



IHRE LIEBSTEN DRUCKPRODUKTE?

Anja Ochsenhirt-Gebhard ist Geschäftsführerin der Druckerei H. Gebhard GmbH & Co. Seite 42



ANDERE PRINTWERBUNG

Schlecker hat seine Kommunikationsstrategie zu Lasten von Print verändert. Die Gründe dafür: Seite 9.



KOMPAKT UND VIELSEITIG

Die neuen Versamark-Modelle bieten Schön- und Widerdruck in nur einer Maschine. Seite 18

Deutscher Drucker

CROSS MEDIA · DRUCK · WEITERVERARBEITUNG

13. Oktober 2011 · Nr. 30 · 47. Jahr



Erinnerungen am laufenden Band – Ein Fotobuch erobert den Markt

GESCHÄFTSMODELLE ■ Ein aufregender Urlaub oder die ersten Schritte des eigenen Kindes – Erinnerungen, die dank moderner Technik einfach als Fotobuch bestellt werden können. Dazu braucht es jedoch nicht nur eine Digitaldruckmaschine.

■ Das Fotobuch an sich wird gerne als Paradebeispiel für die Vielseitigkeit und die Anwendungsmöglichkeiten des Digitaldrucks genannt.

Doch was Kunden einfach gestalten und schnell bestellen können, erfordert auf Herstellerseite eine flexible Produktion, die gleichzeitig aber auch so standardisiert wie möglich sein muss. Und wenn die IT das Herzstück des Unternehmens ist und die – mitunter sehr anspruchsvollen – Kunden auch noch mitreden dürfen, dann erobert ein Fotobuch den Markt.

So geschehen im Falle von Cewe Color. Das Unternehmen

produzierte allein im vergangenen Jahr 4,3 Millionen Fotobücher. Bereits im Jahre 2005 stellten die Oldenburger die Gestaltungssoftware für ihr Fotobuch vor. Und bereits im gleichen Jahr wurden 70 000 Fotobücher produziert. Für das laufende Jahr rechnet Cewe Color mit rund 4,6 bis 4,8 Millionen produzierten Cewe-Fotobüchern, was einem Zuwachs von sieben bis zwölf Prozent entspricht.

Der Erfolg von Cewe Color lässt sich zum einen natürlich mit der steigenden Beliebtheit des Produktes begründen, aber wie kann so ein Produkt das Aushängeschild eines Unternehmens werden? Ein

Grund für den Erfolg ist die starke Positionierung der Eigenmarke. So bedient Cewe Color als Lieferant zwar die großen europäischen Marken wie DM und Müller, aber der Unterschied ist, dass diese Partner ein „Cewe-Fotobuch“ im Angebot gelistet haben und nicht nur ein neutrales Fotobuch-Produkt.

Die anfängliche Herausforderung, die Partner von der Markenkraft zu überzeugen, hat sich gelohnt. Das Marketing spielt eine immer wichtigere Rolle. Cewe Color investiert jedes Jahr mehrere Millionen Euro in die Vermarktung seiner Produkte. Ob es sich lohnt, lesen Sie ab Seite 14.

Europa sucht den besten Verklebungskünstler



■ Die Viscom, die Fachmesse für visuelle Kommunikation, Technik und Design gilt mit über 320 Ausstellern aus den Bereichen klassische Werbetechnik, Digitaldruck, Licht- und Textilwerbung zu den buntesten Messen in diesem Messeherbst 2011. Der Wettbewerb um den European Wrap Star hätte kaum einen besseren Austragungsort finden können. Wie Verklebungskünstler um den Titel kämpfen und welche Trends und Themen die Besucher noch erwarten dürfen, lesen Sie auf Seite 22.

