



AUSBILDUNG VORANGEBRACHT

Eine erfolgreiche Arbeit bescheinigte Frank Werneke dem ZFA zu dessen Jubiläum. Seite 43



PRINTMEDIEN IM STETIGEN WANDEL

„Was immer gleicher und billiger wird, wird auch verwechselbarer“, meint Jörg Künkel. Seite 11



OHNE JDF UND PDF GEHT NICHTS MEHR

„Der Rentenanspruch für das opake Postscript-Farbmodell läuft“, ist sich Olaf Bläsing sicher. Seite 22

Deutscher Drucker

VORSTUFE · CROSS MEDIA · DRUCK · WEITERVERARBEITUNG

26. November 2009 · Nr. 39 · 45. Jahr



Hochveredelte Druckprodukte: Nicht nur eine Frage der Technik

VEREDELUNG ALS STRATEGISCHE AUFGABE ■ Dass Druckveredelungen ein probates Mittel sind, um die Aufmerksamkeit von Printprodukten zu erhöhen, ist hinlänglich bekannt. Erfolg hat man damit aber nur mit einer richtigen Strategie.

■ In atemberaubendem Tempo bietet die Zulieferindustrie laufend neue Technologien und Materialien an, mit denen Druckereien und Veredelungsspezialisten effektvolle Veredelungen realisieren können. Bei der derzeitigen Fragmentierung der Medien kommt diese Entwicklung wie gerufen, denn gerade angesichts eines regelrechten Overkills an digitalen Publikationsmöglichkeiten können die beständigen Druckprodukte durch ihre einzigartige Optik und – vermehrt – Haptik punkten. Dass es heute dabei mit einer einfachen Lackanwendung nicht mehr getan ist, liegt auf der Hand.

„Veredelungstechnologien, die noch nicht weit verbreitet sind, aber ständig technologisch weiterentwickelt und damit wirtschaftlich sinnvoll werden, sind gute Nischen-Möglichkeiten,“ resümiert Jochen Wied in seiner Diplomarbeit über Aufwand und Nutzen des „Value Added Printing“ (siehe Seite 16). Druckereien bieten sich also neue Chancen. Welche Lackierungsmöglichkeiten sich zurzeit auf dem Markt etablieren, beschreibt Thorsten Drews ab Seite 14. Und die Entwicklung bleibt nicht stehen: Kombinationen verschiedener Lacke und Folien sind stark im Kommen.

Aktuelle Veredelungstechnologien einsetzen zu können, ist das Eine, sie erfolgreich am Markt anzubieten, das Andere. Aus Kundensicht müssen die höheren Kosten einer Veredelung einen steigenden Umsatz zur Folge haben. In diese Richtung können Verkäufer von Druckereien jedoch nur argumentieren, wenn sie das Geschäft des Kunden wirklich verstehen. Um eine entsprechende Qualifikation des Verkaufs kommt man deshalb nicht herum. Langfristig lassen sich Veredelungen nur durch eine erstklassige Beratung in bare Münze umsetzen. Lesen Sie unseren Schwerpunkt ab Seite 14.

Kunden & Märkte

Was braucht die Pharmabranche?



■ In einer stetig älter werdenden Gesellschaft ist die Pharmaindustrie eine echte Wachstumsbranche und folglich eine interessante Kundschaft für Druckereien. Allerdings werden von dieser Klientel ganz besondere Anforderungen an die Beschaffenheit von Printprodukten gestellt. Vor allem die Verpackungen müssen höchste Qualitätsstandards erfüllen. Seite 12

Betrieb & Management

Guerilla-Marketing gegen die Krise



■ Guerilla-Marketing versucht trotz kleinem Etat eine hohe Aufmerksamkeit zu erzielen. Dazu ist es wichtig, alle Kommunikationskanäle zu nutzen, die wenig kosten. Speziell im Internet gibt es viele kostenlose Möglichkeiten. So mancher Kontakt zu potenziellen Kunden ist beispielsweise schon durch „Chatten“ im Netz entstanden. Was DD-Experte Michael Hack darüber hinaus noch an praktischen Tipps hat, lesen Sie ab Seite 35.

www.publish.de

Wer liefert was?
Einkaufsquellen von A-Z
ab Seite 28

Gehen Sie einfach auf Nummer sicher...



...mit migrationsarmen UV-Lacken von WEILBURGER Graphics

Um die Anwendung von UV härtenden Lacken für die Lebensmittelindustrie in der Produktion noch sicherer zu machen, werden diese von uns ab sofort mit einem ebenfalls speziell für Lebensmittelverpackungen geeigneten Farbstoff grün eingefärbt.

Unsere SENOLITH®-UV-FP Lacke wurden von Anbeginn an bewusst auf Basis hochwertiger migrationsarmer Photoinitiatoren anstelle von Benzophenon und 4-Methyl-Benzophenon entwickelt und sind somit ideal für die Anwendung in der Lebensmittelverpackung geeignet.

Hierdurch werden die Lacke unserer SENOLITH®-UV-FP Reihe auch für Produktionsmitarbeiter im Drucksaal leicht von anderen Lacken unterscheidbar. Eine versehentliche Verwechslung mit nicht lebensmittelkonformen Lacken ist somit auszuschließen.

Das Gesamtprogramm unserer SENOLITH®-FP Klasse umschreibt derzeit mehr als 30 Produkte. Für weiterführende Informationen stehen wir oder unsere weltweiten Vertriebspartner Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

