

DESKTOP

DIALOG DAS PUBLISHING-MAGAZIN



EDP awards

Where innovation begins

The EDP Association Award logo is given to the best and most innovative print related products of the year and judged by an independent international panel of experts. The EDP Association Award means a product is the best in class out of all the new products launched this year in that category, giving you peace of mind in your purchase.



Ein scharfer Schnitt



Die Nachricht kam als Schock. Auch wenn in den letzten Wochen schon mehrfach von finanziellen Schwierigkeiten berichtet wurde, mit der letztlich konsequenten Insolvenz von manroland hatten nur wenige im Markt gerechnet. Nun wird allenthalben darüber spekuliert, warum es dazu kommen musste. Und für alle Beteiligten ist es erst einmal eine Beruhigung, dass ein erster Massekredit vorhanden ist und die Geschäfte vorerst weitergeführt werden können.

Dass es in der Unternehmensleitung zu Problemen aufgrund schwieriger und falscher Entscheidungen gekommen ist, das darf als gesichertes Erkenntnis hingenommen werden. Das ist aber nur die eine Seite der Betrachtung. Viel gravierender wiegt die Veränderung in der gesamten Druckindustrie. Dabei hat manroland leider doppelt zu tragen. Manroland ist im Bogengeschäft – neben Heide Druck – ohnehin der kleinere Hersteller. Im Zeitungsgeschäft kommen der dramatische Verfall der Auflagen, sinkende Verkäufe und schrumpfende Anzeigenerlöse bei den Verlagen hinzu. Unter diesen Bedingungen ist die Kaufbereitschaft seitens der Zeitungsverleger radikal gesunken. Und wenn der Informationstransfer per Print nicht mehr „in“ ist, wenn es von überall her erschallt, dass wir uns mit dem Smartphone „schnell und umfassend“ informieren können, dann haben wir hier wohl einen Paradigmenwechsel in Reinkultur.

Wobei es sich nach meiner Einschätzung bei dieser Art der Informationsverbreitung nur noch um eine selektive, um eine „kastrierte“ Information handelt. Wenn eine Nachricht nur noch in Schlagworten, als Video oder auf 140 Zeichen getrimmt transportiert wird, kommt der Inhalt zu kurz, ist die Botschaft nicht mehr umfassend. Wenn ich mein Gehirn nicht mehr einschalten muss, um eine Botschaft zu „begreifen“, kann ich letztlich mit der Botschaft auch nichts mehr anfangen.

Neben diesen, von der Abnehmerseite her veranlassten Veränderungen im Markt kommen dann noch die technologischen Änderungen hinzu. Denn der Digitaldruck macht auch vor der Zeitung nicht halt. Auf der letzten Drupa waren schon sehr leistungsstarke Inkjetdruck-

maschinen zu sehen, die den Traum von der individualisierten Zeitung ein Stück weit näher brachten. Angesichts der Tatsache, dass in weniger als 150 Tagen die nächste Drupa ihre Tore öffnet, fällt es nicht schwer sich auszumalen, welche Fortschritte in diesem Bereich zu erwarten sind. Zum Thema Digitaldruck haben die klassischen Druckmaschinenhersteller den internen Wettbewerb verloren. Zu stark sind in diesen Unternehmen die Vorbehalte. Der Schritt in die Kooperation mit entsprechenden Herstellern ist oftmals viel zu spät gegangen worden, auch bei manroland. Hier gilt meine Bewunderung den vielen kleinen Druckunternehmen, die den Weg zum Digitaldruck zum Teil schon vor Jahren gegangen sind und heute mit beiden Technologien gut aufgestellt sind und gutes Geld verdienen.

Mir bleibt an dieser Stelle nur allen Beteiligten der manroland-Krise zu wünschen, dass sie diese Krise ohne Schaden überstehen mögen. Ihnen allen wünsche ich frohe und besinnliche Festtage und ein gesundes und erfolgreiches neues Jahr. Viel Glück in 2012!

Herzlichst Ihr

PS: Eine positive Botschaft erhielt ich in den letzten Tagen noch zum Thema Zukunft der Zeitung. Der berühmte Investor Warren Buffett hat danach zu einem erheblichen Betrag einen regionalen Zeitungsverlag übernommen. Und das, obwohl er noch vor zwei Jahren geäußert hatte, dass er die meisten Zeitungen „zu keinem Preis“ kaufen würde. Nun änderte er dazu seine Meinung und sagte den Zeitungen „eine ordentliche Zukunft“ voraus: „Es gibt immer noch eine Menge Dinge, die Zeitungen besser können als andere Medien“, so Buffett. In der Vergangenheit lag der alte Mann mit seinen Einschätzungen ja nicht so falsch ...

Inhalt

PUBLISHING

WORKSHOPS

Print Centre mit Erweiterung

Mit Fujifilm kommt jetzt eine cloudbasierte Web-2Print-Lösung

6

Das aktuelle Interview

Kompetenz in Farbe: Die Fogra lädt zum Farbsymposium

8

Messebericht und Marktübersicht

Vom Digitaldruck über die Werbetechnik bis zum Digital Signage wurde auf der Viscom eine Menge Neues geboten. Dazu der erste Teil unserer umfassenden Marktübersicht LFP.

11

Neue Druckertechnologie

Mit der DP-Line betritt Océ Neuland bei den digitalen Drucksystemen: Keine Ozon- und keine Tonerückstände mehr.

21

Digitale Magazine für iPad & Co

Digital Publishing eröffnet viel neues Potential bei Veröffentlichung und dem Verkauf von digitalen Magazinen.

31



Regeln und Ausnahmen

Bei der Gestaltung für Print und Screen kommen erstaunlich oft handwerkliche Fehler vor. Unser Autor beobachtet.

23



Automatisierungen in Satz und Layout

Mit speziellen Werkzeugen hat Quark einen hohen Grad an Automatisierung erreicht. Dadurch wird der Anwender

25



Die dritte Dimension

Mit der Version CS5 wurde bei Photoshop in der Variante »Extended« das umfangreiche 3DMenü nochmals deutlich erweitert.

29

Rubriken

Editorial	3
News	5
Impressum	18
Termine	10
Personalien	10

Der Desktop Dialog ist Gründungsmitglied der European Digital Press Association



Verschachtelte Formate

Die Absatzformatierungen von InDesign bieten für viele Aufgabenstellungen sehr hilfreiche Optionen, vor allem wenn es sich um komplexe Formatierungen mit wechselnden Zuweisungen handelt.

33

Wir wünschen allen Lesern und Freunden unseres Hauses erholsame Feiertage und ein erfolgreiches neues Jahr.

Für die angenehme Zusammenarbeit und das uns entgegengebrachte Vertrauen bedanken wir uns recht herzlich.

Desktop Dialog
Redaktion und Verlag



Lösung für Zeitungen auf Mobilgeräten

Mit Arkitex Eversify hat Agfa Graphics eine Lösung für Zeitungen entwickelt, die in das digitale Publishing einsteigen möchten. Die Software-as-a-Service-Lösung arbeitet mit HTML5, was eine klare Trennung des Stils vom Inhalt und eine attraktive Präsentation ermöglicht. Eingebettete Javascriptfunktionen erlauben das Suchen, Lesezeichen und den Zugriff auf andere Onlinedienste. Die Inhalte für die Umsetzung können von einem beliebigen Contentsystem angeliefert werden. Anschließend werden die Daten analysiert und automatisch verarbeitet, um eine Ausgabevorschau zu produzieren. Sie kann bei Bedarf noch geändert werden und wird dann an eine beliebige Hostumgebung geliefert, sodass sie über die eigene Readerapplikation der Publikation aufgerufen werden kann. Der Service wird Verlegern in Europa ab Mitte 2012 zur Verfügung stehen.

www.agfagraphics.de

Druckerserie erweitert

Seine ValueJet-Druckerserie hat Mutoh um den 54-Zoll-Drucker VJ-1324 und das 64-Zoll-Modell VJ-1624 ergänzt. Die Vierfarbdrucker arbeiten mit einem Druckkopf mit einer Auflösung von 1.440 dpi. Er produziert Tintentropfen in Größen zwischen 3,5 und 35 pl. Bei einer Druckauflösung von 720 dpi erreichen die Geräte eine Geschwindigkeit von bis zu 14,5 m² pro Stunde. Sie sind mit einem neu entwickelten Bedienfeld und einem automatischen Abschneidemechanismus ausgestattet. Optional können sie mit einem Spektralphotometer bestückt werden, das Farbveränderungen überwacht und ICC-Profile

erstellt. Seit Oktober sind die beiden Großformatdrucker verfügbar.
www.mutoh.de

Fortschrittliche Druckplatte

Fujifilm kündigt die Einführung der Druckplatte Brillia HD Pro-T3 an. Sie verfügt über drei Technologien zur Optimierung der Leistung: Auf der Oberfläche des Aluminiums wird eine Mikrokörnung erzeugt, die für einen großen Spielraum im Bezug auf die Farb-/Wasser-Balance in der Druckmaschine sorgt. Eine mehrlagige Beschichtung steuert die Diffusion von Sauerstoff. Abschließend beinhaltet die dritte Schicht der Druckplatte die Fine Particle Dispersion-Technologie zur Verbesserung des Druckver-



haltens. Die Kombination erbringt gegenüber den Vorgängerversionen eine bessere Farbannahme und ein schnelleres Entfernen der Schichtreste in der Druckmaschine sowie eine größere Toleranz gegenüber unterschiedlichen Druckbedingungen.

www.fujifilm.de

Umweltfreundlich und produktiv

Basierend auf der GelSprinter-Technologie hat Ricoh das Modell Aficio GX e7700N entwickelt. Der Drucker arbeitet mit ergiebigen Gel-Kartuschen und verbraucht im Energiesparmodus weniger als 2,7 Watt. Die standardmäßige Duplexeinheit ermöglicht das Einsparen von Papier. Pro Minute druckt der Farbdrucker 29 A4-Seiten und verarbeitet Medien in Formaten von A6 bis A3. Für rund 800 Euro ist der Netzwerkdrucker ab sofort zu haben.

www.ricoh.de



Egal, wie eine



Farbe gedruckt wird,



es bleibt



die gleiche Farbe.

Mit den Farbmanagementlösungen GMG ColorServer und GMG SmartProfiler erzielen Sie bei unterschiedlichen Druckverfahren und auf verschiedensten Bedruckstoffen gleiche Farbergebnisse. Einfach, automatisiert, immer wieder.

gmg color

www.gmgcolor.com



Displays fürs Büro

Zwei Full-HD-Monitore mit LED-Backlight erweitern das Portfolio von AOC. Die Widescreen-Modelle e2219Ph mit 22 Zoll Bilddiagonale und e2436Pa mit 24 Zoll Bilddiagonale liefern eine Auflösung von bis zu 1.920 x 1.080 Bildpunkten. Ihre Helligkeit liegt bei 250 cd/m² und die Reaktionszeit beträgt 5 Millisekunden. Damit eignen sich die Monitore für Büro- und Multimedia-Anwendungen. Die um 11 cm höhenverstellbaren Standfüße lassen sich in der Neigung verstellen und ermöglichen eine Verwendung der Monitore im Hochformat. Beide Monitore sind noch in diesem Jahr verfügbar. Der 22-Zöller kostet 170 Euro, sein großer Bruder kostet 190 Euro. www.aoc-europe.com/startseite

Drucken mit mobilen Geräten

Efi stellt die Softwarelösung PrintMe Mobile vor. Damit lassen sich beliebige Netzwerkdrucker für den Druck mit Tablet-PCs und Smartphones rüsten. Apple-, Android- oder Blackberry-Nutzer können Dokumente an den Druckern ausgeben, ohne auf den Mobilgeräten eine Software zu installieren. Eine 90-Tage-Probeversion mit vollem Funktionsumfang ist im Internet verfügbar. Die Preisempfehlung für die USA (zuzüglich Steuern und Abgaben) beträgt 500 US-Dollar pro Drucker für eine Dauerlizenz. www.efi.com/printmemobile

NEWS AUS DER SZENE

Aus der Fülle der Anbieterinformationen für Sie recherchiert und aufbereitet von Philip Berghoff.

pberghoff@desktop-dialog.de

Erste Jet Press 720 im Democentrum

Im Demonstrationscenter in Brüssel hat Fujifilm jetzt die erste Jet Press 720 zu Vorführzwecken installiert. Dies ist dann der Abschluss der Betatestphase in Japan. Der offizielle Vertriebsstart in Europa ist für das vierte Quartal 2011 geplant. Die Jet Press 720 ist eine Vierfarben-Digitaldruckmaschine im B2-Format, die bei maximaler Produktionsgeschwindigkeit bis zu 2.700 Bogen/Stunde einseitig bedrucken kann. Sie nutzt die Samba-Druckkopftech-

nologie mit einer Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi bei variablen Punktgrößen. Durch das Aufbringen eines Primers vor dem Druck lassen sich mit der Jet Press 720 beschichtete Standardoffsetpapiere einsetzen und auch gewisse unbeschichtete Papiere. Nach dem Druck können die B2-Bogen genauso wie Offsetdrucke behandelt und weiter verarbeitet werden. Somit steht erstmalig einem Digitaldruckprodukt ein breites Spektrum an etablierten Weiterverarbeitungsmöglichkeiten zur Verfügung. www.fujifilm.eu

XMF Print Centre mit Erweiterung

Fujifilm stellte die cloudbasierten Web-to-Print-Lösung XMF Print Centre vor. Damit können Druckdienstleistern auf einfache Weise für ihre Kunden individuelle einzelne oder mehrere Portale für Onlinebestellungen erstellen, die das Arbeiten mit statischen oder variablen Templates bieten. Durch die leicht anpassbare Oberfläche der Webshops an kundenspezifische Designs oder Zielgruppen ist dieses Tool sowohl für Akzidenz- auch für Großformatanbieter geeignet.

Das XMF Print Centre harmonisiert nicht nur mit Fujifilms XMF-Workflow sondern ist auch kompatibel mit anderen Produktionsumgebungen auf dem Markt, so dass potentielle Anwender XMF Print Centre leicht in eine vorhandene Workflow-Infrastruktur integrieren können.

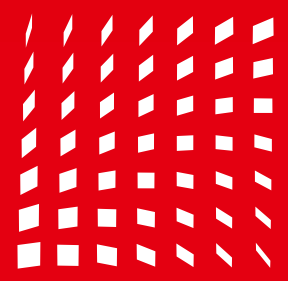
In den letzten Monaten hat sich diese neue Web-to-Print-Lösung strengen Betatests unterzogen, und als Ergebnis sind eine Reihe neuer Leistungsmerkmale hinzugekommen. Dabei wurde viel Wert auf die Entwicklung der Benutzeroberfläche gelegt, um sicherzustellen, dass sie extrem einfach zu bedienen ist. Erfahrene Drucksacheneinkäufer finden darin eine einfache Produktauswahl, einen interaktiven Jobeditor mit Jobupdates in Echt-

zeit und vertraute Systeme zur Anerkennung von Zahlungs- und Lieferbedingungen. Der Jobeditor bietet eine verbesserte Textbearbeitung und die Möglichkeit zum Hochladen und zur Kontrolle von PDF-Dateien für den Druck. Alle Onlinebestellungen werden dann automatisch zu einem oder mehreren Druckstandorten für die Auftragsabwicklung weitergeleitet. Die zusätzliche Unterstützung von Sonderfarben ermöglicht die Umsetzung weiterer Auftragsvarianten.

Das Backoffice von XMF Print Centre bietet eine Reihe von umfangreichen Tools für die Verwaltung aller Aspekte der Online-druckumgebung. Die Anbieter können ihre Preismodelle inklusive kundenspezifischer Rabatte festlegen, neue Produkte anbieten und weitere Kriterien verwalten, die bei der künftigen Geschäftsentwicklung hilfreich sind – z.B. die Erstellung von Gutscheinen und der Versand eines Newsletters. www.fujifilm.de



Das einfach zu bedienende Webshop-System eröffnet Möglichkeiten für den Einstieg in den E-Commerce Bereich.



print media messe
drupa

world market print
media, publishing &
converting

Phaser 7800 zum halben Preis

Xerox bringt mit dem Phaser 7800 ein kleines Produktionssystem für graphische Anwendungen auf den Markt. Der neue Drucker verarbeitet im Simplexdruck Papiergewichte bis zu 350 g, im Duplexdruck mit einer Grammaturo von 300 g. Hiermit können Druckdienstleister oder Unternehmen viele unterschiedliche Anwendungen von der Postkarte bis zum Label realisieren. Das neue System wird von Januar bis Ende März 2012 im Demo-Angebot zu 50 Prozent des Listenpreises für den Fachhandel zur Verfügung stehen. Das A3 Produktionssystem beherrscht auch Bannerdruck und das Überformat SAR3. Es sind zwei Varianten der Endverarbeitungseinheit verfügbar, der Professional Finisher und der Office Finisher LX, für den auch ein Booklet Maker verfügbar ist. Das System arbeitet mit einer Auflösung von 1.200 x 2.400 dpi. Die Farbanpassung ist durch die Colour-by-Words-Funktion kinderleicht. Designer können mit dem System hochqualitative Konzepte in bestechender Farb- und Bildqualität erstellen. Die Software PhaserMatch 5.0 sorgt für ein einfaches Farb-Management und sehr hohe Farbtreue. EFI Colorproof eXpress erstellt qualitativ hochwertige Prüfdrucke und Bilder schnell, einfach und kostengünstig. Der Phaser-Einstiegspreis liegt bei ca. 5.000 Euro, die Rabatte gehen noch ab.



Das System arbeitet mit einer Auflösung von 1.200 x 2.400 dpi. Die Farbanpassung ist durch die Colour-by-Words-Funktion kinderleicht. Designer können mit dem System hochqualitative Konzepte in bestechender Farb- und Bildqualität erstellen. Die Software PhaserMatch 5.0 sorgt für ein einfaches Farb-Management und sehr hohe Farbtreue. EFI Colorproof eXpress erstellt qualitativ hochwertige Prüfdrucke und Bilder schnell, einfach und kostengünstig. Der Phaser-Einstiegspreis liegt bei ca. 5.000 Euro, die Rabatte gehen noch ab.