Labelexpo Europe 2011 Viele gute Ideen und Lösungen



■ Wenn eine Messe Impulse für andere Segmente der Druckindustrie geben kann, dann ist es die Labelexpo in Brüssel. Die weltgrößte Fachmesse für die Etikettenproduktion ging mit einem Rekordergebnis und einem satten Angebot an Innovationen zu Ende. Was hilft Etikettendruckern weiter? Seite 24.

www.print.de

SPRINTIS auf der **Grand 6505**
 SOHWA, DRUCKERBEDARF
ABHEFTMECHANIKEN, DATUMSWEISER, DREIECKTASCHEN, BUCHSCHRAUBEN, DRAHTBINDERÜCKEN, KLEBEPUNKTE...
WWW.SPRINTIS.DE 1000 WEITERE ARTIKEL IM SHOP

Vom individuellen Raumdesign bis zum Wrap Star: Das ist die Viscom 2011

MESSEVORSCHAU ■ Im vergangenen Jahr hat die Viscom, die Fachmesse für visuelle Kommunikation, Technik und Design mehr als 11600 Besucher nach Frankfurt gelockt und auch in diesem Jahr werden rund 320 Aussteller aus den Bereichen klassische Werbetechnik, Digitaldruck, Licht- oder Textilwerbung und Digital Signage dafür sorgen, dass die Düsseldorfer Messehallen zu den buntesten im gesamten Messeherbst 2011 gehören.

■ 305 Aussteller waren bereits bis Mitte September fest angemeldet – der Veranstalter, Reed Exhibitions Deutschland, rechnet aber damit, dass es bis zum Messestart am 13. Oktober rund 320 Aussteller sein werden. Dabei stammt mehr als ein Drittel aus dem Ausland, was die internationale Ausrichtung der Fachmesse unterstreicht. Ein Schwerpunkt liegt dabei bei Ausstellern aus Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Polen und Großbritannien. Besonders erfreulich sei auch, dass sich im Ausstellerverzeichnis auch einige Jungunternehmen und Neu-Aussteller finden. Was die Messe für seine Besucher alles bietet, hat Deutscher Drucker kurz zusammengefasst.

TREND DIGITALDRUCK. Dass sich der Digitaldruck einer immer größeren Beliebtheit und steigender Nachfrage erfreut, zeigt sich auch auf der Viscom 2011 in Düsseldorf, denn das Segment gehört inzwischen zu den größten Ausstellungsbereichen der Fachmesse. Vertreten sein werden in diesem Jahr unter anderem HP, Canon, Agfa Graphics, EFI, Fujifilm Sericol, Macron, Mimaki-NBH, Multi-Plot Europe, Mutoh, Océ-Deutschland, die Roland DG, Sihl und Spandex. Aber nicht nur die Anbieter, sondern auch immer mehr (Großformat-)Druckereien, wie die Digital Color Studio Brandenburg GmbH oder Labo Print aus Polen, haben das Potenzial der Fachmesse erkannt und

nutzen die dreitägige Veranstaltung, nicht nur um ihr Portfolio zu präsentieren, sondern auch um Kontakte zu potenziellen Kunden und Geschäftspartnern zu knüpfen.

Was mit dem Digitaldruck heute alles gestaltet werden kann, wird zudem in der Sonderschau „Print Design!“ sichtbar. Denn auf der rund 100 m² großen Ausstellungsfläche haben sich Maschinen- und Materialhersteller zusammengetan, und zeigen an Hand verschiedener Umsetzungsbeispiele die Möglichkeiten der Individualisierung von Innenausstattung und Einrichtungsgegenständen. So werden beispielsweise Exponate für Anwendungsbereiche wie Shops, Foyers, Restaurants, Bars oder – passenderweise – Messen zu sehen sein. Im Zentrum des Objektbereiches werde ein Cateringbereich mit einer im Digitaldruck gestalteten, großen runden Theke stehen, darüber ein von der Decke abgehängtes, dreidimensionales Rondell aus Textilmaterialien. Außerdem sind individuell bedruckte Sitzmöbel, verschiedene Fußbodenbeläge wie Laminat oder Teppich, Tische, Glasstelen, Displayrahmen und Aufsteller zu sehen. Dabei unterteilen sich die Exponate, so der Veranstalter, in die zwei Themenwelten „Multi Color“, um die Farbvielfalt und -brillanz zu veranschaulichen, sowie in „Interior Textures“ für Materialmotive. Zu den Unternehmen, die an der Sonderschau beteiligt sind, gehören unter anderem Archidea-Art,

die Consystec-Gesellschaft für Produktentwicklung, die Falk & Ross Group Europe, Macron, Egger, Pongs Technical Textiles, Sensient Imaging Technologies sowie Mutoh Deutschland, die zugleich Mitinitiator der Ausstellungsfläche sind und die Druckmaschinen bereitstellen.

