in München, feierte die European Digital Press Association (EDP) die Gewinner des 8. EDP-Awards. Mehr als 120 neue Produkte und Entwicklungen wurden eingereicht. Schließlich wurden 28 Produkte mit einem EDP-Award als die jeweils besten in ihrer Kategorie ausgezeichnet.



»Die erstaunliche Anzahl von 60 nominierten Produkten durch den Technischen Ausschuss der EDP zeigt die Innovationskraft der Branche«, betonte EDP-Präsident Rudolf Messer in seiner Begrüßung zur Feierstunde. Neil Felton, Geschäftsführer der Fespa Association, bestätigte, dass die innovative Kraft der Branche der Grund dafür sei, warum so viele Besucher die Fespa Digital Veranstaltungen pro Jahr besuchten. »Unsere Messen sind die Nummer eins für neue Technologien – und ein Showroom für Anwendungen. Die EDP Awards sind ein renommiertes Instrument der Entscheidungshilfe für die Anwender dieser neuen Technologien.« Rudolf Messer nutzte bei der EDV-Preisverleihung auch die Gelegenheit vor mehr als 70 Vertretern der herstellenden Industrie, die wichtige Position der Fachzeitschriften als solche darzustellen. »Wir sind das Transportmittel für Ihre Nachrichten an die potenziellen Kunden – und das in der Regel kostenlos. Aber wir brauchen auch Budgets, um unsere

Ausgaben zu decken. Deshalb denken Sie bei den nächsten Etat-Beratungen an diese Tatsache. Denn man stelle sich vor: Es gibt Nachrichten, die vermittelt werden sollen, aber es gibt keine Fachzeitschriften mehr für die Verbreitung der Botschaften.«

Die EDP Association

Die EDP Association wurde 2006 von sechs Fachzeitschriften mit dem redaktionellen Schwerpunkt auf Digitaldruck und digitale Produktion gegründet. Inzwischen zählt die EDP 20 Mitgliedszeitschriften in ganz Europa, deckt 25 Länder ab und erreicht in Europa mehr als eine halbe Million Leser.

Eines der Ziele der EDP Association ist es, Anwender bei richtigen Wahl ihrer Technologien zu unterstützen. Denn nicht jedes High-Tech-Produktionswerkzeug erfüllt die Anforderungen in einer anspruchsvollen Produktionsumgebung.

Beim Bewertungsverfahren für die EDP Awards untersuchen die Mitglieder des Technischen Ausschusses die Eigenschaften und Qualitäten des Produkts auch durch Hinzuziehen externer Experten. Am Ende der Einreichungsfrist nominiert der Ausschuss die besten Produkte einer Kategorie für die endgültige Beurteilung. Auf einer speziellen EDP-Generalversammlung diskutieren die Vertreter aller Mitgliedszeitschriften die Vorschläge – auch unter Aspekten wie Wert für den Benutzer, Support und Service etc. Sie entscheiden schließlich, welches Produkt einen EDP-Award erhält. Die nächste Runde für die EDV-Awards 2014/2015 hat bereits begonnen und gilt für alle Produkte, die ab dem 1. April 2014 angekündigt oder auf den Markt gebracht wurden. Die Anmeldefrist endet am 28. Februar 2015.

➤ www.edp-net.org

InPrint 2014

ALLE ERWARTUNGEN ÜBERTROFFEN

Die InPrint 2014, die vom 8. bis 10. April in Hannover stattfand, hat ein deutliches Zeichen für die Entstehung eines neuen industriellen Druckmarktes gesetzt. Die Erstveranstaltung zog eine Vielzahl Besucher mit Interesse an spezifischen industriellen Druckanwendungen an und übertraf die Erwartungen der Aussteller. Nach Veranstaltungsende blickt die InPrint auf 6.995 Fachbesucher zurück.

Die InPrint-Besucher kamen aus der gesamten Drucklieferkette und aus den unterschiedlichsten Branchen, unter anderem aus den Bereichen Keramik, Textilien, Verpackung, Luftfahrt, Fahrzeuge, Elektronik, Engineering, Sportbekleidung, Arzneimittel und Druck.

Frazer Chesterman, Co-Director der InPrint, erklärt: »Der enorme Erfolg der weltweit ersten Fachmesse für industriellen Druck beweist, dass die Nachfrage nach einem eigenen Branchenevent für industrielle Drucktechnologie vorhanden ist. Insgesamt hat die InPrint von einer einzigartigen Mischung von Besuchern und Ausstellern profitiert, und natürlich auch von den vielen Produktneuheiten, die auf der Messe vorgestellt wurden. Wir sind daher sehr optimistisch, was das zukünftige Potenzial der Messe angeht.«

➤ www.inprintshow.com

WAN-Ifra in Bewegung

NEUER GESCHÄFTSBEREICH UND NEUER STANDORT

Der Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien (WAN-Ifra) ist in Bewegung – im konkreten wie im übertragenen Sinne: Der internationale Verband der Zeitungen und Nachrichtenmedien mit mehr als 18.000 Mitgliedern wird in Kürze einen neuen Geschäftsbereich einrichten und einen neuen Standort beziehen: Unter dem Namen WAN-Ifra Services wird künftig ein breit gefächertes Service-Portfolio im Bereich Business und Technologie angeboten. Der neue Services-Bereich wird in Frankfurt angesiedelt sein und im Juli seine Tätigkeit aufnehmen. Die Themengebiete Pressefreiheit, Advocacy und Medienentwicklungszusammenarbeit sowie der Innovation Hub werden weiterhin vom Pariser Standort des Verbandes aus betreut.

»Die Einrichtung eines spezialisierten Services-Bereichs wird uns ermöglichen, die guten Betriebsergebnisse von 2013 weiter zu festigen«, erklärt Vincent Peyrègne, der CEO von WAN-Ifra. »Wir werden damit unsere Prozesse optimieren, einen direkten gestalterischen Einfluss auf unsere Arbeitsweise der Zukunft nehmen und klar definierte und ergebnisorientierte Aktivitäten und Services anbieten.«

Der Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien hat sein bisheriges Gebäude in Darmstadt verkauft und wird im Juli seinen neuen Standort am Mainufer in Frankfurt, im Herzen der deutschen Finanzmetropole, beziehen. »Der Umzug nach Frankfurt ist insofern bedeutungsvoll, als er WAN-Ifra mitten ins Zentrum einer wichtigen internationalen Business-Drehscheibe bringt und damit die Chance zur Stärkung dieser Organisation bietet, die sich insbesondere dem wirtschaftlichen und technologischen Wandel der Branche verschrieben hat«, so Vincent Peyrègne weiter.

➤ <http://wan-ifra.org>



Unter den ersten der Branche

Diese Entwicklung hätte sich der gelernte Schriftsetzer Erwin Meyer vor drei Jahrzehnten wohl nicht träumen lassen: Als er die Druckerei E. Meyer 1984 gründete, belieferte sein Unternehmen vor allem Kunden aus der Region rund um Neustadt an der Aisch in Mittelfranken. Das Startkapital betrug 100.000 D-Mark, Pfand war das Familienauto.

Text und Bild: Onlineprinters

Heute ist die Druckerei mit industrieller Fertigung führend im Online-Vertrieb und zählt zu einer der größten Onlinedruckereien Europas. Am deutschen Firmensitz werden jährlich über zwei Milliarden Drucksachen auf rund 100 Druckwerken produziert. Auf 40.000 m² Betriebsfläche arbeiten über 500 Beschäftigte in Vertrieb und Produktion, die mehr als 300.000 Kunden in 30 Ländern Europas bei ihren Fragen, Druckaufträgen, Bestellungen und Lieferungen unterstützen. »Wir freuen uns sehr, diese Erfolgsgeschichte 2014 mit zwei Jubiläen feiern zu können: 30 Jahre Druckerei E. Meyer und zehn Jahre diedruckerei.de, mit der unser Onlinehandel begann«, berichtet Walter Meyer, Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH.

Einer der ersten der Branche

Auch der heutige Firmenchef Walter Meyer, Sohn von Erwin Meyer, hat das Druckgeschäft von der Pike auf gelernt: Er ist ausgebildeter Offsetdrucker. Der Unternehmer ergriff vor zehn Jahren die Chance, die das Internet als neuer Absatzmarkt bot und gründete 2004 den Onlineshop diedruckerei.de als Einzelunternehmen und schaffte damit den Einstieg ins Internetgeschäft. Das Ziel: Weg von wenigen großen regionalen Kunden, hin zu vielen kleinen internationalen Kunden im Internet. Die Erfolgsgeschichte der Onlinedruckerei war geboren und setzte sich mit der Gründung der Onlineprinters



Zwei Generationen Druckunternehmer: Unternehmensgründer Erwin Meyer (links) und Onlineprinters-Geschäftsführer Walter Meyer.

GmbH 2008 fort. Heute vertreibt der Online-Druckdienstleister die Offset- und Digitaldruck-Erzeugnisse über den deutschen Onlineshop sowie 13 internationale Webshops unter der Marke Onlineprinters in sieben Sprachen. Hier können Kunden Drucksachen schnell, sicher, bequem und preiswert online bestellen.

Die Kennzahlen des Unternehmens sind beeindruckend: Pro Tag gehen rund 3.000 Druckaufträge ein, 2013 wurden rund eine Million Pakete in ganz Europa verschickt. Das Produktangebot reicht für Privat- und Businesskunden vom Flyer bis hin zum kompletten Messestand, von einer Broschüre ab Auflage 1 bis zu 100.000 Katalogen. Qualitativ hochwertige Drucksachen und zufriedene Kunden sind seit 1984 das A und O der tagtäglichen Arbeit: »Wir wachsen mit rund 20 Prozent jähr-

lich: Trotz der großen Zahl an Bestellungen behandeln wir jeden Auftrag mit der gleichen Sorgfalt. Denn wir produzieren im eigenen Betrieb und unsere Mitarbeiter sind Fachkräfte – heute wie vor 30 Jahren. Wir beschäftigen beispielsweise Drucker, Mediengestalter und Druckingenieure.« Erfahrene und gute Mitarbeiter waren bereits Firmengründer Erwin Meyer besonders wichtig: Er bildete viele Auszubildende persönlich aus.

Wachstumsmotor Onlinedruck

Während viele kleine Druckereien dem extremen Preisverfall und Wettbewerbsdruck in den vergangenen Jahren nicht gewachsen waren, konnte sich Onlineprinters dank innovativer, international ausgelegter und nachhaltiger Wachstums- und Produktionsstrategie behaupten.

Gründe dafür sind Investitionen in neue Maschinen mit neuester Technologie und eine stark IT-gestützte automatisierte Produktion sowie das effiziente Sammeldruckverfahren. Anfang 2013 wurden die Unternehmen Druckerei und Verlag E. Meyer GmbH sowie Onlineprinters GmbH rechtlich unter dem Dach der neu gegründeten Onlineprinters Holding GmbH zusammengeführt. »Die Dynamik des Marktes erfordert es, dass wir uns stetig weiterentwickeln, neue Kundenanforderungen berücksichtigen und auch Trends nicht vernachlässigen«, berichtet Meyer. Der Wettbewerb im Online-

ONLINEPRINTERS GMBH

Die Onlineprinters GmbH zählt zu den größten Onlinedruckereien Europas. Das deutsche Unternehmen hat über 500 Beschäftigte und beliefert 30 Länder in Europa über mehrere Onlineshops. In der PSO-zertifizierten Produktion werden alle Drucksachen in höchster Offsetdruckqualität und im flexiblen Digitaldruck hergestellt. »Druckaufträge selbst abwickeln und schnelle Lieferung« ist der Anspruch der Geschäftskunden, die von Visitenkarten und Briefpapier über Flyer, Postkarten und Plakate bis hin zu klebegebundenen Katalogen, gehefteten Broschüren und großformatigen Werbesystemen ihre Drucksachen im Onlineshop bestellen und Druckdaten selbst hochladen. Als »Service-Champion« ist diedruckerei.de 2013 in die Service-Hitliste deutscher Unternehmen gewählt worden und trägt als Branchengewinner für ein Jahr das Gütesiegel »Nr. 1 der Druckereien«.

Geschäft wird sich weiter verschärfen: »Wir wollen uns auch künftig auf dem europäischen Druckmarkt an der Spitze behaupten und profitabel wachsen«, blickt der Geschäftsführer optimistisch in die Zukunft.

» www.diedruckerei.de

Laserline

NEUE STANDARDS IM KLIMASCHUTZ

Mit einer bislang einzigartigen Initiative hat der Verband Druck Medien Nord-Ost vdm mit dem Druckzentrum Laserline neue Standards im Klimaschutz gesetzt. Das Berliner Traditionsunternehmen ist eine der ersten Druckereien, die komplett CO₂-neutral arbeitet – und zwar nicht nur in der Produktion, sondern in allen Unternehmensbereichen. Dazu hat Laserline den letztjährigen CO₂-Ausstoß seines Unternehmens ermittelt und diese Betriebsemission als Kompensationsmaß für 2014 angesetzt. 6.622 t CO₂-kompensiert das Druckzentrum nun für das laufende Jahr, indem es über den vdm ein Fließwasserkraftwerk in der türkischen Provinz Rize unterstützt, das sauberen Strom für mehr als 18.000 Haushalte liefert. Zum Vergleich: Der Druck einer 48-seitigen Broschüre geheftet im Format DIN A4 mit einer Auflagenhöhe von 5.000 Stück erzeugt einen Ausstoß von rund 1,8 t CO₂. Für sein Engagement erhielt Laserline nun das vom Bundesverband Druck und Medien bvdmd gestellte Logo ›Unternehmen CO₂-kompensiert.‹
 > www.laser-line.de

Neuer Beraterverbund

KOOPERATION KOSTENRECHNUNG UND CONTROLLING

Neue Controllingkonzepte, ausgabenorientierte Kostenrechnung, traditionelle Planungsrechnung – für Druckereien und Mediendienstleister: so lässt sich das Angebot der neuen Beratungskoope- ration umschreiben. Ein hoch qualifiziertes Team aus Betriebswirten und Wirtschaftsingenieuren mit jahrzehntelangen Branchenerfahrungen hat sich zusammengeschlossen – zur Kooperation Kostenrechnung und Controlling für die grafische Industrie (kurz: KoCo). Dabei werden die gesammelten Erfahrungen, Ideen und Lösungsansätze für das Management von Druck- und Medienbetrieben zu einer Lösung gebündelt und zum Nutzen der Kunden beim täglichen Kampf um Preise und Aufträge gesamtheitlich verfügbar gemacht. Die KoCo unterstützt und berät Betriebe aller Sparten der Print- und Digitalmedien, von kleinen spezialisierten Digitaldruckereien über Betriebe mit Etiketten- und Siebdruckproduktionen, industrielle Fertigungshäuser bis hin zu Medien-, Kommunikations- und Werbeagenturen. Der angebotenen Leistungsumfang reicht von der einfachen Budgetierung und Kostensatzermittlung über Kostenstellen- und Leistungsdatenanalysen, Unterstützung beim Aufbau von Unternehmensplanungen bis hin zur Implementierung eines Controllingsystems mit monatlichem Reporting und internen und externen Schulungsmaßnahmen.
 > www.koco-medien.de

Enorme Resonanz

ANSTIEG DER MITGLIEDERZAHL IM VDM NW

Entgegen der branchenüblichen Negativmeldungen verzeichnet der Verband Druck + Medien Nord-West e. V. (VDM NW) derzeit einen deutlichen Mitgliederzuwachs. Seit Januar 2013 gewann der Verband 46 neue Mitglieder, zudem gibt es derzeit noch viele Interessenten für die Mitgliedschaft und die Leistungen des VDM NW und seiner Tochtergesellschaften pXm Nord-West, Akademie Druck + Medien und campus GmbH. Nach einer Mitgliederbefragung im Jahr 2012 stellte der Verband seine Aktivitäten um und präsentierte unter anderem mit den campus-Angeboten ein neues Leistungsspektrum. Damit wurde das Branchen-Netzwerk sowie das Angebot der VDM NW-Gruppe mit allen Tochterunternehmen, die Dienstleister für die Mitglieder sind, deutlicher. »Aktuell verzeichnen wir eine hohe Nachfrage und haben einen sehr guten Auftragsbestand im Bereich der gesamten Personalentwicklung an unseren drei Standorten in Hamburg, Lünen und Düsseldorf; in der Beratung können wir ab Juni zudem im Bereich IT ganz neue Angebote präsentieren«, sagt **Oliver Curdt**, geschäftsführender Vorstand des VDM NW. Ausschlaggebend für den Anstieg der Mitgliederzahl war auch die Imagekampagne der deutschen Druck- und Medienverbände ›Die Zukunft wird gedruckt‹, die 2013 ins Leben gerufen wurde. »Zu



Angebote präsentieren«, sagt **Oliver Curdt**, geschäftsführender Vorstand des VDM NW.

sehen, dass mit den Mitgliedsbeiträgen eine sinnvolle Initiative, eine Kampagne für Print und somit für unsere Branche entsteht, ist überzeugend«, meint Curdt. Neben Rollup-Bannern, Anzeigen und Videos, die den Mitgliedern zur Verfügung stehen, gibt es auch Charts für interne Präsentationen, sozusagen ein Diskussionsleitfaden für die Überzeugungsarbeit beim Kunden. »Die Resonanz auf diese Initiative und somit das Interesse an einer Mitgliedschaft war enorm.« Die neuen Mitglieder kommen aus unterschiedlichen Bereichen und Größenklassen. So sind es insbesondere Bogenoffset- und Digitaldruckereien, aber auch Agenturen, die sich dem Verband anschließen. Auch Verlage, Vorstufen-Betriebe sowie Unternehmen aus der Zulieferindustrie und der IT-Branche schließen sich dem VDM NW an. »Genau diese Vielfalt ist es, was den Verband als Branchennetzwerk ausmacht. So trifft man beispielsweise auf Veranstaltungen nicht nur seine Wettbewerber, sondern auch Kunden, Dienstleister, mögliche Kooperationspartner und Branchenkollegen aus vielen Bereichen. Mittlerweile ist das große Netzwerk des VDM NW sehr heterogen geworden – und das ist das Spannende daran«, sagt Oliver Curdt.
 > www.vdmnw.de

KURZ & BÜNDIG

Konica Minolta unterstützt die Gründung der europäischen Production Printing-Anwendervereinigung namens **Prokom**. Unternehmen aus ganz Europa sind eingeladen, an dieser Community von Konica Minolta beizutreten. • **Color Alliance**, Spezialist für den Großformatdruck und Anbieter von Web-to-Print-Software, und **Caldera**, Anbieter von RIP- und Workflowlösungen, schließen eine technologische Allianz, um ihren weltweit über 15.000 Kunden aufeinander abgestimmte RIP- und Workflow-Systeme anzubieten. • Die Umsatzentwicklung der Hersteller von Komponenten, Maschinen und Anlagen für die Photovoltaik in Deutschland setzte im ersten Quartal 2014 ein positives Zeichen, berichtet der **VDMA**: Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum wurde ein Umsatzwachstum von gut 18% verbucht. • **Galileo Press**, Deutschlands führender Verlag für Computing, Design und Fotografie, hat die Produktform Buch erneuert. Jedes lieferbare Buch des Bonner Fachverlags ist jetzt ein ›Buch mit E-Book‹. Am Preis der Bücher hat der Verlag nichts geändert.

Menschen & Karrieren



Der Verwaltungsrat des Dokumenten-Management-Spezialisten Faigle Solutions AG ernennt **Bernhard Kron** per sofort zum Geschäftsführer. Er war zuvor im Vertrieb als Channel Manager bei Siemens und für Océ/Canon tätig. • Der Aufsichtsrat der KBA-MePrint AG bestellte **Sven Michael** als neuen Alleinvorstand der in Veitshöchheim bei Würzburg ansässigen Tochtergesellschaft der Koenig & Bauer AG. Michael ersetzt Axel Thien, der auf eigenen Wunsch ausscheidet. • Mit Wirkung zum 1. Mai 2014 hat der Aufsichtsrat der Koenig & Bauer AG **Dr. Andreas Pleßke** als Vorstand für Restrukturierungsaufgaben (CRO) berufen. Er soll die Umsetzung des im Dezember 2013 unter dem Titel ›Fit@All‹ beschlossenen Programms zur Neuausrichtung des Druckmaschinenherstellers vorantreiben. • **Joachim Hoeltz** wurde zum neuen Managing Director Operations der Chesapeake Deutschland GmbH berufen. Zu seinen Aufgaben gehört die operative Gesamtverantwortung für die Chesapeake Standorte Stuttgart, Melle und Düren. • Dr. Axel Kaufmann, seit Oktober 2010 Finanzvorstand bei KBA, wird den Druckmaschinenhersteller auf eigenen Wunsch verlassen. Als Nachfolger hat der Aufsichtsrat des Unternehmens **Dr. Matthias Dähn** bestellt. Nach einem einvernehmlich vereinbarten Zeitplan übernimmt er von Dr. Kaufmann alle Aufgaben des Ressorts. • **Frank Schaum** leitet seit Anfang Februar 2014 den Geschäftsbereich Postpress Commercial der Heidelberger Druckmaschinen AG. Er folgt auf Thomas Kruschke, der andere Aufgaben innerhalb der Heidelberg-Gruppe wahrnehmen wird. • Am 1. Mai 2014 hat **Thomas Buchwieser** die neu geschaffene Position des Key Account Manager Digital Finishing übernommen. Am Stammsitz Quickborn verantwortet der bisherige Horizon Gebietsleiter Baden-Württemberg die Positionierung für Deutschland, Österreich, Ungarn und die wesentlichen Märkte Osteuropas. • Beim Verband Druck + Medien Nord-West e. V. (VDM NW) gibt es in den Bereichen ›Betriebswirtschaft‹ und ›IT/Digitale Medien‹ personellen Zuwachs. Seit Mai unterstützt **Dipl.-Ing. Herbert Heßling** als Berater die betriebswirtschaftliche Abteilung des Verbandes und die Beratungsgesellschaft PrintXMedia Consult Nord-West GmbH. Seit 1. Juni 2014 steht **André Husken** für die Beratung und Schulung in Sachen IT, Web und Co. zur Verfügung. • **Walter Jung**, seit Anfang 2013 verantwortlich für den Bereich Vertrieb, erhielt Prokura für die Kern GmbH. Motivation, Engagement sowie Loyalität zum Unternehmen begründeten diese Entscheidung der Kern-Geschäftsleitung.



• **Joachim Hoeltz** wurde zum neuen Managing Director Operations der Chesapeake Deutschland GmbH berufen. Zu seinen Aufgaben gehört die operative Gesamtverantwortung für die Chesapeake Standorte Stuttgart, Melle und Düren. • Dr. Axel Kaufmann, seit Oktober 2010 Finanzvorstand bei KBA, wird den Druckmaschinenhersteller auf eigenen Wunsch verlassen. Als Nachfolger hat der Aufsichtsrat des Unternehmens **Dr. Matthias Dähn** bestellt. Nach einem einvernehmlich vereinbarten Zeitplan übernimmt er von Dr. Kaufmann alle Aufgaben des Ressorts. • **Frank Schaum** leitet seit Anfang Februar 2014 den Geschäftsbereich Postpress Commercial der Heidelberger Druckmaschinen AG. Er folgt auf Thomas Kruschke, der andere Aufgaben innerhalb der Heidelberg-Gruppe wahrnehmen wird. • Am 1. Mai 2014 hat **Thomas Buchwieser** die neu geschaffene Position des Key Account Manager Digital Finishing übernommen. Am Stammsitz Quickborn verantwortet der bisherige Horizon Gebietsleiter Baden-Württemberg die Positionierung für Deutschland, Österreich, Ungarn und die wesentlichen Märkte Osteuropas. • Beim Verband Druck + Medien Nord-West e. V. (VDM NW) gibt es in den Bereichen ›Betriebswirtschaft‹ und ›IT/Digitale Medien‹ personellen Zuwachs. Seit Mai unterstützt **Dipl.-Ing. Herbert Heßling** als Berater die betriebswirtschaftliche Abteilung des Verbandes und die Beratungsgesellschaft PrintXMedia Consult Nord-West GmbH. Seit 1. Juni 2014 steht **André Husken** für die Beratung und Schulung in Sachen IT, Web und Co. zur Verfügung. • **Walter Jung**, seit Anfang 2013 verantwortlich für den Bereich Vertrieb, erhielt Prokura für die Kern GmbH. Motivation, Engagement sowie Loyalität zum Unternehmen begründeten diese Entscheidung der Kern-Geschäftsleitung.



• **Frank Schaum** leitet seit Anfang Februar 2014 den Geschäftsbereich Postpress Commercial der Heidelberger Druckmaschinen AG. Er folgt auf Thomas Kruschke, der andere Aufgaben innerhalb der Heidelberg-Gruppe wahrnehmen wird. • Am 1. Mai 2014 hat **Thomas Buchwieser** die neu geschaffene Position des Key Account Manager Digital Finishing übernommen. Am Stammsitz Quickborn verantwortet der bisherige Horizon Gebietsleiter Baden-Württemberg die Positionierung für Deutschland, Österreich, Ungarn und die wesentlichen Märkte Osteuropas. • Beim Verband Druck + Medien Nord-West e. V. (VDM NW) gibt es in den Bereichen ›Betriebswirtschaft‹ und ›IT/Digitale Medien‹ personellen Zuwachs. Seit Mai unterstützt **Dipl.-Ing. Herbert Heßling** als Berater die betriebswirtschaftliche Abteilung des Verbandes und die Beratungsgesellschaft PrintXMedia Consult Nord-West GmbH. Seit 1. Juni 2014 steht **André Husken** für die Beratung und Schulung in Sachen IT, Web und Co. zur Verfügung. • **Walter Jung**, seit Anfang 2013 verantwortlich für den Bereich Vertrieb, erhielt Prokura für die Kern GmbH. Motivation, Engagement sowie Loyalität zum Unternehmen begründeten diese Entscheidung der Kern-Geschäftsleitung.



• **Thomas Buchwieser** die neu geschaffene Position des Key Account Manager Digital Finishing übernommen. Am Stammsitz Quickborn verantwortet der bisherige Horizon Gebietsleiter Baden-Württemberg die Positionierung für Deutschland, Österreich, Ungarn und die wesentlichen Märkte Osteuropas. • Beim Verband Druck + Medien Nord-West e. V. (VDM NW) gibt es in den Bereichen ›Betriebswirtschaft‹ und ›IT/Digitale Medien‹ personellen Zuwachs. Seit Mai unterstützt **Dipl.-Ing. Herbert Heßling** als Berater die betriebswirtschaftliche Abteilung des Verbandes und die Beratungsgesellschaft PrintXMedia Consult Nord-West GmbH. Seit 1. Juni 2014 steht **André Husken** für die Beratung und Schulung in Sachen IT, Web und Co. zur Verfügung. • **Walter Jung**, seit Anfang 2013 verantwortlich für den Bereich Vertrieb, erhielt Prokura für die Kern GmbH. Motivation, Engagement sowie Loyalität zum Unternehmen begründeten diese Entscheidung der Kern-Geschäftsleitung.