Das System arbeitet mit einer Auflösung von 1.200 x 2.400 dpi. Die Farbanpassung ist durch die Colour-by-Words-Funktion kinderleicht. Designer können mit dem System hochqualitative Konzepte in bestechender Farb- und Bildqualität erstellen. Die Software PhaserMatch 5.0 sorgt für ein einfaches Farb-Management und sehr hohe Farbtreue. EFI Colorproof eXpress erstellt qualitativ hochwertige Prüfdrucke und Bilder schnell, einfach und kostengünstig. Der Phaser-Einstiegspreis liegt bei ca. 5.000 Euro, die Rabatte gehen noch ab.

www.xerox.de

Schriftklassiker in 20 Stärken

Ab sofort sind die Schriftfamilien Georgia Pro und Verdana Pro in 20 Strichstärken bei Linotype erhältlich. Die Schriften wurden in den 90er-Jahren von Matthew Carter im Auftrag von Microsoft für die Darstellung am Bildschirm entworfen. Mittlerweile sind sie in allen gängigen Betriebssystemen verfügbar und gehören zu den beliebtesten Schriften für Webseiten. In den Pro-Versionen wurden die Schriftfamilien um die Strichstärken Light, Semibold und Black ergänzt und verfügen nun über insgesamt fünf Strichstärken, jeweils auch in Kursivvarianten. Neu hinzugekommen sind die für alle Strichstärken passenden Condensed-Schnitte.

www.linotype.com/de

Pixel Party
Our weekly Live Blog
Relaunch
We proudly present A New Flavor
NETIQUETTE
Trademark Archive

your link to print

one world - one drupa
may 3 - 16, 2012
düsseldorf, germany
www.drupa.com

your link to more - Stimmen Sie sich ein und erleben Sie die Highlights der drupa 2012 schon jetzt! Das drupa Logo via Augmented Reality mit Smartphone oder Webcam scannen. Wie es genau funktioniert, erfahren Sie hier: www.drupa.de/hilfe

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Germany
Tel. +49 (0) 2 11/45 60-01
Fax +49 (0) 2 11/45 60-6 68
www.messe-duesseldorf.de





HP mit neuen Latex-Druckern

HP hat zwei Designjet-Drucker vorgestellt, die ein größeres Spektrum von Anwendungen für den Innen- und Außenbereich mit größerer Haltbarkeit abdecken. Der Designjet L28500 mit einer Breite von 264cm unterstützt die Strategie von HP, die Eco-Solvent-Lösungen mit Latexdrucktechnologie abzulösen. Der Designjet L26500 mit einer Breite von 155cm ist ideal für Kunden, die den Einstieg in den wachsenden Soft-Signage-Markt schaffen wollen. Beide Systeme arbeiten mit neuen HP 792 Latex Designjet Tinten.

Die Systeme bedrucken ein breites Materialspektrum einschließlich Eco-Solvent-kompatibler Medien und kostengünstiger ungestrichener Materialien. Die neuen Geräte erzeugen Ausgaben mit 1.200 dpi und einer

Haltbarkeit im Außenbereich von bis zu drei Jahren (unlamiert) oder bis zu fünf Jahren (lamiert). Die Erzeugnisse trocknen zudem im Drucker, was die Produktivität für doppelseitige Druckjobs steigert und die sofortige Verwendung oder Weiterverarbeitung ermöglicht.

Mit den neuen Soft-Signage-Druckfunktionen können Kunden Anwendungen von Bannern bis zur Messebeschilderung und Innendekoration erzeugen, die einfach zu falten und zu verpacken, preisgünstig zu versenden und einfach anzubringen sind und eine größere Haltbarkeit im Außenbereich bieten.

Der HP Designjet L26500 Printer ist je nach Region ab November verfügbar. Die Verfügbarkeit des HP Designjet L28500 Printer ist ab Januar 2012 geplant.

www.hp.com/go/latex

Fachmesseverbund in Stuttgart

Erstmals findet vom 2. bis 4. Februar 2012 der Fachmesseverbund Expo 4.0 in der Messe Stuttgart statt, bestehend aus den vier Fachmessen TV TecStyle Visions, wetec, POS Masters und Digital Signage Tec.

Die Expo 4.0 ist aufgrund der vier parallel veranstalteten Fachmessen die Plattform, die alle Bereiche der visuellen Kommunikation miteinander verknüpft, wobei die Eigenständigkeit der Messen eine übersichtliche Struktur sicherstellt. Dieses Konzept schafft Synergien für Aussteller und Besucher: Die Aussteller können neue Unternehmen als Kunden gewinnen; die Besucher haben die Möglichkeit, sich über Produkte zu informieren, die das jeweilige Kerngeschäft erweitern können. Hinter der Expo 4.0 stehen 8 Verlage mit 15 Fachmagazinen, die von über 100.000 Unternehmen im In- und Ausland gelesen werden.

In den nächsten Jahren wird die Expo 4.0 in Stuttgart stattfinden; nicht zuletzt wegen des wirtschaftlich starken süddeutschen Raums.

www.expo-4-0.com

Das aktuelle Interview

Kompetenz in Farbe

Die Herstellung und Bewertung von qualitativ hochwertigen Drucksachen war lange Zeit die Domäne der konventionellen Druckverfahren und der zugehörigen Prozesskontrolle hinsichtlich der Bedruckstoffe, Druckfarben und des Druckprozesses. Im Digitaldruck, der quantitativ und qualitativ stark zugelegt hat, ist eine solche Aufteilung nicht mehr sinnvoll. Dies liegt daran, dass Digitaldrucksysteme aufeinander abgestimmte, herstellerabhängige Systemkomponenten verwenden, die jeweils eigenen Einflussparametern unterliegen. Dieser Übergang wird neben der Farbaufbereitung für die elektronischen Lesegeräte (Tablet-PCs) Schwerpunkt des dritten Fogra Colour Ma-



agement Symposiums sein. Wir haben mit dem Organisator, Andreas Kraushaar, gesprochen.

Der Farbdruck ist heute Stand der Technik, wozu braucht es da noch ein Farbmanagement-Symposium?

Gerade weil Farbdruck Stand der Technik ist, ist es zunehmend von Bedeutung, sich durch Qualität zu differenzieren. Mehr und mehr Druckeinkäufer verlangen eine Farbgenauigkeit, die über die Angabe einer HKS- oder Pantone-Nummer hinausgeht. Deshalb richtet sich das dritte Colour Management Symposium an Dienstleister, welche die genaue Reproduktion der Farbe nicht nur im konventionellen Druck sondern auch im Digitaldruck, zu ihren Schwerpunkten zählen.

Was unterscheidet das Fogra-Symposium von den zahlreichen anderen Veranstaltungen?

Getreu dem Motto „Wissenschaft trifft Farbe“ ist es die Verbindung von Fachwissen und praktischer Anwendbarkeit. Und dies im für die Fogra bekannten Rahmen von Herstellerunabhängigkeit und Kompetenz der Vortragenden. Zwei außerordentlich erfolgreiche Veranstaltungen 2008

Print und Internet verschmelzen

Wenn in den nächsten Monaten in rund 500 Fachpublikationen in über 60 Ländern weltweit die drupa-Anzeigen erscheinen, fallen die Buchstaben AR in der oberen rechten Ecke direkt ins Auge: Die Anzeige ist mit Augmented Reality angereichert. Betrachtet der Leser - ausgestattet mit einer speziellen Software via Smartphone, Tablet oder seiner PC-/Laptop-Kamera den sogenannten Marker – in diesem konkreten Fall das Bildmotiv – startet auf dem Bildschirm eine 3D-Animation. Per Fingertouch auf eine interaktive Schaltfläche geht es dann direkt auf die drupa-Website. Die Vorteile liegen auf der Hand: Durch Print kann der Leser gezielt auf die Internetseite der drupa geholt werden und sich dort die aktuellsten Informationen verschaffen. „Diese konsequente Verknüpfung von Print, Internet und Mobile ist das zentrale Thema unserer kompletten Marketingkampagne zur Drupa 2012 und zieht sich durch alle Elemente durch“, erläutert Petra Köhler, Manager Marketing Kommunikation bei der Messe Düsseldorf. „Schon immer hat die drupa mit ihren Marketingkampagnen die aktuellen Trends der

Printkommunikation aufgegriffen, an die speziellen Bedürfnisse einer Weltleitmesse angepasst und dementsprechend umgesetzt.

Zur bevorstehenden drupa steht die crossmediale Vernetzung der verschiedenen Medienkanäle im Mittelpunkt – wobei Print stets das Leitmedium bleibt“, stellt Petra Köhler klar. „Dementsprechend steht die Kampagne unter dem Motto: your link to print“. Als kleinen „Appetizer“ auf die gesamte AR-Kampagne wurde der drupa Song in der ersten Anzeigenkampagne im Sommer 2011 crossmedial eingebunden – mit positivem Feedback.

Nicht zuletzt die Tablet-PC's und die besser werdenden Smartphones stellen Augmented Reality stärker in das Licht der Öffentlichkeit und eröffnet der Kommunikationsbranche neue Einsatzmöglichkeiten.

Zehn Kommunikationsdesign-Studenten der privaten Ruhrakademie Schwerte haben im Rahmen einer Projektarbeit die AR-Elemente und die Integration in die gesamte Kampagne mit entwickelt. Sehr schnell war klar, dass der Besucherprospekt, das wichtigste Werbetooll zur drupa, mit AR angereichert werden soll. Er erscheint in zehn Sprachen und in einer Gesamtauflage von 450.000



Exemplaren. Zwei Themen/Inhalte des Besucherprospektes werden aufgegriffen und multimedial umgesetzt: drupacity Düsseldorf und die sogenannten drupa specials, das fachliche Rahmenprogramm. „Anders als durch klassische Werbeformen lässt sich mit Augmented Reality ein Dialog aufbauen“, erkennt Petra Köhler einen klaren Vorteil von AR. „Diesen Vorteil nutzen wir beispielsweise mit unserem deutschen Besuchermailing, in dem wir die Empfänger spielerisch auffordern, über AR auf die drupa-Webseite zu gehen und sich dort die aktuellsten Informationen zu verschaffen“, so Petra Köhler. www.drupa.de

und 2010 haben gezeigt, dass der direkte Draht sowohl zu international anerkannten Experten aus der Forschung als auch zu ausgewiesenen Praktikern den Erwartungen vieler Unternehmen entspricht.

? Was sind denn die Neuigkeiten im Bereich Farbe?

! Zum einem ist es die Erweiterung der Farbprüfung gemäß Fogra PSD (= ProzessStandard Digitaldruck) hinsichtlich der medienrelativen Bewertung von Druckprodukten, d.h. der Druck ohne Papiersimulation. Zum anderen wird die Farbwiedergabe auf Textilien sowie elektronischen Medien intensiv behandelt. Nicht zuletzt geht es um die konsistente Behandlung von Bedruckstoffen mit hohem Anteil optischer Aufheller sowie Metallic- und Interferenzfarben.

? Was machen Sie denn im Deutschen Museum?

! Das Deutsche Museum ist weltweit bekannt und für den einen oder anderen ein zusätzlicher Anreiz nach München zu kommen. Als Mitglied des Deutschen Museums bin ich ganz besonders froh, diesen Ort sowohl für die

Einladungsrede als auch für den geselligen Abend nutzen zu können. Ich denke, dass die Ausstellung „Neue Technologien“ ein hervorragendes Ambiente für diese Veranstaltung bietet. ☘



Termine

Druckforum				
Wann?	Wo?	Wer stellt aus/Referenten?	Kalenderschau	Bewertung
30. Januar bis 10. Februar 2012	Stuttgart, im Haus der Wirtschaft, Willi-Bleicher-Str. 19 www.verband-druck-bw.de	Vom 30. Januar bis 10. Februar 2011 findet zum 34. Mal das Druckforum des Verbandes Druck und Medien in Baden-Württemberg statt. Die Zulieferindustrie, Entscheidungsträger und Anwender haben die Möglichkeit, ihre Erfahrungen an den Vortragsveranstaltungen auszutauschen. Am 30. Januar um 18 Uhr ist die Eröffnungsveranstaltung zum Thema „Schöne neue Welt? Die Druck- und Medienbranche zwischen schrittweiser und radikaler Innovation“ mit Prof. Dr. Okke Schlüte.	Zeitgleich findet vom 27. Januar bis 19. Februar 2012 der „gregor international calendar award“ statt. Die Internationale Kalenderschau hat nach über 60 Jahren ein neues Corporate Design und einen neuen Markennamen erhalten. Ziel des Kalenderwettbewerbs ist es, jedes Jahr einen repräsentativen Querschnitt des Kalenderschaffens in Deutschland und im Ausland vorzustellen. Hierbei handelt es sich um die bedeutendste Kalenderschau Europas. Alle prämierten Kalender werden in einem Jahrbuch beschrieben und kommentiert.	6/10

Fogra-Symposium: „Colour Management“				
Wann?	Wo?	Wer stellt aus/Welche Referenten?	Wer sollte teilnehmen?	Bewertung
2. bis 3. Februar 2012 9 Uhr bis 17 Uhr	81669 München Holiday Inn, Hochstr. 3 Eintritt: Bis 2.12.2012 595 Euro (850 Nicht-Mitglieder) Nach dem 2.12.2012 714 Euro (1020) www.fogra.org	Das Who is who der folgenden Bereiche: Farbmesstechnik (Barbieri, Konica Minolta, Lithec, Techkon und X-Rite) Workflow- und Proof (Digitaldruck) Dienstleister (EFI, CGS, GMG, Dalim, EPSON, Konica Minolta Business Solution, Kodak) Normlichthersteller: (GTI und Just Normlicht) Qualitätsmanagement: kju:em	Das dritte Colour Management Symposium richtet sich an Dienstleister, welche die genaue Reproduktion der Farbe nicht nur im konventionellen Druck sondern auch im Digitaldruck, zu ihren Schwerpunkten zählen. Ferner können alle Verantwortlichen im Bereich Vorstufe und Farbe lernen, wie man Farbe professionell bewertet und kommuniziert, vom Druck über das Display bis hin zum Interferenzpigment.	7/10

Personalien

Frank Birk (43) verstärkt seit dem 1. November 2011 die Geschäftsführung der Unternehmen Graphia Willy Nothnagel GmbH & Co. KG. Birk ist



hauptsächlich für den vertrieblichen Ausbau und die Neuausrichtung der grafischen Unternehmensteile der Nothnagel-Gruppe verantwortlich.



Marcel Schneider übernimmt mit sofortiger Wirkung das Ruder bei Fujitsu in Deutschland. Wie im April 2011 bereits angekündigt, wird der

Topmanager als Vorsitzender der Geschäftsführung der Fujitsu Technology Solutions GmbH und Senior Vice President Sales Cluster Germany einen der wichtigsten Märkte von Fujitsu verantworten.

Seiko Instruments hat Frank Jänschke an Bord seines Large Format Printer Teams geholt. Mit über zwanzig Jahren Erfahrung in der Sign- und Grafikindustrie ist Frank Jänschke ein



ausgewiesener Experte in diesem Bereich. In seiner neuen Rolle als Sales Manager für grafische und Engineeringprodukte ist er verantwortlich für den Bereich Sales in DACH, Skandinavien und Finnland.

Dorothea Grading ist ab sofort am Standort Leipzig für die Berliner Marketingagentur Zoom Medienfabrik Ansprechpartner für Verleiher, Produzenten und Journalisten. Sie übernimmt die Aufgaben von Christiane Sommermeier, die als Verleihchefin zu Falcom Media gewechselt war.

Peter Tabke ist seit dem 1. November 2011 neuer Director Sales bei der Ricoh Deutschland. Der Jurist übernimmt als Mitglied der Geschäftsleitung die Verantwortung für die gesamte Sales Division des Unternehmens. Er berichtet direkt an Uwe Jungk, Chief Executive Officer von Ricoh Deutschland.



Viscom 2011 – die Welt der visuellen Kommunikation

Vom Digitaldruck über die Werbetechnik und das PoS-Marketing bis hin zum Digital Signage hatte auch die diesjährige Viscom in Düsseldorf ihren Besuchern wieder eine ganze Reihe von Neuigkeiten und interessanten Lösungen zu bieten.

VON ANGELA STARCK

Für die Mitte Oktober zu Ende gegangene Viscom 2011 konnte die Messeleitung auch diesmal wieder einen erfolgreichen Messeverlauf vermelden. So unterschieden sich bei der Internationalen Fachmesse für visuelle Kommunikation, Technik und Design, so der offizielle Titel der Veranstaltung, die Aussteller- und Besucherzahlen mit 306 (2010: 305) und 11.700 (2010: 10.900) nur geringfügig von den Vorjahreszahlen.

„Seit der Neuausrichtung der Viscom, die sich seit 2006 zunehmend zur 360-Grad-Messe der visuellen Kommunikation entwickelt hat, ist das“, so die Messeleitung „ein Plus von 78 Prozent bei den ausstellenden Unternehmen und ein Zuwachs von 60 Prozent bei der Besucherzahl“. Erfreulich auch: Trotz der europaweit deutlich abgeschwächten Konjunkturaussichten kam fast jeder vierte Besucher aus dem Ausland – mehr als jemals zuvor.

Die Messe machte mit zahlreichen Neuigkeiten aus den Segmenten Lichtwerbung, Werbetechnik, Digitaldruck, Digital Signage, Out-of-Home-Media und PoS-Marketing wieder einmal deutlich, dass auch die Welt der visuellen Kommunikation immer weiter zusammenwächst. So erfolgt auch in diesem Bereich die Kommunikation zunehmend über mehrere inhaltlich, gestalterisch redaktionell verknüpfte Kanäle bzw. Technologien – von digital bedruckten Plakatwänden bis hin zu den verschiedensten Formen von Digital Signage-Anwendungen.

Die neuen Digitaldrucksysteme

Bei einem großen Teil der Neuvorstellungen handelte es sich auch in diesem Jahr um digitale Großformatdrucksysteme. Hier waren vom Textildruck über den Mild- bzw. Light-Solvent-Druck bis hin zum UV- und UV-LED-Druck fast alle Ausgabetechnologien vertreten.

So feierte auf dem Multiplot-Stand die neue dgen Teleios Grande Premiere. Der Textildrucker mit integrierter Fixiereinheit und einer Druckbreite von 3,3 Metern war bereits auf der Fespa 2010 erstmals als Prototyp in Deutschland zu sehen und kommt nun auf den Markt.

Für diese Metalliceffekte druckte die Teckwin TS 300 direkt auf Aluminiumplattenmaterial. Die Maschine arbeitet mit bis zu 12 Spectra Polaris Druckköpfen und einer Tröpfchengröße von 15 pl.

Die Maschine erreicht eine hohe Druckgeschwindigkeit von bis zu 200 qm pro Stunde sowie Auflösungen bis maximal 1200 dpi.

Mutoh präsentierte auf der Messe sein weitgehend verändertes Produktkonzept. Zu den Neuentwicklungen gehören der Valuejet 1324 und der Valuejet 1624 mit Druckbreiten von 1,36 und 1,61 Metern. Die Printermodelle sind bis zu 30 qm pro Stunde schnell und verwenden die neue, schnell trocknende Light-Solvent-Tinte „VJ-1ink“.

Ebenfalls neu sind die Mutoh Textildrucker Valuejet 2628TD und Valuejet 1628TD mit Druckbreiten von 264 und 162 Zentimetern. Die Printer, die Geschwindigkeiten bis zu 28 qm pro Stunde erzielen, drucken mit bis zu acht verschiedenen Farben und können mit unterschiedlichen Tintenarten bestückt werden.

Darüber hinaus zeigte Mutoh Prototypen eines neuen Flachbett-Drucksystems, das bis zu 10 Zentimeter dicke Materialien bedrucken kann. Dieses Gerät, das in zwei Druckbreiten verfügbar sein wird, nutzt ebenfalls neue „Multi-Purpose-Inks“ genannte, Light-Solvent-Tinten.

Seiko stellte im Rahmen der Viscom 2011 seine neue Color Painter H2-Serie vor, die aus den beiden Modellen H2-104s mit 104 Zoll und dem H2-74s mit 74 Zoll Druckbreite besteht. Die bis 100 qm pro Stunde schnellen Mild-Solvent-Großformatdrucker arbeiten mit drei unterschiedlichen Tropfengrößen und können laut Herstellerangaben auch bei bis zu zehn ausgefallenen Düsen pro



Marktübersicht Large Format Printer

Die Anwendung ist entscheidend

Im Vorfeld unserer Marktübersicht der digitalen Großformatdrucker haben wir mit Lesern gesprochen und die vielfachen Wünsche nach einer solchen Übersicht aufgegriffen. Da die Anwendungen über die eingesetzte Technologie entscheiden, kommt der Frage nach der Produktivität eine immer stärkere Bedeutung zu.