Die Präsentation „Print Design!“ ist Teil des Forums „Individualdruck meets Materials“, das in Zusammenarbeit mit der Materialagentur Raumprobe, Forteam Kommunikation und Mutoh auf die Beine gestellt wird. Neben den „Print-Design-Exponaten“ werden hier rund 150 innovative Materialien und Muster für Anwendungen in den Bereichen Boden und Fassade, Wand und Decke sowie für das POS- und Markendesign präsentiert. Auch bei den Mustern für das Möbeldesign sowie den Textil- und Glasdruck ist ansehbar und staunen ausdrücklich erlaubt.

THEMENWELTEN. Der Ausstellungsbereich „Digital Signage World“ gilt als „Messe in der Messe“ und widmet sich den digitalen Werbe- und Informationssystemen. So stehen Themen wie beispielsweise das Advertising- und Broadcasting Management, audiovisuelle Displays, Digital Signage Solutions, Installationen, Panels und die entsprechende Software im Mittelpunkt. Zu den Ausstellern in diesem Bereich gehören unter anderem Epson Deutschland, Samsung Electronics, Macnetix, Cittadino oder MMD Philips. Einen wichtigen Bereich der Digital Signage World stellt zudem die Präsentation der Nominierten zu den Digital Signage Best Practice Awards. Diese zeichnen besonders effizient geplante und kreativ umgesetzte Digital-Signage-Projekte aus.

Die wichtigsten Hersteller und Lieferanten im Bereich der Display-, POS- und Verpackungslösungen sind im Ausstellungsbereich der Display-/POS-World anzutreffen. Dieser Ausstellungsbereich wurde im vergangenen Jahr erstmals speziell für Anbieter von Displays, POS-Ausstattungen, Warenpräsentations- und Shoppingsystemen, Promotionartikeln und Verpackungen angeboten und geht 2011 in die zweite Runde. Das Messesegment soll eine branchenübergreifende Networking-Plattform darstellen, auf der sich Hersteller, Zulieferer und auch die kreativen Köpfe des Marktes treffen und über Trends und Entwicklungen austauschen. Außerdem wird auch hier ein Preis vergeben, nämlich der Display-Superstar.

RAHMENPROGRAMM. Wer nicht nur an aktuellen Maschinen-, Material- und Softwarelösungen

interessiert ist, der kann sich dank des Rahmenprogrammes einen ausführlichen und detaillierten Überblick über aktuelle Trends und Entwicklungen verschaffen. Für jeden Ausstellungsbereich – also Digitaldruck, Digital Signage World und Display/POS-World – gibt es nicht nur Vorträge, sondern auch Workshops. So können sich Interessierte beispielsweise in der Präsentation „Vom Pixel zum Produkt“ über den digitalen Workflow vom Digitalbild über die Bildbearbeitung bis zum Endprodukt informieren. Außerdem werden in den Adobe- und Corel-Workshops Kniffe und Tricks für den Umgang mit den Layout- und Kreationen weitergegeben. Weitere Themen der Vorträge sind zudem Augmented Reality, „Vom Point of Sale zum Point of Emotion“, „3-D und Digital Signage“, die individuelle Gestaltung von Glasflächen, das iPad, „Plädoyer für ein schöneres Web“, „das neue Berufsbild Medientechnologie Siebdruck“, „Print-to-Web“ oder „Qualitätsmanagement im Large- und Wide Format“. Eine genaue Auflistung aller Vorträge und Workshops sind auf der Internetseite der Messe verzeichnet.