• **Walter Jung**, seit Anfang 2013 verantwortlich für den Bereich Vertrieb, erhielt Prokura für die Kern GmbH. Motivation, Engagement sowie Loyalität zum Unternehmen begründeten diese Entscheidung der Kern-Geschäftsleitung.



Digitaldruckereien im Großformat setzen auf Agfa Graphics.

Der beste Weg zu einer nachhaltigen Rentabilität ist die maximale Produktivität. Nichts eignet sich dafür besser als die zuverlässigen Großformatdrucker von Agfa Graphics.

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

Wir wissen, was digitale Großformatdruckereien brauchen. Deshalb entscheiden Sie sich für Agfa Graphics.

www.agfagraphics.com

AGFA *Agfa*

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Mit Innovationen Profil zeigen

Canon hat 2013 die Integration von Océ abgeschlossen. Die daraus resultierende Produktpalette ist beeindruckend. Alleine bei dem, was gerne so umständlich als digitaler Produktionsdruck bezeichnet wird, bietet das Unternehmen eine wohl einmalig Vielfalt. Doch mit den aktuellen Schwarz-Weiß- und Farbmaschinen gibt sich Canon nicht zufrieden – da kommt noch mehr.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Zwei Wochen nahm sich Canon für Kunden aus aller Welt Zeit (es sollen etwa 2.600 Gäste gewesen sein), um Lösungen im Druck und Print-Umfeld vorzustellen. Bei dem Mammut-Event in Poing unter dem Titel ›Canon for Business 2014‹ gab der Hersteller seinen Kunden Gelegenheit, auf der 6.000 m² großen Ausstellungsfläche in einer ehemaligen Océ-Produktionshalle das Angebot an Druckmaschinen und Software live zu erleben, anzufassen und sich erklären zu lassen.

Außerdem gab Canon ›Einblicke‹ in die Ergebnisse einer neuen (aktualisierten) Marktstudie, die die Unterschiede in der Wahrnehmung von Druckern und Printbuyern bei der Drucksachenproduktion aufzeigt, und informierte über das betriebswirtschaftliche Analyseinstrument ›Canon Business & Innovation Scan‹, das Unternehmern eine Orientierungshilfe bieten soll, um Chancen für künftiges Wachstum auszuloten.

Nun kann man höchst unterschiedlicher Meinung sein, welchen Wert solche Studien und Programme für Kunden wirklich haben, doch so unentwegt wie die Hersteller von Digitaldruckmaschinen derartige Initiativen anbieten und vorantreiben, muss wohl Interesse daran bestehen. Oder aber die Marketing-Abteilungen beschäftigen sich mit sich selbst. Was angesichts der angeblich noch immer angespannten Budgetlage nicht zu hoffen ist.

Großes Interesse jedenfalls fanden die Produkte, mit denen Canon sein Portfolio aktuell erweitert und künftig ausdehnen will.

imagePress-Serie erweitert

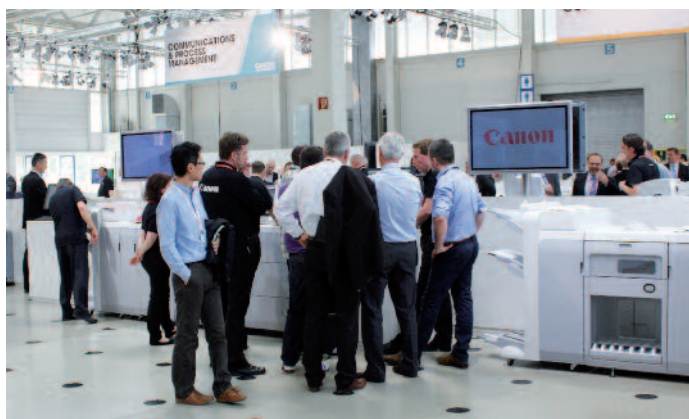
Neu vorgestellt auf dem Event wurde beispielsweise die imagePress-C800-Serie; und das, nachdem erst im Oktober 2013 die gesamte Range der Bogendrucksysteme aktualisiert wurde. Offenbar hat Canon jedoch

einen Bedarf für ein neues Einzelblatt-Farbdrucksystem für die Produktion von kleinen bis mittleren Auflagen ermittelt.

Die neue Serie besteht aus zwei Modellen, der imagePress C700 mit einer Geschwindigkeit von 70 Seiten/Min. und der C800 mit 80 Seiten/Min. Beide Modelle verfügen über bewährte, aber verbesserte Technologien, die von der Canon imagePress C7011VPS übernommen wurden, die ebenfalls in dieser Leistungsklasse (60 und 70 Seiten/Min.) arbeitet. Allerdings bieten die neuen Modelle mit 32 Laserstrahlen und einer Mehrfachbelichtungs-Technologie gegenüber der C7011VPS (1.200 x 1.200 dpi) eine deutlich höhere Auflösung von 2.400 dpi x 2.400 dpi und bieten gleichzeitig eine höhere Produktivität. Dies sei nicht zuletzt auf die Fixiereinheit mit Advanced Twin Belt Fusing Technologie möglich. Nach Angaben von Canon produzieren die Maschinen

selbst beim Druck auf Materialien bis 220 g/m² ohne Verluste bei der Druckqualität mit einer Geschwindigkeit bis zu 80 Seiten/Min. Ein weiterer Grund für die hohe Produktivität seien neue Technologien zum Aufwärmen durch eine Induktionsheizung und zum Kühlen durch eine spezielle Wärmeableitung. Damit sei das System in der Lage, durch Temperaturanpassungen gemischte Materialien ohne Leistungsverlust zu verarbeiten und auch bei Medien mit Grammaturen bis 300 g/m² mit einer durchgehend hohen Registerhaltigkeit zu produzieren.

Darüber hinaus bietet die imagePress-C800-Serie abgestufte Workflows und verschiedene Server beziehungsweise Controller, die das zentrale Management für den Produktions-Workflow und einer effizienten Aufteilung von Druckaufträgen auf verschiedene Maschinen bieten. Dazu kommen zwei neue Front-End-Systemen von Efl.



Verteilt auf zwei Wochen besuchten etwa 2.600 Gäste die Veranstaltung ›Canon for Business 2014‹ in Poing. Auf etwa 6.000 m² Ausstellungsfläche



zeigte Canon die Range seiner Toner- und Inkjet-Druckmaschinen mit Anwendungen vom einfachen Flyer bis zum gebundenen Buch.

Verkauft ist sie nach Aussagen von Canon schon. Ende 2014 soll die erste Canon Océ ImageStream 3500 bei einem Kunden installiert werden. Es handelt sich um eine neue Maschinenreihe, die auf gestrichenes Offsetpapier drucken kann.



Neue Océ ImageStream 3500

Neues gibt es auch im Rollen-Inkjet-Druck. Offenbar wird mit der ImageStream (der Name erscheint neben Colorstream-, JetStream- und VarioStream-Maschinen erstmals) eine neue Serie aufgelegt. Die ImageStream 3500 ist nach Angaben von Canon die erste Farbdruckmaschine im Océ-Inkjet-Druck-Sortiment, die auf gestrichenen Offset-Papieren druckt. Die Neuentwicklung soll im Verlags- und Akzidenzdruck Anwendungsmöglichkeiten bieten, im Offset wie im digitalen Inkjet-Druck die gleichen Papiere einzusetzen. Die Maschine soll Anfang 2015 erhältlich sein, die erste Maschine sei verkauft und werde Ende 2014 installiert, heißt es bei Canon.

Vielleicht ist das auch der Grund, weshalb die technischen Informationen bisher nur eher spärlich sprudeln. Denn aus den Unterlagen von Canon geht nicht eindeutig hervor, ob bei der Maschine ein Primer eingesetzt wird oder ob das Papier ohne Vorbehandlung bedruckt werden kann. Zudem ist auch nur aus der Aussage von Peter Wolff, Director der Commercial Printing Group Canon Europe, dass die Océ ImageStream mit der Geschwindigkeit und Druckqualität von B2-Offsetdruckmaschinen mithalten könne, abzuleiten, dass die Maschine eine Bahnbreite von mindestens 50 cm hat.

Die Océ ImageStream 3500 erreicht nach Angaben von Canon eine Druckgeschwindigkeit von bis zu

160 m/Min. bei 1.200 x 600 dpi und erziele mit flexiblen Tropfengrößen eine höhere wahrgenommene Bildauflösung. Bei der höheren Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi reduziert sich die Leistung der Maschine allerdings auf 80 m/Min.

Die Maschine ist für Anwendungen wie Bücher, Broschüren, Zeitschriften und personalisierte Kataloge konzipiert. Die neuen Pigmenttinten der Maschine bieten laut Canon eine hohe Kantenschärfe, geringes ›Ausfransen‹ und weniger Tonwertzunahme sowie einen stärkeren Kontrast durch eine erhöhte optische Dichte. Ergebnis seien messerscharfe Linien und eine erhöhte Farbbrillanz. Zudem sei der Farbumfang von Pigmenttinten auf Standardpapieren höher als bei wasserlöslichen Tinten. Besonders herausgestellt wird auch, dass die Stellfläche der Maschine 10% bis 50% kleiner ausfällt als bei anderen Produktionssystemen.

Die Océ ImageStream 3500 wird durch die Océ Prisma Workflow-Software auf einem skalierbaren Océ SRA MP Controller angesteuert, der unterbrechungsfreies Drucken bei voller Maschinengeschwindigkeit ermöglichen soll.

Océ VarioStream 4000

Mit der Océ VarioStream 4000 wurde eines der vielseitigsten tonerbasierten Endlosdrucksysteme vorgestellt. Die VarioStream wurde als Schwarz-Weiß-Lösung für den Vorder- und Rückseitendruck neu ent-

wickelt und bietet Rechenzentren und Druckereien eine erhöhte Flexibilität und lässt sich für eine Vielzahl von Einsatzzwecken konfigurieren. Die VarioStream 4000 bietet Leistungen zwischen 180 und 1.200 Seiten/Min. mit der Möglichkeit, zwei hochformatige A4-Seiten nebeneinander auf einer Seite auszudrucken.

Damit eignet sie sich als Endlos-Maschine für den Transaktionsdruck sowie für Transpromo- und Direkt-Mailing-Anwendungen.

Durch automatisches Erkennen und Umschalten der Auflösung werden Datenströme mit 240 dpi, 300 und 600 dpi (einschließlich gemischter

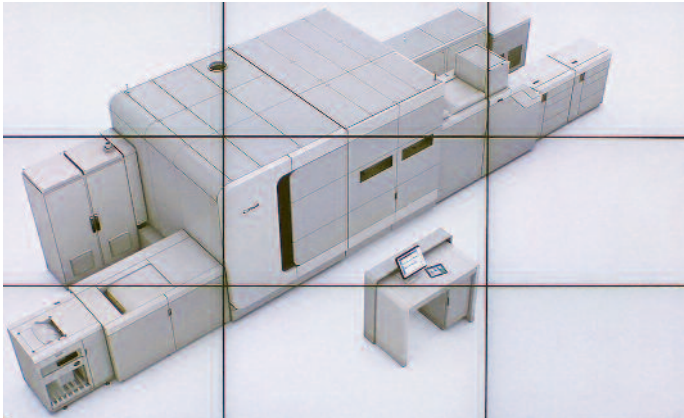
»Wer aufhört zu werben,
um Geld zu sparen,
kann ebenso seine Uhr anhalten,
um Zeit zu sparen.«

Henry Ford



Verbraucher vergessen schnell. Auch Marken. Und Kunden vergessen Ihre Produkte, wenn die Impulse fehlen. Deshalb ist das Unterbrechen der Werbe-Kommunikation bewiesenermaßen mit hohen Risiken verbunden. Druckmarkt bietet auch in Zeiten schmaler Etats budgetfreundliche Anzeigenpreise. Fordern Sie unsere Mediaunterlagen an oder informieren Sie sich auf unserer Internetseite. www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT 
Managementmagazin



Mit dem Projekt Niagara präsentierte Canon das Konzept einer neuen Inkjet-Bogenmaschine im Format B3. Die Maschine war in Originalgröße zu sehen, verschiedene Ansichten wurden auf Leinwand projiziert. Unverkennbar sind die Anleihen beim Design zur InfiniStream.

Auflösungen) unterstützt, wodurch ohne manuelle Eingriffe zwischen Druckjobs gewechselt werden kann. Zur Verarbeitung von Papieren mit oder ohne Traktorlochung, vom Stapel oder von der Rolle kann die Maschine mit einer internen Stapelvorrichtung ausgestattet werden. Im Schwarz-Weiß-Endlosdruck sieht sich die Commercial Printing Group (vormals Océ Commercial Printing) übrigens als die Nummer 1 in Westeuropa und den USA im 17. aufeinander folgenden Jahr. Dabei stützt sich Canon auf eine Studie des Marktforschers Infotrends, die belegt, dass Canon im Jahr 2013 einen Marktanteil von 44% halte.

Projekt ›Niagara‹

Wenn schon der Large-Format-Printer Arizona aus Vancouver kommt, warum soll dann nicht das Projekt ›Niagara‹ aus Venlo kommen? Hier nämlich wird in enger Zusammenarbeit mit den Ingenieuren in Poing an einer Maschine gearbeitet, die zur-

zeit den schmecken Projektnamen ›Niagara‹ trägt (und hoffentlich später nicht wieder einen Namen wie ein Faxgerät erhält).

Bei der projektierten Maschine handelt es sich um ein Inkjet-Bogen-drucksystem im Format B3. Natürlich stellt sich bei den Dimensionen der Maschine die Frage, warum Canon nicht gleich in den Formatbereich B2 einsteigen will? Doch, so heißt es bei Canon, man wolle mit der Maschine die Brücke zwischen den Maschinen der imagePress-Reihe im Format A3+ und den Rollen-Inkjet-Systemen schlagen. Diese decken das Format 50 cm x 70 cm und größer ab und könnten somit flexibler eingesetzt werden.

Mit der ›Niagara‹ im B3-Format von 35,3 cm x 50,0 cm schließt Canon in der Tat diese Lücke und zielt ganz eindeutig auf den Offsetmarkt. Und das nicht nur, was das Format angeht. Denn mit einer Geschwindigkeit von 300 Images/Minute (18.000 Bg/h) dürften Marktsegmente bedient werden, die dem Offsetdruck

derzeit Kopfzerbrechen bereiten. Und vielen Druckern auch. Denn mit dem Format A3+ können viele Aufträge nicht abgewickelt werden und für eine B2-Maschine fehlt vielen das Geld. Sicherlich dürfte die Maschine von Canon, die eindeutig Design-Anleihen an der InfiniStream erhalten hat, aber auch nicht eben eine preiswerte Maschine werden. Doch von Canon-Managern war zu hören, dass man sich bei der Preisfindung sicherlich in Bereichen bewegen werde, in der vergleichbare Offsetmaschinen liegen. Das wiederum dürfte auch nicht so einfach sein, da es nur wenige Achtfarben-Maschinen als Perfektoren im unteren Offsetsegment gibt.

Lackier- und Schneidelösung

Weitere Fortschritte macht offensichtlich die Océ InfiniStream, die für den Faltschachteldruck konzipierte Lösung auf Basis von Flüssigtönen. Canon hat jetzt eine Inline-Lösung zum Lackieren, Schneiden und Sta-

peln für das Rollendrucksystem in Betrieb genommen. Die Installation bei der Verpackungsdruckerei Joh. Leupold GmbH in Schwabach ist das erste Ergebnis einer Partnerschaft mit der Tresu Group und bielomatik. Die Tresu Group ist Anbieter von flexografischer Drucktechnologie und Veredelungslösungen. Als Unternehmen der Leuze-Gruppe hat sich bielomatik auf die Verarbeitung von Papier, Folien und Kunststoffen spezialisiert.

Tresu und bielomatik bieten eine Lösung für das Lackieren, Schneiden und Stapeln von digital bedruckten Faltschachteln mit dem Océ InfiniStream. Sie besteht aus der Flexodruck-Einheit Tresu webCoat und der Schneidevorrichtung bielomatik CFS di72 einschließlich einer Stapelanlage für die kontinuierliche Palettierung. Die bedruckte Papierbahn wird wahlweise mit UV- oder Dispersionslack versehen, anschließend in Einzelbögen geschnitten und auf Paletten gestapelt – bereit für Verarbeitungsprozesse wie Stanzen

Die Océ InfiniStream hat inzwischen einen größeren Rollenwechsler und eine Lackier- und Schneidelösung erhalten. Hier im Bild die Standard-Version ohne die zusätzlichen Aggregate von Tresu und bielomatik.





Karrieretipp: Qualifizierung



Die Verbindung aus einer soliden beruflichen Grundausbildung und einem folgenden berufsbegleitenden Qualifizierungs-Studium samt zertifiziertem Abschluss generiert Führungskräfte, die fest auf dem Boden der Realität stehen und zugleich den Über- und Weitblick haben. Es sind eben jene Führungskräfte, auf die man in den KMU-Betrieben der Printmedienindustrie schlichtweg nicht verzichten kann.

Um so reicher an Perspektiven kann der Entschluss sein, jetzt mit einem solchen viersemestrigen, berufsbegleitenden Studium zur Druckkauffrau oder zum Druckkaufmann zu beginnen. Denn es legt die Grundlage für das, was man gemeinhin als «Karriere» bezeichnet und ebnet den Weg von ausführenden Arbeiten zu leitenden Funktionen, zum Management und auch in die Selbstständigkeit. Der Abschluss mit Zertifikat ist ein sichtbarer Ausweis für Können und Leistungen über dem Durchschnitt. Es ist der Einstieg in mehr Selbstständigkeit, Verantwortung sowie Karrieren und ist die Brücke von der reinen Produktion in praxisorientiertes Management. Vier Semester, zwei Studienjahre machen fit für diese Qualifizierung, die in der Wirtschaft hoch anerkannt und stark gefragt ist.

«gib»Zürich-berufsbegleitendes Studium «Druckkaufmann/-frau EFA»

86. Lehrgang DK86, Beginn am 1. November 2014

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



«gib»Zürich

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



oder Heißfolienprägung. Das System verarbeitet Bogenformate zwischen 50 x 70 cm und 70 x 106 cm.

Neue Standards setzen

Das Fehlen ausreichender Produktivität, die industriellen Maßstäben genügt, ist einer der Hauptgründe für die niedrige Marktdurchdringung des Digitaldrucks im Faltschachtelmarkt. Mit der Einführung der Océ InfiniStream bietet Canon eine digitale Drucklösung an, die andere digitale Systeme hinsichtlich Produktivität deutlich übertrifft und nach Ansicht von Canon auch eine ernsthafte Alternative zu Bogenoffset-Drucksystemen darstellt.

»Mit der Océ InfiniStream investiert Canon in den Markt digital gedruckter Verpackungen. Mit biomatik und Tresu bauen wir das Angebot weiter aus«, erläutert Peter Wolff. Der Testbetrieb bei Leupold ist Teil der Canon »Proof-of-Concept«-Strategie zur Entwicklung von Verpackungslösungen. »Die Marktentwicklung zeigt die Notwendigkeit, analoge Drucktechnologien mit digitalen zu ergänzen, um die Anforderungen von Markenartiklern bei den Kosten und Reaktionsgeschwindigkeit zu erfüllen«, sagt Bernd Assmann, Managing Director Leupold. »Die Océ InfiniStream hat in den letzten Monaten beachtliche Fortschritte gemacht. Die Integration einer Einheit für das Lackieren und Schneiden ist ein wichtiger Schritt in Richtung einer vollständigen Lösung für den industriellen Digitaldruck von Faltschachteln.«

Das Konzept der Océ InfiniStream ist aus Sicht von Canon die Antwort auf aktuelle Trends in der Wertschöpfungskette der Verpackungsherstellung: sinkende Auflagen, die Verringerung von Makulatur und Kosten und verringerte Durchlaufzeiten zur schnelleren Umsetzung von Kampagnen. Die Technologie bietet Qualität und Produktivität auf Bogenoffset-Niveau, verbunden mit kurzen Einrichtzeiten und der Fähigkeit, Inhalte individuell von Druck zu Druck zu ändern.

Als Rollendrucksystem erlaubt der Flüssigtoner das Bedrucken von Kartons mit einem erweiterten Farbraum auf der Basis von sieben Farben. Mit einer Geschwindigkeit von 120 m/Min. produziert das System pro Stunde bis zu 14.400 B2-Bögen (50 x 70 cm) oder 7.200 Bögen im Format B1 (70 x 100 cm) auf einer Rollenbreite von 71,1 cm.

Durch einen dem Offset ähnlichen gummibeschichteten Transferzylinder können Standard-Kartons bis zu einer Dicke von 600 µ verwendet werden.

Als »Proof-of-concept«-Kunde wurde Leupold von Beginn an in den Entwicklungsprozess mit eingebunden. Canon arbeitet eng mit dem Unternehmen zusammen, um die Technologie in der anspruchsvollen Marktumgebung weiter zu verbessern und eine optimale Abstimmung auf die Marktanforderungen zu gewährleisten. Leupold produziert Faltschachteln, Verpackungen und Displays. Der 1890 gegründete Betrieb hat sich zu einem internationalen Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 30 Mio. Euro und rund 110 Mitarbeitern entwickelt. Innovation zählt zu den Geschäftsprinzipien des Unternehmens.

Profil zeigen

Das nimmt auch Canon für sich in Anspruch. Natürlich war die Integration von Océ in die Organisation ein Kraftakt, der viel Kapazität gebunden hat. Salopp ausgedrückt: Canon war eine ganze Zeit lang mit sich selbst beschäftigt. Doch ist heute festzustellen, dass sich Canon von dem Unternehmen von vor vier Jahren deutlich unterscheidet. Das gilt insbesondere für den Umfang der Drucklösungen. Canon will jedoch mehr als nur ein großes Portfolio. Canon will mit Innovationen Profil zeigen – und das nicht nur in den angestammten Märkten, sondern besonders auch in der Druckindustrie. Hierbei scheint das Unternehmen auf gutem Weg.

› www.canon.de



Die Large-Format-Jumbos

Der Markt für Displays und Aufsteller am POS (Point of Sale) wird noch immer von analogen Produktionsmethoden wie dem Offset-, Flexo- und Siebdruck dominiert. Durch die häufiger wechselnden Kampagnen steigt jedoch die Nachfrage nach kleineren Auflagen und schnelleren Umschlagszeiten ständig: ein Feld für den Digitaldruck.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Das Geschäft mit den ganz großen Bogen-Formaten scheint zu laufen. In immer mehr Plakat- und Displaybetrieben drucken neben Wide-Format-Inkjet- oder Siebdruck-Anlagen auch riesige Bogenoffsetmaschinen. Gerade Siebdrucker haben die Produktivitäts- und Wirtschaftlichkeitsvorteile der Jumbos aus Offset und Digitaldruck entdeckt. Denn trotz seiner Stärken tut sich der Siebdruck angesichts immer kürzerer Lieferzeiten und der unter erheblichen Druck geratenen Preise im Display-Markt immer schwerer.

Je kleiner die Auflagen werden, um so schwieriger wird es jedoch auch für Offsetdruckereien, entsprechende Druck-Produkte wirtschaftlich herzustellen. Andererseits verlangen gerade Druckprodukte, die traditionell im Offsetdruck hergestellt werden, hohe Druckqualität und Produktivität, die von digitalen Techniken bisher kaum erreicht werden konnten.

Gerade in diesem Segment hat sich allerdings inzwischen einiges geändert. Sowohl auf der zurückliegenden Interpack in Düsseldorf als auch auf der Fespa Digital in München gaben die ganz großen Formate Anlass zur Diskussion.

Doch ist bei diesen Betrachtungen Vorsicht geboten, um nicht Äpfel mit Birnen zu vergleichen. Als der großformatige Inkjet-Druck vor etlichen Jahren marktreif wurde, nutzte man den Begriff Large-Format-Printing, um das Verfahren vom großformatigen Offsetdruck abzugrenzen. Ein-



ge sprechen auch vom Wide- oder Super-Wide-Printing. In jedem Fall ist damit eine andere Welt als die des Offset- oder Siebdrucks gemeint.

Eine Abgrenzung der Verfahren

Bei großformatigen Offsetdruckmaschinen, wie sie von Heidelberg, KBA oder manroland Sheetfed angeboten werden, geht es oftmals nur um eine Anwendung. Großformat-Bogenoffsetmaschinen werden beispielsweise in Verlagsdruckereien eingesetzt, wo sie für den Bücher- oder Magazindruck 64 Seiten A4 (und mehr bei entsprechend kleineren Formaten) auf einem einzigen Bogen produzieren. Andere Maschi-

nen stehen in Plakatdruckereien für den Druck von Groß-Affichen oder bei Display- und Verpackungsdruckern. Und nicht zuletzt setzen Online-Druckereien auf die Offset-Jumbos, um auf Sammelformen möglichst viele Aufträge unterzubringen und selbst bei kleinen Auflagen wirtschaftlich herstellen zu können. Folglich lassen sich die Maschinen aus dem Offsetdruck mit denen im Large-Format-Printing schlichtweg nicht vergleichen. Dazu einige Fakten: Ein Offset-Jumbo wie die KBA Rapida 205 bringt es mit sieben Druckwerken, Lack- und Trockeneinheiten schon einmal auf 30 m Länge, 3,70 m Höhe und 272 Tonnen Gewicht. Allein ein Papierstapel im Bo-

Ein KBA-Jumbo bringt es schon einmal auf 30 m Länge und 3,70 m Höhe. Derartige Offsetmaschinen lassen sich beim besten Willen weder von der Leistung, noch von der Investitionsgröße mit digitalen Wide-Format-Printern vergleichen.

genformat von 151 cm x 205 cm im Anleger wiegt über drei Tonnen! Und bei Druckleistungen von bis zu 9.000 Bogen/h beträgt der Output an bedruckter Fläche mehr als 28.000 m² pro Stunde. Bedruckstoffflexibilität für die Verarbeitung von Papier, Karton, Mikrowelle, Plastik und aluminiumkaschierten Substraten von 0,1 mm bis 1,6 mm runden die Liste der Vorteile ab. Doch bei der Leistung ist noch einiges in Bewegung. Gerade hat Hei-

delberg seine Speedmaster XL 145 (1.060 mm x 1.450 mm) für den Verpackungsdruck mit einer Geschwindigkeit von 18.000 Bg/h vorgestellt. Das sind ebenfalls etwa 28.000 m² pro Stunde und damit die 20- bis 50-fache Leistung von sogenannten Highspeed-LFP-Systemen.

Waren es zunächst hauptsächlich Vier- oder Fünffarbenmaschinen mit Perforier-, Lackier- und Trockenwerken für den Plakatdruck, sind für großformatige Poster und Displays inzwischen immer mehr Maschinen mit sechs, acht oder zehn Farben

Der Slogan ›Time is Money‹ gilt auch im Super Großformat, wo Plakatdrucker inzwischen längst auch einen 24-Stunden-Service von der Bestellung bis zur flächendeckenden Plakatierung anbieten.