Nach einem erfolgreichen Jahr mit vielen Produktneuvorstellungen wollten wir eine alte Tradition wieder aufleben lassen und unseren Lesern eine umfassende Marktübersicht über die aktuellen Drucksysteme vorstellen. Ein Weg mit Hindernissen, wie sich herausstellte. Die wohlwollende Absicht, die Leser umfassend zu informieren, ist wohl nicht überall so angekommen. Da gab es durchaus Hersteller, die eine Teilnahme mit dem Argument ablehnten, der Arbeitsaufwand sei zu extrem,

das können sie nicht leisten. Uns stellt sich dabei schon die Frage, ob man dort nur noch in der Lage ist, den Kunden Kaufverträge unterschreiben zu lassen, den Rest macht dann die Administration. Bei der Mehrzahl der befragten Firmen war die Rückmeldung positiv und wir bedanken uns ganz herzlich für die Daten. Wir stellen unseren Lesern in diesem ersten Teil 30 Drucksysteme vor, die den aktuellen Markt repräsentieren.

Wir unterteilen in dieser Übersicht in drei Bereiche: 1. Rollendrucker bis 160 cm Druckbreite, 2. Rollendrucker über 160 cm und 3. Flachbett- / und Hybriddrucker. Bei dieser Einteilung haben wir uns an die von der EDP für ihre Awards herausgefundenen Systemspezifikationen angelehnt. Die dritte Kategorie müssen wir auf die nächste Ausgabe verschieben, eine komplette Übersicht würde hier den Platz eindeutig überschreiten.

Druckbreite bis 160 cm				
Hersteller/Anbieter:	Canon	Canon	HP	HP
Vertrieb:	Fachhandel	Fachhandel	Fachhandelspartner	Fachhandelspartner
Produkt-Name:	imagePROGRAF iPF650/655	imagePROGRAF iPF750/755	HP Designjet L25500	HP Designjet L26500
Einführung	Juni 2009	Juni 2009	Oktober 2009	November 2011
Garantie in Monaten	24	24	12	12
Netto-Preis in Euro	2.468,- / 2.748,-	3.379,- / 3.917,-	25.500,-	25.500,-
Web-Adresse	www.Canon.de/LFP	www.Canon.de/LFP	www.hp.com/go/graphic-arts	www.hp.com/go/graphic-arts
Drucktechnik				
Druckverfahren:	Bubble-Jet	Bubble-Jet	Thermischer HP Tintenstrahldruck	
Tropfengröße	4pl	4pl	12 pl	12pl
Tropfengröße variabel einstellbar?	nein	nein	k.A.	k.A.
Anzahl Druckköpfe	1	1	6	6
max. Auflösung in dpi x dpi	2.400 x 1.200	2.400 x 1.200	1.200	1.200
Anzahl Farben:	5	5	6	6
Tinte				
eingesetzte Tintenart	dye / pigment	dye / pigment	Latextinte	Latextinte
Tintenvorrat pro Farbe (in ml)	130	130	775	775
Weiß als Druckfarbe verfügbar?	nein	nein	k.A.	k.A.
Warnung/autom. Stopp bei Tintenende	ja	ja	ja	ja
max. UV-Stabilität der Drucke bei UV: Härtung durch	bis zu 3 Jahre	bis zu 3 Jahre	5 Jahre	5 Jahre
Ausgabe				
Material-Zufuhr (Rolle, Platte und/oder Bogen)	Bogen / Rolle	Bogen / Rolle	Rolle	Rolle
verarbeitbare Medien	Normal-, Foto-, Proof-, FineArt-, gestrichenes Papier, Barrier Paper, Scrim Banner, Folie, Film, Canvas, Vinylfolie		beschichtete und unbeschichtete Rollenmaterialien	
max. Formatbreite in cm	61	91,4	152	154,9
bei Rolle (max. Rollenlänge in m)	keine Längenbeschränkung		nur gewichtsabhängig	nur gewichtsabhängig
max. bedruckbare Breite in cm	61	91,4	152	154,9
Bogen/Platte (Material-Format in cm)	61 x 160	91,4 x 160		
bedruckbares Format in cm	61 x 160	91,4 x 160	152 x jede Länge (5 mm Rand)	154,9 x jede Länge (5 mm Rand)
max. Materialgewicht in g/m ² / kg	0,8 gr/m ²	0,8 gr/m ²	40 kg	40 kg
für Einsatzgebiete:	Indoor	Indoor	Outdoor / Indoor	Outdoor / Indoor
Lieferumfang	Satz Tinten, Druckkopf, Rollenhalterset, Wartungskit, Rolle Testpapier, großes Standard Softwarepaket: HDI-Treiberpaket, Media Configuration Tool, Configuration Tool, Print Plug-In for Word, PosterArtist light		Drucker, Druckköpfe, Tinte (L25500), Reinigungskit, Reinigungsbehälter, Spindel	

Einige Erläuterungen zu den Tabellen sind noch unerlässlich. So haben wir ältere Drucker aus Platzgründen nicht mehr berücksichtigt. In einigen Spalten findet sich die Angabe k.A. Eine sehr beliebte Möglichkeit, die Karten nicht auf den Tisch zu legen. Bei unseren Rückfragen, ob das bei der Preisangabe z.B. heißen kann, dass hier dem Verhandlungsspielraum alle Türen geöffnet werden, wurden wir allerdings zum Teil eines Besseren belehrt. Bei den größeren Systemen stellt sich die Preisfrage nicht, da die Geräte in einer Grundkonfiguration angeboten und dann ausgebaut werden.

Die in den Tabellen gemachten Angaben basieren auf die von den Herstellern gelieferten Daten, die wir nach bestem Wissen überprüft haben. Die Übersicht erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, die Reihenfolge entspricht aber den Layoutvorgaben des Umbruchs. ☼

Druckkopf noch mit maximaler Geschwindigkeit und Qualität drucken.

Großformatige UV- und UV-LED-Printer

Von Fujifilm kommt mit dem Acuity LED 1600 ein neuer UV-LED-Großformatdrucker. Das erste UV-LED-Printermodell und gleichzeitig das erste Modell einer neuen Inkjetdrucker-Reihe des Unternehmens nutzt langlebige LED-Lichtquellen mit niedrigem Stromverbrauch zur Härtung der Tinten. Der Acuity LED 1600 verarbeitet Materialien bis zu einer Breite von 161 cm sowie einer Stärke von 13 mm und nutzt acht, fast geruchslose Uvijet-Tinten. Eine gute Ausgabe- und Farbqualität sollen die neuen Printer auch dank der Intelligent Curing Control-Technologie zur kontrollierten Aushärtung der Tinte auf unterschiedlichen Bedruckstoffen sowie einer „Spot Color Matching-Software“ erreichen, die es erlaubt, automatisch eine Farbvergleichstafel für die benötigten Sonderfarben zu erstellen.

Druckbreite bis 160 cm				
Hersteller/Anbieter:	Canon	Fujifilm	HP	HP
Vertrieb:	Fachhandel	Fujifilm Deutschland	Fachhandelspartner	Fachhandelspartner
Produkt-Name:	imagePROGRAF iPF815/iPF825 - 44" (111,8 cm)	Acuity LED 1600	HP Designjet Z5200PS	HP Designjet Z6200
Einführung	Dezember 2010	Januar 2012	März 2010	März 2010
Garantie in Monaten	24	k.A.	12	12
Netto-Preis in Euro	6.083,- / 7.893,-	k.A.	5.880,-	11.000,-
Web-Adresse	www.Canon.de/LFP	www.fujifilm.eu	www.hp.com/go/graphic-arts	www.hp.com/go/graphic-arts
Drucktechnik				
Druckverfahren:	Bubble-Jet	Piezo UV LED Inkjet	Thermischer HP Tintenstrahldruck	
Tropfengröße	4 pl	VersaDrop 10, 20 und 30 pcl	3 pl (l,c,lm,lg,pk), 6 pl (C,M,Y,mk)	4 pl (l,c,lm,lg,pk), 6 pl (C,M,Y,mk)
Tropfengröße variabel einstellbar?	nein	ja	k.A.	k.A.
Anzahl Druckköpfe	1	8	4	8
max. Auflösung in dpi x dpi	2.400 x 1.200	1.200	2.400 x 1.200	2.400 x 1.200
Anzahl Farben:	5	8 (CMYK,LC,LM,W,Transparent)	8	8
Tinte				
eingesetzte Tintenart	dye / pigment	LED UV-Tinten	Vivera Tinten	Vivid Fototinten
Tintenvorrat pro Farbe (in ml)	330 / 700	600	300	775
Weiß als Druckfarbe verfügbar?	nein	ja	k.A.	k.A.
Warnung/autom. Stopp bei Tintenende	ja	ja	ja	ja
max. UV-Stabilität der Drucke bei UV: Härtung durch	bis zu 3 Jahre	LED Lampen	1 Jahr	1 Jahr
Ausgabe				
Material-Zufuhr (Rolle, Platte und/oder Bogen)	Bogen / Rolle; Bogen / 2x Rolle (iPF825)	Platte / Bogen / Rolle	Rolle / Bogen	Rolle / Bogen
verarbeitbare Medien		flexible und starre Medien	Foto-, Kunstdruckmedien, selbstklebende Druckmedien	
max. Formatbreite in cm	111,8	162	111,8	152
bei Rolle (max. Rollenlänge in m)	keine Längenbeschränkung	keine Längenbeschränkung	91	nur gewichtsabhängig
max. bedruckbare Breite in cm	109,8	161	111,8	152
Bogen/Platte (Material-Format in cm)	111,8 x 160			
bedruckbares Format in cm	109,8 x 160		111,8 x 9.100 (5 mm Rand)	152 x 17.500 (5 mm Rand)
max. Materialgewicht in g/m ² / kg	0,8 gr/m ²	Rolle 25 kg, starre Medien 12 kg	bis zu 500 g/m ²	bis zu 460 g/m ²
für Einsatzgebiete:	Indoor	Outdoor / Indoor	hauptsächlich Indoor	
Lieferumfang	siehe vorherige Tabelle	RIP, Software, Training	Druckertreiber, Adobe PostScript (optional Z6200), Instant Printing, Drucker; Druckköpfe; vorinstallierte Tintenpatronen; Unterstand; Spindel (Z5200)	

Einen weiteren UV-LED-Großformatdrucker präsentierte Technoplot auf der Viscom 2011. Beim XC-540 UV-LED D8 handelt es sich um eine Weiterentwicklung auf Basis des Solvent-Printers XC-540 von Roland DG mit dem Medien bis zu einer Stärke von 80 mm – auf Wunsch sogar bis 150 mm – verarbeitet werden können. Der XC-540 UV-LED D8 wurde von Technoplot mit einer UV-LED-Härtungseinheit versehen und verfügt über eine Druckbreite von 137 cm.





Neuigkeiten im UV-Printer-Bereich stellte Agfa mit der Anapurna M2540 FB vor. Das Flachbett-Drucksystem für Formate bis 2,54 x 1,54 Meter ist nicht nur für Display-Hersteller und Schildermacher, sondern auch für die Produktion von Verpackungsprototypen und Werbeartikeln konzipiert. Die neue Anapurna besitzt eine Durchlasshöhe von 4,5 cm, erreicht Druckgeschwindigkeiten von bis

zu 45 qm pro Stunde und ist mit einem Schnellwechsel-Vakuumbett ausgestattet.

Darüber hinaus zeigte das Unternehmen erstmals auch einen digitalen Schneidetisch mit einzeln ansteuerbaren Vakuumpzonen und optischer Kameraerkennung. Den „Digital Cutter“ gibt es als Cutter 1815, 2560 und 3020 für Formate bis 1,80 x 1,50, 2,50 x 1,60 und 3,0 x 2,0 Meter. Das in China hergestellte Gerät soll demnächst unter Agfa-Label als Gesamtlösungspaket zusammen mit verschiedenen Großformatdrucksystemen von Agfa erhältlich sein.

Materialien nach Maß

Auch im Bereich der Druckmaterialien gab es allerhand Neuigkeiten. Neu bei den Sihl-Bedruckmaterialien ist etwa das selbstklebende Trisolv Prime Art Paper SA 275 glossy 3685, das sich vor allem für die Produktion indivi-

Druckbreite bis 160 cm					
Hersteller/Anbieter:	Mimaki	Mimaki	Epson	Epson	
Vertrieb:	Mimaki-nbn GmbH	Mimaki-nbn GmbH	Epson Deutschland GmbH	Epson Deutschland GmbH	
Produkt-Name:	JV5-160	TPC-1000 Print&Cut	Epson Stylus Pro 4900	Epson Stylus Pro 7900/9900	
Einführung	2006	2009	Oktober 2010	Oktober 2010	
Garantie in Monaten	24	12	12	12	
Netto-Preis in Euro	23.800,-	9.800	2.378,81	7.138,81 (Pro 9900) 4.401,81 (Pro 7900)	
Web-Adresse	www.mimaki.de	www.mimaki.de	www.epson.de	www.epson.de	
Drucktechnik					
Druckverfahren:	Piezo	Piezo	Micro Piezo	Micro Piezo	
Tropfengröße	4 - 21 pl	4 - 21 pl	3,5 pl	3,5 pl	
Tropfengröße variabel einstellbar?	ja	ja	ja	ja	
Anzahl Druckköpfe	4	4	1	1	
max. Auflösung in dpi x dpi	1.440	1.440	2.880 x 1.440	2.880 x 1.440	
Anzahl Farben:	4 - 8	4 - 6	11	11	
Tinte					
eingesetzte Tintenart	Solvent / Sublimation	Sublimation	Pigment	Pigment	
Tintenvorrat pro Farbe (in ml)	880 - 8.000	440 - 880	200	350 / 700	
Weiß als Druckfarbe verfügbar?	nein	nein	nein	nein	
Warnung/autom. Stopp bei Tintenende	ja	ja	ja	ja	
max. UV-Stabilität der Drucke	2 Jahre	Werte nach Blauwollskala	bis zu 200 Jahre	bis zu 200 Jahre	
bei UV: Härtung durch			k.A.	k.A.	
Ausgabe					
Material-Zufuhr (Rolle, Platte und/oder Bogen)	Rolle / Bogen	Rolle / Bogen	Rolle	Rolle	
verarbeitbare Medien	Folien, Banner, Papiere, etc., bis 1 mm Höhe	Transferpapier, Polyester kaschiert	druckt auf verschiedenen Medien mit einer Dicke bis zu 1,5 mm		
max. Formatbreite in cm	163	103	43,18	61 (Pro 7900) 111,8 (Pro 9900)	
bei Rolle (max. Rollenlänge in m)	keine Längenbeschränkung	keine Längenbeschränkung	17"	24" / 44"	
max. bedruckbare Breite in cm	161	102	203 - 432 mm	24" / 44"	
Bogen/Platte (Material-Format in cm)	163 x Länge	102 x Länge	17"	24" / 44"	
bedruckbares Format in cm	161 x Länge	102 x Länge	203 - 432 mm	24" / 44"	
max. Materialgewicht in g/m ² / kg	38 kg (Standard)	ca. 25 Kg			
für Einsatzgebiete:	Outdoor, Indoor, Transferdruck	Bekleidung, Heimdekor, Sportswear, Fahnen			
Lieferumfang	16-Bit-RIP, 8 x 440 ml Tinte, Aufwicklung	16-Bit RIP, Aufwicklung, UISS	Hauptgerät, Aufstellanleitung, Bedienungsanleitung (CD), Treiber und Hilfsprogramme (CD), Software (CD), Stromkabel, Einzelne Tintenpatronen		

Druckbreite bis 160 cm		
Hersteller/Anbieter:	Epson	Mutoh
Vertrieb:	Epson Deutschland GmbH	Mutoh Deutschland
Produkt-Name:	Epson Stylus Pro 7890/9890	ValueJet 1624 / ValueJet 1324
Einführung	September 2010	Oktober 2011
Garantie in Monaten	12	12
Netto-Preis in Euro	3.211,81 (Pro 7890) / 5.948,81	15.995,- / 11.450,-
Web-Adresse	www.epson.de	www.mutoh.de
Drucktechnik		
Druckverfahren:	Micro Piezo	Piezo
Tropfengröße	3,5 pl	3,5-35 pl
Tropfengröße variabel einstellbar?	ja	ja
Anzahl Druckköpfe	1	1 x Wide-Model
max. Auflösung in dpi x dpi	2.880 x 1.440	1.440
Anzahl Farben:	8	4
Tinte		
eingesetzte Tintenart	Pigment	Eco-Solvent-Ultra
Tintenvorrat pro Farbe (in ml)	350 / 700	220 / 440
Weiß als Druckfarbe verfügbar?	nein	nein
Warnung/autom. Stopp bei Tintenende	ja	ja
max. UV-Stabilität der Drucke bei UV-Härtung durch	75 Jahre in Farbe, k.A.	3 Jahre k.A.
Ausgabe		
Material-Zufuhr (Rolle, Platte und/oder Bogen)	Rolle	Rolle / Einzelblatt
verarbeitbare Medien	druckt auf Medien mit einer Dicke bis zu 1,5 mm	unbeschichtetes PVC, Banner, textile Werbeträger,
max. Formatbreite in cm	61 (Pro 7890) 111,8 (Pro 9890)	162,5 / 137,1
bei Rolle (max. Rollenlänge in m)	24" / 44"	keine Längenbeschränkung,
max. bedruckbare Breite in cm	24" / 44"	161,5 cm / 136,1 cm
Bogen/Platte (Material-Format in cm)	24" / 44"	
bedruckbares Format in cm	24" / 44"	
max. Materialgewicht in g/m ² / kg		30 / 80
für Einsatzgebiete:		Innen-/Außenanwendung
Lieferumfang	Aufstellanleitung, Bedienungsanleitung, Treiber und Hilfsprogramme	Drucker, Maschinenstartset, Installation

duell gestalteter Aufkleber, Etiketten und Beschilderungen für den Innenbereich eignet. Ebenfalls neu von Sihl ist das Beneficial Canvas white 350 matt von Sihl, ein Canvas-Medium für den preisgünstigen Einstieg in den Leinwanddruck. Das für wasserbasierte Tinten geeignete, 350 Gramm pro qm schwere Material soll sich sehr gut für das Aufspannen auf Keilrahmen eignen.

Weitere neue Bedruckmaterialien kommen etwa vom Wirkwaren-Spezialisten Georg+Otto Friedrich. Das Unternehmen zeigte sein 190 Gramm pro qm schweres Textilmedium 7019LUX aus Polyester für die Hinterleuchtung. Ebenfalls zu sehen war das neue, einseitige Block-Out Material 7019KMFLBS.

Junkers & Müllers präsentierte seine Materialien für die textile Innenarchitektur auf der Sonderfläche der Raumprobe. Darunter die neuen, mit verschiedenen Tintenarten bedruckbaren Polyestergerewebe Mediatex Green Screen und Mediatex Interior Heavy Screen.