Erstmals angeboten werden zusätzlich der LED Summit, der Basiswissen zu Licht und Beleuchtung inklusive der lichttechnischen und betriebswirtschaftlichen Analyse von LED-Projekten bieten soll, sowie der Textile Summit. Hier geht es um Trends und Innovationen im Textildruck, moderne Materialien, Verarbeitungstechnologien und Drucktechniken. Wer außerdem gerne seine Mittagspause mit Weiterbildung kombinieren möchte, ist bei den so genannten „Lunch & Learns“ richtig aufgehoben. Hier können sich Aussteller zwischen 12 und 13 Uhr mit bis zu zehn Personen an einen Tisch setzen und ihre Themen präsentieren, beziehungsweise die Meinung der Kunden direkt anhören und neue Produktideen diskutieren. Die Besucher können außerdem direkt ihre Fragen stellen, Anregungen geben und eigene Wünsche formulieren.

AUSGEWÄHLTE EXPONATE. Die Viscom ist nicht nur für Fachleute aus der Werbe- und Lichttechnik von Interesse. Auch Druckdienstleister können sich hier Ideen holen, Kooperationspartner finden und über neue Drucktechnologien informieren. Eine kleine Auflistung verschiedener Exponate soll zeigen, was im Bereich des Digitaldruckes auf der Fachmesse zu sehen sein wird. Ein Anspruch auf Vollständigkeit wird dabei nicht erhoben.

Am Stand von Canon und Océ (Halle 8a/G30) werden unter anderem die Océ Arizona 360 GT, ein UV-Flachbettdrucker für starre und flexible Medien mit neuem HD-Druckmodus zu sehen sein; ebenso wie der Océ Colorwave 600 Poster Printer und der Hochgeschwindigkeits-Großformatdrucker Canon Imageprograf IPF8300S.

Bei Roland DG (Halle 8b/H50) stehen indes die Möglichkeiten im Mittelpunkt, die der Einsatz von Metallic-Tinten mit sich bringt. Im praktischen Einsatz gezeigt werden die Metallic-Tinten unter anderem auf den großformatigen Drucksystemen der Versacamm-VS-Serie und der neuen Versastudio BN-20, die beide sowohl drucken als auch schneiden können. Neben Workshops zur Metallic-Tinte, die das Unternehmen kostenlos um jeweils 11.30 Uhr und 14.30 Uhr am Stand anbietet, sol-

Der Bereich Digitaldruck erhält auch bei der internationalen Fachmesse für visuelle Kommunikation, Technik und Design einen immer höheren Stellenwert. Daneben ist aber auch das Who's who der Licht- und klassischen Werbetechnik vertreten. Dadurch bietet die Messe eine gute Möglichkeit, um Kooperationen zu knüpfen.



len zudem verschiedene LED-UV-Drucker ausgestellt werden.

Bis zu 3,2 m breite Drucksysteme sind am Stand von Hewlett Packard (Halle 8a/H21) zu sehen. Das Unternehmen rückt mit dem neuen HP Scitex LX850 als auch dem HP Designjet L25500 seine Latexdrucklösungen in den Mittelpunkt seines Messeauftritts. Zusätzlich wird der Flachbettdrucker HP Scitex FB500 mit einer Druckbreite von 1,63 m präsentiert.

Eine Deutschlandpremiere wird am Stand der Multi-Plot Europe GmbH (Halle 8b/H20) gefeiert. Denn die neue Teleios Grande von D.gen mit 3,3 m Druckbreite und der neuen Druckkopftechnologie wird vor Ort Textilien des Herstellers Georg + Otto Friedrich bedrucken und so ihr Können unter Beweis stellen. Verwenden lassen sich mit der neuen Textildruckmaschine unter anderem Pigmenttinten und Dispersionsfarben.