Einzig im Verpackungsdruck schwächtelt der Einsatz der 2m-Offsetmaschinen, weil es in diesem Offsetformat an modernem Equipment in der Weiterverarbeitung fehlt.

In der in punkto Qualität etwas weniger anspruchsvollen Wellpappenindustrie werden allerdings Flexodruckmaschinen für 3m-Bogenbrei-

wältigen andere Herausforderungen dafür aber um so besser. Und vor allem sind die Formate mit 2 m x 3 m (und darüber) noch einmal eine Nummer größer als die im Offsetdruck. Vor allem aber können auf den Flachbettsystemen auch rigide Bedruckstoffe verarbeitet werden, die je nach System bis zu 5 cm stark sein können.

Denkt man beispielsweise an Produkte wie Displays, bei denen die im Offset hergestellten Drucke noch auf ein Trägermaterial kaschiiert werden müssen, mindert dieser separate

Canon, Durst, Efl, Fujifilm, HP, Mimaki, Roland, Screen und swissQprint. Dabei unterscheiden sich die Modelle nicht nur durch ihre Formate, sondern vor allem durch den Grad der Automatisierung.

Wellpappen-Direktdruck

HP kündigte auf der interpack 2014 die Ausweitung seines Portfolios an und visiert dabei den Druck von Wellpappe, Faltschachteln und flexiblen Verpackungen an. Glaubt man einer Presseinformation von HP, beträgt das Marktvolumen für die Verpackungs- und Etikettenbranche etwa 7,9 Mrd. €. Gemeint ist aber sicherlich das Volumen an Maschinen, die potenziell in diese Märkte verkauft werden können.

Wie dem auch sei: Mit Einführung der HP Scitex 15000 Corrugated Press für das Bedrucken von Wellpappe-Displays und kleinen Verpackungsauflagen bietet HP eine weitere Digitaldruckmaschine für dieses Marktsegment. Bereits vor der drupa 2012 hatte HP die Digitaldruckmaschinen Indigo 20000 (für flexible Verpackungen) und 30000 (für die Faltschachtelproduktion) angekündigt, die jetzt verfügbar seien, für die Betrachtung großformatiger Medien aber nicht relevant sind. Die Indigo 30000 ist für den Formatbereich B2 (50 cm x 70 cm) ausgelegt.

»HP hat bereits beim Etikettendruck den Wechsel zu digitalen Technologien angeführt. Diese Vorreiterrolle übernehmen wir nun auch im Bereich Verpackungen«, wird HP Senior Vice President Stephen Nigro in einer Pressemitteilung zitiert.

Offenbar hat HP aber übersehen, dass Durst diese Vorreiterrolle zur drupa 2012 übernommen hatte, als der italienisch-österreichische Hersteller die Rho 1000 Corrugated vorstellte, die den Druck auf Karton und Wellpappe ermöglicht. Das System verfügt über Ausstattungen für das Laden der Wellpappe, das parallele Bedrucken mehrerer Produkte und für die Beschichtung der bedruckten Materialien mit UV-Schutzlacken. ▶



Durchaus industriellen Charakter hat die Produktion von rigiden Materialien mit Wide-Format-Druckern wie der Fujifilm Onset-Baureihe (hier das Modell S40 bei der Großformatdruckerei braunklein in Saarbrücken).

mit Lack- und Trocknerausstattung gefragt, wobei UV- und Hybrid-Veredelungen oder der Inline-Foliendruck längst auch im Offset-Super Großformat keine Fremdworte mehr sind.

Einer der Gründe ist, dass Handel und Markenartikler bei Displays und Großplakaten mit über 3 m² Fläche am Point of Sale hochwertige Lackveredelungen fordern. Ein zweiter Grund: Drucke im UV-Verfahren lassen sich sofort weiterverarbeiten.

te mit Inline-Rotationsstanzen eingesetzt. Warum also sollten nicht demnächst auch Großformat-Offsetmaschinen für den Druck von Faltschachteln eingesetzt werden? Die Druckqualität und Produktivität der Jumbos sind jedenfalls nicht die Engpass-Faktoren.

Diese Vorteile machen sich natürlich vor allem im Bereich größerer Auflagen bemerkbar. Sobald es um kleinere Mengen geht, kommen eben digitale Drucksysteme zum Tragen.

Eine Frage der Anwendung

Die Drucksysteme im Wide-Format-Bereich sind nicht für die hohen Leistungen wie im Offset gebaut, be-

Vorgang die Produktivität des gesamten Herstellungsprozesses.

Bei solchen Anwendungen hat der Digitaldruck eindeutig die Nase vorn. Es entfallen nicht nur die Prozesse der Plattenherstellung und des Einrichtens der Offsetmaschine, sondern auch die der späteren Verarbeitung. So betrachtet können die im Wide-Format angebotenen Drucksysteme mit ihrer Kombination aus Qualität, Vielseitigkeit und Automatisierung durchaus als industrielle Druckmaschinen klassifiziert werden. Wobei der Einsatz eben immer eine Frage der jeweiligen Anwendung ist.

Anbieter entsprechender Maschinen sind zum Beispiel Agfa Graphics,

Gut 55 m² Stellfläche (11 m x 5 m) muss man für den HP Scitex FB 10000 schon reservieren. Für das Wellpappen-Modell FB 15000 sind es sogar 85 m². Dafür bieten die industriellen Drucksysteme auch Leistung von bis zu 625 m²/h.



Zudem bietet das System eine automatische Stapleinheit, um Stapel bis zu 250 cm breiter Druckprodukte (die Drucklänge ist durch die Medienlänge begrenzt) auf Versandpaletten abzulegen. Bei einer Leistung von über 150 Bogen/h und einer Produktivität von 1.000 m²/h erzielt die Druckmaschine nach Angaben von Durst einen Qualitätsstandard wie beim laminierten Offsetdruck. Doch von solchen Kleinigkeiten abgesehen: Nach Angaben von HP vereinfacht und optimiert die Scitex 15000 Corrugated Press das Bedrucken von Wellpappe. Mit der Digitaldruckmaschine, die im November verfügbar sein soll, könnten Displaydrucker Wellpappe direkt auf indus-

triellem Niveau bedrucken. Die Maschine sei einfach einzurichten und zu bedienen und wird mit Geschwindigkeiten von bis zu 600 m²/h angegeben. Das automatische Ladesystem kann bis zu vier nebeneinander angeordnete Stapel zuführen. Zum Einsatz kommen Tinten in den Prozessfarben CMYK plus Light Cyan und Light Magenta. Pro Farbe werden 52 Druckköpfe eingesetzt. Demnach besitzt die Maschine also 312 Druckköpfe. Die Tinten verfügen

Der Siebdruck wird bei bestimmten Anwendungen nach wie vor seine Berechtigung haben. Doch das Verfahren leidet zunehmend unter der Konkurrenz des Offsetdrucks und weit mehr noch unter der des Large-Format-Printings.

laut HP über eine exzellente Haftung auf einer großen Bandbreite von Bedruckstoffen und einer Haltbarkeit im Außenbereich von bis zu zwei Jahren.

Daneben bietet HP mit dem Scitex FB1000 einen Flachbettdrucker, der starre und flexible Medien in einem Format von bis zu 160 cm x 320 cm bedrucken kann. Er verarbeitet Substrate wie Acryl-, PVC-, Styropor-, Wellpappen- und Hartschaumplatten sowie Platten aus Polycarbonat, Polypropylen, PE oder synthetisches Papier. Die maximale Materialstärke darf dabei bis zu 25 mm betragen. Für das Materialhandling kann zwischen manueller Bestückung, optionalen halb- und 3/4-automatischen Anlegern gewählt werden. Dabei dürfte sich die manuelle Variante jedoch schnell als unterdimensioniert herausstellen. Schließlich druckt die FB10000 im schnellsten Modus rund 125 Bogen im Format 160 x 320 cm je Stunde einschließlich komplettem Beladungs- und Entladungszyklus oder 625 m²/h. Das entspricht rechnerisch 750 B1-Bogen im Format 70 cm x 100 cm. Selbst bei der Produktionsgeschwindigkeit im sogenannten Sample-Modus (312 m²/h) produziert die Maschine noch 65 Vollformate.

Offset- und Digitaldruck contra Siebdruck

Doch HP ist mit seinen Maschinen ja nicht alleine am Markt. Auch Fujifilm bietet mit den Inca-Modellen hoch

automatisierte Produktionsstrecken. Und es ist ja nicht so, dass es die anderen Hersteller nicht auch könnten. Es ist abermals die Frage nach der Anwendung (und auch der Auflage), ob eine entsprechende Automatisierung lohnt. Denn auch mit Viertel- oder Halbautomaten lassen sich im Direktdruck Spitzenleistungen mit hoher Druckqualität bewältigen.

Dabei greifen die Riesen (nicht nur die Flachbettmaschinen im Large-Format-Printing, sondern auch die Rollenmaschinen bis zu 5 m Druckbreite) den bisher scheinbar unverwundlichen Siebdrucksektor an. Für alle, die im POS-Sektor die von hartem Konkurrenzkampf geprägte Markenartikel- und Lebensmittelindustrie bedienen, sind solche Maschinen geradezu ein ›Muss‹, um mithalten und überleben zu können. Dabei fordern die Kunden generell Offsetqualität. Flexible Drucker bieten jedoch einen Mix von Sieb-, Digital- und Offsetdruck an.

Der Siebdruck hat dabei auf vielen Gebieten seine bisher führende Stellung eingebüßt, wird einerseits vom Großformat-Offsetdruck beim Druck größerer Auflagen verdrängt, aber auch durch den Digitaldruck bei kleineren Auflagen und speziellen Anwendungen. Und nicht zu vergessen: Mit dem Hochgeschwindigkeits-Inkjet ist bereits ein weiterer Gegner am Horizont aufgetaucht.



RICOH Pro™ C901/901S Graphic Arts +

RICOH
imagine. change.

Professioneller Digitaldruck neu definiert

Der Beste seiner Klasse

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

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

TEMPO

Höchste Geschwindigkeit seiner Klasse

TECHNOLOGIE

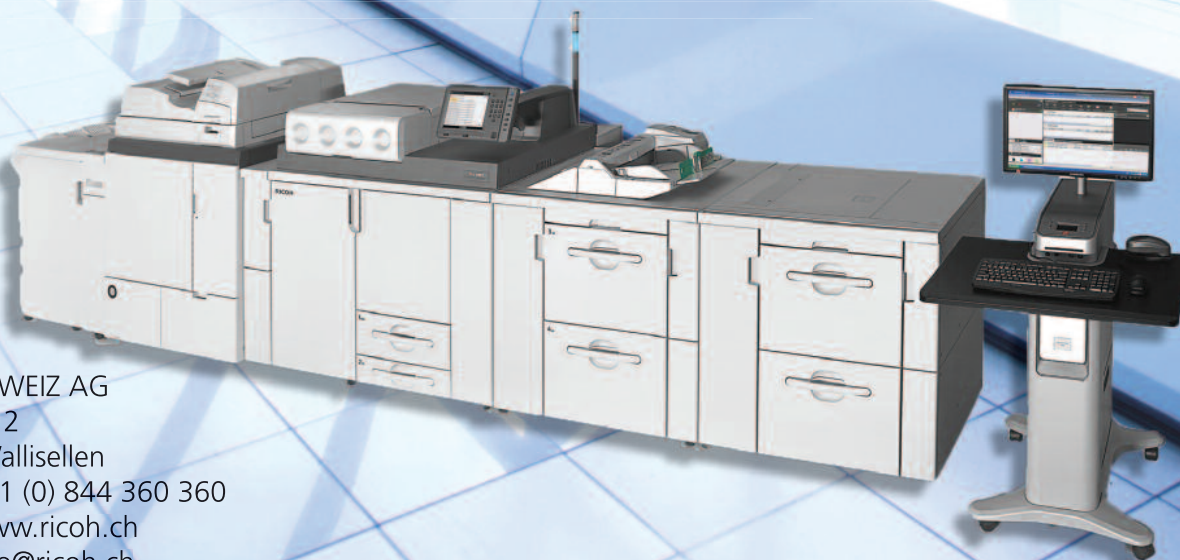
Offsetähnliche Ergebnisse durch ölfreie Fixierung

LEISTUNG

Grosse Bandbreite von Druckjobs

EFFIZIENZ

Umfassende Workflow-Interaktion



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

Verpackungsdruck von allen Seiten

›Packaging. Competence. Network.« Etwa 450 Anwender informierten sich am 14. und 15. Mai beim KBA Open House zum Thema Verpackung in Radebeul über Techniken und Neuheiten in der Verpackungsproduktion. Speziell auf die Segmente Lebensmittel, Non-Food, Pharma und Cosmetics ausgerichtete Präsentationen machten den Wert der Veranstaltung aus.

Text und Bilder: KBA

Neben Transport-, Lager- und Dosierungsfunktionen sollen Verpackungen den Konsumenten dazu animieren, eine Kaufentscheidung zu treffen. Form, Optik und Haptik der ›stillen Verkäufer« am Point of Sale spielen deshalb eine entscheidende Rolle. Damit ist die Verpackung ein Kommunikationsinstrument, das auch Freude bereiten soll.

Mit dieser Definition erläuterte Keynote-Speaker Thibaud Carlier, EMEA Purchasing Carton & Labels von Procter & Gamble, welche Anforderungen Markenhersteller an die Verpackungsbranche stellen.

Die Sprache der Medien sprechen

Und diese sind mehr als vielfältig. Denn neben diesen Anforderungen erwarten die Verpackungs-Kunden Funktionen wie Produktkompatibilität, Reproduzierbarkeit, Kosteneffizienz, Information über den Inhalt und dessen Schutz, das Erfüllen von Gesetzen und Vorschriften, Umwelt-

freundlichkeit und vieles mehr. Zwar stehen heute eine Unmenge an Kanälen zur Verfügung, um eine Kaufentscheidung zu treffen, doch nur wenige stehen in direktem Zusammenhang mit der Verpackung. Dabei gibt es eine Divergenz zwischen der Rolle der Verpackung im Einzelhandel und beim Käufer.

Nach einer Studie von Pro Carton sind Verkaufsverpackungen die Top-Performer in allen Bereichen. Sie bieten detaillierte Produktinformationen, animieren zum Kauf, sind umweltfreundlich, fördern Wiederholungskäufe, ermutigen zur Weiterempfehlung und zeigen die hohe Qualität des Produkts. Im Bereich Lebensmittel, aber auch bei Reinigungs- und Körperpflegeprodukten, nicht verschreibungspflichtigen Arzneimitteln und Kosmetika erfolgt die Kaufentscheidung oft zu mehr als 50% aufgrund der Verpackung.

Als einziges Medium erreicht die Verpackung zu 100% ihre Zielgruppe und ist damit das Medium mit der

höchsten Aufmerksamkeit. Deshalb sollte sie die Sprache der Medien sprechen, durch Form und Dekoration auffallen, für das Produkt werben sowie nachhaltig sein: erneuerbar, recycelbar, wiederverwendbar. Nachdem erkannt wurde, dass die Verpackung als Medium zu betrachten ist, hat sich allerdings auch die Lebensdauer verkürzt und die Füllmenge verkleinert. Flexibilität ist dabei ein wesentlicher Schlüssel und stellt natürlich auch neue Anforderungen an die Drucktechnik.

Komplett-Service

Zwischen wirtschaftlichen und technischen Themen der modernen Verpackungsproduktion konnten die Besucher bei den folgenden Referaten wählen beziehungsweise zwischen verschiedenen Vortragmodulen wechseln.

Jürgen Veil, Key Account Manager Packaging, sprach beispielsweise unter dem Schlagwort ›Xtreme Product Diversity« über das breite Spek-

trum der Inline-Veredelung. Neben bekannten Lackiervarianten ging es dabei um Mehrfachlackierungen mit interessanten Effekten wie dem Mikro-Embossing, das am Nachmittag auch in der Praxis gezeigt wurde. Daneben stellte er das Inline-Stanzen vor und verwies auf die bei KBA bald im Großformat verfügbare Kaltfolienveredelung.

Um Effektivität und Effizienz ging es im Vortrag von Sascha Fischer, Leiter KBA Complete Services & Key Account Manager Europa. Er stellte KBA-Produkte und Dienstleistungen vor, mit denen auch schon länger produzierende Maschinen noch effektiver betrieben werden können. Auftragsstrukturanalysen, Konfigurations-Checks, Simulationen des Maschinenparks, Nachrüstungen und Upgrades, geprüfte PressConsum-Verbrauchsmaterialien, Performance-Checks und Serviceprogramme tragen nach den Ausführungen Fischers zur Effektivitätserhöhung bei. Die Effizienz wiederum könne durch geschultes Personal, Mess-



Ralf Sammeck, Vorstand Produkthaus Bogenoffset, begrüßte an den beiden Veranstaltungstagen 450 Fachbesucher aus über 40 Ländern bei KBA in Radebeul.



Volles Haus: Zwischen den Druckmaschinen im Kundenzentrum von KBA blieb kaum noch ein freier Platz. Thibaud Carlier, EMEA Purchasing Carton & Labels von Procter & Gamble, hielt den



viel beachteten Einführungsvortrag. Sein Credo: Die Verpackung ist ein eigenständiges Medium und muss folglich auch wie andere Medien behandelt werden.



Jürgen Veil, Key Account Manager Packaging bei KBA, sprach über Kaltfolienveredelung und neue Wege in der Stapellogistik.



Jens Baumann aus dem KBA-Produktmarketing erläuterte die Produktionsabläufe bei Druck und Veredelung von Pharmaverpackungen an einer Rapida 106 mit ColdFoil Micro.



Druckinstrukteur Marcus Söll wurden Parfüm-Verpackungen mit Micro-Embossing-Effekten nahezu aus der Hand gerissen.

und Regeltechnik an den Maschinen, Betriebsdatenerfassung und -auswertung, Produktionsplanung und -kontrolle oder Management-Informationssysteme (MIS) gesteigert werden. Unter dem Namen KBA Complete Services bietet der Druckmaschinenhersteller Lösungen und Automati-

sierungstechnologien sowie Beratungsleistungen an. Mit dem Ziel, Optimierungspotenziale in den Betrieben auszuschöpfen, arbeitet KBA mit namhaften Technologiepartnern wie etwa Kodak, Optimus, Printplus, MBO, ClimatePartner, IPM, Perfecta, Montex oder auch Müller Martini zusammen.

Flexibel und schnell

›Xtreme Flexibility‹ war das Thema von Anja Hagedorn aus dem KBA-Produktmarketing. Mit diversen Zusatzpaketen ließen sich die KBA Rapidas zu hoch spezialisierten Produktionsmitteln für die unterschiedlichen Produktionsanforderungen in

den Bereichen Cosmetics, Non-Food, Food oder Pharma ausstatten. Ob ›TouchFree Guidance‹, CX-Paket, ›Antistatic Foil‹ oder ›Mikrowelle‹, die Einsatzbereiche der Maschinen erweitern sich nach Aussage von Anja Hagedorn über die Standard-Parameter hinaus.

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

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



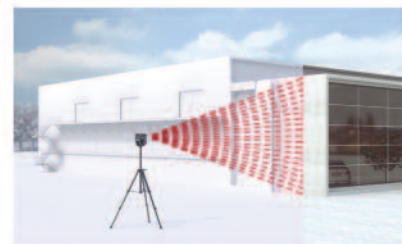
Grafische Systeme

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



Lasersintern

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



3D-Laserscan

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



Chris Travis von KBA North America präsentierte die Nonstop-Stapellogistik an einer Rapida 145 bei voller Maschinenleistung.



Insgesamt fanden die Druckdemonstrationen und die Erläuterungen durch die KBA-Experten großes Interesse. An einer Rapida 164 wurden Großver-



packungen für Haushaltgeräte produziert. Veredelungs-Muster mit Micro-Embossing-Effekten boten viel Diskussionsstoff.

Flexibel seien die Rapidas ebenso beim Trocknereinsatz: Von der IR/TL über die UV- bis hin zur IR/TL/UV-Trocknung reicht das Spektrum der VariDry-Trockner und der zugehörigen Lackversorgungssysteme.

Jens Baumann, ebenfalls aus dem KBA-Produktmarketing, nahm das Thema Performance ins Visier. Neben der Geschwindigkeit tragen Qualitätssicherung und Kostenreduzierung durch Prozessautomatisierung dazu bei, dass eine Druckmaschine ordentlich performt, so Baumann. Mit der Inline-Farbregelung (QualiTronic ColorControl), der Graubalance-Regelung nach System Brunner (Instrument Flight) oder QualiTronic PDF (Inline-PDF-Kontrolle) habe KBA hoch effiziente Mess- und Regelsysteme verfügbar, die teilweise auf dem Markt einmalig seien oder deutliche Vorteile gegenüber anderen Systemen böten.

Automatisierungskomponenten wie Anilox-Loader oder AniSleeve (vollautomatischer Rasterwalzenwechsel), kuppelbare Farbwerke, DriveTronic SRW (Simultaneous Roller Wash), CleanTronic synchro (schnelles Gummituchwaschen mit zwei Waschbalken), DriveTronic SPC (simultaner Plattenwechsel) schaffen nach Aussagen von Jens Baumann Freiräume für einen höheren Output. Aber auch Maschinenerhöhungen und Nonstop- und Logistiksysteme erhöhten die Performance der für ihre Leistungsfähigkeit bekannten Rapidas. Die 20.000 Bogen/h der Rapida 106 erreiche keine andere

Mittelformatmaschine. 17.000 Bogen/h im Großformat sind ebenfalls ein vor wenigen Jahren noch kaum für möglich gehaltener Spitzenwert. Gerade im auflagenstarken Verpackungsdruck steigerten solche Leistungen die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens.

Rasante Druckdemos

Bei den Druckdemonstrationen in den Bereichen Food, Non-Food, Cosmetics und Pharma wurden in der Complete-Lounge Vernetzungslösungen, MI-Systeme von Optimus und Echtzeit-BDE-Systeme von Logica vorgestellt.

An einer Sechsfarben-Rapida 145 mit Lackausstattung wurden zum größten Teil Primärverpackungen produziert. Die Highlights der Druckdemonstrationen lagen bei der Verwendung migrationsarmer Farben, beim Walzenwaschen parallel zum Fortdruck, beim simultanen Lackformwechsel und beim Wechsel der Rasterwalzen während des Fortdrucks. Gezeigt wurde der vollautomatische Nonstop-Betrieb mit Stapellogistik, Inline-PDF-Abgleich und Inline-Farbmessung. Nach der Produktion einer Fastfood-Verpackung auf G-Welle erfolgte ein Job- und Bedruckstoffwechsel auf Karton mit 280 g/m². Dafür waren ein Lackform- und Sleevewechsel, Platten- und Lackwechsel, Gummituchwaschen und das Ausgliedern des ersten sowie das Eingliedern des sechsten Druckwerkes erforderlich. Die

neue Pizza-Verpackung wurde mit voller Leistung von 17.000 Bogen/h gedruckt und das erste Werk ohne Maschinenstopp gewaschen. Nach einem weiteren Jobwechsel folgte noch eine Süßwarenverpackung auf GC 2-Karton mit 300 g/m².

Ähnlich rasant verliefen die Jobwechsel bei Non-Food-Verpackungen an einer Sechsfarben-Rapida 164 mit Doppellack. Neben den Matt-Glanz-Veredelungen mit Primer und UV-Lack erfolgte hier ein schneller Lacksortenwechsel. Beim ersten Auftrag handelte es sich um einen Wellpappen-Hocker (ein mit Dispersionslack matt veredelter 350-g/m²-Karton, der anschließend auf Wellpappe kaschiert wird). Danach produzierte die Maschine im Format 120,5 cm x 164 cm die Verpackung für ein TV-Gerät auf Topliner (210 g/m²). Veredelt wurde mit Primer und UV-Glanzlack.

Veredelungsvielfalt

An einer Sechsfarben-Rapida 106 mit Doppellack-Ausstattung und Kaltfolienmodul KBA ColdFoil SF110 stand die Produktion von Kosmetik- und Luxusverpackungen im Mittelpunkt. Gezeigt wurden Veredelungseffekte mit UV-Glanzlack, Inline-Prägung sowie Kaltfolienveredelung mit ressourcenschonendem Splitting (Aufschneiden der Folienbahn in bis zu fünf Bahnen) sowie Multi Foil Use, wobei die Folienbahn über ein Wendestangensystem mehrfach durch den Druckspalt läuft. Automa-

tischer Lackformwechsel und Inline-Farbregelung ergänzten die Demo. Zudem wurde bei einer Parfümverpackung im zweiten Lackturm der Micro-Embossing-Effekt (Lackprägung) demonstriert.

Non-Food-Verpackungen waren das Thema an der Rapida 75: Mit VariDry UV-Trocknern, hoher Bedruckstoffflexibilität und Inline-Stanzen zeigte die Halbformatmaschine ihre Vielseitigkeit. Zuerst wurde an der um 225 mm erhöhten Maschine eine Fußballverpackung auf transparentes PET mit teilweise Deckweiß, vier Skalensymbolen und UV-Lack produziert. Dann folgte ein Auftrag mit Handtags. Neben dem Bedruckstoffwechsel (jetzt 240 g/m² Karton) und vielen anderen Rüstvorgängen erhielt das Lackwerk eine Stanzform, mit der die Motive so gestanzt wurden, dass nur noch Trennschnitte für die Verarbeitung erforderlich sind. Parallel produzierte eine Rapida 106 mit sechs Farbwerken, Lackturm und der Kaltfolieneinrichtung ColdFoil Micro Pharmaverpackungen. Weitere Demo-Schwerpunkte waren schnelle Farbwechsel mit Sonderfarben und Stapellogistik. Unter dem Strich gab KBA einen abwechslungsreichen Einblick in den modernen Verpackungsdruck mit leistungsstarken Techniken sowie ideen- und variantenreichen Produktveredelungen.