Epson zeigte auf seinem Stand Anwendungen wie Druck- und Projektionslösungen für die Schaufenstergestaltung sowie Printanwendungen für das Innenraumdesign und informierte über die Erweiterung seiner Signature Worthy-Reihe um neue Rollenmedien mit verschiedenen Rollenbreiten bis 60 bzw. 64 Zoll.

Neu ist der individuelle Tapetendruck mit wasserbasierten Tinten. Beim randlosen Druck von individuell gestalteten Tapeten, einer Lösung, die vom Epson-Partnerunternehmen Com2C konzipiert

The essentials of imaging



KONICA MINOLTA

»»» EINSTEIGEN UND DIGITAL DURCHSTARTEN.

Digitale Produktionsdruck mit bizhub PRESS.

Mehr Qualität, mehr Service, mehr unter der Haube! Mit den neuen Systemen bizhub PRESS C6000, bizhub PRESS C7000 und bizhub PRESS C8000 heißt das Fahrtziel: perfekte Qualität in digitaler Vielfalt und Support auf höchstem Niveau.

www.bizhubpress.de



wurde, kommen verschiedene Epson Stylus Pro-Großformatdrucker zum Einsatz.

Lösungen für die Druckvorbereitung

Die ersten Serienmodelle der Smartt Softproofbox, einer Normlichtkabine aus umweltfreundlichem Material stellte die strategische Kooperation zwischen K-Flow und Just Normlicht auf der Viscom vor. Mit dieser leichten, aus Re-board hergestellten Kabine, besteht die Möglichkeit, schnell und einfach einen normgerechten und umweltfreundlichen Softproofarbeitsplatz einzurichten. Die neue Normlichtkabine ist mit der Modulighttechnologie von Just ausgestattet und die Ansteuerung des Normlichts erfolgt direkt aus Smartt Softproofware heraus.

Die Color Alliance, eine Kooperation verschiedener RIP- und Medienhersteller, die Druckmedien testet und zertifiziert sowie ICC-Profile zur Verfügung stellt, präsentierte ihre neue Web-to-Print-Lösung „CA-W2P ultimate“. Diese, für Druckdienstleister konzipierte Software, ent-

hält eine ganze Reihe verschiedener Funktionen, die die effiziente Geschäftsabwicklung erleichtern sollen, bis hin zur Einrichtung von Open oder Closed Shops für B2C- beziehungsweise B2B-Kunden.

Im Bereich der RIP-Lösungen zeigte etwa der Softwarehersteller Caldera die angekündigte Version 9 seiner RIP-Software. Zur neuen Caldera-Version will das Unternehmen unter anderem den Inkperformer, ein zusätzliches Modul zur Optimierung des Tintenverbrauchs, anbieten. Darüber hinaus zeigte Caldera mit Variable Display eine neue Lösung zur lokalen und bundesweiten Steuerung von Displays bzw. Anzeigetafeln mit nur einer Bedienungssoftware.

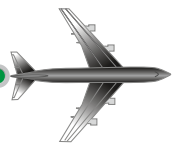
Digital Signage zum Anfassen

Anlaufpunkt für viele Besucher waren auch die Messestände im Bereich Digital Signage. Hier gab es ebenfalls einer ganzen Reihe von interessanten Lösungen und Produktneuheiten zu sehen.

Druckbreite über 160 cm				
	Hersteller/Anbieter:	Agfa Graphics N.V.	Agfa Graphics N.V.	d.gen
Vertrieb:	Agfa Graphics Germany	Agfa Graphics Germany	Multi-Plot Europe GmbH	Multi-Plot Europe GmbH
Produkt-Name:	Jeti 3324 AquaJet RTR	Jeti 3348 HSS	Teleios GT	Teleios Grande
Einführung	2010	April 2011	2010	2011
Garantie in Monaten	12	12	12	12
Netto-Preis in Euro	auf Anfrage	auf Anfrage	109.000,-	215.000,-
Web-Adresse	www.agfagraphics.de	www.agfagraphics.de	www.multiplot.de	www.multiplot.de
Drucktechnik				
Druckverfahren:	piezo	piezo	Piezo	Piezo
Tropfengröße	50 pl		12 - 84	15 - 45
Tropfengröße variabel einstellbar?	nein		ja	ja
Anzahl Druckköpfe	24	48	8	12 / 18
max. Auflösung in dpi x dpi	400	300	720 x 720	1.200
Anzahl Farben:	6	4	2 x 4 / 1 x 8	4 / 6
Tinte				
eingesetzte Tintenart	Agfa Jeti wasserbasierend	Solvent	Dispers- und Pigmenttinten	Dispers- und Pigmenttinten
Tintenvorrat pro Farbe (in ml)	2.700	k.A.	2.000, 6 Tanks	2.000, 6 Tanks
Weiß als Druckfarbe verfügbar?	nein	nein	k.A.	k.A.
Warnung/autom. Stopp bei Tintenende	ja	ja	k.A.	k.A.
max. UV-Stabilität der Drucke bei UV: Härtung durch	max. 2 Jahre	max. 2 Jahre	5 Jahre bei Pigmenttinte	5 Jahre bei Pigmenttinte
Ausgabe				
Material-Zufuhr (Rolle, Platte und/oder Bogen)	Rolle	Rolle	Rolle	Rolle
verarbeitbare Medien	polyesterbasierte Textilien	Vinyl, Canvas, Fabrics, Mesh, Papier	Textil	Textil
max. Formatbreite in cm	330	325	180	330
bei Rolle (max. Rollenlänge in m)	keine Längenbeschränkung	keine Längenbeschränkung	keine Längenbeschränkung	keine Längenbeschränkung
max. bedruckbare Breite in cm	320	320	180 cm	330
Bogen/Platte (Material-Format in cm)				
bedruckbares Format in cm				
max. Materialgewicht in g/m ² / kg				
für Einsatzgebiete:	Indoor / Outdoor	Outdoor	Outdoor / Indoor	Outdoor / Indoor
Lieferumfang	Rollenauf- / abwicklung, RIP, Exhauster, Vertikalcutter, Medienhubwagen, Training	Rollenauf- / abwicklung, RIP, Medienhubwagen, Training	RIP-Software, Training	16-Bit-RIP, 8 x 440 ml Tinte, Aufwicklung

Druckbreite über 160 cm				
Hersteller/Anbieter:	HP	HP	HP	HP
Vertrieb:	Fachhandelspartner	Fachhandelspartner	Fachhandelspartner	Direktvertrieb
Produkt-Name:	HP Designjet L28500	HP Scitex LX600	HP Scitex LX820/850	HP Scitex XP2500
Einführung	Januar 2012	Mai 2010	Mai 2011	November 2011
Garantie in Monaten	12	12	12	12
Netto-Preis in Euro	52.500,-	110.000,-	165.000,-	auf Anfrage
Web-Adresse	www.hp.com/go/graphic-arts	www.hp.com/go/graphic-arts	www.hp.com/go/graphic-arts	www.hp.com/go/graphic-arts
Drucktechnik				
Druckverfahren:	Thermischer HP Tintenstrahldruck			Piezo / Drop-on-Demand
Tropfengröße	12 pl	12 pl	12 pl	80 pl
Tropfengröße variabel einstellbar?	k.A.	k.A.	k.A.	
Anzahl Druckköpfe	7	3	3	16 (4 pro Farbe)
max. Auflösung in dpi x dpi	1.200	1.200	1.200	bis 360
Anzahl Farben:	6	6	6	4
Tinte				
eingesetzte Tintenart	HP Latextinte	HP Latextinte	HP Latextinte	HP UV Tinte
Tintenvorrat pro Farbe (in ml)	776	3.000	3.000	k.A.
Weiß als Druckfarbe verfügbar?	k.A.	k.A.	k.A.	nein
Warnung/autom. Stopp bei Tintenende	ja	ja	ja	ja
max. UV-Stabilität der Drucke bei UV-Härtung durch	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	2 Jahre
	k.A.	k.A.	k.A.	UV Lampen
Ausgabe				
Material-Zufuhr (Rolle, Platte und/oder Bogen)	Rolle	Rolle	Rolle	Rolle-Rolle, Rolle freifallend, Mehrfachrollen (bis 3)
verarbeitbare Medien	beschichtete und unbeschichtete Materialien			
max. Formatbreite in cm	264	264	320	320
bei Rolle (max. Rollenlänge in m)	nur gewichtsabhängig	nur gewichtsabhängig	nur gewichtsabhängig	bis 35 cm Außendurchmesser
max. bedruckbare Breite in cm	264	264	320	320
Bogen/Platte (Material-Format in cm)				
bedruckbares Format in cm	264 x jede Länge (5 mm Rand)	264 x jede Länge (5 mm Rand)	320 x jede Länge (5 mm Rand)	
max. Materialgewicht in g/m ² / kg	80 kg	110 kg	130 kg	150 kg
für Einsatzgebiete:	Outdoor / Indoor	Outdoor / Indoor	Outdoor / Indoor	Outdoor / Indoor
Lieferumfang	Drucker, Druckköpfe, Reinigungs- und Wartungsskit	Drucker, Druckköpfe, HP Webcam, Netzwerkschalt, Reinigungs- und Wartungsskit		auf Anfrage, Produktivität bis 265 m ² /h

SilverFast - Pioneer & Leading Innovator in Digital Imaging



SilverFast[®] 8 *Die neue Dimension des Scannens*

« Noch nie war Scannen so intuitiv und einfach. »

« Die SilverFast-Bildautomatik für korrekte Farben. »





« Neuheit WorkflowPilot[®] - Alles schön der Reihe nach. »



Mehr dazu ab sofort auf unserer Webseite...

www.SilverFast.de



Druckbreite über 160 cm					
Hersteller/Anbieter:	HP	HP	HP	Mimaki	
Vertrieb:	Direktvertrieb	zertifizierte Fachhandels-partner	Direktvertrieb	Mimaki-nbn GmbH	
Produkt-Name:	HP Scitex XP5500	HP Scitex LX820/850	HP Scitex TJ8600	JV34-260	
Einführung	November 2011	Mai 2011	November 2009	April 2011	
Garantie in Monaten	12	12	12	12	
Netto-Preis in Euro	auf Anfrage	HP Listenpreis: ab 165.000,-	auf Anfrage	39.800,-	
Web-Adresse	www.hp.com/go/graphic-arts	www.hp.com/go/graphic-arts	www.hp.com/go/graphic-arts	www.mimaki.de	
Drucktechnik					
Druckverfahren:	Piezo / Drop-on-Demand	Thermischer HP Tinten-strahldruck	Piezo / Drop-on-Demand	Piezo	
Tropfengröße	80 pl	12 pl	55 pl	4 - 21 pl	
Tropfengröße variabel einstellbar?				ja	
Anzahl Druckköpfe	16 (4 pro Farbe)	3	150 (25 pro Farbe)	2	
max. Auflösung in dpi x dpi	bis 360	1.200	bis 600	1.440	
Anzahl Farben:	4	6	6 (CMYK,LC,LM)	4	
Tinte					
eingesetzte Tintenart	HP UV Tinte	HP Latextinte	HP UV Tinte	Solvent / Sublimation	
Tintenvorrat pro Farbe (in ml)	k.A.	3.000	k.A.	440 - 4.000	
Weiß als Druckfarbe verfügbar?	nein		nein	nein	
Warnung/autom. Stopp bei Tintenende	ja	ja	ja	ja	
max. UV-Stabilität der Drucke bei UV: Härtung durch	2 Jahre	5 Jahre	2 Jahre	2 Jahre	
	UV Lampen		UV Lampen	-	
Ausgabe					
Material-Zufuhr (Rolle, Platte und/oder Bogen)	Rolle-Rolle, Rolle freifallend, Mehrfachrollen (bis 3)	Rolle	Rolle-Bogen, semi-automatisch Bogen-Bogen	Rolle / Bogen	
verarbeitbare Medien	beschichtete und unbeschichtete Rollenmaterialien		beschichtete und unbeschichtete Rollenmaterialien	Folien, Banner, Papiere, etc., bis 1mm Höhe	
max. Formatbreite in cm	500	320	165	264,2	
bei Rolle (max. Rollenlänge in m)	bis 40 cm Außendurchmesser	nur gewichtsabhängig	bis 45 cm Außendurchmesser	keine Längenbeschränkung	
max. bedruckbare Breite in cm	500	320		263,2	
Bogen/Platte (Material-Format in cm)			165 x 372	264,2 x Länge	
bedruckbares Format in cm		320 x jede Länge (5 mm Rand)	158 x 372	263,2 x Länge	
max. Materialgewicht in g/m² / kg	250 kg	130 kg	250 kg	100kg	
für Einsatzgebiete:	Outdoor / Indoor	Outdoor / Indoor	Outdoor / Indoor	Outdoor, Indoor, Transferdruck	
Lieferumfang	auf Anfrage, Produktivität bis 325 m²/h	Drucker, Druckköpfe, HP Webcam, Netzwerkschwitch, Reinigungs- und Wartungs-kit	auf Anfrage, Produktivität bis 480m²/h oder 80 Bögen/h	16-Bit-RIP, 8 x 440 ml Tinte, Aufwicklungen (1 passiv, 1 AMF)	

<p>Desktop Dialog – Das Publishing-Magazin</p> <p>Fachzeitschrift für professionelles digitales Publizieren, von der digitalen Eingabe bis zum digitalen Druck. Das Desktop-Dialog-Special erscheint als Supplement in der Fachzeitschrift Desktop Dialog.</p> <p>VERLAG DPV Digital Publishing Verlags GmbH Katharinen-gasse 3, 55444 Eckenroth Telefon 0 67 24-60 98 11, Fax 0 67 24-60 98 46 www.desktop-dialog.de Geschäftsführer: Axel Berghoff E-Mail: verlag@desktop-dialog.de</p> <p>ERSCHEINUNGSWEISE alle zwei Monate</p> <p>CHEFREDAKTEUR Manfred Diehl, Telefon 0171-231 29 42 E-Mail: mdiehl@desktop-dialog.de</p> <p>REDAKTIONSANSCHRIFT Desktop Dialog Katharinen-gasse 3, 55444 Eckenroth Telefon 0 67 24-60 98 11, Fax 0 67 24-60 98 46</p>	<p>SATZ & LAYOUT Mario Lockenvitz E-Mail: desktop-dialog@arws.de</p> <p>STÄNDIGE REDAKTIONELLE MITARBEIT Klaus-Peter Nicolay, Cathrin Rickhus, Sven Fischer, Dr. Manfred Simon, Angela Starck, Klaus-Peter Staudinger, Philip Berghoff, Sabine van Wickern</p> <p>REDAKTIONS-BÜRO MÜNCHEN Bernhard Schoon, Telefon 0 89-74 79 29 55</p> <p>BEZUGSPREIS Der Desktop Dialog erscheint 2011 mit 6 Ausgaben; Abonnement-Preise (Endpreise): Premium-Abo 42 €, Internet-Abo 32 € (Auszubildende etc. erhalten 50 % Rabatt); Ausland: Europa 64 €</p> <p>ANZEIGEN Es gilt die Preisliste Nr. 23 vom 1.1.2011</p> <p>BANKVERBINDUNG Sparkasse Langen (BLZ 506 521 24) Konto-Nr. 41 94 700 IBAN: DE05 5065 2124 0004 1947 00 SWIFT-BIC: HELADEF1SLS</p>	<p>AUSLANDS-REPRÄSENTATION UK: Richard H. Thompson 38 Addison Avenue, London, W 11 4QP Telefon 00 44(0) 20 7602 1065 Telefax 00 44(0) 20 7602 2198 E-Mail: richardmedia@yahoo.com</p> <p>ABONNEMENT UND PROBEHEFTE Informationen zum Abonnement und Probehefte können bestellt werden: E-Mail: vertrieb@desktop-dialog.de</p> <p>VERTRIEB Direktvertrieb über die Verlagsanschrift; Post-Wechselversand aus einem Pool von ca. 45.000 Adressen © 2011: DPV Digital Publishing Verlags GmbH ISSN 0936-8833 (Desktop Dialog) ISSN 1434-9825 (Desktop Dialog Special) Postvertriebsstück D 30942</p> <p>DRUCK/PRODUKTION Central-Druck Trost GmbH & Co. KG Borsigstraße 1-3 · 63150 Heusenstamm</p>
--	---	--

Samsung präsentierte auf der Messe verschiedene Digital Signage-Anwendungen auf Basis energieeffizienter Large Format Displays mit LED-Hintergrundbeleuchtung. Das Unternehmen zeigte dazu die kürzlich eingeführte Sync Master ME-Display-Serie. Die in der Bilddiagonalen 40, 46 und 55 Zoll erhältlichen AV-Bildschirme sind weniger als 30 Millimeter tief und besitzen einen nur 15 Millimetern schmalen Rahmen. Die neuen Displays erlauben die direkte Wiedergabe diverser Multimediaformate inklusive 1080p Video- und Office-Dateien.





Bemerkenswerte Anwendungen

Neben den zahlreichen technischen Neuerungen demonstrierten viele Aussteller natürlich auch spannende Anwendungsmöglichkeiten für ihre Technologien.

Der digitale Metallicdruck stand bei Roland DG im Mittelpunkt des Messeauftritts. Der Hersteller von Groß-

formatdruckern, der in diesem Jahr sein 30-jähriges Jubiläum feiert, sucht, so Jean Boterdael, Vice President Sales bei Roland, ständig nach neuen Ideen für den Signage-Bereich und den grafischen Markt. Gezeigt wurden verschiedene Anwendungen für den Metallicdruck, darunter die Produktion von Aufklebern, Etiketten, Textiltransfers, Fensterdekorationen oder Bannern. Durch die Kombination der silberfarbener Metalltinte mit CMYK-Farben lassen sich mehr als 500 Metalltöne erzeugen, darunter Gold und Bronze. Der Vorteil: Mit dem digitalen Metallicdruck ist die Produktion von kleineren Auflagen erheblich günstiger als mit traditionellen Druckverfahren.