Anfassen ist ausdrücklich auch im Musterhaus der Macron GmbH (Halle 8a/F30,F34) erwünscht. Das Antalis-Tochterunternehmen präsentiert eine Reihe von Anwendungsbeispielen, von der Wohnzimmeratmosphäre bis zur Einkaufsstraße. So ist beispielsweise die Fußbodenfolie Coala Media So Event Walk für Innen- und Außenanwendungen ohne Laminat ebenso zu sehen wie die Coala Media iRoll für den POS. Das Roll-up-System in vier Farben besitzt laut Hersteller eine intelligente Mechanik und ein ansprechendes Design. Aber auch die täglichen Verbrauchsgüter wie SK-Folie, Bannermaterialien oder Roll-up-Filme werden bei Macron zu finden sein. Zum Ausstellungskatalog gehört zudem der Modul Mounter, ein Flachbett-Laminator, der „mitwachsen“ kann sowie das Avery-SK-Sortiment, Kapa, die Leichtschaumplatten für den Digitaldruck und weitere Medien.

Gleich mehrere neue Farben wird die Marabu GmbH & Co. KG (Halle 8a/G33) präsentieren: Die Digitalfarbe Marajet DI-MS, die live auf dem Mimaki JV33 gezeigt wird, sowie die neue Sublimationsfarbe Texajet DX-SHE, die an einer Mutoh Viper TX zum Einsatz kommen wird. Dritte Produktneuerung wird die Marajet DI-JVP-Farbe sein, die durch ihre Plug-and-Print-Funktion einen Zusatznutzen bringen soll. Für den Druck auf starren und flexiblen Substraten wurde außerdem die neue UV-härtende Hybrid-Inkjetfarbe DUV-H entwickelt.

Das ESC – Europa-Siebdruckmaschinen Zentrum GmbH & Co. KG präsentiert auf seinem

Stand gleich mehrere Flachbettdrucksysteme wie zum Beispiel die ESC-Jetrix für die Glasbedruckung oder die ESC-Daytone T660UV. Neu im Programm des Bad Salzuffer Unternehmens ist außerdem der UV-LED-Drucker Mimaki JFX Plus. Für die Textilveredelung wird zudem die Modellreihe ESC-DTG zu sehen sein.

Judith Grajewski

Gesucht: Europas bester Verklebungskünstler

■ Nicht allein die Aussteller und zahlreichen Anwendungsbeispiele machen die Viscom zu einer der buntesten Fachmessen im Messeherbst 2011, sondern auch der Wettbewerb um den European Wrap Star. Dabei kämpfen an den drei Veranstaltungstagen die besten Verklebungskünstler Europas um den Titel des Besten.

Bis zum großen Finale müssen insgesamt vier Runden überstanden werden. Am 13. Oktober finden die acht Erstrunden-Matches mit einer Dauer von jeweils 30 Minuten statt, die vier Zweitrunden-Matches zu je 40 Minuten werden am Vormittag des Folgetages ausgetragen. Am Nachmittag folgen zwei Matches mit jeweils 50 Minuten.

Die beiden Halbfinals mit einer Dauer von jeweils 60 Minuten sind am letzten Messetag zu sehen, bevor dann um 15 Uhr das 90-minütige Finale mit anschließender Siegerehrung stattfindet. Die Jury des internationalen Wettbewerbes besteht aus Rob Ivers (USA), Paul Koch aus den Niederlanden, Ole Ravn aus Dänemark und Manfred Ratajczak aus Deutschland. Sie bewerten in erster Linie die Qualität der Verklebung. Verklebt werden in diesem Jahr übrigens die Kleinwagen Audi A1 mit den Folien von 3M.

Ein besonderes Highlight ist außerdem am ersten Messetag ab 16 Uhr zu sehen. Dann nämlich wird ein Weltrekord-Versuch im Car-Wrapping für das Guinness Buch der Rekorde am Eventstand der Messe zu sehen sein.



Die Viscom gehört zu den buntesten Messen im Messeherbst 2011. Neben Digital- und Textildruckmaschinen sind hier auch Verklebungskünstler (unterer Bildausschnitt, siehe Autos) bei ihrer Arbeit zu besichtigen.