➤ www.kba.com



**”Als ASW-Mitglied begegne
ich Unternehmerinnen und
Unternehmern auf
Augenhöhe.“**

Irene Denzler
Inhaberin BLU AG, Design + Kommunikation
ASW-Mitglied seit 2009

Doppelt so schnell wie 2007

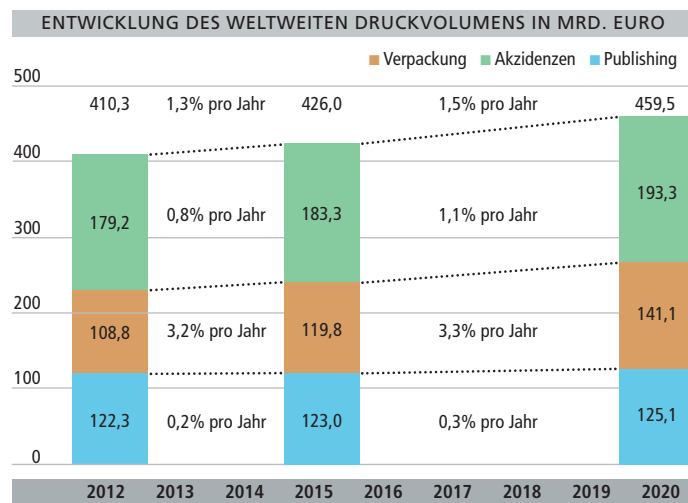
Die Verpackungsindustrie wächst. Ausgehend von circa 600 Milliarden Euro jährlich im Jahr 2012 wird nach Angaben des Marktforschers Smithers Pira der weltweite Umsatz aller Verpackungen bis 2018 auf etwa 758 Milliarden Euro wachsen. Immer aufwendigere Verpackungen und großformatige Displays stellen dabei höhere Anforderungen an Druckerei und Maschine.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

In diesem Markt sieht sich Heidelberg nach eigenen Angaben »zunehmend als Marktführer«. Besonders im Hochqualitätssegment profitierten die Kunden von dem Equipment, mit dem sich High-End-Produkte reproduzierbar, effizient und zuverlässig herstellen ließen. Dabei kombinierte Heidelberg seine Expertise aus Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung mit Verbrauchsmaterialien, Service- und Beratungsangeboten – und deckte mit diesem Angebot heute 40% des Verpackungsdruckmarktes weltweit ab.

Das Großformat, so Heidelberg, bietet mit den Speedmaster-Modellen XL 145 und XL 162 eine wirtschaftliche Produktion im industriellen Segment – vor allem bei großen Nutzen und hohen Auflagen (Lebensmittel- und Nonfood-Verpackung), jedoch auch bei Kleinauflagen am Point of Sale (Aufsteller, Displays etc.).

Inzwischen sind mehr als 100 Großformatmaschinen im Format 6 und 7 seit dem Serienstart im Jahr 2009 weltweit verkauft. Davon produzieren knapp 70% im Verpackungsdruck bei vielen namhaften Druckhäusern. Einige haben nach Angaben von Heidelberg bereits Wiederholaufträge erteilt, nachdem die Erwartungen hinsichtlich Verfügbarkeit, Kapazität und Druckqualität übertroffen worden seien. Heute zeichne sich ein Trend zu komplexen Maschinen ab mit mehr als sechs Druckwerken, Doppellack, UV, Inline-Farbmess- und -Regelsysteme und Logistik-Komponenten.



Quelle: Heidelberg 2014, PIRA, Industrie-Statistiken. Druckmarkt-Grafik 6/2014.

Für die nächsten Jahre prognostiziert Heidelberg ein moderates Wachstum für den Verlags- und Akzidenzdruck. Solides Wachstum gibt es demnach bei der gedruckten Verpackung.

Die Montage am Standort Wiesloch-Walldorf ist Angaben des Druckmaschinenherstellers zufolge bis Ende des Geschäftsjahres 2014/15 ausgelastet und verzeichnet den höchsten Auftragsbestand seit Serienstart.

Premiere: 18.000 Bogen/Stunde

Über 250 Gäste aus aller Welt erlebten bei den Info Days »Spitzenleistung im Verpackungsdruck« eine Weltpremiere. In Halle 11 in Wiesloch-Walldorf zeigte Heidelberg die Speedmaster XL 145 erstmals mit einer Höchstleistung von 18.000 und die Speedmaster XL 162 mit 16.500 Bogen/Stunde.

Zielgruppen für die Geradeausmaschinen sind Verpackungshersteller, die für ihren Volumendruck hohe

wertung. Dabei werden große Mengen an Bedruckstoff verarbeitet. Da die Auflagen höher sind als bei anderen Anwendungen, ist die Druckgeschwindigkeit ein entscheidender Produktivitätsfaktor.

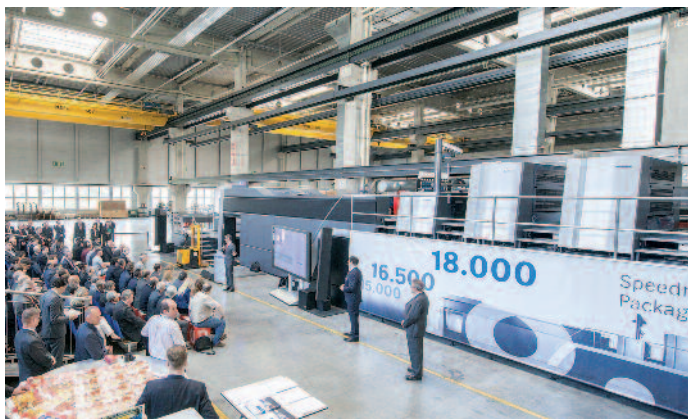
Die neuen Geschwindigkeitsklassen, die Heidelberg mit »Packaging Speed Performance« (PSP) umschreibt, richten sich an Verpackungsdrucker, die im Volumendruck produzieren. In diesem Geschäft ist die Effizienz der Maschinen maßgebend. Die Kennzahl, die die Effizienz beschreibt, setzt sich aus Rüstzeit und Rüstmakulatur, durchschnittlicher Netto-Produktionsgeschwindigkeit und dem Nutzungsgrad zusammen. Berechnungen von Heidelberg haben ergeben, dass eine Speedmaster XL 145 PSP, die sechs Tage die Woche jeweils dreischichtig arbeitet, doppelt so viele Bogen produziert, wie eine Verpackungsdruckmaschine der Generation 2007 mit einer Leistung von 15.000 Bogen/Stunde. Mit der Speedmaster XL 145 PSP und ihrer Leistung von maximal 18.000 Bogen/Stunde lassen sich pro Jahr rund 70 Mio. Bogen herstellen.

Möglich macht dies die Konstruktion der Maschine, die für ihre Laufruhe bekannt ist. Die moderne Plattform und die großzügig ausgelegte Maschinendimension sind Voraussetzungen für derartige Leistungen. Neu an den Großformat-Maschinen sind ein Hochgeschwindigkeitssaugkopf, eine optimierte Bogenführung und eine neue Kettenführung in der Auslage. Zu den leistungsbestim-

Produktivität bei geringer Makulatur benötigen. Darüber hinaus ermöglichen die Maschinen die Just-in-time-Produktion in kleinen Auflagen und die Produktion aufwändiger Veredelungen. Zum Angebot gehört zudem ein durchgängiger Workflow von der Vorstufe über den Druck bis zur Weiterverarbeitung inklusive Services und Verbrauchsmaterialien.

Volumendruck

Bedruckte Verpackungen in hohen Auflagen, wie sie etwa für Fertigerichte, Getränke, Tiefkühlkost, Süßwaren, Tiernahrung oder auch Elektronikartikel aus dem Nonfood-Bereich hergestellt werden, dienen als Transportschutz und zur Produktauf-



Über 250 Besucher erlebten bei Heidelberg Verpackungsdruck live und die Weltpremiere der Speedmaster XL 145 mit einer Höchstleistung von 18.000 sowie der XL 162 mit 16.500 Bogen in der Stunde.



Die lange Trockenstrecke sorgt bei der Speedmaster XL 145/XL 162 mit Doppellacktechnologie für höchste Glanzpunkte und ermöglicht besondere Veredelungseffekte.

menden Maschinenkomponenten gehören zudem die Hochleistungstrockner. Der modulare Aufbau des Auslegers ermöglicht optimal abgestimmte Trockenstrecken für die jeweiligen Anwendungen. Die XL 145 PSP und XL 162 PSP verfügen über extrem lange Trockenstrecken. Diese sind mit sieben Einschüben ausgestattet und sichern damit die vollständige Trocknung bei maximaler Geschwindigkeit. Durch die Steigerung der Energieeffizienz erreichten die Konstrukteure niedrigere Energiekosten pro Bogen.

Eine große Unterstützung für den Bediener bei den hohen Geschwindigkeiten ist das spektralfotometrische Inline-Messsystem Prinect Inpress Control, das bei laufender Maschine Farbe und Passer steuert und kontrolliert und so für eine stabile und sichere Produktion sorgt.

Im hochvolumigen Verpackungsdruck erwarten die Kunden hohe Produktionssicherheit und höchstmögliche Maschinenverfügbarkeit. Hier bietet Heidelberg Servicepakete an, die neben den üblichen Wartungsarbeiten auch proaktive Komponenten enthalten. Weiterhin im Angebot sind Platten, Farben und Lacke sowie alle benötigten Verbrauchsmaterialien, die auf die Maschinen abgestimmt sind.

Just-in-time-Produktion

Im Verpackungsdruck ist weltweit ein Trend zu Print-on-Demand beziehungsweise Wiederholaufträgen mit

kleiner Auflage zu erkennen, um die Lagerhaltung zu optimieren. Beispiele aus der Konsumgüterindustrie sind Produkte mit unterschiedlichen Modellvarianten wie Smartphones, aber auch am Point of Sale mit Produktaufstellern und Displays. Druckereien berichten von Auflagen unter 1.500 Bogen und bis zu 40 Aufträgen pro Tag.

Das bedeutet für den Druck kurze Durchlaufzeiten. Dies ist jedoch nur mit Prozessoptimierung und hoher Automatisierung realisierbar. Dazu zählen paralleles Waschen durch Einzelantriebstechnologie, synchronisierter Plattenwechsel oder das spektralfotometrische Inline-Messsystem Prinect Inpress Control, das deutliche Produktionsvorteile bietet.

Aufwändige Veredelungen

Hochwertige Verpackungen zeichnen sich heute mehr denn je durch ungewöhnliche Formen und eine besonders aufwendige Veredelung aus. Premiumverpackungshersteller, die zu 80% im UV-Druck arbeiten, stellen höchste Anforderungen an eine wirtschaftliche und ökologische Produktion.

Gerade im Großformat kann durch die höhere Anzahl von Nutzen effizienter produziert werden. Höchste Priorität besitzt in diesem Segment die Druckqualität. Farb- und Feuchtwerte der Speedmaster XL 145 und XL 162 sichern nach Aussagen von Anwendern eine konsistente Druckqualität über die gesamte Auflage.

Insbesondere bei schablonier- und streifenanfälligen Drucksujets würden die Stärken offensichtlich.

Höchste Glanzpunkte lassen sich auch bei maximaler Geschwindigkeit durch die Doppellacktechnologie und der langen Trockenstrecke erzielen, die für die vollständige Trocknung beziehungsweise Durchhärtung der Farben und Lacke sorgt. Auch den Veredelungsvarianten beim Lackieren sind offenbar keine Grenzen mehr gesetzt: Matt-Glanzeffekte oder die Kombination unterschiedlicher Oberflächenstrukturen wie silber- oder goldmetallisierte Bedruckstoffe können umgesetzt werden. Deckweißanwendungen mit hohem Farbauftrag, um eine vollständige Opazität zu erhalten, führen dabei zu faszinierenden Ergebnissen.

Finishing-Lösungen

Dass Verpackungsdruck nicht alleine im Großformat stattfindet, zeigte Heidelberg bei seiner Veranstaltung auch an kleineren Maschinen wie der Speedmaster XL 106 und an den Postpress-Maschinen für den Druck von Verpackungen.

Erstmals wurde bei den Info Days das Zusammenspiel der Speedmaster XL 145 mit der neuen Hochleistungsstanze Dymatrix XL 145 CSB gezeigt. Mit dem neuen optischen Anlagensystem Dyset XL ermöglicht die Stanze ein präzises Anlageregister und einen stabilen Bogenlauf bei hohen Geschwindigkeiten. Die Ma-

schine bietet verkürzte Rüstzeiten, Vermeidung von Fehlanlagen und damit auch weniger Makulatur.

Verbrauchsmaterialien

Da der Gesetzgeber an die Produktion von Lebens- und Genussmittelverpackungen höchste Ansprüche stellt, sind die verwendeten Verbrauchsmaterialien beim Bedrucken und Weiterverarbeiten der Verpackungen einer der Schlüsselfaktoren. Prinzipiell gilt es zu verhindern, dass gesundheitsgefährdende Stoffe von der Verpackung auf die Lebensmittel übergehen und diese in ihrer Zusammensetzung beziehungsweise in Geruch oder Geschmack verändern. Alle zum Einsatz kommenden Verbrauchsmaterialien müssen daher die strengen Anforderungen der EU Rahmenverordnung (EG) Nr. 1935/2004 erfüllen.

Gleichzeitig ist der Verpackungsdruck im Lebens- und Genussmittelbereich weltweit ein Wachstumsmarkt, von dem immer mehr Druckereien profitieren wollen.

Mit Saphira Low Migration bringt Heidelberg nun eine eigene Produktlinie von Verbrauchsmaterialien für die speziellen Anforderungen bei der Produktion von Lebensmittelverpackungen auf den Markt und rundet damit sein Angebot an Equipment-, Service- und Softwarelösungen für den Verpackungsdruck ab.

➤ www.heidelberg.com

VERTRIEBSPARTNERSCHAFT Das Aachener IT-Unternehmen Kisters AG unterzeichnete kürzlich einen Partnervertrag für den Vertrieb des neuen UV-Flachbettdruckers Truepress Jet W3200UV von Screen im deutschsprachigen Raum. Das Flachbett-Inkjet-Drucksystem der neuesten Generation, bietet zahlreiche Leistungsmerkmale und Funktionen, die man üblicherweise nur bei kostspieligeren Systemen antreffe, teilt Kisters mit. > www.kister.de

KUNDEN RECYCLEN Mit Hilfe des HP Recycling-Programms können Ressourcen geschont und Müll eingespart werden. Das HP ›Closed Loop Recycling-Programm ist in dieser Hinsicht ein Erfolg: So konnten bereits 75% aller Tintenpatronen und 24% der LaserJet-Toner-Kartuschen aus wiederverwertetem Kunststoff produziert werden. Dies ist eine Zunahme um 50% im Vergleich zum Vorjahr. Das Recycling-Programm verwendet wiederaufbereiteten Kunststoff aus alten Patronen sowie anderen Quellen wie Plastikflaschen oder Kleiderbügel, um neue Tintenpatronen und Toner-Kartuschen herzustellen. HP bietet seinen Anwendern damit die Möglichkeit, ihren ökologischen Fußabdruck zu verbessern, da sie weniger Müll hinterlassen. > www.hp.com

RIP FÜR OKI-WEISSTONERDRUCKER Die RGF-Partner Forever GmbH, Anbieter von Transfermedien und Transferpressen, und Systemata, eine deutsche Softwareschmiede, haben ›TransferRIP‹, eine Software zur optimalen Ansteuerung von OKI-Weißtonerdrucksystemen vorgestellt. Die Software wurde in Verbindung mit Drucker und Transferpapieren erstmals beim Erfurter Print Cocktail demonstriert werden. TransferRIP erzielt hochwertige Ausdrücke, verfügt über eine Einklick-Rasterfunktion und bietet durch ihre intuitive Bedienoberfläche zahlreiche nützliche Funktionen für den Weißtonerdruck. > www.rgf.de

PLATZ SPAREN Leicht, einfach zu benutzen und vor allem recycelbar – Kartonagen werden in immer mehr Bereichen als Verpackung verwendet. Allein die Mitglieder des Verbands der Wellpappen-Industrie haben im ersten Quartal 2013 rund 1,8 Mrd. m² abgesetzt. Die Wiederverwertung der Kartons allerdings kann problematisch werden, nicht zuletzt weil die Faltkartons viel Platz benötigen. Die Brenner Verpackung GmbH & Co. KG, einer der leistungsstärksten Verpackungsproduzenten und -dienstleister Süddeutschlands, nutzt daher die spezielle Schredder-Anlage EKZ der Erdwich Zerkleinerungssysteme GmbH. > www.erdwich.com

UMWELTKOMPETENZ BESTÄTIGT Das Forest Stewardship Council (FSC) hat der im saarländischen Bexbach ansässigen Kern GmbH erneut das Zertifikat für umweltfreundliches und sozialförderliches Wirtschaften verliehen. Zuvor hatte ein Audit zur Re-Zertifizierung die erstmals 2012 erhaltene Auszeichnung bestätigt. Parallel zum FSC-Audit fand erstmals ein PEFC-Audit statt. Das Zertifizierungssystem für nachhaltige Waldbewirtschaftung (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) wird insbesondere von regional ausgerichteten Familienforstbetrieben genutzt. So kann aus einer ganzen Palette von Papieren mit Umwelt-Logo ausgewählt und gleichzeitig können hohe Umweltstandards eingehalten werden. > www.kerndruck.de

**Heidelberg CombiStar
NEUE GENERATION STEIGERT
ENERGIEEFFIZIENZ**

Energie effizient nutzen, Abfälle vermeiden, umweltfreundliche Rohstoffe und Materialien verwenden – scheinbare Kleinigkeiten zeigen in der Gesamtheit große Wirkung hinsichtlich einer nachhaltigen Druckproduktion. Heidelberg arbeitet an Lösungen, die sowohl die Makulatur als größtem Stellhebel reduzieren, als auch die Energieeffizienz steigern sollen. So gibt es ab sofort eine neue Generation des Kombinationsgeräts CombiStar. Dieses be-



Der CombiStar Pro steuert die Feuchtmittelaufbereitung und die Farbwerktemperierung und enthält zusätzlich noch eine Freikühlung für weitere Energieeinsparung.

reitet das Feuchtmittel auf und sorgt für eine konstante Farbwerktemperierung. Es ist nun mit energieeffizienten Pumpen und elektronisch gesteuerten Kompressoren ausgestattet, die die Energiekosten um bis zu 50% reduzieren sollen. Die Farbwerk-Temperierkreispumpe ist mit einem elektronisch geregelten Antrieb versehen und die Kälteaggregate verfügen nach Herstellerangaben nun über einen energieeffizienten Kompressor. Durch die stufenlose Anpassung der Kälteaggregate an den Kälteleistungsbedarf der Maschine soll der Wirkungsgrad des Systems verbessert werden.

Mit dem CombiStar Pro bietet Heidelberg die Option an, die Freikühlfunktion direkt in den Geräteschrank zu integrieren. Steigen die Außentemperaturen auf über 15°C an, wird die Kältemaschine anteilig zugeschaltet, ab ca. 20°C wird sie zu 100% eingesetzt. Sinkt die Außentemperatur, wird sie wieder stufenweise abgeschaltet.

> www.heidelberg.com

**Clever Weiterverarbeiten
KAMA FÜR KLEINAUFLAGEN
IN DER VERPACKUNG**

Großes Thema, jetzt auch im Verpackungsdruck: Die Kleinauflagen kommen! Immer mehr Produkte werden diversifiziert, versioniert und personalisiert – und die entsprechend kleineren Faltschachtelaufgaben immer häufiger digital gedruckt. Hier entsteht ein neuer Bedarf an hochwertiger Weiterverarbeitung mit kurzer Vorlaufzeit. Als maßgeschneiderte Lösung zum Weiterverarbeiten digital gedruckter Kleinauflagen präsentiert die Dresdner Kama GmbH auf der Interpack 2014 im Mai am Stand von HP Indigo erstmals in Europa die Stanz-/Prägemaschine DC 76 Foil mit AutoRegister und werkzeuglosem Ausbrecher und Nutzentrenner SBU.



Die kompakte Lösung übernimmt das registergenaue Stanzen, Rillen und Prägen digital gedruckter oder geschnittener Bogen und liefert separierte, von kleinen Fenstern und Eurolöchern befreite Nutzen schuppenförmig in die Auslage. Das Ausbrechen und Nutzentrennen an der neuartigen Kama SBU erfolgt ohne auftragsbezogene Werkzeuge. Für eine optimale Bogenausnutzung können die Nutzen ineinander verschachtelt positioniert werden. Die SBU entschachtelt und spreizt die ausgebrochenen Zuschnitte und transportiert sie als bis zu vier parallel laufende Schuppenströme in die Auslage – fertig zum Stapeln.

> www.kama.info

Ricoh Europe**ANGEBOT AN PRO-GRAPHIC-MEDIEN ERWEITERT**

Ricoh Europe bietet ein neues Pro-Graphic-Papier-Portfolio an, das speziell für die Verwendung mit den digitalen Drucksystemen der Ricoh



Pro-Serie entwickelt wurde. Erhältlich ist das Papier in Grammaturen von 90 g/m² bis 300 g/m², in den Formaten A4, A3 und SRA3, holzfrei beschichtet, glänzend, seidig und unbeschichtet.

Die speziell entwickelten Papier-Typen Seidenmatt, Hochglanz und Unbeschichtet wurden mit neuen Inhaltsstoffen verbessert, die einen hohen Weißegrad sowie optimale und gleichmäßige Druckqualität auf Offset-Niveau garantieren sollen. Sie liefern laut Ricoh zudem schärfere Kontraste, lebendige Bilder und problemlosen beidseitigen Druck mit guten Laufeigenschaften und hoher Bildbeständigkeit. Außerdem nähmen die Papiersorten weniger Feuchtigkeit auf, wodurch sich die Druckqualität und Einzugsleistung auf digitalen Drucksystemen der Pro-Serie verbessere.

➤ www.ricoh-europe.com

Baumer AG**IN SCREEN TRUEPRESS JET520 INVESTIERT**

Die in Islikon, Schweiz, ansässige Baumer AG hat in eine Inkjet-Farbdruckmaschine Screen Truepress Jet520 investiert, um das expandierende Geschäft im personalisierten Druck von Direktmailings zu unterstützen. Das traditionsreiche Familienunternehmen ist Spezialist für den Druck von Direktwerbemailings und den Sicherheitsdruck und betreut Kunden aus dem gemeinnützigen Sektor, Sicherheits-, Finanz- und Behördenwesen, Einzelhandel und Agenturbereich in der gesamten Schweiz.

»Der Schweizer Markt ist extrem qualitätsbewusst. Für uns waren deshalb die Druckqualität, die Produktivität und die Anlagenrendite entscheidend. Die Lösung sollte sämtliche Kriterien erfüllen«, sagt Daniel Jud, Geschäftsführer der Baumer AG.

Mit den DoD-Inkjet-Druckköpfen von Epson erreicht die Screen Truepress Jet520 eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 128 m/Min. bei einer maximalen Druckbreite von 507 mm. Das entspricht einem Durchsatz von etwa 1.700 DIN A4-Seiten pro Minute. »In der Regel liegen unsere Auflagen zwischen 10.000 und 100.000 Exemplaren. Aufgrund der zunehmenden Personalisierung nimmt aber auch die Fragmentierung der Auflagen zu. Daher benötigen wir den individualisierten Datendruck«, sagt Jud.

➤ www.screeneurope.com

➤ www.baumer.ch

Drukkerij Paesen**KBA RAPIDA 106 MIT HR-UV ERSETZT ZWEI MASCHINEN**

Die Drukkerij Paesen im belgischen Opglabbeek hat in eine Vierfarben-Bogenoffsetmaschine KBA Rapida 106 mit HR-UV-Trocknertechnologie investiert. Ein großer Schritt, denn die neue Hochleistungsanlage hat eine Vier- und eine Fünf-Farbenanlage im Mittelformat ersetzt.

»Die Anlage sollte eine Fortdruckgeschwindigkeit von 18.000 Bogen pro Stunde und schnelle Jobwechsel ermöglichen, da wir viele Aufträge mit kleinen Auflagen und kurzen Lieferzeiten haben«, sagt Guy Paesen, einer der drei Brüder, die die Druckerei leiten. »Vor nicht allzu langer Zeit wollten wir deshalb sogar eine Achtfarben-Wendemaschine anschaffen. In der aktuellen Marktsituation wäre dies aber



wohl keine kluge Entscheidung gewesen. Dank der HR-UV-Trocknung können wir im Hinblick auf unser Umsatzziel fast den gleichen Effekt mit einer Vierfarbenanlage erreichen. Die Bogen sind trocken, wenn sie aus der Maschine kommen. Sie können deshalb sofort weiterverarbeitet werden.«

➤ www.kba.com

Stora Enso LennoKraft**WEISSES KRAFTPAPIER FÜR VIELFÄLTIGE ANWENDUNGEN**

Stora Enso erweitert das Verpackungspapier-Sortiment um LennoKraft, ein weißes, einseitig gestrichenes Kraftpapier. Anwendungsgebiete für LennoKraft sind Verpackungen für die Food- und Non-Food-Industrie.

LennoKraft wird in den Flächengewichten von 90, 110 und 140 g/m² produziert. Die weiße, glänzende Oberfläche ermöglicht nach Angaben des Herstellers den Druck von Bildern im Tief-, Flexo- und Offset-



druck. LennoKraft sei frei von optischen Aufhellern und könne für die Herstellung von Lebensmittelverpackungen eingesetzt werden, teilt Stora Enso weiter mit. Nach den Empfehlungen des BfR und FDA sei LennoKraft für den direkten Lebensmittelkontakt mit trockenen, feuchten und fettenden Lebensmitteln geeignet. LennoKraft könne auch für Beschichtung, Laminierung und Kaschierung eingesetzt werden.

➤ www.storaenso.com

Michael Mittelhaus

Prepress Consultant
Strotwiesen 14
D-49599 Voltlage

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

www.mittelhaus.com

Michael Mittelhaus

prepress consultant

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

Den aktuellen Newsletter lesen Sie unter www.mittelhaus.com



Direct Mailing an 280.000 Kunden

Qualitätskarton senkt die Gesamtkosten

»Durch die Wahl des richtigen Kartons reduzierten sich die Kosten der gesamten Produktion«, erklärt Gary Peeling, CEO der Familiendruckerei Precision Printing im Ostlondoner Stadtteil Barking. »Und nicht nur das – wenn wir uns bei der Materialwahl für die billige Lösung entschieden hätten, wäre die Ausführung des Auftrags gar nicht möglich gewesen.«

Im Herbst 2013 erhielt Peeling einen Auftrag, der wohl für jede Digitaldruckerei der Traumjob wäre: American Express plante ein Mail an 280.000 Kunden in England und sollte Karteninhaber dazu animieren, an einem Dezember-Tag in kleinen Geschäften zum ermäßigten Preis einzukaufen.

Das Mailing hatte Leporello-Format, die Hintergrundfarbe war Schwarz, was ein erhebliches Risiko für Risse in den Falzen darstellen konnte. »Hätten wir einen Standardkarton verwendet, wären wir gezwungen gewesen, den Karton zum Preis von £ 14.000 zu kaschieren, um Risse zu vermeiden«, erläutert Gary Peeling. »Durch die Entscheidung für Invercote Creato von Iggesund Paperboard brauchten wir nicht zu kaschieren, weil dieser Karton nach dem Falzen nicht reißt.« Doch das waren nicht die einzigen Vorteile. Eine Kaschierung hätte auch ein maschinelles Falzen der Mailings unmöglich gemacht, weil



»Invercote ist keineswegs die günstigste Wahl, wenn man lediglich auf den Kilopreis achtet, aber die Eigenschaften dieses Kartons haben uns eine Ersparnis von £ 14.000 ermöglicht, weil wir nicht kaschieren mussten«, erklärt Gary Peeling, CEO der Druckerei Precision Printing, die ein Mailing für eine American-Express-Werbeaktion mit einer Auflage von 280.000 Stück im Digitaldruck herstellte.

die Rillrückstellkräfte zu hoch gewesen wären. Die Alternative wäre dann die Verarbeitung der 280.000 Einheiten von Hand gewesen.