Laut Boterdael konzentriert sich Roland DG aber nicht allein auf den großformatigen Druck. Weitere innovative Anwendungen ermöglichen etwa Gravurautomaten wie der Metaxa, verschiedene Fräsmaschinen sowie 3D-Scanner. Das Unternehmen arbeitet zudem ständig an der Ent-

Druckbreite über 160 cm				
Hersteller/Anbieter:	Mimaki	Mimaki	Mimaki	Mimaki
Vertrieb:	Mimaki-nbn GmbH	Mimaki-nbn GmbH	Mimaki-nbn GmbH	Mimaki-nbn GmbH
Produkt-Name:	JV5-320S	TX400-1800	JV5-320DS	DS-1800
Einführung	2007	2010	2010	2007
Garantie in Monaten	12	12	12	12
Netto-Preis in Euro	auf Anfrage	ab 49.800,-	a.A.	28.800,-
Web-Adresse	www.mimaki.de	www.mimaki.de	www.mimaki.de	www.mimaki.de
Drucktechnik				
Druckverfahren:	Piezo	Piezo	Piezo	Piezo
Tropfengröße	4 - 21 pl	7 - 35 pl	4 - 21 pl	k.A.
Tropfengröße variabel einstellbar?	ja	ja	ja	ja
Anzahl Druckköpfe	4	3	4	2 x 4
max. Auflösung in dpi x dpi	1.440	600	1.440	720
Anzahl Farben:	4 - 8	4 - 8 (4 - 10 bei Reactiv)	4 - 6	4 - 6
Tinte				
eingesetzte Tintenart	Solvent / Sublimation	Textil-Pigment, Reaktiv, Sublimation	Sublimation	Sublimation
Tintenvorrat pro Farbe (in ml)	880 - 8.000	max. 8.000 pro Farbe	880 - 8.000	880 - 1.760
Weiß als Druckfarbe verfügbar?	nein	nein	nein	nein
Warnung/autom. Stopp bei Tintende	ja	ja	ja	ja
max. UV-Stabilität der Drucke bei UV: Härtung durch	2 Jahre	Werte nach Blauwollskala	Werte nach Blauwollskala	Werte nach Blauwollskala
Ausgabe				
Material-Zufuhr (Rolle, Platte und/oder Bogen)	Rolle / Bogen	TX400-1800D Rolle zu Rolle TX400-1800B mit integr. Druckdecke Rolle / Rolle	Rolle zu Rolle	Rolle zu Rolle
verarbeitbare Medien	Folien, Banner, Papiere, etc., bis 1mm Höhe	Stoffe aus Polyester, Baumwolle, Lycra	Stoffe aus Polyester	Stoffe aus Polyester
max. Formatbreite in cm	330	186	330	185
bei Rolle (max. Rollenlänge in m)	keine Längenbeschränkung	keine Längenbeschränkung	keine Längenbeschränkung	keine Längenbeschränkung
max. bedruckbare Breite in cm	325	185	325	190
Bogen/Platte (Material-Format in cm)	330 x Länge	185 x Länge	330 x Länge	185 x Länge
bedruckbares Format in cm	325 x Länge	185 x Länge	325 x Länge	185 x Länge
max. Materialgewicht in g/m ² / kg	130 kg	38 kg bzw. 44 kg	130 kg	ca. 30 Kg
für Einsatzgebiete:	Outdoor, Indoor, Transferdruck	Bekleidung, Heimdekor, Fahnen etc.	Indoor / Outdoor / Sublimationdirekt	Indoor / Outdoor / Sublimationdirekt
Lieferumfang	16-Bit-RIP, 8 x 440 ml Tinte, Aufwicklungen (1 passiv, 1 AMF)	Bulk-Inksyst., AMF, 16 Bit-RIP (Druckdecke B-Version)	UISS, AMF, 16-Bit RIP, Tinte	2 Kopfreiheiten, AMF, bis 7 mm Medien

wicklung neuer Technologien. Dazu gehörten, wie Boterdael ausführte, etwa das Fräsen in drei Achsen, das sich zum Beispiel für die Herstellung von Zahnimplantaten einsetzen ließe.

Beim Viscom-Messeauftritt von 3M drehte sich in diesem Jahr (fast) alles um Car Wrap-Anwendungen. Als Hauptsponsor des Wettbewerbs European Wrap Star 2011 demonstrierte das Unternehmen zahlreichen Besuchern die vielseitigen Möglichkeiten des individuellen Car Designs und stellte unter anderem die Folien für die Fahrzeugvollverklebungen zur Verfügung. Dabei handelte es sich um die neue Designfolie Scotchprint Wrap 1080 und die Digitaldruckfolie Controltac Serie IJ 180, die sich beide dank der 3M Controltac- und der Comply-Klebstofftechnologie problemlos, schnell und blasenfrei verarbeiten und bei Bedarf auch rasch und rückstandsfrei wieder entfernen lassen.

Das Thema Car Wrap gehört zu den wichtigsten Trends der Großformatdruckbranche, denn individuelle Fahrzeugvollverklebung und Detailfolierungen bilden auch eine interessante, jahrelang haltbare und preislich attraktive Alternative zur Neulackierung eines Wagens.

Fazit

Insgesamt zeigte die Viscom 2011, dass viele Unternehmen in der Branche nicht mehr allein auf Drucklösungen setzen sondern elektronische Lösungen wie Displays oder komplexe Digital Signage-Anwendungen in ihr Angebot integrieren. Ein weiterer Trend ist die zunehmende Individualisierung von Druckerzeugnissen verschiedenster Art. Wie sich diese und andere Tendenzen weiter entwickeln, wird sicherlich die nächste Viscom zeigen, die vom 25. bis 27. Oktober 2012 in Frankfurt stattfindet und bereits zu mehr als der Hälfte ausgebucht ist. ☘

Druckbreite über 160 cm			
Hersteller/Anbieter:	Mimaki	Epson	Epson
Vertrieb:	Mimaki-nbn GmbH	Epson Deutschland GmbH	Epson Deutschland GmbH
Produkt-Name:	TS5-1600AMF	Epson Stylus Pro GS6000	Epson Stylus Pro 11880
Einführung	2009	August 2008	September 2007
Garantie in Monaten	12	12	12
Netto-Preis in Euro	36.500,-	26.178,81	11.898,81
Web-Adresse	www.mimaki.de	www.epson.de	www.epson.de
Drucktechnik			
Druckverfahren:	Piezo	Micro Piezo	Micro Piezo
Tropfengröße	7 - 21 pl	3,7 pl	3,5 pl
Tropfengröße variabel einstellbar?	ja	ja	ja
Anzahl Druckköpfe	4	1	1
max. Auflösung in dpi x dpi	1.440	1.440	2.880 x 1.440
Anzahl Farben:	4 - 6	8	9
Tinte			
eingesetzte Tintenart	Sublimation	Solvent	Pigment
Tintenvorrat pro Farbe (in ml)	880 - 8.000	950	700
Weiß als Druckfarbe verfügbar?	nein	nein	nein
Warnung/autom. Stopp bei Tintenende	ja	ja	ja
max. UV-Stabilität der Drucke	Werte nach Blauwollskala	bis zu 200 Jahre	75 Jahre für Farbe 100 Jahre für s/w
bei UV: Härtung durch		k.A.	- na -
Ausgabe			
Material-Zufuhr (Rolle, Platte und/oder Bogen)	Rolle / Bogen	Rolle	Rolle
verarbeitbare Medien	Transferpapier, Polyester kaschiert	Vinyl, Banner, Leinwand, Backlight-Film, Hochglanzpapier usw.	breites Spektrum an leicht einzulegenden Matt-, Glanz- und Kunstdruckpapiersorten
max. Formatbreite in cm	163	162,6	162,6
bei Rolle (max. Rollenlänge in m)	keine Längenbeschränkung	64"	64"
max. bedruckbare Breite in cm	161	300 - 1.626 mm	254 - 1.626 mm
Bogen/Platte (Material-Format in cm)	163 x Länge	64"	64"
bedruckbares Format in cm	161 x Länge	300 - 1.626 mm	254 - 1.626 mm
max. Materialgewicht in g/m ² / kg	38 kg (Standard)	30 kg	
für Einsatzgebiete:	Bekleidung, Heimdekor, Sportswear, Fahnen	Outdoor / Indoor	
Lieferumfang	Bulk-Ink, AMF, Düsenüberwachung, 16-Bit RIP	Hauptgerät, Aufstellanleitung, Bedienungsanleitung (CD), Treiber und Hilfsprogramme (CD), Software (CD), Stromkabel, Einzelne Tintenpatronen, Aufrollleinheit	

KEINE OZONPRODUKTION, KEINE TONERRÜCKSTÄNDE IM DIGITALDRUCK

Neue Druckertechnologie

Als im September in Venlo bei Canon/Océ einige neue Produktionsdrucksysteme vorgestellt wurden, war schnell klar, dass ein System für besondere Aufmerksamkeit sorgen würde: die VarioPrint-DP-Line mit dem DirectPress-Verfahren. Wir stellen diese neue Technologie näher vor. Die Unterlagen sind aus einem sogenannten „Whitepaper“ entnommen.

VON FELIX MAAS

Die Mehrzahl der Maschinen im Markt nutzt das bewährte elektrofotografische Verfahren, ein Prozess, der im Laufe der Jahre mehrfach verbessert wurde. Die Océ-Technologie verfolgt einen anderen Ansatz zur Bildherstellung. Das konventionelle achtstufige Verfahren wird durch einen vierstufigen Prozess ersetzt. Da keine Hochspannung im Druckbildherstellung benutzt wird, wie im elektrofotografischen Verfahren, produziert das DirectPress Verfahren kein Ozon. Kernstück der DirectPress ist eine Trommel (Abb. 1), auf deren Oberfläche ca. 7.500 Leiterbahnen angeordnet sind, die mittels eigens entwickelter ASIC (Application-specific integrated circuit) gesteuert werden und ein digitales Bild in ein Spannungsmuster umsetzen.

Wird jetzt eine bestimmte Bahn unter Spannung gesetzt, wird ein Einkomponenten-Toner, der sowohl leitfähig als auch magnetisierbar ist, in einem einstufigen Verfahren lokal von der Trommeloberfläche angezogen. Anzahl und Umschaltfrequenz der Trommelbahnen bestimmen die Druckauflösung. Bei der VarioPrint DP-Line beträgt die Druckauflösung entweder 600 x 2.400 oder 1.200 x 1.200 dpi nach der RIP-Verarbeitung.

Der Einkomponenten-Toner im Tonerbehälter (Abb. 2) ist elektrisch leitend und magnetisierbar. Diese Eigen-

schaften gewährleisten eine kontinuierliche Tonerzufuhr zur Trommel (a): Eine magnetische Walze nimmt den Toner auf und bringt ihn zur Trommel. An diese obere Schicht auf der Trommel wird ein elektrisches Feld angelegt, das den induktiv geladenen Toner anzieht und auf der sich drehenden Trommel eine Tonerschicht aufbaut.

Ein so genannter magnetischer Abstreifer (kleine rote Linie auf dem Bild, roter Pfeil) ist stark genug, um die Trommel immer dann von Toner zu reinigen, wenn keine Spannung an die Trommelbahnen angelegt wird. Dieser Toner wird in den Tonerbehälter zurücktransportiert.

Die Spannung der 7.500 individuellen Leiterbahnen lässt sich von der Elektronik in der Trommel jederzeit erhöhen. Wenn dies passiert, ist die elektrische Kraft stärker als die magnetische Kraft des Abstreifers, der Toner bleibt haften und bewegt sich mit der Trommel fort (b). Abschließend wird das Bild von der Trommel auf das Papier übertragen. Die Technologie nutzt ein Zwischenband in einem Verarbeitungsschritt, der Transfer TransFuse (TTF) genannt wird (Abb. 3).

Das Tonerbild trifft auf ein Silikonband, das die Tonerteilchen mittels Adhäsion aufnimmt (c). Da der Toner nicht „springt“, ist diese Art des Tonertransfers äußerst effizient. Es bleiben keine Tonerrückstände auf der Trom-



Abb. 1



Abb. 3

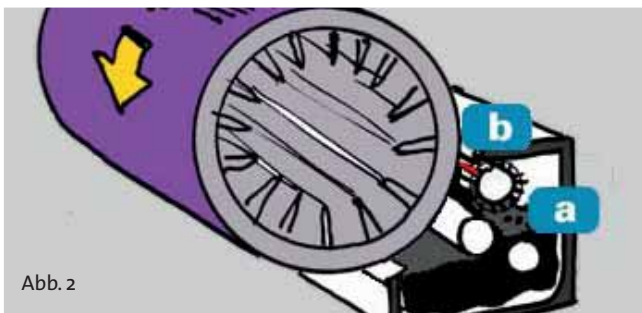


Abb. 2



Abb. 4

mel zurück, d.h. sie muss nicht gereinigt werden. Der Silikonkautschuk ist leitend und verhindert den Aufbau elektrostatischer Ladung, die die obere Schicht des Bands (Funken) beschädigen und sich so negativ auf die Druckqualität auswirken könnte.

Das TTF-Band transportiert und wärmt das Tonerbild. Gleichzeitig erwärmt eine Vorwärmanlage das Blatt Papier. Das Tonerbild mit dem geschmolzenen Toner und das Blatt Papier erreichen die Stelle, an der die Übertragung stattfindet. Zwischen Band und Andruckwalze wird das Tonerbild mittels Druck und zusätzlicher Wärme auf das Papier übertragen (d), daher der Name CopyPress. Da Druck zum Einsatz kommt, ist die erforderliche Fixier-temperatur deutlich niedriger als bei konventionellen Elektrofotografieverfahren.

HeatXchange

Drucken ist ein Vorgang, der mit Temperatur verbunden ist. Während der Fixierung im Druckverfahren werden hohe Temperaturen von üblicherweise 220 - 260°C benötigt, um den Toner zu schmelzen, ein Verfahren, das mit hohem Energieverbrauch verbunden ist. Jedes Blatt Papier, das aus dem Druck kommt, enthält Wärme, die im Prinzip nicht weiter genutzt wird und daher verloren geht. Beim Direct-Press Verfahren wird in der Fixierstufe zwar auch Wärme genutzt, jedoch kommen dabei relativ niedrige Temperaturen von 100°C zum Einsatz. Trotzdem müssen die Blätter gekühlt werden, bevor sie in der Ausgabe ankommen. Obwohl in der Druckindustrie ein noch recht junges Verfahren, ist das Prinzip der Wärmetauscher bereits gängige Praxis und wird relativ häufig eingesetzt. Die Funktionsweise der HeatXchange-Einheit (Abb. 4) ist simpel und effizient. Die Energie, die durch Vorwärmen und Fixieren auf das Papier übertragen wird, wird verwendet, um das nächste Blatt



vorzuwärmen. Die Heizwärme wird recycelt und auf beiden Seiten Energie gespart.

Das HeatXchange-Verfahren (Abb. 5) setzt sich aus folgenden Stufen zusammen:

- 1) Ein neues Blatt wird zugeführt. Dies wird von einem Sensor registriert.
- 2-3) Das Material wird vorgewärmt (2) und unter Druck und Wärmeeinwirkung fixiert.
- 3) Nach dem Druck weist das Blatt eine Temperatur zwischen 80°C und 100°C auf.
- 4) Das erwärmte Blatt wird in den zweiten Materialtransportpfad eingezogen.
- 5) Wenn beide Blätter aneinander vorbeilaufen, gibt das erwärmte Blatt seine Wärme über eine Spezialfolie an das kalte Blatt ab. 40-50% der Wärme des ersten Blatts werden wieder verwendet, um das nächste Blatt vorzuwärmen.

Océ EnergyLogic

EnergyLogic (Abb. 6) bietet eine dynamische Steuerung zwischen den Energie-/Wärmeanforderungen des Systems und der Stromversorgung, die dem System zur Verfügung steht, um auf diese Weise optimale Leistung und maximale Qualität zu erzielen. (e1) Verlässt ein zu bedruckendes Blatt die HeatXchange-Einheit, ist es bereits vorgewärmt, hat jedoch noch nicht die Temperatur, die es braucht, um den Direktfixierprozess mit einer Temperatur von nur 100°C zu durchlaufen.

(e2) Das Blatt durchläuft eine Vorwärmanlage, wo es zusätzliche Wärme aufnimmt. Dieses Verfahren eignet sich für Papier bis 120 g/m². Das Blatt durchläuft wie auf Seite 4 beschrieben die Stelle, an der die Übertragung stattfindet, und wird mit voller Geschwindigkeit in der gewünschten Qualität bedruckt.

(e3) Material, das schwerer ist als 220 g/m², benötigt einen zusätzlichen Schritt, der von EnergyLogic ausgelöst wird. Ein Halogenblitz sorgt für die zusätzliche Wärme, die für schwereres Material benötigt wird. Folgen mehrere schwere Blätter aufeinander und ist die Energieversorgung für den Halogenblitz begrenzt, setzt EnergyLogic die Druckgeschwindigkeit leicht herab.

Andere Nutzungsbeispiele

Die effiziente Verarbeitung von sehr schwerem Material ist das beste Nutzungsbeispiel für Energy Logic, doch es gibt weitere: Die normale Warmlaufzeit vom Einschalten des Druckers bis zum ersten Druck lässt sich drastisch verkürzen. Mit EnergyLogic nimmt die VarioPrint DP Line den Druckvorgang mit geringerer Geschwindigkeit auf (ab 60 Seiten pro Minute und höher), obwohl sie noch nicht vollständig aufgewärmt ist, und erhöht ihre Geschwindigkeit stufenweise bis zur maximalen Maschinengeschwindigkeit. Ist die Stromversorgung nicht konstant und der Energiebedarf des Druckers höher als die zur Verfügung stehende Energie, nutzt EnergyLogic die verfügbare Energie so effizient wie möglich, senkt die Geschwindigkeit stufenweise ab oder erhöht sie, um die Leistung aufrecht zu halten. ☞

STILVORLAGEN 2011: „TYPOGRAFIE IN DER MEDIEN-GESTALTUNG“

Regeln und Ausnahmen (1)

In der Gestaltung für Print wie für den Bildschirm spiegeln sich aktuelle technische Neuerungen, häufig sogar gesellschaftliche Trends wieder. Im besten Fall beeinflussen sich die Pole der Medienlandschaft gegenseitig. Gelegentlich wird bemerkenswert Neuartiges kreiert – nicht selten aber kommen erstaunliche handwerkliche Fehler vor. Wir beobachten in dieser Serie gezielt, was alles mit Typo, Farbe und Bildern angestellt wird.

VON KLAUS-PETER STAUDINGER

» Der Typoraum – unendliche Weiten. Wir befinden uns in einer nicht allzu fernen Zukunft. Dies sind die Abenteuer des Desktop-Dialog-Designexperten, der seit vielen Jahren in den Medien unterwegs ist, um fremde Schriften zu entdecken, unbekannte Gestaltungsformen und neue Typografie. Der Autor dringt dabei gelegentlich in Dimensionen vor, die so nie ein Mensch zuvor gesehen hat.«

01+02: Klassische Typo im Wechsel von links- zu rechtsbündig oder selbstreferenziell verdoppelt. Für Kunst und Design werden großzügig Räume besetzt, inhaltliche Linien strukturiert. Mikrotypografisch ist allerdings zu bemängeln, dass ein Gedankenstrich zur Datumskopplung erhalten muss – und zwar mal mit zu viel, mal zu wenig Raum.

Schrift im Raum

Das frei nach der alten Fernsehserie StarTrek verballhornte Intro enthält eine wesentliche Erkenntnis: Schrift und Typografie haben viel mit Raum zu tun – allerdings weniger in den riesigen Dimensionen des Weltalls. Das Typo-Universum bietet nicht nur eine Fülle unterschiedlichster Formen, es ist auch ein wahrer Kosmos an Regelwerken. In meiner Grundlehre habe ich diese der Übersichtlichkeit halber in „7 typografische Todsünden“ und „12 Goldene Typografieregeln“ eingeteilt. Wir wollen hier sporadisch einige unter die Lupe nehmen und gemäß dem Motto: „Traue keiner Regel, die du nicht selbst aufgestellt hast“ anhand von gelungenen Beispielen widersprechen.

COLOGNE FINE ART & ANTIQUES

www.cofaa.de 01

16.-20. November

Alte Kunst 2011
Moderne Kunst
Angewandte Kunst
Design

koelnmesse

Designers' Open 2011 01

28.-30.10.

Das Festival für Design Leipzig

DO/Industry
Konferenz
Messe
Sonderausstellungen

smart materials — new design

Designers' Open 2011 02

28.-30.10.