»Dann hätten wir den Auftrag gar nicht rechtzeitig fertigstellen können«, so Peeling. »Invercote Creato hat in unserem Verfahren perfekt funktioniert und unsere Produktivität auf beeindruckende Weise erhöht. Solche Effekte sind bei kleinen Aufträgen kaum spürbar, bei größeren Auflagen werden die Aus-

wirkungen auf die Produktivität und die Gesamtwirtschaftlichkeit jedoch sehr deutlich.«

Die Frage, weshalb man sich bei einem Auftrag mit einer so hohen Auflage überhaupt für Digitaldruck entschied, ist an sich schon interessant. Noch vor wenigen Jahren sagte man nämlich, es würde sich kaum lohnen, Auflagen von mehr als 500 Stück digital zu drucken. In diesem Fall war ein Grund für die verbesserte Produktivität die frühe Entscheidung von Precision Printing, in eine HP Indigo 10000 mit einer größeren Bogengröße als dem Digital-Standardformat zu investieren. »Jetzt erhalten wir aus einem Druckbogen vier A4-Bogen statt lediglich zwei, was natürlich die Gesamtkosten pro Einheit reduziert. Zusammen mit der Möglichkeit, die Drucksache in vier Farben personalisieren zu können, statt einen Laserdruck vorzunehmen, war dies der Hauptgrund für die Entscheidung, die Auflage im Digitaldruck herzustellen«, so Gary Peeling. Seit mehr als einem Jahrzehnt heißt es, die Personalisierung werde ein wichtiger Faktor für die Entwicklung des Digitaldrucks sein. Vielleicht beweist der Auftrag von Precision Printing, dass elegante Personalisierung in der Tat wichtiger sein kann, als ständig die niedrigsten Stückkosten anzustreben.

➤ www.iggesund.com

Print begeistert!

DER FROMM WORKSHOP 2014

Am 8. Mai bewiesen vier hochkarätige Experten auf dem vom Druckhaus Fromm organisierten Workshop, dass gedruckte Informationen noch längst nicht out sind. Im Gegenteil: Richtig eingesetzt, faszinierend veredelt oder cross-medial integriert, bleibt Print die nachhaltige Basis für Marken- und Produkt-Kommunikation. Unter dem Motto »Print begeistert!« referierten der Medienproduktions-Rüdiger Maaß, der Geschäftsführer



Beim Betriebsrundgang konnten die Workshop-Teilnehmer einen Blick hinter die Kulissen werfen.

der Achilles Gruppe, Thorsten Drews, der Business Development Manager von Adobe Deutschland, Ingo Eichel sowie der Marken-Manager Enzo Prisco über aktuelle Entwicklungen in der Branche. Die rund 100 Workshop-Teilnehmer erlebten nicht nur das Medium Print von seiner modernsten Seite, sondern wurden auch bestens unterhalten.

Das Motto des Workshops hat sich also voll und ganz bestätigt: Print begeistert!

➤ www.druckhaus-fromm.de

KURZ & BÜNDIG

HP hat die Software **Sai FlexiPrint** zum RIP für die neuen Latexdrucksysteme HP 310 und HP 330 ausgewählt. • Das belgische Druckunternehmen **Vprint** hat einen Vertrag über die Aufrüstung ihrer drei Goss M600 Heatset-Druckmaschinen mit Automatisierungslösungen von **Q.I. Press Controls** unterzeichnet. • Die **Papiertechnische Stiftung (PTS)** bescheinigt der neuen **HP Officejet Enterprise-Serie** die Dokumentenechtheit. Dieses Zertifikat bestätigt, dass Notariate, Ministerien und Behörden mit den neuen HP Officejet-Druckern dokumentenecht drucken können. • **Saint-Paul Innovations and Digital Solutions** ist das Zentrum für Digitaldruck und Innovationsprojekte der **Imprimerie Saint-Paul SA** in Fribourg. Auf die Investition in neue Digitaldruckkapazität folgte kürzlich der Ersatz eines Hotmelt-Klebebinders durch einen Eurobind 600 PUR von **Heidelberg**. • **Efi** hat zur Markteinführung der neuen Druckmaschinen **Canon imagePress C800** und **C700** zwei **Fieri DFE- (Digital Frontend)** auf den Markt gebracht. • **ColomPac** von **Dinkhauser Kartonagen** wird ab sofort klimaneutral hergestellt. Unterstützt wird das Tiroler Verpackungsunternehmen von **ClimatePartner**. • **Sappi Fine Paper Europe** hat die Papiersorten **Algro Guard M** und **Leine Guard M** mit Mineralölbarriere auf den Markt gebracht. Die recycelbaren Verpackungsmaterialien verhindern, dass Mineralölrückstände aus Verpackungen, die aus recyceltem Papier hergestellt wurden, in Lebensmittel übergehen.



LARGE FORMAT

Drucker, Medien und Zubehör

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

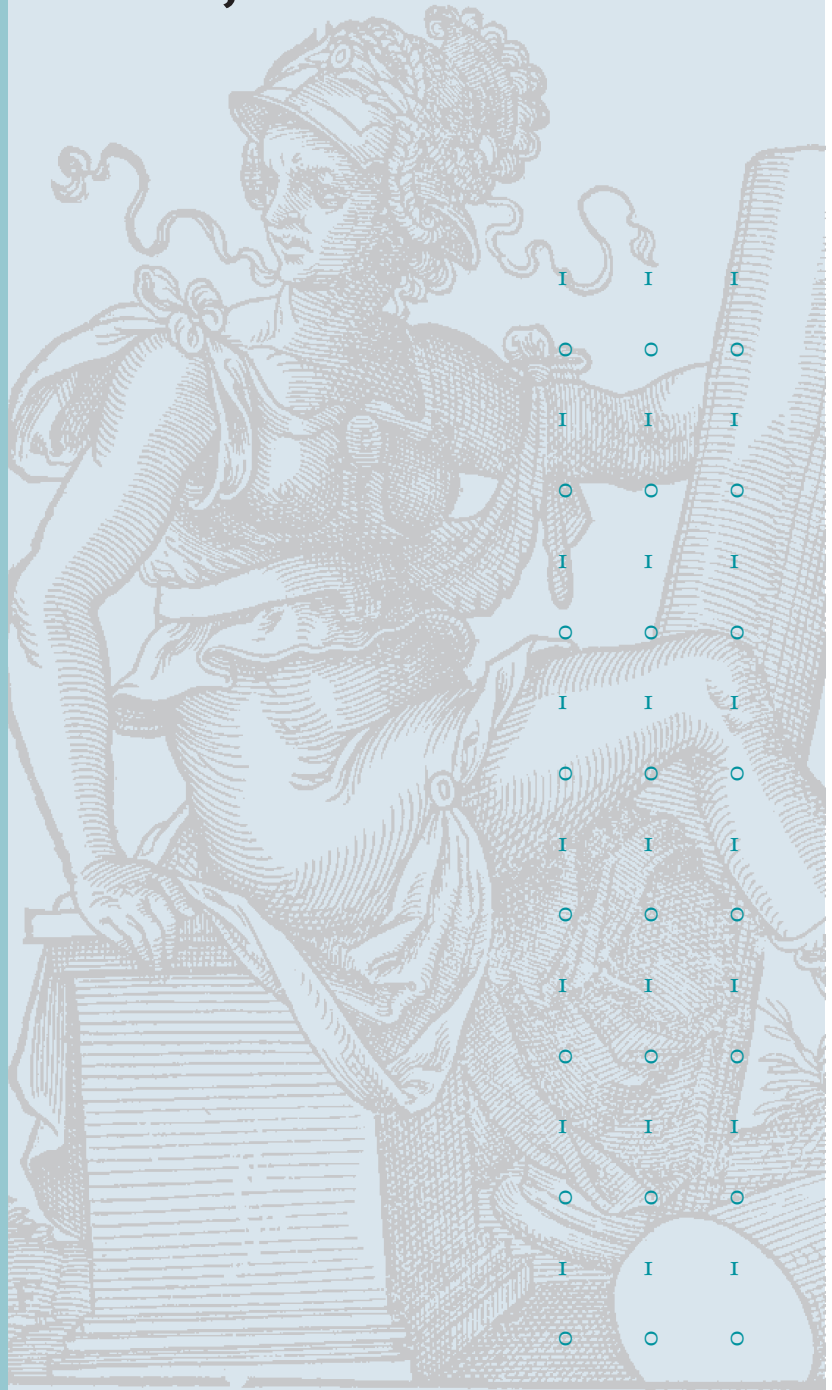
Dies soll der Investitionskompass ›Large Format Printing‹ ändern. In der Broschüre werden die Techniken noch einmal grundlegend erläutert und von verschiedenen Seiten beleuchtet. Dabei werden die Drucktechniken beschrieben, Begrifflichkeiten geklärt, Druckköpfe und deren Auflösungen zueinander in Relation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

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

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



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



DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Grafische Systeme

FOCUS DFLEX MIT NEUEN DRUCKKÖPFEN

Die Digitaldrucklösung Focus dFlex für die Etikettenherstellung ist eine All-in-One-Lösung von der Blanko-Rolle zum fertigen Etikett, vollfarbig digital gedruckt, mit Schmuckfarbe, Lack oder Kaltfolie veredelt, gestanzt, auf Rollen gewickelt oder als Blattware geschnitten. Zum Einsatz kommen Inkjet-Druckköpfe von Konica Minolta. Der jetzt neue Druckkopf erlaubt eine wesentlich höhere Druckqualität. Grund dafür ist das Drop-on-Demand-Prinzip mit unterschiedlichen Tropfengrößen. Es stehen sieben Greyscale-Stufen für eine Auflösung von 360 dpi zur Verfügung und die Mindesttropfengröße beträgt 6 Picoliter. Die dFlex 330 kann mit bis zu 5 Druckköpfen nebeneinander für eine Druckbreite von 330 mm ausgestattet werden, die maximale Geschwindigkeit wird mit dem KM1024si mit 40 m/Min. angegeben. Neben den Skalenfarben steht auch Weiß zur Verfügung. Dies gilt auch für die kostengünstigere Ausstattung für nicht ganz so anspruchsvolle Druckaufträge mit den KM1024 oder KM1024i Köpfen. Damit werden 360 dpi bei 27 m/Min. beziehungsweise 60 m/Min. erreicht.

Genauso flexibel wie das Angebot im digitalen Bereich sind die Ausstattungsmöglichkeiten der Basismaschine. Sie wird in den Bahnbreiten 180, 250 und 330 mm angeboten und verfügt über ein UV-Flexodruckwerk, zwei Stanzwerke, eine Gitteraufwicklung, Längsschneideeinheit und eine oder zwei Aufwicklungen. Das zweite Stanzwerk kann als Querscheider genutzt werden. Auch das Verarbeiten bereits bedruckter Rollen, entweder zum farbigen personalisieren oder auch einfach zum Konfektionieren.

➤ www.grafische-systeme.com

Hefter Systemform GmbH

Neue Generation von Morgana Rill- und Rill-Falzmaschinen

Die Hefter Systemform GmbH ist seit fast 50 Jahren Spezialist für die maschinelle Post-, Mailing- und Druckweiterverarbeitung. Falzmaschinen, Kuvertiersysteme, Rill- und Perforiermaschinen, Schneidemaschinen für Digitaldrucke und Broschürenfertigungssysteme sind Beispiele für das Produktprogramm. Hefter Systemform ist in Deutschland unter anderem exklusiver Ver-



Die neue Rill-Falzkombination Digi-Fold Pro 500 (Abbildung oben) und die neue Rill- und Perforiermaschine AutoCreaser Pro 500 von Morgana verfügen über Großraumfeeder und zwei Rillbalken für das gleichzeitige Rillen von oben und von unten.

triebspartner des schwedischen Herstellers Plockmatic für Broschürenfertigungssysteme und Generalimporteur von Maschinen von Morgana. Der englische Hersteller bietet seit der Ipex 2014 die neue Rill-Falzkombination Digi-Fold Pro 500 und die Rill- und Perforiermaschine AutoCreaser Pro 500.

Ein besonderes Merkmal der Digi-Fold Pro 500 ist nach Informationen von Hefter Systemform der Großraumfeeder, der einen Papierstapel bis zu 500 mm Höhe aufnehmen kann. Die Zuführung erfolgt über einen Saugluftabzug und einem modifizierten »PosiFeed-Anleger«, der eine exakte Positionierung der einzelnen Bogen garantiert. Mit den dualen Rillbalken sind jetzt weitere Verarbeitungsvariationen möglich: zum Beispiel das gleichzeitige Rillen von oben und von unten. Insgesamt wurde das komplette System nach Herstellerangaben leiser und verbraucht zusätzlich weniger Energie.

Mit dem gleichen Großraumfeeder wurde auch der AutoCreaser Pro 500 ausgestattet. Die Maschine verfügt ebenfalls über zwei Rillbalken für Rillungen von oben und von unten. Der AutoCreaser Pro 500 kann optional auch noch mit einem Kit für Querperforationen ausgerüstet werden. Zusammen mit dem standardmäßigen Längsperforierrad ergeben sich weitere Einsatzmöglichkeiten, wenn teilweise querperforiert werden soll. Damit können nach Informationen von Hefter Systemform zum Beispiel auch heraus-trennbare Gutscheine und Antwortkarten, Abreißetiketten oder Eintrittstickets in einem Arbeitsgang hergestellt werden. Auch Perforierungen in »T-Form« seien möglich. Das Querperforierwerkzeug gibt es in verschiedenen Abmessungen und Perforationsstärken. Der AutoCreaser Pro 500 soll bis zu 8.500 Bogen/h bearbeiten können. Beide neuen Systeme sind damit für größere Arbeitsvolumen gerüstet und werden voraussichtlich ab September 2014 lieferbar sein.

➤ www.hefter-systemform.com

Papyrus inn

PAPYRUS DEUTSCHLAND ERZIELT BESUCHERREKORD

Mit einer erneuten Steigerung der Teilnehmerzahl endete am 8. Mai das in diesem Jahr erste »Papyrus inn«. Über 270 Gäste blickten auf rund fünf Stunden Infotainment zurück. Am Papyrus-Standort nahe München (Kirchheim-Heimstetten) versorgten Referenten die Besucher mit Informationen zum Veranstaltungsthema »Edel beeindrucken – haptisch kommunizieren«. Wie haptische Kommunikation im wahrsten Sinne des Wortes über die



Haut unter die Haut geht, zeigte Alfred König von König Konzept. Dass Print »gepimpt« so richtig »rockt«, bewies Ali J. Bazooband von Achilles Präsentationsprodukte. Welche Trends und Ideen aus ihrer Erfahrung in der Praxis Erfolg versprechen, verrieten die Teilnehmer der Podiumsdiskussion Matthias Hauer (Typographische Gesellschaft München), Daniel Wittke (KMS Team) und Karl-Heinz Stockbauer (Seismografics JK). Besonders guten Anklang beim Publikum fand auch der Aktionsstand »Historisches Drucken«. Für das Thema »haptische Wahrnehmung« sensibilisierten unterschiedliche Haptikboxen, ausgestattet mit Materialien wie Heu, Steinen, Holz und Watte, die Teilnehmer. Ob historisch oder modern, das zeitlose Medium Papier beeindruckte den ganzen Abend hindurch.

Die nächste »Papyrus inn« folgt im September am Papyrus Deutschland Hauptstandort in Ettlingen.

➤ www.papyrus.com/de/inn

Wissen, wo es lang geht.

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Größerer Farbraum mit Mehrfarbensystem

Für die Markenbildung ist Farbe eine elementare Größe. Deshalb legen Markenartikler beim Design großen Wert auf eine definierte Farbwiedergabe und einen großen Farbumfang. Systeme wie Hexachrome, Spotless, ederMCS, FMsix etc. mit erweitertem Farbraum wurden dafür entwickelt. Jetzt kommt das lizenzfreie MP-Farbsystem dazu.

Text und Bilder: Zeller + Gmelin

Mehrfarbensysteme setzen in der Regel neben den vier Prozessfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz zwei oder drei zusätzliche Farben wie Orange, Grün und Violett ein und erfordern meist Anpassungen in der Farbseparation.

Jetzt hat eine Gruppe von Unternehmen aus der Flexodruckindustrie das MP-Mehrfarbensystem präsentiert, das auf den Schmalbahndruck ausgerichtet ist und von Druckereien lizenzfrei eingesetzt werden kann. Zur Realisierung haben sich der Rasterwalzenhersteller Apex Europe B.V., Niederlande, das Reprounternehmen Athena Graphics NV, Belgien, der Druckmaschinenhersteller MPS Systems B.V., Niederlande, und der Druckfarbenhersteller Zeller+Gmelin GmbH & Co. KG, Deutschland, zusammengefunden.

Die Partner haben im Vorfeld der letztjährigen Labelexpo gemeinsam das fiktive Produkt ›Fruit Berry‹ entwickelt. Bei den vier dafür gestalteten Etiketten wurde die Farbbarkeit bewusst so gewählt, dass sie nach einem Einsatz von Sonderfarben verlangen. Mit Hilfe des neuen Siebenfarben-MP-Systems wurden die Etiketten in einem Durchgang im UV-Flexodruck mit einem Plattensatz gedruckt.

Die Druckmuster auf Fasson-Material belegten, dass sich die kritischen Farbtöne damit auch ohne Verwendung von Sonderfarben erzielen lassen. Die Farbwiedergabe ist der üblichen Produktionsweise mit Sonderfarben ebenbürtig, was der Ver-



Das Siebenfarben-MP-System ermöglicht den Wechsel zwischen konventionellen und digitalen Druckverfahren ohne erkennbare Unterschiede in Sachen Qualität oder Farbton.

gleichsdrucks der Etiketten im 4c-Druck und mit einer Sonderfarbe pro Motiv zeigte. Für die herkömmliche Herstellung der Etiketten waren allerdings vier separate Druckproduktionen erforderlich, bei denen jeweils eine individuelle Sonderfarbe aus dem Pantone Matching System (PMS) zum Einsatz kam.

Kompatibel mit Tonerdruck

Gleichzeitig bietet das Siebenfarben-System aufgrund seiner Kompatibilität mit dem Digitaldruck einen weiteren Vorteil. Dies wurde durch eine Anpassung des MP-Systems an die Tonerfarben der im Markt gängigen Digitaldrucksysteme erreicht. Dazu hat der Druckfarbenhersteller Zeller+Gmelin eigens eine Farbserie auf Basis der Uvaflex-Reihe entwickelt, deren Einzelfarben exakt auf die Prozessfarben, Orange, Grün und Violett des Digitaldrucks abge-

stimmt wurden. Die Farben nutzen als Grundlage das monopigmentierte Mischsystem von Zeller+Gmelin, das reine Farben ermöglicht. Sie sind außerdem auch als Low-Migration-Variante verfügbar.

Mit dem neuen Siebenfarben-MP-System können Druckereien bei steigender Auflage spontan vom Digitaldruck in den UV-Flexo- oder UV-Offsetdruck wechseln und so die Vorteile der konventionellen Druckverfahren hinsichtlich Wirtschaftlichkeit und Farbstabilität bei größeren Auftragsvolumen nutzen. Voraussetzung ist die Standardisierung einzelner Prozessparameter.

Da mit Hilfe der drei zusätzlichen Farben individuelle Pantone-Farbtöne bereits während der Reproarbeiten gemischt werden können, entfällt der Einsatz von Sonderfarben einschließlich der damit verbundenen Arbeiten für den Farb- und Rasterwalzenwechsel. Neben der Zeit-

ersparnis wird auch der Verbrauch von Reinigungschemikalien und die Menge der Restfarben reduziert.

Aufeinander abgestimmte Produktionsparameter

Neben den UV-Flexodruckfarben sind noch weitere Parameter in der Prozesskette zu standardisieren, um im Produktionsalltag die genaue Farbwiedergabe zu gewährleisten. Hier kommen die Projektpartner aus den Bereichen Druckvorstufe beziehungsweise Repro sowie Maschinenteknik und Rasterwalzen ins Spiel. Die Firma Athena steuerte das Design der Etiketten sowie die Farbseparation bei. Die Produktion erfolgte auf einer Flexodruckmaschine vom Typ MPS EF 410 bei einer Geschwindigkeit von 120 m/Min. Abgerundet wird das Quartett durch Rasterwalzen, die bei dieser Druckleistung eine akkurate und konstante Farbübertragungsmenge sicherstellen. Für die Druckmuster wurden Rasterwalzen von Apex verwendet. Bei den vier Prozessfarben waren es Rasterwalzen mit einer Feinheit von 405 L/cm und einem Schöpfvolumen zwischen 3,5 und 4,5 cm³/m², bei den Zusatzfarben (OGV) 265 L/cm und 5,0 cm³/m².

› www.zeller-gmelin.de

25 JAHRE COLOR COPY Mondi feiert mit seiner Marke Color Copy 25 Jahre. Das Papier wurde 1989 als erstes Papier speziell für den Einsatz in Farblaserdruckern und -kopierern konzipiert. Von führenden Geräteherstellern empfohlen, bietet Color Copy Anwendern eine hohe Weiße, brillante Farbwiedergabe, Lichtechtheit und Glätte sowie Druckqualität, teilt der Papierhersteller mit. Auch in Sachen Nachhaltigkeit sei Color Copy ein Vorbild: Es sei das erste FSC-zertifizierte Farblaserpapier gewesen und ist seit 2010 CO₂-neutral erhältlich. Zum 25-jährigen Color Copy



Jubiläum hat Mondi das Papier-Ries in Schokolade prägen lassen und in einer Geschenkbox (produziert aus dem aktuellen YBBS premium white board) verpackt. > www.mondigroup.com

CLOUD-BASIERTE FARBPROFILIERUNG CGS Publishing Technologies und Canon Solutions America haben auf Basis der Softwaretechnologien von CGS Oris zur Stabilisierung und Zertifizierung von Digitaldrucksystemen gemeinsam die neue Colorlynx-Technologie entwickelt, die eine konstante, vorhersehbare und wiederholbare Ausgabequalität ermöglichen soll. Farbgenauigkeit und Druckstabilität in der Graubalance sei durch den Einsatz der Oris Rechenalgorithmen erreicht worden, die die individuellen Farbprofile erzeugen, so CGS. Durch die Integration in das DFE der Drucksysteme sollen alle imagePress-Digitaldruckmaschinen an einem oder mehreren Standorten stabil, verlässlich und wiederholgenau drucken. > www.cgs-oris.com

KLEBEBANDSPENDER Seit Kurzem hat Sprintis den elektronischen Klebebandspender A1000 im Sortiment. Bislang hatte das Unternehmen nur Modelle für die manuelle Konfektionierung im Angebot. Mit ihm ist es möglich, Bandbreiten von 6 bis 60 mm zu verarbeiten. Zudem ist er für die verschiedensten Arten von Klebeband wie das High-Performance Tape oder das Fälzband von Sprintis, geeignet. Die Länge der Bandabschnitte ist zwischen 5 und 999 mm einstellbar. Das häufige Wechseln der Klebebandrollen entfällt, da die gehärteten Messerklingen zwei Klebebänder gleichzeitig schneiden können. > www.sprintis.de



KLIMANEUTRALER DRUCK BEI SAXOPRINT Kunden der Online-Druckerei Saxoprint können ihre Druck-Erzeugnisse jetzt klimaneutral produzieren lassen. In Zusammenarbeit mit ClimatePartner steht der neue Service in den Online-Shops von Saxoprint in sechs Ländern zur Verfügung. »Mit klimaneutral gedruckten Broschüren, Flyern und Werbemitteln können Unternehmen einen sichtbaren Beitrag zum Klimaschutz leisten und die eigene CO₂-Bilanz verbessern«, sagt Daniel Ackermann, Geschäftsführer von Saxoprint. »Wir bieten die Option direkt im Bestellvorgang an – also ohne großen Mehraufwand für unsere Kunden.« Auf der Kalkulationsseite jedes Produktes kann man sich für den klimaneutralen Druck mit CO₂-Ausgleich entscheiden, um die bei der Produktion verursachten Emissionen auszugleichen. Dabei entstehen Zusatzkosten von etwa zwei Prozent des Auftragswertes. > www.saxoprint.de

**Binderhaus
NUTMASCHINENPROGRAMM
ERWEITERT**

Binderhaus erweitert sein Sortiment um die automatische Nut- und Perforationsmaschine R36. Sie wurde speziell für die Anforderungen in Digitaldruck und Copyshop entwickelt und verhindert das Aufplatzen des Papiers beim Falzen. Mit 36 cm Breite bewältigt sie die Bogenformate der meisten Digitaldrucksysteme. Die R36 nutet und rillt Digitaldruck von 80 bis 400 g/m² mit bis zu 6.000 Bogen/Stunde, gemessen bei



Die R36 Digitaldruck-Nutmaschine verhindert das Aufplatzen beim Falzen für Formate bis 36 x 65 cm.

A4 Querformat mit 1 Rille. Als Option gibt es weitere Werkzeuge zum Nuten in verschiedenen Breiten, Perforieren und Mikroperforieren sowie eine Tischverlängerung. Die Bogenvereinzelnung geschieht per Saug-Blas-Anleger. Wiederholaufträge lassen sich auf 20 Speicherplätzen à 20 Positionen pro Bogen hinterlegen. Die Positioniergenauigkeit beträgt 0,1 mm. Betriebsbereit belegt die R36 nur 140 x 65 cm Stellfläche, ohne Auslage verkürzt die Länge sich auf 100 cm. Die Maschine steht auf Rollen und lässt sich mühelos von Hand an einen anderen Standort schieben. Damit das Aufplatzen von Digitaldruck beim Falzen verhindert wird, arbeitet die R36 Nutmaschine nach dem Prinzip der Balkenrillung. Hierbei verdichtet ein Rillmesser den Bogen mit maximalem Druck in eine Nut. Weil die Papierfasern verdichtet werden, und nicht gedehnt wie bei rotativen Nutwerkzeugen, ist die Nutqualität überlegen, und die Nut ist deutlich ausgeprägter. > www.binderhaus.com

**diedruckerei.de
HP INDIGO 10000 DIGITAL
PRESS INSTALLIERT**

Die Onlinedruckerei diedruckerei.de gehört zu den ersten Online-Druckdienstleistern in Europa, die mit einer HP Indigo 10000 Druckaufträge für Flyer, Briefpapier, Plakate und Visitenkarten produzieren. Die neuen Anwendungen im Digitaldruck werden durch den Aufbau einer in sich geschlossenen neuen Druck-, Schneide- und Versandstation optimal in den Workflow der Produktion eingebunden. Die Investitionssumme für die neu geschaffene Produktionslinie beträgt rund zwei Millionen Euro. Herzstück ist die Bogendruckmaschine HP Indigo 10000 Digital Press, auf der seit Mai 2014 Papiere mit einer maximalen Bogengröße von 75 x 53 cm bedruckt werden.