Das Festival für Design Leipzig

DO/Market
Verkauf
Vorträge
Programm

designersopen.de

FAGG brandiris form designreport INSO:W

Gestaltung unter Null

Es gibt momentan einen sehr unterkühlten Trend, bei dem die Gestaltung auf ein gerade noch erkennbares, weil notwendiges, Minimum zurückgefahren wird. Vom Editorial Design oder Anzeigengestaltung setzt es sich fort bis zu Corporate Designs und Websites. Es ist vor allem dort zuhause, wo es ohnehin um Gestaltung geht.

– *Leserichtung von links nach rechts einhalten, Wiederholungen und gestürzte Zeilen vermeiden!*

Alles relativ – und der Zweck heiligt den Stil! Die abgebildeten Beispiele aus Design-affinen Bereichen zeigen, dass das Brechen mit den Regeln grundsätzlich funktioniert. Was trotzdem nicht bedeuten muss, dass es einem in dem einen oder anderen Fall auch gefällt.

- o3+o4: Hannover-Logo aus der geschredderten Antenna von Cyrus Highsmith; Hildesheimer Relaunch – „Hi“-Effekt und getippt als „lil“;
- o5+o6: Schauspiel Köln irritiert mit ersetzten Lettern aus anderen Sprachräumen; Stiftung Bauhaus Dessau setzt ultranüchtern auf eine mit historischem A nach Herbert Beyer modifizierte Courier.
- o7: ZEIT-Magazin-Layout knochentrocken mit gestürztem Autor;
- o8+o9: Hornbach bringt Dynamik durch Verzerrung und Gebrauchs-suren, Ligne Roset versinnlicht durch Handschriftliches.

App-solute Type

Nach wie vor eine der heiligen Kühe der Schriftgestaltung: – *Lettern nicht verbreitern/schmälern, verzerren/schrägen!*

Das ist in der Tat zu beherzigen. Ohne Not sollte man im Satz nicht versuchen, das Design von Fonts nachträglich zu verbessern! Das geht meistens schief. Im Rahmen illustrativer Aufbereitung kann es dennoch Sinn machen und bei entsprechender Könnerschaft gut aussehen.

– *Nicht mehr als zwei Schriften auf einer Seite mischen!*

Der Klassiker unter den Regeln. Stammt aus der Zeit, als man auch noch glaubte, dass Grün und Blau sich als Farben nicht miteinander vertragen. Bei den heutigen medialen Anforderungen kaum durchzuhalten, aber es kommt auf eine gute und sinnvolle Strukturierung der Typografie an. Sonst wird aus dem Typo-Eintopf ein weniger delikates Durcheinander. Dies gilt insbesondere, je kleiner die Anwendungsformate sind, wie zB. auf den Screens von Smartphones oder Tabloids.

Die Regeln brechen sollte nur, wer sie auch beherrscht. ☹



Automatisierungen in Satz und Layout

Mit speziellen neu entwickelten Werkzeugen besitzt „QuarkXPress 9“ den wohl höchsten Grad an Automatisierung für Satz und Layout der gesamten Publishingbranche. Die Software entlastet den Anwender stark von technischen Details und gängigen Routinearbeiten. Da die neuen Werkzeuge den bisher erforderlichen manuellen Zeitaufwand erheblich reduzieren, kann man schnell und effizient Designs mit höchster Qualität erstellen.

VON RENATE UND MANFRED SIMON

Mit Version 9 geht Quark im Vergleich zu Adobe InDesign CS 5.5 bei der Automatisierung des Designprozesses noch einen Schritt weiter: „Intelligente Features“ führen routinemäßige Arbeiten automatisch aus und helfen dem Designer sich mehr auf Layout und wichtige Designaufgaben konzentrieren zu können. Damit muss man sich als Anwender weniger als früher mit technischen Details auseinandersetzen und kann sich stärker mit der Kerntätigkeit dem eigentlichen Design befassen.

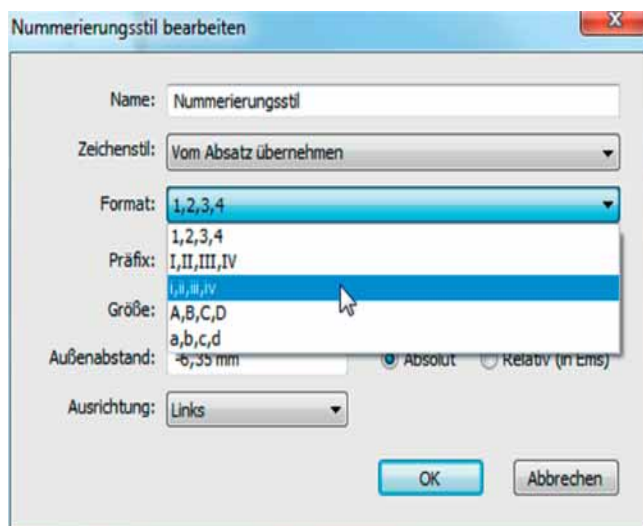
Aufzählungen, Gliederungen und Nummerierungen

Natürlich waren Aufzählungszeichen, Gliederungen und Nummerierungen in QuarkXPress schon immer möglich. Allerdings war es recht zeitaufwändig, diese manuell einzufügen und den zugehörigen Absatz mit der korrekten Formatierung zu versehen. Version 9 macht die bisherige Vorgehensweise beim Arbeiten mit Aufzählungszeichen und nummerierten Listen überflüssig. Jetzt kann man Aufzählungen, Gliederungen und Nummerierungen als eigenständigen Stil definieren. Hierzu unterstützt QuarkXPress drei neue Stilfunktionen, die wesentlich das Erzeugen und Bearbeiten erleichtern.

Adobe InDesign kennt seit Version CS 2 eine Automatisierung von Listen, um Aufzählungen und Nummerierungen vornehmen zu können. Zu diesem Zweck hatte Adobe bei den Absatzformatoptionen eine Rubrik „Aufzählungszeichen und Nummerierung“ eingeführt und deren Features in Version CS 3 deutlich verbessert. Für Inhaltsverzeichnisse besitzt InDesign seit Version CS 3 eine über das Layoutmenü separat zugängliche Funktion. Quark realisiert Inhaltsverzeichnisse direkt über Listen und erreicht somit durchgängig eine konsistente Arbeitsweise.

Das neue Feature für eine fortschrittliche Listenverarbeitung ist in QuarkXPress 9 über drei verschiedene neue Stiltypen umgesetzt:

- mit dem Aufzählungszeichenstil beschreibt man, wie das Aufzählungszeichen aussehen, wie weit es vom Text entfernt und wie es ausgerichtet werden soll,
- entsprechendes gilt für den Nummerierungsstil; mit ihm gibt man das Aussehen der Zahlen, ihr Format, Entfernung vom Text und Ausrichtung vor,
- über den Gliederungsstil legt man Einzüge für bis zu neun Ebenen fest. Jeder Ebene kann wahlweise ein Aufzählungs- oder Nummerierungsstil oder keines von



Aufzähl-, Nummerierungs- und Gliederungsstile können flexibel und individuell eingestellt werden. Für diesen Zweck gibt es eine Vielzahl verschiedener Attribute, um die Parameter wie das Zeichen, seine Größe, Abstand und Ausrichtung festlegen zu können.

beiden zugewiesen werden. Zudem ist einstellbar, ob die Nummern vorangehender Ebenen mit berücksichtigt werden sollen.

Mittels „Bearbeiten > Aufzähl-, Nummerierungs- und Gliederungsstile...“ öffnet sich das gleichnamige Dialogfenster, mit dem man über die Aufklappliste „Neu“ die gewünschte Stilart auswählen und gemäß den eigenen Vorstellungen definieren kann. Die Liste „Zeigen“ gibt direkt darunter entsprechend der Auswahl (Alle Stile, Aufzählungszeichen-, Nummerierungs-, Entwurfsansichtstile) die zugehörigen Stile aus.

Standardmäßig sind bereits einige Stile für Aufzählungszeichen, Nummerierungen und Gliederungen vordefiniert. Diese können zwar nicht gelöscht, aber durch die Schaltfläche „Bearbeiten“ verändert bzw. über „Duplizieren“ kopiert werden. Die vordefinierten Stile erreicht man auch über die Absatzattribute in der Maßpalette mittels der Auswahlliste „•/123“. Wichtig ist zu wissen, dass es sich bei den Aufzählungszeichen, Nummerierungen und Gliederungen um von QuarkXPress kontrollierte Sonderzeichen handelt.

Ein in den Textrahmen hineinragendes Aufzählungszeichen oder Nummerierung kann passend justiert werden. Diese Anpassung des Mindestabstands vom Text stellt man über die Absatzattribute ein. Hierzu öffnet man das gleichnamige Dialogfenster „Stil > Formate...“; dort findet man im Register „Formate“ den Parameter „Mindestabstand Aufzählungszeichen/Nummerierung vom Text“. Dabei muss in der dortigen Liste „•/123“ der gewünschte Stil ausgewählt sein.

Mit „Bedingten Stilen“ automatisch formatieren

Bedingte Stile können als „Regeln für verschachtelte Formate“ in einem „Regelsatz“ angesehen werden, der basierend auf dem Inhalt des jeweiligen Textes und den zuvor definierten Regeln, Absatz- und Zeichenstilvorlagen automatisiert auf einen Text angewendet wird. Am ehesten kann man bedingte Stile mit den verschachtelten Formaten von InDesign vergleichen. Im Unterschied zu diesen ist die Konzeption von Quark leichter zu bedienen, gleichzeitig aber auch viel mächtiger als die von Adobe.

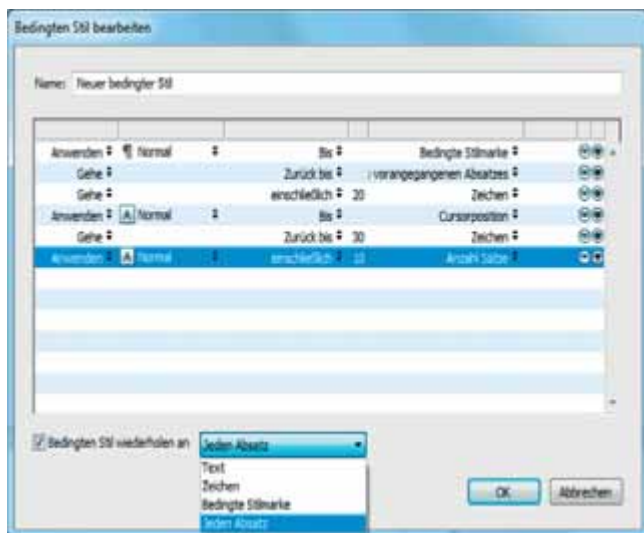
Ähnlich wie verschachtelte Formate in InDesign kann man bedingte Stile so definieren, dass diese auf eine Anzahl von Wörtern angewandt werden, dann wieder für ein anderes Wort oder für ein anderes Zeichen und so weiter. Verglichen mit InDesign besitzt QuarkXPress die Fähigkeit nach einer Bedingung zu suchen (zum Beispiel einem Spalten-Ende- oder einem Neue-Zeile-Zeichen) und dann von diesem Punkt an vor- oder rückwärts zu gehen, bevor die gewünschte Formatierung angewandt wird.

Gleichzeitig können die Anweisungen eines bedingten Stils wiederholt werden, sobald ein bestimmtes Zeichen, eine Zeichenkette, ein neuer Absatz oder eine spezielle Stilmarke im Text auftritt. Damit geht Quark viel weiter als die weniger mächtigen verschachtelten Formate in InDesign, da man in QuarkXPress komplexe Formatierungen automatisch ausführen lassen kann. Quark hat also mit dem regelbasierten Anwenden von Formatierungen auf mehrere Absätze gegenüber der Konkurrenz beim automatischen Formatieren deutlich aufgeholt.

Bedingte Stile findet man in einer eigenen gleichnamigen Palette, diese öffnet sich über „Fenster > Bedingte Stile“. Anhand der dortigen Werkzeugleiste oder dem Kontextmenü kann man einen neuen anlegen, einen bestehenden duplizieren, löschen oder bearbeiten. Dieselben Features besitzt das „Bedingte Stile für...“-Dialogfenster, das man über „Bearbeiten > Bedingte Stile“ erreicht. Zusätzlich kann man über zwei weitere Schaltflächen bedingte Stile anfügen (importieren) oder sichern.

Einen bedingten Stil definiert man über das Dialogfenster „Bedingten Stil bearbeiten“; dieses öffnet sich über die Funktionen „Neu“, „Bearbeiten“ oder „Duplizieren“ in einem der beiden Fenster. Danach vergibt man einen Namen, wählt die Startaktion („Anwenden“, „Gehe zu“) und die anzuwendende Absatz- oder Zeichenstilvorlage. Anhand der Aktionen („Bis“, „Bis hinter“, „Zurück bis“, „Zurück bis hinter“) legt man in den folgenden drei Spalten fest, welcher Text den Stil erhalten bzw. ausgelassen werden soll.

In der vierten Spalte gibt man an, bis vor oder hinter welche Anzahl von Vorkommen gegangen werden soll,



Das Anwenden eines bedingten Stils erfolgt über die zugehörige Palette: Zunächst markiert man den Text im Layout, danach genügt ein Klick auf den Zeileneintrag in der Bedingten-Stil-Palette.

den hierfür relevanten Text oder Zeichen legt man allerdings erst in der nächsten Spalte fest. Am Zeilenende kann man mittels der „+“-Schaltfläche eine weitere Regel hinzufügen. Ein Wiederholen der Regel definiert man über die Optionen der Auswahlliste „Bedingten Stil wiederholen an“: „Text“, „Zeichen“, „Bedingte Stilmarke“ oder „Jeden Absatz“.

Automatische Legenden als weitere Einzigartigkeit

Quark nennt Layoutelemente (Bild, Text), die fest im Text verankert sind und sich bei Änderungen mitbewegen, „Legenden“. Beim Text setzt man einen Legendenanker, der mit einem Rahmen oder einer Gruppe verbunden wird. Ein solcher Legendenanker fließt mit dem ihm zugeordneten Text: Verschiebt sich dieser auf eine neue Seite so bewegen sich die Legenden ebenfalls dorthin. Das „Mitschwimm“-Verhalten der extern verankerten Objekte, konfiguriert man über den Legendenanker.

Etwas Gleichartiges gibt es beim Konkurrenten InDesign nicht; am ehesten sind Quark-Legenden mit verankerten Objekten vergleichbar. Verankerte Objekte für das Mitfließen mit dem verbundenen Text gibt es allerdings auch in QuarkXPress. Zudem können verankerte Objekte in InDesign nicht auf einer anderen Ebene liegen als das Objekt mit dem sie verankert sind; diese Einschränkung gilt auch für die Quarkimplementierung der verankerten Objekte.

Bei Legenden in QuarkXPress 9 besteht diese Einschränkung jedoch nicht: Deren verankerte Objekte können auf beliebigen Ebenen liegen. Die verankerten Objekte der Legenden können verglichen mit InDesign also auch unter oder über dem Objekt aber auch auf ausgeblendeten Ebenen liegen. Zudem erlaubt QuarkXPress 9 ein automatisches Umfließen auch für Zeilen, in denen sich der Anker befindet, solange sich dieser selbst nicht im Umfluss befindet.

Um einen Legendenanker zu erstellen, klickt man mit dem Textinhaltswerkzeug auf die gewünschte Position im Text. Danach wählt man „Legendenanker > Legendenanker einfügen“ über das Objekt- oder Kontextmenü aus. Jetzt markiert man das Objekt oder die Gruppe, die

zu einer Legende umgewandelt werden soll. Mittels der Funktion „Mit Legendenanker verknüpfen“, die man im Legendenankermenü findet, wird das Objekt oder die Gruppe zu einer Legende und QuarkXPress zeigt eine neue Linie zwischen der soeben definierten Legende und ihrem Anker an.

Das eigentliche Anwenden von Legenden erfolgt wie in QuarkXPress üblich über „Legendenstile“, diese lassen sich sogar in Job Jackets einbeziehen. Alle Legendenstile definiert man über eine gleichnamige eigens dafür konzipierte Palette, diese erreicht man über „Fenster > Legendenstile“. Darüber richtet man ganz unabhängig von bereits vorhandenen Legendenankern, also auch ohne dessen Existenz einen Legendenstil ein.

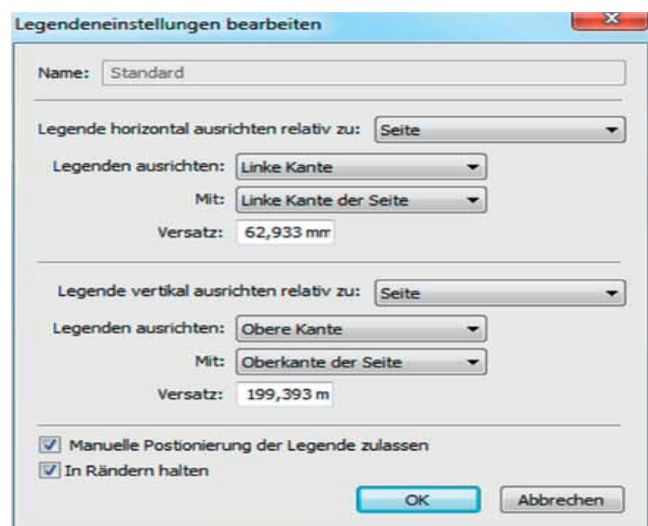
Generell gibt es zwei verschiedene Wege, das Verhalten der Legenden für einen Legendenanker einzustellen:

- direkt beim Legendenanker selbst über die Funktion „Legendeneinstellungen bearbeiten“, diese erreicht man nach dem Markieren des gewünschten Legendenankers in dessen Kontextmenü über den Eintrag „Legendenanker“. Diese Vorgehensweise überschreibt die Einstellungen eines eventuell zugeordneten Legendenstils.
- über das Anwenden eines Legendenstils auf den Legendenanker; dazu wählt man über die Palette Legendenstile einen passenden Legendenstil aus – dasselbe erreicht man über das Kontextmenü „Legendenanker > Legendenstile“ und Auswahl des gewünschten Legendenstils.

Legendenanker und die zugehörige Verknüpfung mittels einer gestrichelten Linie sind nur bei eingblendeten Hilfslinien sichtbar. Hilfslinien schaltet man über „Ansicht > Hilfslinien“ oder durch Drücken der Funktionstaste (Windows: F7, Mac: fn+F7) ein oder aus. Einen ausgewählten, das heißt aktiven Legendenanker erkennt man im Layout durch einen roten Rahmen als Umrandung. Inaktive also passive Legendenanker, die nicht vom Benutzer ausgewählt sind, erhalten einen blauen Rahmen.

Verbesserungen beim Tabellensatz

QuarkXPress 9 zieht mit zwei neuen Features beim Tabellensatz endlich mit der Konkurrenz gleich: mehrseitig verankerte Tabellen und verbesserter Import von Excel-



Zur Positionierung einer Legende gibt es viele Einstellungen – relativ zum Absatz, zur Doppelseite, zur Seite, zum Rahmen, zur Zelle oder zum Legendenanker selbst. Diese Parameter können jeweils für die horizontale und vertikale Ausrichtung definiert werden. Zudem kann man festlegen, ob die Position der Legende manuell verändert werden kann. Auch lässt sich verhindern, dass eine Legende über die Seitenränder hinausragt.

Dateien. Schon lange lassen sich Tabellen über mehrere Seiten manuell mit Kopf- und Fußzeilen umbrechen. Version 9 verfügt jetzt erstmals über einen automatischen Umbruch von Tabellen über Seiten oder Spalten, ohne dass von Hand eingegriffen werden muss.

Dieses neue Feature setzt lediglich voraus, dass die Tabelle im Textfluss verankert ist. Die neue Version berücksichtigt auch Tabellenköpfe und Fußzeilen, diese werden automatisch für alle Seiten erzeugt. Beim Import aus Excel wird von QuarkXPress als auch von InDesign sowohl das xls- als auch das neue xlsx-Dateiformat unterstützt. Leider übernimmt QuarkXPress nicht wie InDesign in Zellen eingesetzte Bilder; diese bleiben einfach unberücksichtigt. Dafür lassen sich mit Excel erstellte Diagramme in QuarkXPress direkt in einen Bildrahmen importieren, was seitens Adobe bisher nicht realisiert ist.

Vielen Benutzer ist immer noch nicht bekannt, dass QuarkXPress seit Version 6.5 geänderte Excel-Daten automatisch in einer Tabelle aktualisieren kann. Dabei bleibt eine in QuarkXPress geänderte Formatierung der Tabelle bestehen, vorausgesetzt die Option „Formate einschließen“ wurde beim Import nicht ausgewählt. Wurde „Formate einschließen“ beim Import in den Tabellenrahmen aktiviert, so synchronisiert QuarkXPress auch geänderte Formate in der Excel-Datei automatisch mit dem Layout. InDesign unterstützt derzeit nur eine Aktualisierung geänderter Formate; will man nur geänderte Daten aus Excel in der Tabelle aktualisieren, ist das, Stand heute, mit InDesign nicht möglich.

Synchronisieren von Proportionen

InDesign kennt schon immer proportionales Skalieren von Rahmen entweder mit dem Auswahl-Werkzeug per Tastenkombination (Mac: Befehl+Shift, Windows: Strg+Shift) oder über das Skalierenwerkzeug durch Einschalten der Option „Proportionen beim Skalieren beibehalten“ mittels des „Verkettungs“-Symbols. Dieses Feature wurde bisher in QuarkXPress häufig schmerzlich vermisst – in Version 9 ist es jetzt endlich umgesetzt. In der Maßpalette findet man beim Register „Classic“ neben den beiden Eingabefeldern der Maße („Breite“, „Höhe“) als auch bei der prozentualen Größe eines Bildes ein „Verkettungs“-Symbol.

Durch einfaches Anklicken schaltet man darüber „Synchronisierung von Proportionen“ ein bzw. aus. Häufiges Skalieren von Bildern verdeutlicht besonders die Bedeutung dieses neuen Features, da das natürliche Verhältnis nun automatisch ohne zusätzliche Berechnungen und Eingreifen von Hand erhalten bleibt. Auch für Textrahmen steht es zur Verfügung – allerdings lässt es den darin enthaltenen Text unverändert. Anders bei InDesign, wo die Schrift beim Auswahlwerkzeugs mit angepasst wird; beim Skalierenwerkzeug jedoch nicht.

Quark sollte überlegen, ob hier nicht ein weiterer „Schalter“ zum Aktivieren einer automatischen Skalierung der Schrift sinnvoll wäre; was dem Standardverhalten von InDesign entspricht. Dieses Verhalten kann in QuarkXPress durch Drücken der Strg/Befehls-Taste und



Im Satz sind Tabellen ein nicht gerade beliebtes Thema; QuarkXPress verfügt seit Version 5 über ein Tabellenwerkzeug und kann seit Version 6 auf Tabellen im Excel-Format, nicht nur aus der Microsoft-Software – sondern auch aus anderen kompatiblen Programmen wie OpenOffice zugreifen. Dabei ist eine Auswahl zwischen einem Verweis auf eine externe Quelle oder das Erstellen einer Tabelle in QuarkXPress möglich.



Im Unterschied zu Textrahmen führt die neue Funktion „Synchronisierung von Proportionen“ eine Anpassung des Inhalts von Bildrahmen (Bild, Grafik) automatisch durch. Klickt man in der Maßpalette beim Register „Classic“ das Verkettungssymbol an, wird es entweder ein- oder ausgeschaltet.

gleichzeitigem Ändern des Textrahmens erreicht werden. Somit besitzt QuarkXPress eine konsistentere Vorgehensweise beim automatischen Skalieren von Textrahmen als InDesign. Würde Quark zudem im GUI einen weiteren „Schalter“ realisieren, wäre diese Vorgehensweise (alleiniges Skalieren des Textrahmens oder Mitskalieren der enthaltenen Schrift) deutlich auch dem Benutzer gegenüber dokumentiert. Da der Benutzer dann direkt im GUI wählen könnte, ob die Skalierung des Inhalts des Textrahmens (der Schrift) tatsächlich mit vorgenommen werden soll oder nicht. ☘

Besuchen Sie uns
im Internet
www.desktop-dialog.de



Die dritte Dimension

Mit der Version CS4 hatte Photoshop in der Variante „Extended“ ein umfangreiches 3D-Menü hinzubekommen. Damit kann Photoshop 3D-Dateien, die mit Programmen, wie 3D Studio Max, Alias, Maya oder Google Earth erstellt wurden, öffnen und nachbearbeiten. In der Version CS5 sind die 3D-Fähigkeiten nochmals deutlich erweitert worden. Hier ein Überblick.

VON SVEN FISCHER

Ab Version CS5 ist es nunmehr möglich, direkt in Photoshop auch 3D-Objekte zu erzeugen, nicht nur entsprechende Dateien zu öffnen. Es ist an dieser Stelle natürlich nicht möglich, alle Funktionen der 3D-Bearbeitung zu erläutern. Daher werden wir uns auf einen Überblick über die wichtigsten Einstellungen und die interessantesten Möglichkeiten beschränken.

Ein wichtiger Hinweis vorweg: Für ein flüssiges Arbeiten mit 3D-Objekten ist rechnerseitig die Unterstützung von OpenGL für die Anzeigeleistung eine große Hilfe,, sonst wird es ziemlich langsam und auf einige Funktionen, wie z.B. 3D-Achse und Lichtquellen, muss man dann ganz verzichten.

Neuerungen in der Benutzeroberfläche

Die 3D-Werkzeuge findet man jetzt nicht mehr nur in der Werkzeug- und in der Optionsleiste, sondern auch im 3D-Bedienfeld.

Im 3D-Bedienfeld kommt noch ein weiteres Werkzeug hinzu, die „Materialablage“, mit dem sich Texturen von einem Objekt abnehmen und auf ein anderes aufbringen lassen. Außerdem besteht nun bei den Lichtquellen die Möglichkeit, ein „bildbasiertes“ Licht für eine Szenerie

zu verwenden. Dabei wird eine Bilddatei geladen, die das 3D-Objekt dann beleuchtet. Eine interessante Variante, die viel Spielraum bietet.

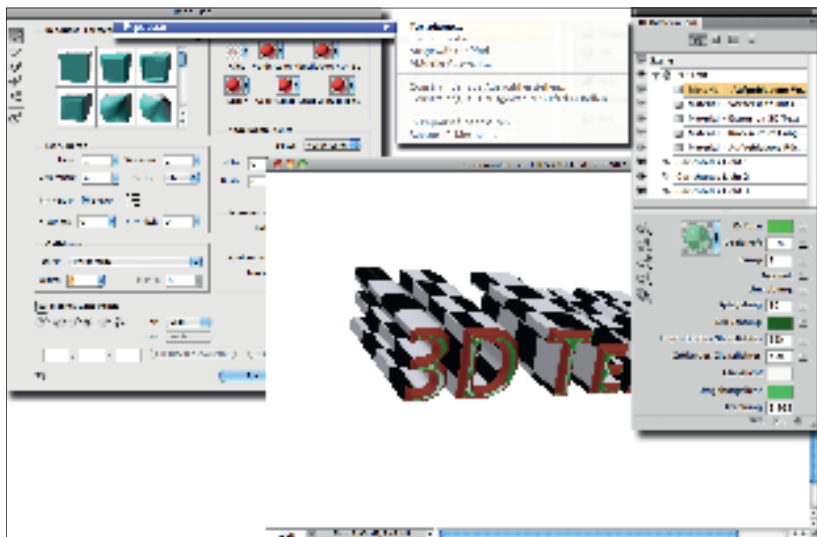
Neue 3D-Objekte – Repoussé

In Version CS4 konnte man in Photoshop ein 3D-Objekt entweder importieren oder aus einem 2D-Objekt ein 3D-Objekt machen, indem man im 3D-Menü die entsprechenden Menübefehle anwandte.

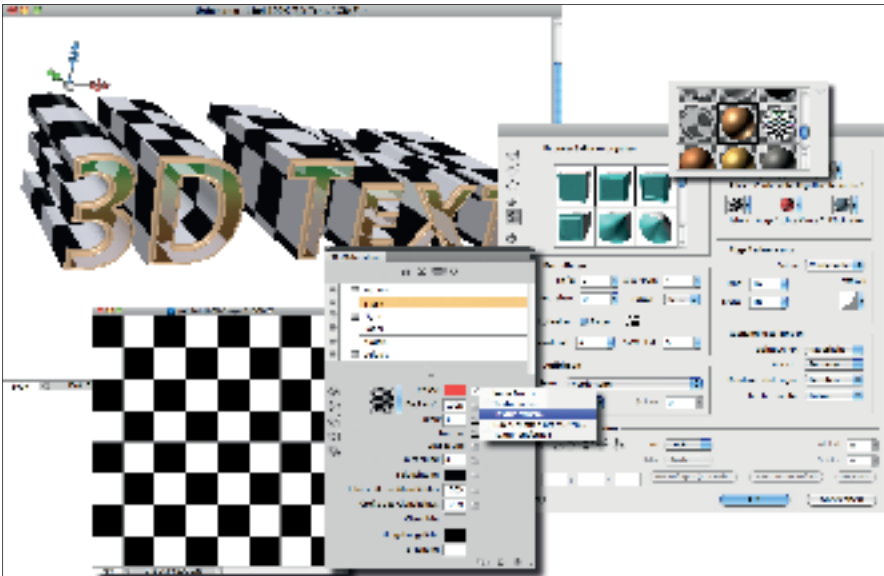
Nun ist die neue Funktion „Repoussé“ hinzugekommen. Um sie nutzen zu können, benötigt man entweder eine aktive Auswahl, eine Textebene, eine Ebenenmaske oder einen Pfad. „Repoussé“ bezeichnet eine Technik aus der Metallbearbeitung und ist am besten vergleichbar mit dem „Extrudieren“. Es handelt sich dabei um eine Art „Austreiben“ von Strukturen.

Eine Textebene wird bei Verwendung der Repoussé-Technik übrigens gerastert, ist also inhaltlich dann nicht mehr veränderbar.

Der Repoussé-Dialog enthält eine Vielzahl von Einstellvarianten, denen die Form des 3D-Objekts, Texturen für die Flächen (vorne, hinten, Seiten) Neigungen oder auch Lichtquellen bestimmt werden können.



Mithilfe der Repoussé-Funktion lässt sich Text dreidimensional darstellen und mit Texturen plastisch ausschmücken.



Texturen lassen sich jederzeit editieren. Dabei hilft auch die Materialvorschau.

Auch hier stehen übrigens die Werkzeuge zur 3D-Bearbeitung direkt im Repoussé-Dialog zur Verfügung und können auch bei geöffnetem Dialog verwendet werden. Nachträgliche Änderungen an Texturen erfolgen dann entweder im 3D-Bedienfeld oder im Repoussé-Dialog. Er ist erreichbar über den Befehl 3D > Repoussé > in Repoussé bearbeiten.

Photoshop kann nun auch mit internen Strukturen umgehen, beispielsweise, wenn aus einer ringförmigen Auswahl ein 3D-Objekt erstellt werden soll. Dazu dient im Repoussé-Dialog die Option „Interne Constraints“.

Materialvorschau

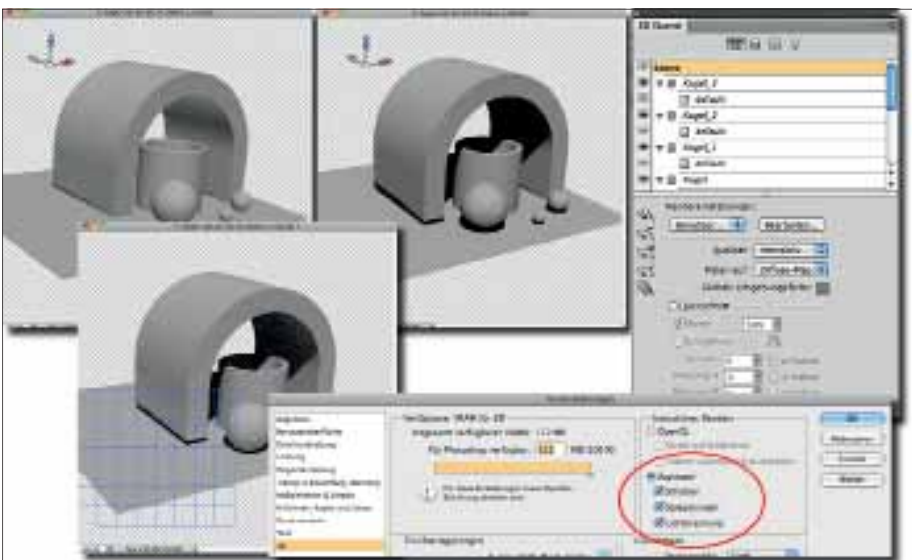
Es ist nun vergleichsweise einfach möglich, mit Hilfe der 3D-Palette Objekten neue Materialien zuzuordnen. Eine qualitativ gute und schnelle Vorschau hilft dabei, sich eine Vorstellung davon zu machen, wie die neuen Materialien auf den einzelnen Objekten wirken. Die Materialien sind normale 2D-Photoshop-Dateien mit Bilddaten. Die Eigenschaften eines Materials, die sein Aussehen bestimmen, lassen sich über das 3D-Panel verändern.

Raytracing

Beim Raytracing geht es um die endgültige Berechnung einer 3D-Szene, wobei alle Lichtstrahlen, -reflexionen und -spiegelungen berechnet werden. Das setzt naturgemäß einige Rechnerleistung voraus. Um in diesem Modus zu arbeiten muss in den Voreinstellungen von OpenGL auf Raytracing umgeschaltet werden.

Auch wenn der Raytracer bereits aktiviert wurde, entspricht die Qualität noch nicht höchsten Ansprüchen. Das liegt daran, dass immer die Performance im Vordergrund steht, d.h. man soll noch einigermaßen flüssig mit der Szenerie arbeiten können.

Erst wenn im 3D-Panel die Qualitätsstufe erhöht wird, beginnt der Raytracer mit der endgültigen Berechnung der Szene. Da dies ein sehr rechenintensiver Vorgang ist, sollte das Objekt dann nicht mehr verändert werden. Trotzdem kann der Raytracer während des Rendering jederzeit durch Klick unterbrochen werden. Der Menübefehl 3D > Progressives Rendern fortsetzen führt die Berechnung jederzeit weiter. ☘



Beim Raytracing werden die Oberflächenstrukturen in hoher Qualität berechnet. Dazu gehören auch Schatten und Lichtreflexe.

Digitale Magazine für iPad & Co.

Digital Publishing eröffnet für Verlage bis hin zu freiberuflichen Designern viel neues Potenzial durch Veröffentlichung und Verkauf von digitalen Magazinen. Wir zeigen, wie der Workflow mit InDesign funktioniert, Praxisbeispiele und was der Einstieg kostet.

VON STEFAN VON GAGERN

Digitale Magazine haben in den letzten Jahren der Publishingbranche ein komplett neues, hochinteressantes Zielmedium beschert. Bereits umgesetzte Magazine, wie zum Beispiel die Fotomagazine Fotohits (www.fotohits.de) und ProfiFoto (www.profiFoto.de), bieten Lesern mit ihrer iPad-Ausgabe ein neuartiges Leseerlebnis: Videos zu Fotoshootings, interaktive 360-Grad-Panoramen und drehbare 3D-Ansichten getesteter Kameras werten die Heftinhalte auf. Leser profitieren auch davon, dass Material, welches zuvor im Heft, im Web und auf CD-Beilagen verteilt war, jetzt zentral per Fingertipp in einem Medium verfügbar ist. Ein echter Mehrwert für den Leser, doch lohnt sich der Aufwand auch für Publisher?

Vorteile für Publisher

Die Theorie klingt viel versprechend: Apps können mit vergleichsweise geringem Aufwand größere Zielgruppen erschließen, neue Leser und Abonnenten gewinnen und dazu die bisherige Leserschaft stärker binden. Neue Möglichkeiten für Werbeeinnahmen und Marketing sind ein weiterer Bonus: Anzeigen oder Artikel können mit Links zum Webauftreten von Werbepartnern führen oder für Leser einen Rückkanal über E-Mail und Kommentare schaffen. Grund genug also, sich mit Digital Publishing zu beschäftigen, um früh in dem boomenden Markt dabei zu sein.

Erfahrene wissen jedoch, dass ein neues Medium immer auch spezielles Know-how verlangt. Im Vergleich zu Web-Publishing bringt der Digital-Publishing-Einstieg aber deutlich weniger technische Hürden mit sich. Weder Programmierkenntnisse noch schwierige Entscheidungen für verschiedene technische Plattformen sind notwendig. Mit Adobes Digital Publishing Suite, kurz DPS genannt, gibt es zudem eine Komplettlösung, die sich schon als Standard etabliert hat. Die Basis bildet Adobe InDesign, das Layoutprogramm, welches bei vielen Verlagshäusern und Unternehmen bereits im Produktionseinsatz ist.

Erfahrene Designer oder Produktionsteams können weiter mit ihrer gewohnten Software arbeiten. Lediglich einige neue Funktionen und Bedienfelder kommen hinzu. Adobes Ansatz hat sich in der Praxis bewährt: Mehr als 700 Magazine weltweit wurden damit schon erfolgreich

umgesetzt. Die Referenzen samt Links zu den Apps listet Adobe in seiner Digital Publishing Galerie auf (www.adobe-solutions.de/digitalpublishing/).

Herausforderungen bei der Umsetzung

Die Herausforderung beim Digital Publishing liegt weniger in der Technik: Wer nur sein Printlayout als PDF auf das Tablet bringt, lässt viel Potenzial ungenutzt und wird kaum auffallen. Beim Computermagazin Chip, das seine iPad-Ausgabe bereits länger erfolgreich verkauft, war das Ziel des Teams dem Leser ein Erlebnis zu bieten, das weder die Printausgabe noch die Website ermöglichen. Der Mehraufwand hat sich gelohnt: „Die Käufer sind oft Leute, die weder mit Chip noch mit Chip Online bisher in Berührung kamen. Das ist eine neue, spannende Zielgruppe für uns. Wir gewinnen definitiv neue Leser“, berichtet Chip-Chefredakteur Thomas Pyczak.