»Wir sind die erste Onlinedruckerei in Deutschland, die Produkte bis zum Format DIN A2 im Digitaldruck mit den Qualitätsmerkmalen des klassischen Offsetdrucks anbieten kann«, erklärt Heiko Wiederer, Produktmanager der Onlineprinters GmbH. Vielfältige neue Druckanwendungen sind mit der digitalen Bogendruckmaschine HP Indigo 10000 jetzt möglich. Flexibilität bei der Verwirklichung von Kundenwünschen, hohe Produktions- und Liefergeschwindigkeit sowie die Erfüllung der zunehmenden Nachfrage nach Kleinauflagen zu wirtschaftlichen Preisen sind nur durch laufende Investitionen in neueste Druckmaschinen und effiziente Produktionstechniken möglich. »Die neue Indigo 10000 bietet uns Kapazität für über zwei Millionen Bogen Druckvolumen im Monat. Damit werden wir eine Non-stop-Druckproduktion in der Onlinedruckerei realisieren, die für unser starkes Wachstum in Europa die nötige Flexibilität und Schnelligkeit bietet«, freut sich Wiederer. > www.diedruckerei.de

SOFTWARE *Best design, layout and editing solution:* APPSOFT TECHNOLOGIES Xeditor • *Best special application solution:* RICOH Clickable Paper • *Best RIP solution:* COLORGATE Productionserver 8 • *Best workflow management solution:* AGFA Asanti • *Best web to print solution:* EFI Digital StoreFront 7.0 **PRINT SUPPORT TOOLS AND TECHNOLOGIES** *Best print support tool:* LACUNASOLUTIONS Smart Lightning System **WIDE FORMAT PRINTERS** *Best wide format roll to roll printer up to 1,6 meter:* Xerox Wide Format IJP 2000 • *Best super wide format roll to roll printer 3 meter +:* DURST Rho 512R • *Best flatbed/hybrid printer up to 200 K Euro:* MIMAKI JFX200-2513 • *Best flatbed/hybrid printer above 200 K Euro:* AGFA Jeti Titan HS • *Best high volume production class flatbed/hybrid printer:* HP Scitex FB10000 • *Best textile roll to roll printer:* HOLLANDERS Color-Booster DS • *Best direct garment textile printer:* EPSON SureColor SC-F2000 DTG **COMMERCIAL PRINT SYSTEMS** *Best cut sheet colour printer light production:* KONICA MINOLTA bizhub PRESS C1070 • *Best cut sheet colour printer high production:* XEROX iGen 150 Press **INDUSTRIAL AND SPECIAL PRINTING** *Best label printing solution:* SCREEN TruePress Jet L350UV digital label press • *Best industrial printing solution:* EFI Cretaprint C3 • *Best multi purpose object printer:* MIMAKI Kebab Option **FINISHING** *Best commercial printing finishing system:* THEMEDIAHOUSE motioncutter • *Best large format finishing system:* ESKO Kongsberg C **INK/TONER TECHNOLOGIES** *Best new ink technology:* HP 881 Latex • *Best environmental ink technology:* AGFA Altamira Pack LM • **SUBSTRATES** *Best self adhesive substrate for print:* HEXIS HX190WG2 digital printing vinyl • *Best non adhesive roll media:* EPSON Japanese Kozo Paper Thin • *Best self adhesive substrate non print:* HEXIS HFLEX100P • *Best rigid substrate:* 3A COMPOSITES KAPAtch • *Best textile substrate:* DHJ INTERNATIONAL DecoprintPearl • *Best digital special effect:* SWISSQPRINT 3D Moiré Effect

GLÜCKWUNSCH!

Während der Fespa Digital 2014 in München feierte die European Digital Press Association (EDP), der Zusammenschluss der 20 führenden europäischen Fachzeitschriften für digitale Produktion, die Gewinner des achten EDP-Awards. Mehr als 120 Hersteller hatten ihre neuesten Entwicklungen eingereicht. Schließlich wurden 28 Produkte mit einem EDP-Award als die jeweils besten in ihrer Kategorie ausgezeichnet. Herzlichen Glückwunsch! Mit den EDP Awards werden jährlich die besten Lösungen und Produkte aus den Bereichen Software, Digitaldruckmaschinen, Peripherie, Finishing, Veredelung, Tinten und Druckmaterialien ausgezeichnet. Die begehrten EDP Awards unterstützen die Anwender bei ihren Kaufentscheidungen und vermitteln den Herstellern eine Wertsteigerung ihrer Produkte.

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

DRUCKMARKT ist Mitglied der European Digital Press Association.
Printmediamagazin



www.edp-net.org

**Fedrigoni
DREI NEUE BÜTTENPAPIERE
IM SORTIMENT**

Das Fedrigoni-Sortiment wurde um die drei Maschinen-Büttenpapiere Rosaspina (mit 60% Baumwollanteil), Tiepolo und Artistico (jeweils aus 100% Baumwollhadern) erweitert. Durch die Baumwolle sind die Papiere besonders voluminös und weich, und eignen sich hervorragend zum Prägen oder für den Buchdruck (Letterpress). Alle drei Qualitäten werden mit einer Kombination aus Maschine und Handwerk hergestellt. Die Papiere wer-



den auf einer langsamen Rundsiebmaschine gefertigt und besitzen dadurch einen unregelmäßigen, ausgedünnten Rand (an zwei Seiten), ähnlich dem Rand, der beim Handschöpfen entsteht. Der Herstellungsprozess ist so langsam, dass sich die Papierfasern optimal verbinden können. Es werden nur besonders edle Rohstoffe und Zusätze verwendet. So entsteht ein hochwertiges, haltbares Papier, das sich kaum von klassischem Büttenpapier unterscheidet. Alle drei Sorten sind an den Rändern mit Wasserzeichen versehen. Passende Kuverts bietet die Kollektion ›Century‹.

› www.fedrigoni.de

**Konica Minolta
DREI NEUE BIZHUB PRO/PRESS
C1060 SYSTEME**

Vom Einstiegs- bis Großvolumen im digitalen Druckbusiness sollen die drei neuen Systeme bizhub Pro C1060L, bizhub Pro C1060 sowie bizhub Press C1060 das Spektrum abdecken.

Der bizhub Pro C1060 ist für Einsteiger im Digitaldruck konzipiert. Er ist mit Finishing-Optionen auf Einstiegslevel und einem modularen Konzept ausgestattet. Steigt das Druckvolumen, kann das System nach Angaben von Konica



Minolta durch erweiterte Papiereingabemöglichkeiten sowie Verarbeitungsoptionen aufgerüstet werden. Noch unter dem bizhub Pro C1060 ist die Variante C1060L angesiedelt. Die L-Variante ist hinsichtlich bestimmter Ausstattungsmerkmale im Vergleich zum bizhub Pro C1060 eingeschränkt.

Für kommerzielle Druckereien und Hausdruckereien mit hohem Druckvolumen empfiehlt Konica Minolta den bizhub Press C1060. Er bietet modulare Verarbeitungsoptionen, Farbstabilität und Passergenauigkeit. Die neuen Farbdrucksysteme mit 60 Seiten/Min. runden das Portfolio nach unten ab.

› www.konicaminolta.de/business

**Mark Andy Europe
VERTRIEBSPARTNER
UMFASSEND GESCHULT**

Zum 1. April erhielt Mark Andy Europe mit Sitz in der Schweiz aufgrund des eingeschlagenen Wachstumskurses Unterstützung von zwei etablierten Partnern in der Druckindustrie. Für Baden-Württemberg, Bayern, Schweiz und Österreich zeigt sich PrintConcept Grafische Maschinen aus Kohlberg verantwortlich, für die restlichen Bundesländer GraphicTeam aus Frankfurt. Anfangs Mai fand daher ein umfassendes Training für die beiden neu-



Von links: Phil Baldwin (Mark Andy UK), Timo Donati (Mark Andy AG Schweiz), Jürgen Welle (PrintConcept Grafische Maschinen), Peter Reiter (GraphicTeam), Markus Pieper, Roland Beck (beide PrintConcept Grafische Maschinen) und Florin Stroe (Mark Andy UK).

en Vertriebspartner im Demo-Center in Macclesfield in der Nähe von Manchester statt. Das 3-tägige Intensiv-Training beinhaltete sowohl Informationen bezüglich der Performance-Serie von Mark Andy wie auch über das Rotoflex-Programm.

› www.printconcept-gm.de

› www.graphic-team.eu

**Ausgezeichnetes Produktdesign
RED DOT AWARD FÜR BIZHUB-
SERIEN C554E UND C3850**

Für ihr überzeugendes Produktdesign erhalten die Konica Minolta MFP-Serien bizhub C554e und bizhub C3850 das international anerkannte Qualitätssiegel Red Dot Award in der Kategorie ›Computer und Informationstechnik‹.

›Bei der Entwicklung unserer Multifunktionssysteme verbinden wir Funktionalität und Design zu einer harmonischen Einheit. Die Prämierung mit dem Red Dot Award 2014 zeigt, dass dieser Ansatz erfolgreich ist«, sagt Helge Dolgener, Team Manager Office Products bei Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH.

Konica Minolta erfüllte mit insgesamt fünf Systemen der neuen A3- und zwei der aktuellen A4-MFP-Farbserie Top-Standards in den Kriterien Innovationsgrad, Funktionalität, formale Qualität, Ergonomie, Lebensdauer, symbolische und emotionale Aussagekraft, Produkt-Peripherie, Selbsterklärungs-Standard sowie ökologische Verträglichkeit. Insgesamt wurden mit dem Red Dot Award 2014 die bizhub-Modelle C554e, C454e, C364e, C284e, C224e sowie C3850 und C3350 ausgezeichnet.

› www.konicaminolta.de

KURZ & BÜNDIG

Canon hat mit dem **Volkswagen**-Konzern einen weltweiten Servicevertrag über multifunktionale Office-Systeme und Services abgeschlossen und wird für die kommenden Jahre der globale Partner für Managed Print Services sein. • **Utax** steigt ins High Speed A4-Segment ein und bringt sechs neue monochrome MFP-Drucker im A4-Hochgeschwindigkeitssegment auf den Markt. Die Produktfamilie bietet Leistungen bis zu 40, 50 oder 60 Seiten/Minute. • **Ruggieri Grafiche** in Modena hat eine Rapida 106 mit elf Druck- und Veredelungswerken bei **KBA** bestellt, die im Herbst in einem neuen Firmengebäude installiert werden soll. • Mit dem transparenten Application Tape von **3M** wird das Verkleben von Schriften und Grafiken einfacher, da sie sich mit Scotchcal Prespacing Tape 101 einfacher positionieren lassen. • **Efi** hat seine neueste Fiery-Plattform für digitale Bogendrucksysteme auf den Markt gebracht. Das digitale Frontend-System Fiery F5150 Pro DFE-System bietet eine schnellere Verarbeitung, hohe Bildqualität und Integration in MI-/ERP-Systeme und automatisierten Workflows. • Die **One Technologies GmbH**, RGF-Partner und Anbieter von IT-Zubehör, stellt mit ›One Proof 51 Paper Satin‹ die ersten Proofpapiere vor, die dem Proofstandard entsprechen und bereits die Beta-Referenz zur Fogra 51 erfüllen. • Peppige Neon-Ordner oder Hebelordner mit Griffloch und Leinenprägung sind ab sofort im neuen Onlineshop von **Berberich** (www.ringbuchordner.com) erhältlich.

13,5 Millionen Bogen aus dem Stand

978 Druckjobs, über 300 Aufträge pro Monat und im Schnitt 15 Jobs pro Tag sind eine beachtliche Bilanz für das erste Einsatzquartal der neuen Siebenfarben-Rapida 106 mit Doppellack-Ausstattung bei der Cartonic Packaging Group in Emskirchen. Übers gesamte Quartal betrug die Durchschnittsleistung 15.300 Bogen/h.

Text und Bilder: KBA

In der Praxis läuft die Rapida 106 mit 19.000 Bogen/h. Wenn es Sujet und Karton zulassen, wird über längere Zeit auch mit 20.000 Bogen/h produziert.

Einen wesentlichen Beitrag zur Produktivität leisten parallel ablaufende Rüstvorgänge wie automatischer Plattenwechsel mit DriveTronic SPC, simultaner Lackformwechsel sowie automatische Wascheinrichtungen. Hinzu kommen die vollautomatische Farbregelung inklusive PDF-Scanner (DensiTronic PDF) und die Höhersetzung um 90 cm. So lassen sich 1,6 m hohe Stapel mit Nonstop-Logistik verarbeiten. Der Nonstop-Betrieb ist für Bedruckstoffe bis zu 350 g/m² bei voller Leistung möglich.

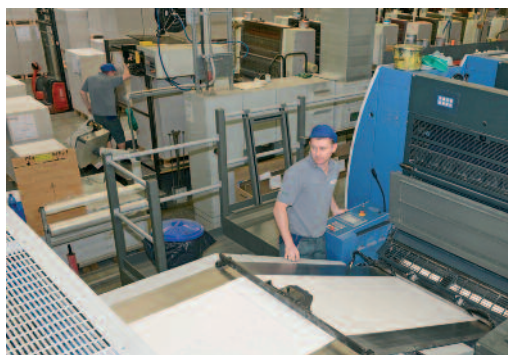
Die Anlaufphase der Rapida 106 beschreibt Cartonic-Geschäftsführer



Fridolin Leis als ausgesprochen kurz. Nach einer muster-gültigen Inbetriebnahme im Dezember 2013 wurden bereits in den ersten Betriebsmonaten die geplanten Ergebnisse erreicht. Die Einrichtzeiten haben sich halbiert, die Produktionsleistung um mehr als 50% erhöht.

Dachmarke Cartonic

Mit dem Faltschachtelfachmann Fridolin Leis für die Technik und Klaus-Dirk Breitbach für Marketing und Vertrieb an der Spitze sollen die Faltschachtelaktivitäten der Weig-Gruppe als größtem privaten Kartonher-



Die Rapida 106 ist der neue Mittelpunkt im Drucksaal von Fürther Kartonagen. Fridolin Leis und Drucker Guido Beck stimmen einen typischen Auftrag für eine Süßwaren-Verpackung ab.



steller Europas unter der Dachmarke Cartonic Packaging Group zusammengefasst werden. Dazu gehören neben Emskirchen drei weitere Werke in Minden, Georgsmarienhütte und Nordhausen. Jeder Standort hat sich spezialisiert: Das Werk in Georgsmarienhütte ist mit Großformattechnik auf die Volumenproduktion ausgerichtet und beliefert das Feinwellenwerk in Nordhausen mit bedrucktem Topliner. Der Standort in Emskirchen ist für die Veredelung zuständig. In Minden steht die Klebung mit versetzten und unterbrochenen Leimspuren im Mittelpunkt. Als ehemalige Melitta-Druckerei produziert das Unternehmen auch heute hauptsächlich für den Kaffeeröster. Falls größere Kapazitäten oder eine höhere Flexibilität benötigt werden, ist auch die Parallelproduktion eines Auftrags in den unterschiedlichen Werken möglich. So bietet Cartonic Flexibilität und Standortnähe und Produktionsspitzen können dabei besser verteilt werden.

Bei der Konfiguration der Maschine wurde auf alles geachtet, was die Druckerei nach vorn bringt. So erlaubt die Anzahl der Farbwerke sowohl den Druck im Hexachrome-System als auch mit Eurokala und ausreichend Sonderfarben. Die beiden Lackwerke ermöglichen Veredelungskombinationen mit konventionellen und UV-Systemen sowie hochwertige Spotlackierungen.

Migrationsarme Produktion

Beim Druck von Lebensmittelverpackungen produziert die Rapida 106 mit wenig Alkohol und migrationsarmen Farben. Bei Verpackungen mit Direktkontakt zum Lebensmittel ist das Thema Migration von besonderer Bedeutung und findet entsprechende Beachtung. Die Cartonic Packaging Gruppe hat beste Voraussetzungen für eine migrationsarme Verpackungsproduktion, da die Weig-Gruppe unter dem Namen UniFood einen Recyclingkarton mit einer anerkannt wirksamen Bar-

riere auf der Kartoninnenseite entwickelt hat. Das Recycling einschließlich der Rohstoffsammlung erfolgt durch Weig selbst, sodass vom Rohstoff bis zum fertigen Karton alle Prozessschritte überwacht werden können.

Zudem werden auch Nonfood-Verpackungen produziert. Wie in Verpackungsbetrieben üblich gibt es ein Kundenlager (3.200 m²) sowie einen kreativen Bereich, wo neue Verpackungen entwickelt werden. Da die grafische Gestaltung in der Regel durch Agenturen erfolgt, handelt es sich im Wesentlichen um Anpassungen und Änderungen.

Die 360 Mitarbeiter der Cartonic Packaging Group verarbeiten heute rund 50.000 Tonnen Karton pro Jahr. Allein in Emskirchen arbeiten rund 90 Mitarbeiter auf einer Produktions- und Lagerfläche von knapp 6.000 m².

➤ www.cartonic-packaging-group.de
➤ www.kba.com

**Erfolgreicher Auftritt
KBA-GRUPPE AUF DER
INTERPACK 2014**

Sehr zufrieden waren die auf der interpack 2014 unter dem Motto »KBA: The Right One« erstmals gemeinsam vertretenen Unternehmen der Koenig & Bauer-Gruppe mit dem Messeverlauf. Viele Besucher aus dem In- und Ausland, die bisher nur mit einzelnen Unternehmen des Druckmaschinenkonzerns zu tun hatten, waren über die Breite des Angebots für den sehr breit gefächerten Verpackungsmarkt erstaunt. Analoge



Erstmals zeigten sechs Gesellschaften der KBA-Gruppe zur interpack 2014 auf dem Stand der KBA-Metronic GmbH gemeinsam ihre individuelle Drucklösungen für den breit gefächerten Verpackungsmarkt.

und digitale Kennzeichnungstechnik von KBA-Metronic, UV-Folien- und Kartendruck von KBA-MePrint, Mehrfarben-Blechdruck von KBA-MetalPrint, Faltschachtel- und Wellpappendruck von KBA Radebeul, digitaler Dekor- und Industriedruck von KBA Würzburg, Druck flexibler Verpackungen von KBA-Flexotecnica und schließlich Glas- und Hohlkörper-Direktdekoratation von KBA-Kammann – die ausgestellten hochwertigen Muster aus den einzelnen Segmenten fanden in der Fachwelt große Beachtung. Mögliche Kombinationslösungen wurden mit den Mitarbeitern der KBA-Gesellschaften diskutiert und viele neue Kontakte mit Repräsentanten der Verpackungsbranche aus aller Welt geknüpft. Der erste gemeinsame Auftritt auf der interpack belebte zudem den Ideenaustausch zwischen den beteiligten KBA-Gesellschaften.

› www.kba.com

**Müller Martini
OPEN HOUSE IM NEUEN PRINT
TECHNOLOGY CENTER**

Müller Martini hatte am zweitägigen Open House in Maulburg zusammen mit Gästen aus aller Welt gleich doppelten Grund zum Feiern: zum einen das 50-Jahr-Jubiläum der Müller Martini Druckmaschinen GmbH, zum andern die Eröffnung des neuen Print Technology Centers. Doppelt informieren konnten sich auch die zahlreichen Besucher. Sie sahen nicht nur die beiden Rollenoffset-Druckmaschinen VSOP 850 und Concepta live im Einsatz, son-



Die Open-House-Besucher konnten sich ein Bild davon machen, wie schnell die Druckformate bei der stufenlos formatvariablen VSOP 850 dank der Sleeve-Technologie ausgewechselt werden können.

dem kamen auch in den Genuss spannender Fachvorträge. »Wir glauben an den Erfolg der Offset-Technologie im Papier- und Foliendruck«, unterstrich Bernd Sauter, Geschäftsführer der Müller Martini Druckmaschinen GmbH, in seiner Grußbotschaft. »Mit der Kombination von Offset-, Flexo-, Tief- und Siebdruck sowie Perforation mit Stanzungen und Lochungen, Auslage für Rolle, Bogen und Falz, Querschneide- und Falzmodule, Registersteuerung, Video-Bahnbeobachtung, UV-Trocknung ermöglicht Müller Martini die vielfältigsten Inline-Verfahren in einer Maschine. Weil wir von Offset überzeugt sind, haben wir auch in unser neues Print Technology Center investiert und bieten auf 900 m² optimale Bedingungen für Kundentests und Schulungen.« Neben den Live-Vorführungen nutzten die Besucher das Open House auch zu vertieften Gesprächen mit den Experten von Müller Martini.

› www.mullermartini.com

**Heidelberger Druckmaschinen
10.000 DRUCKWERK GEHT AN
CONSTANTIA SIM'EDIT**

Vor Kurzem wurde am Standort Wiesloch-Walldorf der Heidelberger Druckmaschinen AG die Urkunde für die Speedmaster XL 106 Maschine mit dem 10.000sten Druckwerk an den französischen Kunden Constantia Sim'Edit übergeben. Die Firma ist eine Etikettendruckerei mit neun Standorten in Europa und Nordamerika. Das 10.000ste Druckwerk ist Bestandteil einer Speedmaster XL 106-Achtfarben mit Lackwerk, die



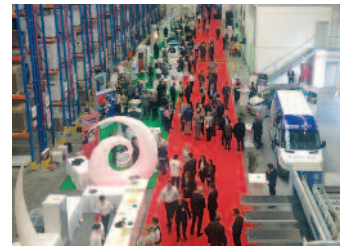
Übergabe der Urkunde an die Geschäftsführung von Constantia Sim'Edit. Von rechts: Stephan Plenz, Vorstand Heidelberg, Véronique Ferry, Leiterin Produktion, Hervé Livadaris, Geschäftsführer und Fabrice Boutier, Standortleiter von Constantia Sim'Edit sowie Markus Höfer, Produktmanagement Heidelberg.

überwiegend Papieretiketten drucken wird. Am Standort Nantes wird bereits mit zwei Speedmaster XL 106 erfolgreich produziert. Zudem wird dort demnächst noch eine weitere Speedmaster XL 106 installiert. Dieser für Constantia Sim'Edit maßgeschneiderte Maschinenpark ermöglicht der Druckerei eine industrielle Produktion, die die Kundenanforderungen hinsichtlich Qualität, Produktivität und Liefertreue ideal erfüllen. Auf der drupa 2004 wurde die Speedmaster XL 105 als eine neue Leistungsklasse für den industriellen Akzidenz-, Etiketten- und Verpackungsdruck vorgestellt. Zur drupa 2012 wurde sie dann zu der neuen Generation Speedmaster XL 106 weiterentwickelt und hat sich fest im Markt etabliert.

› www.heidelberg.com

**Open House Veranstaltung
IGEPA GROSSHANDEL GMBH
IN DIEBURG**

Im Rahmen einer Open House Veranstaltung waren Kunden, Mitarbeiter und ausgewählte Lieferanten in die neue Niederlassung der Igepa Großhandel GmbH nach Dieburg eingeladen. Annähernd 1.000 Besucher erlebten ein eindrucksvolles Programm mit einer Leistungsschaunamhafter Aussteller und buntgemischter Unterhaltung. Kunden konnten sich von der Vielfalt des Angebots überzeugen und vor Ort beraten lassen.



Das neue Gebäude wurde Ende 2013 auf einem ca. 50.000 m² großen Areal bezugsfertig und ist mit einem Hochregallager für 20.000 Palettenstellplätze und einer Option für weitere Lagernutzungsflächen ausgelegt. Zusätzlich stehen Räumlichkeiten zur Vorführung von Aggregaten, Zubehör und Verbrauchsmaterialien zur Verfügung.

Lothar Bauer, Geschäftsführer der Igepa Großhandel GmbH, zeigte sich in der Begrüßungsansprache überzeugt von der Wahl des neuen Standortes und bestmöglichen Voraussetzungen für organisches Wachstum in der Region. Die Sortimentserweiterung mit neuen Produkten und Dienstleistungen soll auch zukünftig zur Erschließung neuer Geschäftsfelder beitragen und damit die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen weiter fördern. Eine besondere Bedeutung im Unternehmenskonzept sei die Nähe zum Kunden, auch hier Sorge der Standort Dieburg für Kontinuität. Den Abschluss der Veranstaltung bildete der Live-Auftritt einer Revival-Showband, die für eine hervorragende Stimmung sorgte.

› www.igepagroup.com

Know-how
aktuell!

WEB-TO-PRINT

Mit Karten der Onliner

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

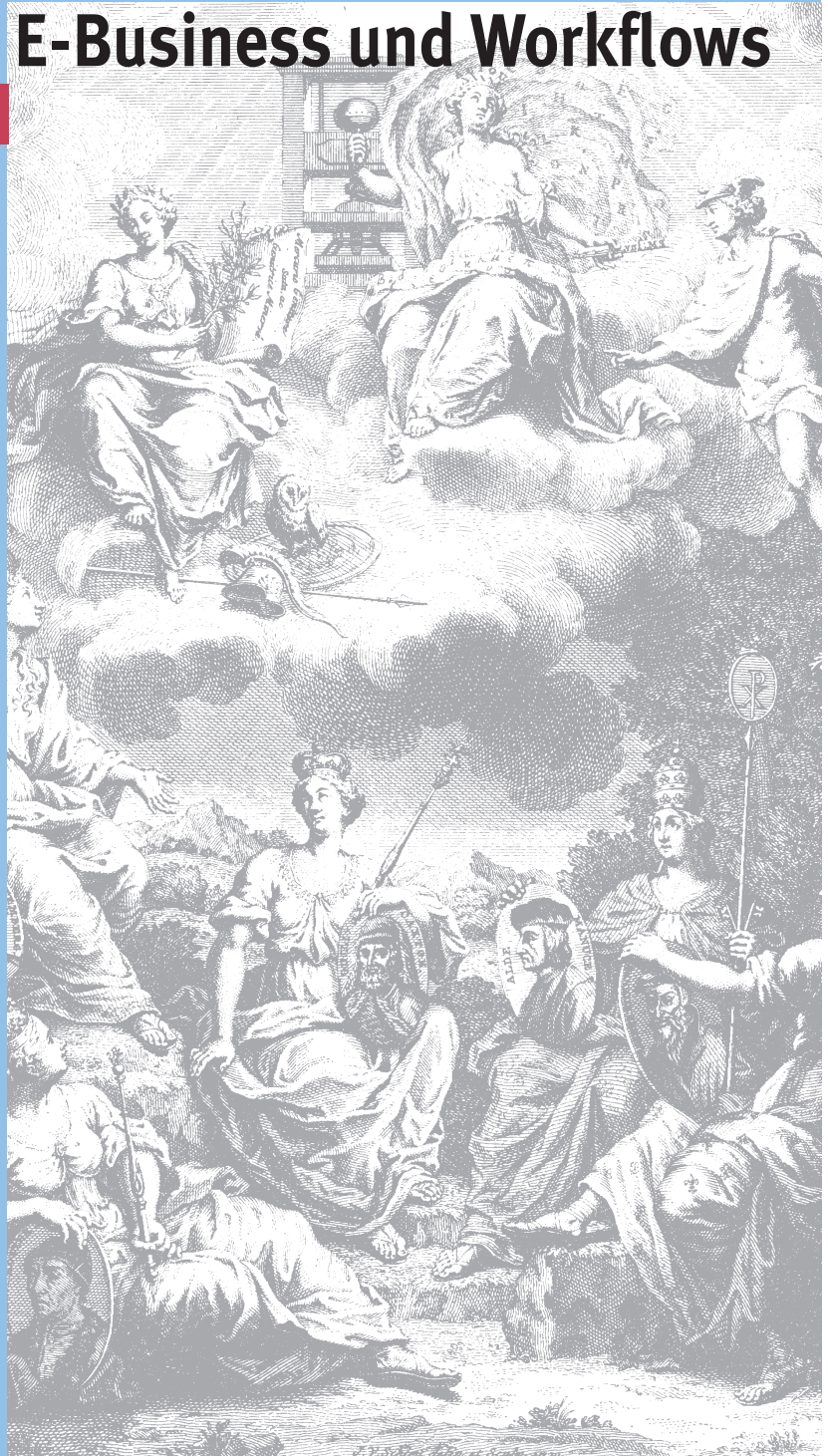


Investitionskompass
Web-to-Print
44 Seiten DIN A4,
davon 7 Seiten Markt-
übersichten sowie Tabel-
len, Artikel, Anwender-
berichte, Glossar und
Anbieterverzeichnis.

15,00 € / 18.00 CHF.

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

E-Business und Workflows



DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

Neues Whitepaper von Henkel BEEINFLUSSBARE FAKTOREN IN BEZUG AUF MIGRATION

Sichere Lebensmittelverpackungen ist ein Thema, mit dem sich Henkel als weltgrößter Klebstoffhersteller intensiv beschäftigt. Auf der Wissensplattform »Food Safe Packaging Portal« informiert Henkel in einem neuen Whitepaper mit dem Titel »Influenceable Factors for Migration« über die Faktoren, die in Sachen Migration beeinflusst werden können. Henkel-Expertin Dr. Monika Tönneßen beschreibt Möglichkeiten, mit denen sich die Lebensmittelsicherheit durch Einflussnahme auf die Migration verbessern lässt. Migration ist bei verpackten Lebensmitteln ein wichtiges Phänomen, das zu Kontamination und somit zu Qualitätsverlust oder sogar Ungenießbarkeit der Ware führen kann. Um derartige Probleme zu vermeiden, ist eine bestmögliche Reduzierung der Migration erforderlich. Verpackungsstruktur, Lagerdauer und Lagerdauer sowie die verwendete Klebstoffmenge können beispielsweise das Migrationsrisiko beeinflussen. Monika Tönneßen gibt in ihrem Whitepaper eine Zusammenfassung und liefert weiterführende Informationen zu relevanten Themen. Interessenten können sich für den Premium-Bereich auf der Internetseite www.henkel.com/foodsafety registrieren und dort Zugang zu den Whitepapers, einem umfassenden Glossar und weiteren Videos zu Klebstoffen für lebensmittelsichere Verpackungen erhalten.
 > www.henkel.de

Druckerei Lokay UMWELTPROFIL MIT KODAK SONORA XP PLATTE OPTIMIERT

Es gibt sie, die Druckbetriebe, bei denen die Idee von einer konsequent nachhaltigen Produktion nicht nur für gut befunden, sondern tagtäglich gelebt wird. Ein Vorreiter auf diesem Gebiet ist die Druckerei Lokay in Reinheim, Hessen. Das Familienunternehmen mit 27 Beschäftigten beliefert Kunden in ganz Deutschland mit Druck-Erzeugnissen, die im Bogenoffset- sowie im Digitaldruck hergestellt werden. Verkaufsliteratur, Werbebroschüren,



Der Einsatz der Sonora XP Platte bei Lokay ist eine folgerichtige Ergänzung des umweltschonenden IPA-freien Offsetdrucks mit mineralölfreien Druckfarben.

Falzprospekte, PoS-Materialien und Bücher sind die bedeutenden Umsatzträger im Fertigungsprogramm. Das von Inhaber Ralf Lokay und Prokurist Thomas Fleckenstein geleitete Unternehmen hat sich in den letzten zehn Jahren ein einzigartiges Renommee als Umweltdruckerei erworben. Im letzten Jahr hat die Druckerei zur erneuten Verbesserung ihrer Umweltleistung einen bedeutenden Meilenstein gesetzt, der unter anderem zur Umstellung von einer herkömmlichen Offsetdruckplatte mit nasschemischer Verarbeitung auf die prozessfreie Kodak Sonora XP Platte führte. Mit einem Investitionsvolumen von 1,5 Mio. Euro wurde ab Sommer 2013 die Erweiterung und energetische Sanierung der Produktionshalle und ab November die energetische Sanierung des Verwaltungsgebäudes umgesetzt. Dadurch werden für die Heizung der Gebäude keine fossilen Energieträger mehr verbraucht.
 > www.kodak.com

Stanzen mit Laser SPARTANICS KOOPERIERT MIT CHROMOS GMBH

Die Chromos GmbH in Friedberg bei Augsburg hat die exklusiven Vertriebsrechte für das US-amerikanische Unternehmen Spartanics im deutschsprachigen Europa übernommen. Der Entscheidung, die Mitte 2013 getroffen wurde, ging eine Evaluation der am Markt verfügbaren Systeme zum Laser-Stanzen voraus. Die 1963 in Rolling Meadows, Illinois, gegründete Firma Spartanics hat sich vor allem auf Stanzsysteme spezialisiert. Das



Laser-Stanzsystem L350 von Spartanics für die Verarbeitung von Rolle auf Rolle.

Unternehmen, das rund 50 Mitarbeiter beschäftigt und einen seiner traditionellen Anwendungsschwerpunkte bei Plastikkarten hat, ist seit einigen Jahren auch im Bereich der Laser-Technologie aktiv. Das Stanzen von Etiketten mittels Laser, welches keine Werkzeuge erfordert und Einrichtzeiten sowie Makulatur minimiert, gewinnt speziell in Verbindung mit dem Digitaldruck zunehmend an Bedeutung. Die von Spartanics angebotene L-Serie ist in Bahnweiten von 210 und 350 mm verfügbar. Es handelt sich um ein modular konzipiertes Offline-System, sodass zusätzlich zum Laser-Stanzen auch Funktionen wie Lackieren, Laminieren, Rotationsstanzen, Gitterabzug, Längsschneiden sowie Inspektion und Aufwickeln integriert werden können. Die Firma Chromos verhandelt derzeit bereits mit zahlreichen Interessenten, sodass mit ersten Inbetriebnahmen im Verlaufe des Jahres 2014 gerechnet wird.
 > www.chromos.de

hubergroup Fachvortrag NEUERUNGEN IM REGELWERK DER PROZESSSTANDARDISIERUNG

Über 100 Teilnehmer informierten sich Mitte Mai beim Druckfarbenhersteller Hostmann-Steinberg in Celle, ein Tochterunternehmen der hubergroup, über die Änderungen in der Prozess-Standardisierung durch die ISO 12647-2:2013. Die Experten Albin Baranauskas (Techkon GmbH) und Michael Müller (IPM GmbH) erläuterten, wie sich die PSO-Weiterentwicklung auswirkt. Die Besucher erfuhren, welche Änderungen für die Vorstufe,

das Proofing und den Druckprozess relevant sind, ob technische Investitionen zum Beispiel in Mess- oder Lichttechnik notwendig sind, wer die neuen Profile zur Verfügung stellt und wie und wo diese zu installieren sind. Erfolgreich gelang es den Referenten, die umfangreiche Prozessanpassung zu beschreiben, außerdem mahnten sie einen zusätzlichen Kommunikationsbedarf zwischen allen Prozessbeteiligten an. Zum Abschluss der Veranstaltung, zu der Hostmann-Steinberg gemeinsam mit der Igepa group eingeladen hatte, besichtigten die Gäste die Qualitätskontrolle und die Produktionsanlagen des Druckfarbenherstellers.
 > www.hubergroup.com

Planatol

Neues Heißklebesystem zwischen EVA und PUR

Die Planatol Adhesive GmbH stößt mit ihrem neuen Klebesystem Planamelt in die Lücke zwischen preisgünstigen Ethylvinylacetat-(EVA)-Hotmelts und Hochqualitäts-Heißleim auf Polyurethan-(PUR)-Basis. Nach fast zwei Jahren Entwicklungszeit sei es gelungen, die im Verpackungsbereich bereits etablierte Lösung an die Anforderungen der

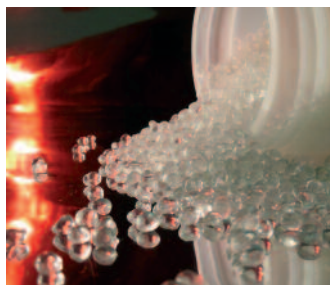
Mit Planamelt schlägt Planatol Adhesive einen dritten Weg zwischen EVA- und PUR-Hotmelts ein. Das System basiert auf sogenannten Metallocenen, die im Verpackungsbe- reich aufgrund ihrer Klebkraft auf schwierigen Oberflächen und Temperaturbeständigkeit etabliert sind. Weitere Vorteile: Beim Verarbeiten zieht Heißleim weder Fäden, noch



grafischen Industrie anzupassen, informiert das Unternehmen.

Die Idee dahinter: Es sollte ein neues Klebesystem gefunden werden, das sich für bestehende Hotmelt-Anlagen eignet, das Binden schwerer Papiere erlaubt und die nötige Flexibilität für variable Auflagen im Digitaldruck mitbringt. Trotz der hohen Qualität sollte das Klebesystem spürbar günstiger sein, als Polyurethan-(PUR)-Hotmelts.

Jetzt präsentierte Planatol mit Planamelt einen nahezu geruchlosen Heißleim, der nach Unternehmensangaben mit Pullwerten bis 13 N/cm zur Verklebung von Papieren mit Grammaturen bis 200 g/m² prädestiniert ist. Dabei sei das als Rücken- und Seitenleim geeignete Klebesystem dank seiner Ölbeständigkeit für stark bedruckte Papiere geeignet. Zudem behalte es auch bei wiederholtem Aufheizen seine Klebeeigenschaften. Laut Hersteller eignet sich Planamelt sowohl zum Düsen- und Walzauftrag und ist im One- oder TwoShot-Verfahren zu verarbeiten.



Die Lieferung des Planamelt-Klebers erfolgt als Granulat in 25 kg Säcken

kann er gelieren oder verkrusten. Zudem kommt er nach Berechnungen von Planatol mit geringeren Auftragsmengen aus als EVA-Hotmelts und erreiche qualitativ gerade bei schweren Papieren nahezu das Niveau hochwertiger PUR-Systeme bei 50% der Prozesskosten.

➤ www.planatol-adhesive.de

DRUCKMARKT impressions

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design



DER DRUCKMARKT FÜR ZWISCHENDURCH

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

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

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

Die nächste Ausgabe »Druckmarkt impressions« erscheint am 2. Juli 2014 mit einem Schwerpunkt auf Digitaldruck und Large Format Printing.

www.druckmarkt.com

**Xerox
NEUES DRUCKSYSTEM XEROX
VERSANT 2100 PRESS**

Xerox hat das neue Drucksystem Versant 2100 Press vorgestellt. Das System druckt bis zu 100 Seiten pro Minute und verbindet nach Angaben von Xerox Geschwindigkeit mit hoher Druckqualität und Automatisierung. Dadurch eigne es sich besonders für ansprechende, personalisierte Mailings, Broschüren, Fotoprodukte und Spezialanwendungen. Das digitale Farbdrucksystem lässt sich in verschiedenste Produktionsumgebungen integrieren und



kann weltweit ab Juli 2014 bestellt werden.

Mit Hilfe der Ultra-HD-Auflösung produziert die Versant 2100 Press laut Xerox gleichmäßige Farbverläufe sowie gestochen scharfe Bilder, Grafiken und Texte. Anwendungen werden in 1.200 x 1.200 dpi mit bis zu 10 Bits wiedergegeben. Das System biete zudem die Möglichkeit, drei verschiedene Controller zu nutzen: den Xerox EX und EX-P 2100 Print Server, powered by Fiery, sowie den Xerox FreeFlow Print Server. Damit können Anwender die Versant 2100 Press auf ihre Anforderungen anpassen. Die möglichen Substrate sind vielfältig und beinhalten unter anderem Leinen, Polyester, Vinyl, magnetische Materialien und weitere Spezialbedruckstoffe.

➤ www.xerox.de

**inspiring papers
FASZINATION LETTERPRESS
AUF PREMIUMNIVEAU**

Rund 40 Kreative, Designer und Marketeers besuchten Anfang Mai die im Rahmen der inspiring papers Tour 2014 stattgefundene Design Lounge. Mit dem Launch des Antalis Cube und einem anschließenden Letterpress-Workshop setzte der Papiergroßhändler Antalis bei seiner Veranstaltung in Düsseldorf auf das Zusammenspiel zwischen Innovation und Kreativität.

Mit der Präsentation des Antalis Cube zeigte Jürgen Schoch, dass



Kreativität bereits bei der Anordnung von Materialien losgeht. Das Aufbewahrungssystem besteht aus sieben Boxen unterschiedlicher Größe und Seitenmotiven. Es bietet nahezu unendliche Kombinationsmöglichkeiten zum Aufbewahren von Papierfächern, Produktkatalogen oder Papiermustern. Highlight ist die Premium-Box, die das komplette Premiumpapiersortiment in Form von mehreren Handfächern griffbereit zur Verfügung stellt. Nahtlos daran knüpfte auch der Letterpress-Workshop an, der den Teilnehmern Inspiration für kreative Anwendungen lieferte. Was einst vor gut 500 Jahren als Buchdruck erfunden wurde, lässt heute die Herzen von Design- und Papierliebhabern höher schlagen. Auf alten Buchdruckmaschinen werden die unterschiedlichsten Printprodukte hergestellt. Referentin und Gründerin der Letterpress Manufaktur Hochdruckgebiet Natalie Probst zeigte den Teilnehmern die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten des Druckverfahrens.

➤ www.antalis.de

**Saxoprint
VERTRAUEN IN TECHNIK
VON HEIDELBERG**

Große Internet-Druckereien setzen bei ihrem Geschäftsmodell auf den standardisierten Druck auf Sammelformen und decken so massenhaft Aufträge unterschiedlichster Formate ab. Anbieter wie Saxoprint in Dresden wickeln pro Tag und rund um die Uhr zwischen 3.000 und 4.000 Aufträge ab, in Spitzenzeiten bis zu 400 pro Stunde. Dabei werden auf einem einzigen Druckbogen im 7er Format durchschnittlich bis zu einem Dutzend unterschied-



Der Sammelhefter *Stitchmaster ST 450* bei Saxoprint ist für hohen Durchsatz ausgelegt und punktet durch minimale Rüstzeiten.

licher Sujets gleichzeitig gedruckt. Um diese Sammelaufträge anschließend wieder in ihre Einzelteile zu zerlegen, sie weiterzuverarbeiten und auszuliefern, sind neben hochleistungsfähigen Druckmaschinen ebenso hocheffiziente Maschinen in der Weiterverarbeitung gefordert. Für das Falzen sind bei Saxoprint seit einem Jahr insgesamt fünf Heidelberg Stahlfolder Maschinen installiert: eine Kombifalzmaschine KH 78, eine automatisierte Taschenfalzmaschine TH 82 sowie drei automatisierte Taschenfalzmaschinen TH 56. Auf den beiden großen Maschinen werden in erster Linie Signaturen mit 32- und 16-Seitern der Formate A5 und A4 produziert, in den kleineren ausschließlich 6-Seiter im Endformat DIN-lang. Die beiden neuesten Sammelhefter für das Sammeln und Heften der Bogen stammen ebenfalls von Heidelberg: Zwei *Stitchmaster* der Modellreihe ST 450 mit mobilen Anlegern, die grundsätzlich je nach Bedarf zwischen den beiden Maschinen ausgetauscht werden können.

➤ www.heidelberg.com

**Polestar-Gruppe
GROSSE INVESTITION
IN WEB OFFSET TECHNOLOGY**

Durch technisches Know-how, wirtschaftliche Lösungen, Flexibilität und Zuverlässigkeit der Maschinen und Anlagen sowie einem engagierten Kundendienst hat Gämmerler nach eigenen Angaben die mit der Polestar Group schon lange Jahre bestehende Geschäftsbeziehung aufgebaut. Jetzt liefert Gämmerler die Postpress-Systeme für eine Großinvestition an Polestar.

»Dieser Vertrag unterstreicht die Position von Gämmerler als führendem Anbieter auf unserem Industriesektor und beweist, dass Gämmerler in der Lage ist, den sich ständig ändernden Anforderungen der Polestar-Gruppe Rechnung zu tragen«, sagt Jim Algar von Polestar Sheffield.

Die erste Phase der Investition in sechs Druckmaschinen setzt sich zusammen aus drei Goss Sunday M5000, zwei 96-Seiten Maschinen, sowie der ersten 64-Seiten Druckmaschine im liegenden Format. Die gesamte Gämmerler Postpress-Anlage beinhaltet sechs vertikale Stangenbildner, vier Inline-Schneidelinien, vier Kreuzleger mit Verblockung, Umreifung und automatischer Palettierung. Die drei Druckmaschinen mit vier Falzapparaten und insgesamt vierzehn Falzauslagen sind mit den Weiterverarbeitungsmaschinen durch ein ausgeklügeltes Boden- und Überkopffördersystem verbunden, wodurch die Flexibilität erreicht wird, welche nötig ist, um die Anforderungen von Polestar auf wirksame und effiziente Weise zu erfüllen.

➤ www.gaemmerler.com

**DAS KANN NUR
EIN INSERAT.**

Diesen Satz still zu lesen, kostet Sie 1.6 Sekunden. Denselben Satz zu hören, kostet Sie 2.9 Sekunden. Natürlich könnte man den Satz auch schneller sprechen, aber dann versteht ihn keiner mehr. Trotzdem versuchen es die Radiospots immer wieder. Und drücken Texte in viel zu kleine Zeitfenster. Klar, Zeit ist Geld, und damit will man möglichst sparsam umgehen. Doch das Schöne an uns Inseraten ist, dass wir nicht teuer sind. Und immer genug Zeit haben, gründlich zu informieren. Anstatt nur zu werben. Wir nerven nicht – deshalb sind wir auch beliebter als die anderen.



Alle Informationen in aller Ruhe – Das kann nur ein Inserat.

Dieses Inserat macht Werbung für Werbung in Zeitungen und Zeitschriften. Der Verband SCHWEIZER MEDIEN schreibt dazu jedes Jahr einen Wettbewerb für junge Kreative aus. Dabei siegte auch diese Arbeit – kreiert wurde sie von Luca Schneider und Yannick Schaller, Havas Worldwide Zürich. www.das-kann-nur-ein-inserat.ch



SCHWEIZER MEDIEN
MÉDIAS SUISSES | STAMPA SVIZZERA | SWISS MEDIA

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS			
Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2014			
23. 06. - 25. 06. 2014	Doxnet, 16. Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	 www.doxnet.eu
24. 06. - 26. 06. 2014	Zellcheming, Jahrestagung und Expo	Frankfurt	 www.zellcheming.de
26. 08. - 28. 08. 2014	Suisse emex 2014, Messe der Event- und Marketingbranche	Zürich	 www.suisse-emex.ch
16. 09. - 21. 09. 2014	photokina 2014, World of Imaging	Köln	 www.photokina.de
24. 09. - 25. 09. 2014	easyFairs, Empack	Wien	 www.easyfairs.com
08. 10. - 11. 10. 2014	20. Druck + Form	Sinsheim	 www.druckform-messe.de
08. 10. - 12. 10. 2014	Buchmesse Frankfurt 2014	Frankfurt	 www.buchmesse.de
13. 10. - 15. 10. 2014	World Publishing Expo 2014, Messe der Zeitungsindustrie	Amsterdam	 www.wan-ifra.org
05. 11. - 07. 11. 2014	Viscom, internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation	Frankfurt	 www.viscom-messe.com
2015			
28. 01. - 29. 01. 2015	easyFairs, Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Hamburg	 www.easyfairs.com
23. 02. - 26. 02. 2015	Hunkeler Innovationdays	Luzern	 www.innovationdays.com
25. 02. 2015	Doxnet vor Ort	Luzern	 www.doxnet.eu
10. 03. - 12. 03. 2015	ICE, International Converting Exhibition	München	 www.ice-x.com
25. 03. - 26. 03. 2015	easyFairs, Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Zürich	 www.easyfairs.com
18. 05. - 22. 05. 2015	Fespa Digital	Köln	 www.fespa.com
19. 05. - 23. 05. 2015	Grafitalia, Fachmesse für die grafische Industrie	Mailand	 www.grafitalia.biz
19. 05. - 23. 05. 2015	Converflex, Fachmesse für Papierverarbeitung und Verpackungsdruck	Mailand	 www.converflex.it
19. 05. - 23. 05. 2015	IPack-IMA, Messe für die Verarbeitungs- und Verpackungstechnologie	Mailand	 www.ipack-ima.com



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

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

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

ÖFFNUNGSZEITEN

MONTAG
 14.15 UHR – 18.30 UHR

DIENSTAG BIS FREITAG
 10.15 UHR – 13.00 UHR
 14.00 UHR – 18.30 UHR

SAMSTAG
 NACH VEREINBARUNG

Geballte Fachinformationen

In wenigen Tagen treffen sich wieder Manager von Rechenzentren, Versicherungen, Banken, Druckereien, Digitaldruckereien und grafischen Betrieben sowie IT-Manager, Marketing- und Organisationsleiter zum Branchenhighlight der Dokumentenprofis in Baden-Baden: zur 16. Doxnet Fachkonferenz & Ausstellung vom 23. bis 25. Juni.

Doxnet – The Document X-perts Network e. V. ist ein branchenübergreifender Fachverband, der es sich zur Aufgabe gemacht hat, in Deutschland, Österreich und der Schweiz den Einsatz von Dokumentenmanagement-Technologien im Hochvolumenbereich zu fördern. Für seine Mitglieder bietet das Netzwerk Programme und Tagungen zum effektiven Einsatz elektronischer Dokumententechnologien an. Dabei betreut der Verband über 700 Fachleute aus rund 200 Firmen und Organisationen und wird durch einen elfköpfigen Vorstand aus Anwendern sowie Hard- und Softwareanbietern vertreten.

Die 3-tägige Veranstaltung im Kongresshaus Baden-Baden bietet neben zahlreichen Fachthemen aus dem Bereich des Dokumentenmanagements Erfahrungsberichte von Anwendern über interessante Installationen und Projekte. Den Erfolg macht eine Mischung aus Fachvorträgen, direkten Kontakten zu führenden Herstellern der Hard- und Softwarebranche, ein einzigartiges Branchennetzwerk sowie ein ausgewogenes Tagungsangebot aus.

Anwenderberichte und Grundsatzvorträge

Den Vortragsreigen am Montag, 23. Juni, eröffnet Vorstandsvorsitzender Peter Dehm, gefolgt von Keynote Speaker Dr. Rolf H. Bay (Profil-Training). Der Wirtschafts- und Sozialpsychologe startet mit einem Appell:

›Erfolgsfaktor Gelassenheit – Von der Kunst erfolgreicher Selbststeuerung‹.

Danach folgen drei Grundsatzvorträge: ›KOMplex, KOMpetent, KOMpakt: Outputmanagement mal unter einem anderen Blickwinkel betrachtet‹ lautet der Vortrag von Klaus Ganter (kühn & weyh Software GmbH) und Helge Klemm (dydocon IT). Ansgar Schneider (Barmenia Versicherungen) informiert, wie man ›In Rekordzeit zur neuen Textverarbeitung!‹ gelangte und im direkten Anschluss stellt Markus Schiffer (DEVK Versicherungen) seinen Vortrag mit dem Titel ›Zukunftsorientiertes Outputmanagement‹ vor.

Der Dienstag beginnt mit vier weiteren Anwender- und Grundsatzvorträgen zum Thema digitaler Farbdruck. ›Kreativer Einsatz von ICC-Profilen für die Qualitätssicherung und Kostenreduktion im Highspeed-Inkjet-Druck‹ verspricht Kai Brückel vom gleichnamigen Unternehmen, gefolgt von Egon Birnböck (T-Systems DDM GmbH), der über seine ›6 Jahre Erfahrung Vollfarbdruck‹ berichtet. ›Rolle-Einzelblatt-Rolle: Die Evolution der HUK-Coburg zum digitalen Farbdruck‹ beleuchtet Ulrich Bertram. Robert Duisberg (Insentis) stellt danach ›Erfolgsfaktoren bei der Einführung von digitalem Farbdruck‹ vor.

Nach der Mittagspause berichtet Prof. Dr. Stefan Ruf (Hochschule Albstadt-Sigmaringen) über ›Governance, Risk and Compliance als künftiger Innovationstreiber für Out-

putmanagement‹, gefolgt von Jörg Auffarth (arvato direct services GmbH) über die ›Einbindung eines Dienstleisters im ECM‹. ›Inkjet einmal anders!‹ lautet der Vortrag von Martin Trutt (Marketing Service GmbH). Im direkten Anschluss informiert Peter Eisenhofer (IT-Consulting) über ›ZUGFeRD: Hintergrund, Chancen und Erfolgskriterien für den Austausch elektronischer Rechnungen im ZUGFeRD-Format‹. Die letzte Runde wird von Elmar Schätzlein (Bong GmbH) mit seinem Vortrag ›Das Hybrid-Mailing – kostensparend, effizient und aufmerksamkeitsstark‹ eingeleitet.

Am Mittwoch, 25. Juni, starten die Vorträge mit Arjen Goldschmidt (Commercial Printing Group Europe, Middle East & Africa) zum Thema: ›Erfolgreiche Migration von Farbe im Digitaldruck‹. Danach geht es mit Harald Schönafinger (INFINICA) und seinem Anwenderbericht: ›Raiffeisenverband Südtirol – Kundenmitteilungen verwalten mit DOXEE‹ sowie Dr. Frank Wermeyer (FW Consulting) weiter. Sein Vortrag lautet

›Secure Mail als alternativer Kanal.

›Wo steht der Markt? Was kommt als nächster Schritt?‹, gefolgt von Dr. Karsten Kinast (Kanzlei Kinast & Partner) zum Thema ›Datenschutz, Compliance und Haftung für Druckzentrumsbetreiber‹.

Parallele Herstellervorträge

Wie in den letzten Jahren nutzen auch diesmal Hersteller die Möglichkeit ihre Produkte und Lösungen im Kongresssaal 1 zu präsentieren. Mit von der Partie sind die Kern AG, BÖWE System GmbH, Winkler+Dünnebier GmbH, ICOM Software Research oHG, palamides GmbH, Spring Global Mail, SET GmbH, Steinbeis Papier GmbH, Canon Deutschland GmbH, Swiss Post Solutions GmbH, Pitney Bowes Software GmbH und INFINICA.

Die Abendveranstaltungen finden wieder im Kulturhaus LA8 in Baden-Baden sowie in der Mosquito-Bar am Erländer Badeseen bei Hügelshaus statt.

› www.doxnet.eu

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

Impressed SMART AUTOMATION ROADSHOW III

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

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

Verbleibende Termine sind der 25. Juni in Zürich und der 26. Juni in Wien.

➤ www.impressed.de

Messe Erfurt VOLLES HAUS ZUM THEMA »2D PRINTING MEETS 3D PRINTING«

Das RGF-Mitglied Burghold & Frech aus Erfurt lud in Zusammenarbeit mit dem RGF-Kollegen Börner Systeme für Werbetechnik und der Messe Erfurt zum zweiten Erfurter Print Cocktail mit Symposium am 14. und 15. Mai ein. Die Veranstaltung, die parallel zu den 3D-Druckmessen Rapid.Tech und FabCon 3.D. stattfand, bildete den Höhepunkt und Abschluss der Print Cocktail-Frühjahrmessen in 2014. Die Veranstalter Burghold & Frech und Messe Erfurt und die Aussteller zogen ein durchweg positives Fazit, die Partnerschaften mit bvdm/VDM Mitteldeutschland, Deutscher Drucker/print.de, 3D-Grenzenlos und Messe Erfurt trugen Früchte. Besucher und Aussteller genossen die professionellen Präsentationen in persönlicher Gesprächsatmosphäre in der Glashalle der Messe Erfurt.

Thematisiert wurden Neuheiten und Highlights zahlreicher Anbieter im Digitaldruck, Großformatdruck, Transferlösungen und 3D-Druck. Unter ihnen: Action Illustrated, Börner Systeme für Werbetechnik, Cameo, Efl, Epson, Forever, Hahne-mühle, Leafled, Megajet, Mimaki, Obility, OKI, One Technologies, Printdata, Print Equipment, Rauch, Ricoh, Systemata und Xerox. Auch die Vorträge des EPC-Symposiums zu den Themen 3D-Druck, Standardisierung im Digitaldruck, Kannibalisierungsangst bei Mobile Publishing und 5-Farb-Digitaldruck mit Weiß und Lack waren gut besucht.

Die Messe Erfurt meldete eine Besucherzahl von etwa 3.500, wobei 432 Besucher aus über 100 Unternehmen den Einladungen von Burghold & Frech, Börner Systeme, Deutscher Drucker/print.de, 3D-Grenzenlos, bvdm/VDM Mitteldeutschland sowie dem RGF und den Ausstellern folgten.

Fachkongress 3D-Druck MEDIENHYPE ODER ZUKUNFTS- GESCHÄFT FÜR DRUCKEREIEN?

Die Kunden sind überzeugt: 3D-Druck bekomme ich in einer Druckerei. Fast wie von alleine öffnet sich damit ein neues, attraktives Geschäftsfeld für Druck- und Mediendienstleister. Stimmt das? Der Verband Druck und Medien Bayern greift in Kooperation mit dem Cluster Druck und Printmedien, dem von der Bayerischen Staatsregierung geförderten Innovationsnetzwerk der Branche, das Top-Thema 3D-Druck im Rahmen eines ganztägigen Fachkongresses am 9. Juli in Ismaning auf.

»Viele Veranstaltungen zu diesem Thema sind in der Vergangenheit leider an der Oberfläche geblieben. Wirkliche Antworten auf die Frage: »Sollte ich als Druckerei in dieses Geschäftsfeld gehen?« gibt es bisher nicht. Mit dem Kongress werden wir das ändern«, formuliert VDMB-Hauptgeschäftsführer und Clustersprecher Holger Busch den Anspruch der Veranstaltung am 9. Juli in Ismaning bei München. Der Verband will aufklären, welche Software, die jeder Drucker bereits kennt, auch für 3D-Druck geeignet ist, welche Maschinen heute bereits serienreif verfügbar sind, welche Investitionen notwendig werden, wo die Erlösquellen und Kundengruppen zu finden sind und auch wo die Risiken liegen. Dazu stehen hochrangige Referenten – zum Beispiel von Heidelberger Druckmaschinen, Adobe Systems und EOS – aus den Bereichen Maschine, Software, Prototyping, Recht, Anwendung und Geschäftsfeldentwicklung zur Verfügung.

»Wir werden das Thema ganzheitlich beleuchten – vom Know-how, von den Kunden, von den Voraussetzungen bis zur Vermarktung. Am Ende des Kongresses wollen wir klar beantworten können, ob 3D-Druck ein schnell abflachender Hype oder ein wachstumsstarker Zukunftsmarkt für Druckereien und Mediendienstleister ist«, so Busch.
➤ www.vdmb.de/3d-druck

Compart auf der Doxnet 2014 PROZESSAUTOMATISIERUNG DER DOKUMENTENVERARBEITUNG

Die zum 1. Juli in Kraft tretende De-Mail-Pflicht für deutsche Behörden bestimmt thematisch auch Comparts Auftritt auf der Doxnet Fachkonferenz vom 23. bis 25. Juni 2014 in Baden-Baden. Das auf die Aufbereitung und Ausgabe von Dokumenten jeder Art und jedes Formats spezialisierte Unternehmen zeigt auf dem Branchentreffen, wie sich gängige elektronische Postdienste einfach und nahtlos in bestehende Output-Management-Strukturen integrieren lassen. Speziell für De-Mail, E-Postbrief und IncaMail hat Compart entsprechende Module entwickelt, die in Baden-Baden präsentiert werden. In diesem Zusammenhang geht es auch um die Frage, welche Möglichkeiten es generell zur Modernisierung der Dokumentenverarbeitung in Unternehmen gibt. Compart zeigt vor diesem Hintergrund unter anderem seine Lösung DocBridge Domtrac für die Prozessautomatisierung. Sie unterstützt Input- und Output-Workflows wie Freigaben, das Extrahieren und Hinzufügen von Metadaten oder die automatische Generierung und Ausgabe von Dokumenten aus einem laufenden Vorgang heraus; sowohl als Batchverarbeitung als auch interaktiv. Anders als bei herkömmlichen Automatisierungstools lässt sich mit DocBridge Domtrac bis tief in die eigentliche Dokumentenerstellung verzweigen. Diese Verknüpfung von Inbound- und Outbound-Kommunikation unter einem Dach ist ein wesentlicher Vorteil von DocBridge Domtrac.

➤ www.compart.com



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

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

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

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

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

Geheimtipp: Medienarchitekt

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

4. Lehrgang PM04, Beginn 1. November 2014

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

DEUTSCHER DRUCK- UND MEDIENTAG Erstmals bündeln der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) und der bayerische Landesverband VDMB ihre Jahrestagungen und verknüpfen sie mit dem branchenweit etablierten Unternehmerforum des bvdm. Damit entsteht – in enger Kooperation mit sämtlichen Verbänden der Branche – ein neuer Treffpunkt für die Industrie. Praxisnah präsentiert und diskutiert werden Entwicklungen der (Print)-Medien und Märkte, Trends im Einkaufsverhalten der Kunden und die damit verbundenen Chancen und Herausforderungen. Die Teilnahme am ersten Deutschen Druck- und Medientag (26. und 27. Juni 2014 in München) ist für Mitglieder der Druck- und Medienverbände kostenfrei. Für Nicht-Mitglieder wird eine Teilnahmegebühr von 490,- € erhoben. > www.bvdm-online.de

FORTBILDUNG IM HAUCHLER STUDIO Die Ausbildung zum Mediengestalter und Medientechnologen Druck (IHK) findet im Hauchler Studio in Biberach statt. Diese gestalterisch-medientechnische beziehungsweise drucktechnische Ausbildung führt unter einem Dach in einer Hand in nur zwei Jahren zur IHK-Berufsabschlussprüfung. Im dreijährigen Berufskolleg dagegen wird auf den Abschluss ›Staatlich Geprüfter Grafiker/Designer/in‹ und die Fachhochschulreife vorbereitet, hier wird eine Aufnahmeprüfung und der Realschulabschluss vorausgesetzt. Als Sprungbrett für den beruflichen Aufstieg dienen die Fachschulen in Voll- oder Teilzeit mit den IHK-Abschlüssen ›Medienfachwirt/in‹ und ›Industriemeister/in Digital und Print‹. Eine Infoveranstaltung findet am 28. Juni 2014 um 9:30 Uhr im Hauchler Studio statt, die Ausbildung beginnt am 1. September 2014. > www.hauchler.de

START VON 3DION Die neue Brancheninitiative für 3D-Druck 3DION startete am 14. Mai in der Glashalle des Erfurter Messegeländes auf dem Print Cocktail, parallel zu den 3D-Druckmessen RapidTech und FabCon 3.D. Unter dem Titel: ›3D-Druck – Industrielle Revolution oder Hype?‹ bietet 3DION gemeinsam mit seinen Partnern Rapid Prototyping Technologies (RTC), Mensch und Maschine (MuM) und dem Fachverband Medienproduktions (f:mp) deutschlandweit Seminare an, um Interessierten Know-how zu vermitteln und Frage und Antwort zu stehen. Experten demonstrieren die 3D-Drucktechnologien und zeigen den Weg von der Datei bis zum fertigen Objekt. Thematisiert wird ebenfalls, welches Potenzial diese Technologie für Druckdienstleister bietet und welche die zu adressierenden Zielgruppen sind. Es sind nur begrenzt Teilnehmerplätze verfügbar. Um Anmeldung wird gebeten. 3DION-Mitglieder nehmen kostenfrei teil. Termine sind am 24. Juni in München, am 28. August in Hamburg und am 9. September in Frankfurt. > www.3dion.org

PRO CARTON Vom 17. bis 20. September 2014 findet der ECMA Pro Carton Congress in Sorrento, Italien, statt. Dort werden auch die Preise für den Pro Carton ECMA Award und den Pro Carton Young Design Award vergeben. Es ist der erste gemeinsame Kongress von Pro Carton und ECMA, der Europäischen Carton Makers Association. Das Thema der Veranstaltung: ›WhatsUp on Cartons? Multiple Challenges ahead.‹ > www.ecmaprocartoncongress.com

Wettbewerb

DER NEUNTE FEDRIGONI TOP AWARD HAT BEGONNEN

Ein internationaler Wettbewerb der sich an alle Kreativen richtet, die zwischen Mai 2013 und Juli 2014 hochwertige Arbeiten mit Fedrigoni-Papieren umgesetzt haben.

Agenturen, Grafiker, Druckereien, Verleger oder auch Industrieunternehmen haben hier die Möglichkeit ihre außergewöhnlichen Projekte zu präsentieren.

Druckprojekte können für folgende fünf Kategorien eingereicht werden:

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

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

Die Teilnahme am Fedrigoni Top Award ist kostenlos, Anmeldeabschluss ist am 31. Juli 2014.

> www.fedrigonitopaward.com

Quark

QUARKXPRESS MASTERCLASS-TRAININGS-SERIE

Um Designern und Produktionern zu helfen, das Beste aus QuarkXPress herauszuholen, bietet Quark seit Anfang Mai eine Reihe von kostenlosen Online-Trainingseinheiten. Es werden zu unterschiedlichen Themen Best Practises, spezielle Tastenkürzel und andere QuarkXPress-Tipps und Tricks vorgestellt. Jede Masterclass-Sitzung dauert 30 Minuten und wird von einem QuarkXPress Experten präsentiert. Die Teilnehmer können an den Sessions als Live-Webinar teilnehmen, oder im Nachgang auf die Video-Aufzeichnungen zugreifen. Jeder Teilnehmer, der an allen sechs Live-Sessions teilnimmt, oder sich alle Sitzungen On-Demand ansieht, erhält ein persönliches Zertifikat und das Quark Masterclass-Logo, welches für die persönliche Webseite oder im LinkedIn Profil genutzt werden kann, um die neu erworbenen QuarkXPress Fähigkeiten zu bestätigen. Die Teilnehmer aller sechs Live- oder On-Demand-Lektionen haben außerdem die Chance ein iPad in der finalen Verlosung im November zu gewinnen.

QuarkXPress Masterclass-Trainings-Inhalte: Objektstile, Zeichenstilvorlagen und bedingte Stile (Lektion 1 am 7. Mai), Typographie: Unterschneidungen, OpenType-Funktionen und Schriftenverwaltung (Lektion 2 am 4. Juni), Preflight: Verwendung von Job Jackets, Voransichten und Proofing (Lektion 3 am 9. Juli), App Studio: HTML5-Animationen und interaktive App-Inhalte (Lektion 4 am 6. August), Produktion: PDF/X und Farbmanagement (Lektion 5 am 1. Oktober) und Publishing: eBooks und ePUB (Lektion 6 am 29. Oktober).

> <http://content.quark.com/QuarkXPress-DE-Masterclass-Series.html>

Museum für Druckkunst Leipzig 150 BESUCHER VERFOLGTEN LEIPZIGER TYPOTAGE 2014

Vor Kurzem sind im Museum für Druckkunst Leipzig die 20. Leipziger Typotage zu Ende gegangen. 150 Teilnehmer verfolgten spannende und aufschlussreiche Beiträge rund um das Thema ›Schrift global. Damit knüpft die Veranstaltung an den großen Erfolg von 2013 an: Zum zweiten Mal waren die Leipziger Typotage schon weit im Vorfeld restlos ausgebucht.

»Wir freuen uns sehr, dass die Typotage ein begeistertes Publikum gefunden haben und sich als Fachveranstaltung weiter etablieren konnten. Heute haben überaus viele junge Design- und Typografieinteressierte erlebt, dass Schrift nur teilweise mit Papier zu tun hat. Die Globalisierung und zum Beispiel auch das Internet bringen ganz neue Anforderungen mit sich. Zugleich eröffnen sich uns spannende Zugänge zu fremden Sprachen und Schriftsystemen – und das im täglichen Umgang mit Schrift«, resümierte Dr. Susanne Richter, Direktorin des Museums für Druckkunst. Die nächsten Leipziger Typotage finden am 9. Mai 2015 statt.

Zehn Referenten aus vier Ländern widmeten sich dem Themenkomplex aus ihrem individuellen Blickwinkel: wissenschaftlich-forschend, anwendungsorientiert, gestaltend oder vermarktend.

Wer das Museum für Druckkunst in der Zwischenzeit für sich entdecken möchte, erhält zum Beispiel am 15. Juni Gelegenheit. Beim Familienworkshop kann man sich unter fachkundiger Anleitung im Handsatz und an den historischen Pressen erproben. Am 26. Juni eröffnet die Ausstellung ›Vom Buch auf die Straße. Große Schrift von 1600 bis 1920‹. Sie wird gemeinsam mit der Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig im Rahmen des 250-jährigen Jubiläums der Kunsthochschule organisiert und ist bis 28. September 2014 zu sehen.

› www.druckkunst-museum.de
› www.typotage.de

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN & SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2014 Veranstaltung

23. 06. - 27. 06.	Heidelberg PMA, Falzen Aufbau Modul 2
25. 06. - 26. 06.	vdmb, E-Books: E-Books mit InDesign erstellen
26. 06.	Heidelberg PMA, HEI Open Days
26. 06.	cleverprinting, InDesign Expertentag: Autom. Katalog- und Prospekt-Produktion
27. 06.	cleverprinting, InDesign Expertentag: Autom. Katalog- und Prospekt-Produktion
27. 06.	vdmb, Gestaltung: Zeitschriften- und Magazingestaltung für iPad & Co.
27. 06. - 29. 06.	tgm, Sommerakademie: Freiheit für die Typografie
28. 06.	tgm, Typograffiti-Workshop
01. 07.	vdmb, Colormanagement: Praxis-Know-how für Fortgeschrittene
02. 07.	Dr. Hönle AG, Aushärtung mit UV-LEDs
02. 07. - 03. 07.	tgm, Adobe Acrobat
05. 07. - 06. 07.	tgm, XML: Grundlagen und Praxis
07. 07. - 08. 07.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus
07. 07. - 09. 07.	vdmb, InDesign Basis: sicherer Einstieg in das Layouten mit InDesign
09. 07.	tgm, Adobe Acrobat
09. 07. - 10. 07.	Polar, Bedienerkurs für Polar Compucut V 4.10.2 und V 5.0.4
10. 07.	vdmb, Know-how für Kundenberater – Teil 1: Druckvorstufe und Reproduktion
11. 07.	vdmb, Know-how für Kundenberater – Teil 2: Papier und Druck
11. 07. - 12. 07.	tgm, Typografie intensiv 10 – Prospekte
16. 07.	vdmb, Prozessstandard Offsetdruck: PSO Update: refresh your standard
16. 07. - 17. 07.	vdmb, Tablet-Publishing: Digitale Magazine fürs iPad & Co. mit InDesign erstellen
18. 07.	tgm, Vernissage – 60. TDC-Show und Granshan meets Reading
21. 07.	vdmb, Know-how für Kundenberater – Teil 3: Ausschließen und Weiterverarbeitung
22. 07.	vdmb, Know-how für Kundenberater – Teil 4: Projektmanagement für Printprodukte
23. 07.	vdmb, InDesign Update: Creative Suite 6: die Neuheiten im Überblick
24. 07.	vdmb, Photoshop Spezial: Moderne Bildbearbeitung 3: professionelle Farbkorrekturen
30. 07. - 03. 08.	tgm, Sommerakademie: Konzept, System und visuelle Gestaltung
04. 08. - 05. 08.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro
01. 09. - 05. 09.	Heidelberg PMA, Falzen Basis Modul 1
04. 09.	cleverprinting, High-End-Bildretusche und High-End-Composings
05. 09.	cleverprinting, High-End-Bildretusche und High-End-Composings
08. 09.	cleverprinting, Colormanagement in der Praxis
08. 09. - 09. 09.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus/XTplus und N Plus
08. 09. - 12. 09.	Heidelberg PMA, Falzen Aufbau Modul 2
09. 09.	cleverprinting, Acrobat und PDF/X
10. 09.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop
10. 09. - 11. 09.	Polar, Bedienerkurs für Polar Compucut V 4.10.2 und V 5.0.4
11. 09.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android Tablet
12. 09.	cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator
15. 09.	cleverprinting, Colormanagement in der Praxis
16. 09.	cleverprinting, Acrobat und PDF/X
16. 09. - 18. 09.	Heidelberg PMA, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 Modul 1
17. 09.	cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop
18. 09.	cleverprinting, Publishing für Apple iPad und Android Tablet

Weitere Informationen und Anmeldung zu den jeweiligen Veranstaltungen:

› cleverprinting.de › hoenle.de › polar-mohr.com › print-media-academy.de
› tgm-online.de › vdmb.de

ERA-Jahrestagung 2014

›GRAVURE IN THE

COMMUNICATION ORCHESTRA‹

Der Europäische Tiefdruckverband – European Rotogravure Association (ERA) lädt die Tiefdruckindustrie aus Europa und Übersee sowie ihre Zulieferer und Kunden zu ihrer Jahrestagung ein, die vom 29. bis 30. September in Salzburg stattfindet. Das diesjährige Tagungsthema ›Gravure in the communication orchestra‹ reflektiert Salzburgs Tradition als Standort der Salzburger Festspiele sowie Mozarts Geburtsort, aber auch die unverändert signifikante Rolle des Tiefdrucks im Konzert der Medien. Lifestyle Marketing mittels Print und alternativer Medien, Publikationstiefdruck in Nordamerika, Entwicklung des Papierverbrauchs bei Printmedien sowie andere aktuelle, die Tiefdruckindustrie betreffende Themen wie Umwelt oder die weitere wirtschaftliche Entwicklung in Europa werden auf der Tagung behandelt. Für den 29. September ist bei der zur österreichischen Heinzl Group gehörenden Laakirchen Papier AG eine Werksbesichtigung geplant. Dort werden unter anderem Hochglanz-SC Papiere für im Tiefdruck produzierte Magazine und Kataloge hergestellt. Am Abend steht für die Teilnehmer der ERA-Jahrestagung ein Empfang und festliches Abendessen im historischen Stifstkeller auf dem Programm. Dabei findet auch die Siegerehrung und Preisverleihung des diesjährigen Europäischen Tiefdruckpreises – European Publication Gravure Award statt. Die Konferenz findet ganztägig am 30. September, im Salzburg Congress Centrum statt, das direkten Zugang zum Konferenz Hotel Sheraton Salzburg hat. Die Konferenz wird in Englisch gehalten.

› www.era.eu.org

Prüfungswissen Medien & Druck

FORMELSAMMLUNG FÜR MEDIENBERUFE ERHÄLTICH

Die Erstauflage des Lehrbuches ›Prüfungswissen Medien & Druck‹ ist jetzt im Buchhandel erhältlich. Es dient als Nachschlagewerk insbesondere für Medienfachwirte, Industriemeister Print, Drucktechniker und Betriebswirte in der Medienwirtschaft. Der umfangreiche Teil zur Kosten- und Leistungsrechnung geht auf spezielle Kalkulationsverfahren der Branche ein. Mit über zehnjähriger Erfahrung in der Fort- und Weiterbildung im Be-



reich der Medienwirtschaft wissen die Dozenten und Autoren der TLA TeleLearn-Akademie, welche Formeln und Definitionen die Prüflinge regelmäßig benötigen und nachschlagen. Die TLA hat mittlerweile über 700 Kursteilnehmer zu Medienfachwirten oder Industriemeistern Print ausgebildet. Auf der Basis dieser Erfahrung haben die Autoren das Lehrbuch übersichtlich nach Themenbereichen gegliedert: Betriebswirtschaftliches Handeln und Aspekte des Kosten- und Leistungsmanagements, Medienproduktion, Audio und Video sowie Datenübertragung und Marketing. Autoren: Peter Krahe, Marco Naber, Jens-Uwe Steudte
Herausgeber: TLA TeleLearn-Akademie gGmbH
224 Seiten
ISBN 978-3-940613-03-5
€ 24,80
› www.tla.de

MfG-Award 2014 startet

DIE STÄRKEN VON PRINT UNTER BEWEIS STELLEN

Der MfG-Award 2014 – Designwettbewerb für herausragende Druck-Erzeugnisse des Bundesverbandes Druck und Medien – ist gestartet. Bis zum 1. August 2014 können Designer, Druckspezialisten und ihre Auftraggeber aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie Nachwuchsdesigner und Auszubildende ihre Arbeiten einreichen. Raffinesse, Umweltbewusstsein, Vereinfachung, Emotion und Individualität – so lauten die offenen Kategorien, mit denen die Stärken gelungener Druck-Erzeugnisse gezeigt werden sollen. Der Nachwuchs wird zudem über die Kategorie ›Debütanten‹ angesprochen. Der MfG-Award unterscheidet sich damit grundlegend von anderen Wettbewerben, in denen nach Produktkategorien bewertet wird. Im Mittelpunkt des bvdM-Wettbewerbes steht, was Print einmalig und unverwechselbar macht: Print überzeugt, vereinfacht, löst Emotionen aus und wirkt häufig nachhaltiger als elektronische Medien. Sämtliche Drucksachen können zur Bewertung eingeschickt werden, die mindestens einer der fünf Kategorien zugeordnet werden können. Der bvdM und die Jury erwarten auch in diesem Jahr faszinierende Wettbewerbsbeiträge, angeregte Diskussionen unter den Experten – und Gewinnerarbeiten, die die Überzeugungskraft gedruckter Medien in ihrer ganzen Breite abbilden. Eine weiterer Vorteil des MfG-Awards sind seine konstant günstigen Teilnahmegebühren (Profis: bis 125 Euro, Nachwuchs: 25 Euro). Die Preisverleihung findet am 9. Oktober 2014 auf der Frankfurter Buchmesse statt. Alle Informationen zum Wettbewerb, die Ausschreibungsunterlagen und das pdf-Anmeldeformular, wie auch nach der Jury-Sitzung die Präsentationen der Shortlist-Arbeiten sind online zu finden.
› www.mfg-award.de

Eine gute Chance

MÜNCHENER BERUFSBILDUNGSZENTRUM ALOIS SENEFFELDER

An der Technikerschule für Druck und Papierverarbeitung des Städtischen Beruflichen Schulzentrums Alois Senefelder in München beginnt im September 2014 wieder die ›Ausbildung zum staatlich geprüften Druck- und Medientechniker‹ und die ›Ausbildung zum Staatlich geprüften Papiertechniker‹. Der Lehrgang dauert zwei Jahre und schließt mit dem Zertifikat ›Staatlich geprüfter Druck- und Medientechniker‹ beziehungsweise ›Staatlich geprüfter Papiertechniker‹ ab. Der Technikerabschluss ist nach dem Deutschen Qualifikationsrahmen (DQR) dem Niveau 6 zugeordnet. Dieser Abschluss eröffnet die allgemeine Hochschulzugangsberechtigung. Die Ausbildung erfolgt in modularer Form. Durch zum Teil frei wählbare Module hat der Studierende die Möglichkeit, Defizite abzubauen, beziehungsweise spezielle Qualifikationen hinsichtlich seiner späteren Tätigkeit zu erwerben. Die Bewerber müssen eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem anerkannten Ausbildungsberuf der Druckindustrie (zum Beispiel Setzer, Reprohersteller, Drucker, Werbe- und Mediovorlagenhersteller, Mediengestalter) oder der Papier, Pappe und Kunststoffe erzeugenden oder verarbeitenden Industrie (zum Beispiel Papiermacher, Verpackungsmittelmechaniker, Buchbinder) und das Abschlusszeugnis der Berufsschule besitzen. Die Dauer der Berufsausbildung und der beruflichen Tätigkeit muss insgesamt mindestens vier Jahre umfassen. Anmeldungen für die genannten Technikerlehrgänge sind bis 30. Juni 2014 an die Schule zu richten.
› www.senefelder.musin.de


DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung

Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch

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

Telefon +41 44 380 53 03

KUVERTS

EZCO
switzerland

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

WEITERVERARBEITUNG

BEORDA
Direktwerbung

Couvertieren, Folieren...
ein Fall für uns!

www.beorda.ch


GÜTESIEGEL.

O

Publikation 2014
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

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

VERSCHIEDENES



WEIN UND PASTA – MEHR NICHT!

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

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich
043 243 69 30

IMPRESSUM

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

Auflage und Bezug

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

Copyright

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

Verlag und Herausgeber

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

Redaktionsbüro Schweiz

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

Redaktion

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

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

Druckmarkt im Internet:

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



Karl Schwegler AG
Druckerei mit Format*

*Plakate Offset + Digital
Grossformatdruck bis 130 x 185cm

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

WIR GEBEN DER BRANCHE EIN Gesicht!



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

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

Themen auf den Punkt gebracht.

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

DRUCKMARKT 
Managementmagazin

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