Die Digital Publishing Suite ermöglicht nicht nur die Produktion der Magazine, sondern kümmert sich auch um deren Verkauf und Verbreitung – und reagiert dabei schnell auf aktuelle Entwicklungen. Neben der Unterstützung aller wichtigen Plattformen, wie dem Apple iTunes App Store und dem Android Market, hat Adobe pünktlich zum Start des neuen iPad-Betriebssystems iOS 5 die Newsstand-Unterstützung hinzugefügt. In diesem digitalen Zeitungskiosk auf dem iPad kann der Kunde leicht seine Lieblingsmagazine finden, einzelne Ausgaben kaufen oder Zeitschriften und Zeitungen regelmäßig abonnieren.



Der Digital-Publishing-Workflow in der Übersicht.

Überblick und Einstiegsvarianten

Die Digital Publishing Suite besteht aus zwei Komponenten: Eine ist InDesign in der Version CS5 oder CS5.5. Das Layoutprogramm wird per Download mit Zusatzwerkzeugen, den Folio Producer Tools, ausgerüstet, welche neue Funktionen und Bedienfelder hinzufügen. Für CS5- oder CS5.5-Anwender sind die notwendigen Folio Producer Tools kostenlos per Download erhältlich. Die zweite Komponente ist eine Distributionsplattform, die damit erstellte Inhalte in die verschiedenen AppStores bringt.

Wer noch mit älteren InDesign-Versionen produziert, kann DPS in einem Testlauf schon mit der kostenlosen, voll funktionsfähigen 30-Tage Demoversion von InDesign CS5.5 (www.adobe.com/de/downloads) ausprobieren. Zudem bietet Adobe seit diesem Jahr seine Programme auch als Mietversion an. Damit können InDesign CS5.5-Lizenzen bei Bedarf kurzfristig oder für einen begrenzten Zeitraum neu oder zusätzlich zu bereits vorhandenen Versionen monatlich oder jährlich gemietet werden (Infos unter <http://adobe.ly/lzhqEL>). Mit InDesign allein ist es schon jetzt möglich, digitale Magazine zu produzieren und kostenlos in Arbeitsgruppen weiterzugeben.

Layout und Interaktivität

Die Produktion im Digital Publishing unterscheidet sich grundsätzlich nicht vom Layouten für Print – bis auf einige Besonderheiten, etwa beim Seitenformat. In In-

Design CS5 oder CS5.5 wählt man zum Beispiel die Pixeldimensionen des Zielgeräts. Voreinstellungen für gängige Geräte, wie 1024 x 768 Pixel für das iPad, sind beim Anlegen neuer Seiten schon vorhanden. Wer die beiden möglichen Ausrichtungen der Tablets nutzen möchte, layoutet doppelt und legt je ein InDesign-Dokument für Hoch- und Querformat an. Seiten und Artikel werden dann wie gewohnt in InDesign gestaltet.

Spannend wird es, sobald Interaktivität hinzukommt. Filme, Diashows, Panoramen, Schaltflächen oder Webview für den Einsatz von dynamischen HTML-Inhalten lassen Magazine lebendig werden. Dafür gibt es ein zentrales Bedienfeld, den Overlay Creator. Er ermöglicht das Einfügen der Elemente ins Layout und Steuern von Feinheiten, etwa der Geschwindigkeit und dem Verhalten einer Diashow. Um festzustellen, wie die eingebundene Interaktivität später auf dem Tablet funktioniert, sind keine langen Tests nötig. Per Desktop-Viewer kann das Layout in Aktion direkt am PC mit einer Vorschau simuliert werden.

Publikation zusammenstellen

Für digitale Magazine hat Adobe das Folio-Format geschaffen. Folios enthalten einen oder mehrere Artikel für die digitale Publikation. Welche Artikel in einem Folio enthalten sind und die Reihenfolge, lässt sich per Folio Builder bestimmen. Da er von Adobe gehostete Services benutzt, loggt man sich direkt aus InDesign mit seiner Adobe-ID ein. Nach der Anmeldung wird eine neue Folio-Datei angelegt und definiert, welche Inhalte für die Publikation ausgewählt werden sollen. Jeder Artikel kann über zwei Layouts verfügen: eines in horizontaler und eines in vertikaler Ausrichtung. Jeder beinhaltete Artikel wird automatisch im Hintergrund in die Cloud hochgeladen. Ein Folio kann dann als Vorschau auf dem Desktop zum Testen angezeigt werden. Um eine Vorschau auf dem Zielgerät wie dem iPad auszuprobieren, installiert man den kostenlosen Adobe Content Viewer aus dem App Store auf dem Gerät.

Veröffentlichung

Folios können kostenlos mit anderen geteilt werden, zum Beispiel für Abstimmungsprozesse mit Kunden oder das Weiterreichen von Präsentationen in Arbeitsgruppen. Hier reicht eine Freigabe über das Folio-Bedienfeld. Zum Veröffentlichen im iTunes-Store oder Android-Marketplace wird ein Account der Digital Publishing Suite in einer der Editionen benötigt. Im Webbrowser kann mit dem Folio Producer die Publikation final veröffentlicht werden. Mit der Professional und Enterprise Edition ist es zusätzlich möglich, einen eigenen Viewer, der mit Logo und Branding auf das Erscheinungsbild angepasst ist, zu erstellen. Mit dem Viewer Builder können so benutzerdefinierte Apps erstellt und an den Apple Store übertragen werden. Dabei gibt es die Möglichkeit Spezialfunktionen wie Abonnements, Push-Benachrichtigungen und Analysewerkzeuge zu aktivieren. ☞

Digital Publishing Suite Editionen

1) InDesign CS5 oder CS5.5: Interaktive Inhalte produzieren und freigeben

Die Werkzeuge zum Erstellen der interaktiven Inhalte sind schon Bestandteil von InDesign. Ebenso inbegriffen ist die Möglichkeit, diese Inhalte über das Folio Builder Panel für andere, zum Beispiel geschlossene Gruppen, zur Verfügung zu stellen.

2) Single Edition: Einzelausgaben auf das iPad

Die neue Digital Publishing Suite Single Edition zielt darauf, mit dem gleichen einfachen Workflow der anderen Editionen eine Einzelausgabe als Applikation über den Apple App Store und für das iPad zu verkaufen oder auszugeben. So lassen sich einmalige Projekte wie Bücher, Broschüren oder interaktive Projekte unkompliziert umsetzen. Die Single Edition soll Anfang 2012 in Europa verfügbar sein und im Laufe des kommenden Jahres neben dem iPad noch weitere Tablets unterstützen. Exakte Kosten sind noch nicht bekannt, Adobe verspricht aber günstige Pauschalpreise.

3) ProEdition: Bis 5000 Downloads monatlich

Für 355 Euro pro Monat können beliebig viele Apps erstellt und veröffentlicht werden. 5.000 Downloads sind in diesem Paket inklusive. Der Zugriff auf vorbereitete Analyseberichte über die Konsole der Digital Publishing Suite ist möglich.

4) Enterprise Edition: Für individuelle Ansprüche

Die Enterprise-Edition ist die Wahl für Kunden mit speziellen Anforderungen: Integration mit eigenen E-Commerce Servern, Funktionen für umfassende Analysen und die Vergabe von Nutzungsrechten für nicht öffentliche Publikationen sind in dieser Edition vorgesehen. Preise werden hier direkt mit Adobe abgesprochen. Je nach Unternehmensstruktur liegt der Preis bei etwa 2.850 Euro monatlich.

Verschachtelte Formate

Die Absatzformatierungen von InDesign bieten eine ganze Reihe Optionen, die sich nicht auf den ersten Blick aufdrängen. Dennoch sind sie für viele Aufgabenstellungen sehr hilfreich, vor allem wenn es sich um komplexe Formatierungen mit wechselnden Zuweisungen handelt, etwa bei bibliographischen Listen. Auch bei Formatierungsaufgaben im Zeitungsbereich leisten diese Optionen gute Dienste.

VON SVEN FISCHER

Absatz- und Zeichenformate sollten bei der Textformatierung eine Selbstverständlichkeit sein. Sie gewährleisten nicht nur eine einheitliche typographische Gestaltung des Textes, sondern machen Änderungen der Formatierung erheblich einfacher und reduzieren damit den Zeitaufwand ganz erheblich.

Zu finden sind die „Verschachtelten Formate“ in den Optionen der Absatzformate. Sie sind kombiniert mit den Einstellungen für Initialen. Verschachtelte Formate setzen eine konsequente Anwendung von Absatz- und auch Zeichenformaten voraus. Die Zeichenformate werden oft vernachlässigt, spielen aber bei komplexen Formatierungen eine grundlegende Rolle.

Attribute vererben

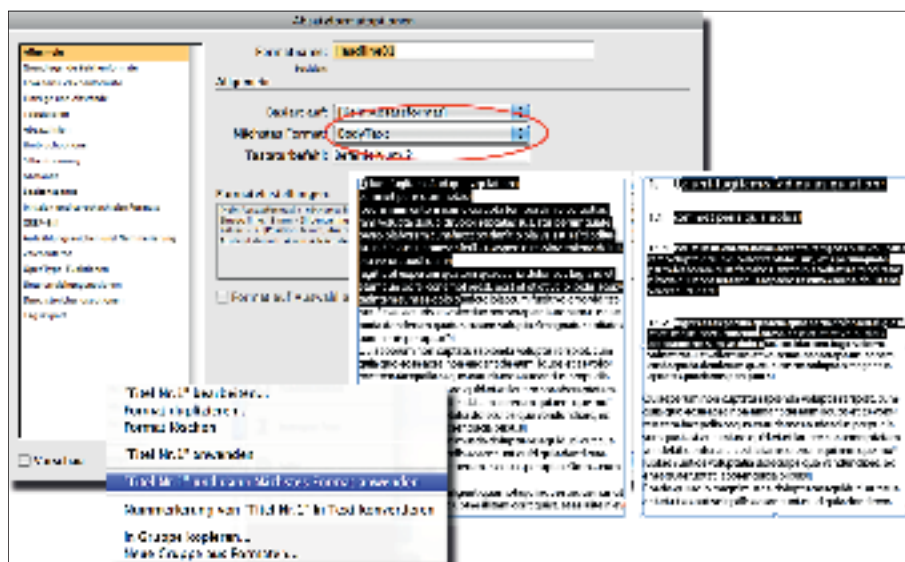
Zunächst einmal lassen sich Absatzformate aufeinander aufbauen. Dabei werden die Attribute vererbt. Wenn beispielsweise ein Grundformat mit kleinen Änderungen für verschiedene Absätze benötigt wird, kann man das neue Format auf dem bereits bestehenden aufbauen lassen. Es übernimmt alle Einstellungen der Basis und man ändert einfach die gewünschten Einstellungen ab.

Der große Vorteil besteht darin, dass bei Änderungen des Basisformats diese automatisch auf das darauf aufbauende Format übertragen werden. Auch das Format, welches dem aktuellen Format folgen soll, kann auf diese Weise festgelegt werden.

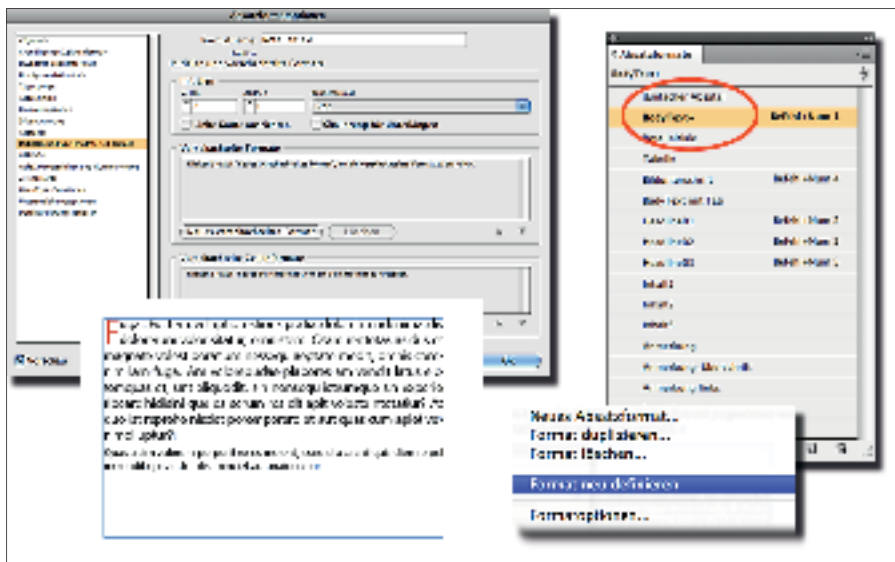
Dazu ein Beispiel: Man definiert beispielsweise ein Format für die Überschrift „Titel 01“, als „nächstes Format“ wird „Titel 02“, eine etwas kleiner gesetzte Überschrift festgelegt. Im Format „Titel 02“ legt man seinerseits fest, das dessen nächstes Format „Body Text“ sein soll.

Das Format „Body Text“ wiederum wird gefolgt vom gleichen Format, also „Body Text“. Nun markiert man z.B. vier aufeinander folgende Absätze und klickt mit der rechten Maustaste, bzw. CTRL-Taste-Maus-Klick auf das Format „Headline“. Es erscheint ein Kontextmenü. Hier wählt man den Eintrag „Headline und dann nächstes Format anwenden“. Automatisch werden alle markierten Absätze durchformatiert.

Die Änderungen des aufbauenden Formats gegenüber dem Basisformat können mit einem Klick auf die Einstellungen der Basis zurückgesetzt werden.



Aufeinander aufbauende Absatzformate erleichtern die Formatierung großer Textmengen.



Bei Initialen und verschachtelten Formaten kommt eine Kombination aus Absatz- und Zeichenformat zum Einsatz. Wenn manuelle Formatierungen vorhanden sind, wird neben dem Namen des Formats ein Kreuz angezeigt. Im Menü des Bedienfelds lassen sich diese Formatierungen über den Menübefehl „Format neu definieren“ übernehmen.

Verschachtelungen

Bei Initialen und verschachtelten Formaten kommt eine Kombination aus Absatz- und Zeichenformat zum Einsatz. So definiert man beispielsweise ein Absatzformat für den Grundtext (body) und ein Zeichenformat, mit dem Buchstaben rot eingefärbt werden (rot). Nun kann im Absatzformat eine Initiale definiert werden, z.B. ein Zeichen über zwei Zeilen. Dieser Initiale kann gleichzeitig ein Zeichenformat zugewiesen werden, z.B. „rot“. Damit wird einem Absatz automatisch eine rote Initiale verpasst.

Aber es gibt noch mehr Möglichkeiten. So soll beispielsweise nicht das erste Zeichen als Initiale und rot formatiert sein, sondern das erste Wort in Fettschrift dargestellt werden.

Erstellen Sie dazu ein Zeichenformat für „fett“ und ein neues Absatzformat. Unter „Allgemein“ wählen Sie „Basiert auf: body“. So werden sämtliche Einstellungen, die in „body“ definiert sind vom neuen Format übernommen.

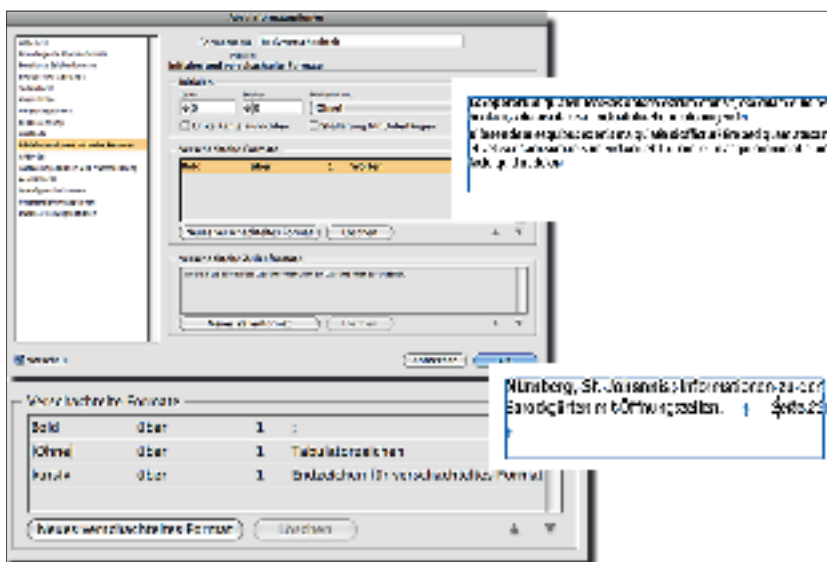
Wechseln Sie in den Bereich „Initialen und verschachtelte Formate“. Löschen Sie dort die Einstellungen für die Initiale, indem Sie die Zeilen auf „Null“ stellen.

Unter „Verschachtelte Formate“ wählen Sie „Neues verschachteltes Format“. Links im Menü aktivieren Sie das Zeichenformat „fett“, dann über „1 Wort“. Speichern Sie das neue Format als „body-verschachtelt“ ab. Sie können dieses Format nun anwenden und werden sehen, dass dabei jedes erste Wort im Absatz fett erscheint.

Doch damit nicht genug. Sie können in einem verschachtelten Format auch mehrere Zeichenformate in Reihe schalten. Das Beste daran: Sie können als Zeichenformat auch „[Keine]“ wählen und so über eine bestimmte Strecke kein Zeichenformat zuweisen, bis schließlich ein weiteres folgen soll.

Dabei ist die Anwendung von individuellen Zeichenformaten nicht auf eine bestimmte Anzahl von Wörtern beschränkt, sie kann auch bis zu einem Satzzeichen, z.B. ein Semikolon reichen, oder nach einem Tabulator beginnen. Ab Version CS4 können verschachtelte Formate auch zeilenweise angewandt werden.

Bei verschachtelten Formaten kann auch der Zeilenspalter (Tabulator Einzug rechts) verwendet werden, er wird im Absatzformat bei der Verschachtelung als „^y“ eingetragen. ☘



Bei verschachtelten Formaten lassen sich mehrere Zeichenformate kombinieren. Die Steuerung erfolgt über vorgegebene Zeichen, wie etwa ein Komma.

Input
Workshops
Layoutprogramme
PDF
DMS, Storage



Output
Digitaldruck
Large Format
Inkjet
Finishing



DPV Digital Publishing
Verlags GmbH
Katharinengasse 3
55444 Eckenroth
info@desktop-dialog.de

PROGRESSIVE
PROFITABLE
PRINTING



MIT DEM **HP LATEX DRUCKER** IST DIE
ANTWORT STETS DIE GLEICHE



ER WIRD IHR
ANGEBOTSSPEKTRUM
ERWEITERN

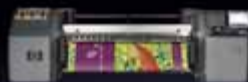
ER IST **SCHNELL UND**
KOSTENGÜNSTIG

ER IST IHR **SCHLÜSSEL**
ZUM ERFOLG

HP Designjet L25500



HP Scitex LX600



Die neuen HP Scitex LX850
und LX820 Drucker



Sagen Sie „Ja“ zu den allgemein anerkannten Vorteilen des HP Latexdrucks. Nutzen Sie wie viele andere Druckdienstleister die **HP Latex Drucktechnologie** für Innen- und Außenanwendungen. Geruchsfrei, langlebig, sofort trocknend und preisgünstig bietet sie Ihnen die Chance zu neuen Serviceleistungen.

Unsere erneut verbesserte HP Latex Druckerpalette mit noch höherer Produktivität und Anwendungsvielfalt ist die richtige Antwort für Ihr Unternehmen.

Erfahren Sie auf www.hp.com/de/go/HPLatex, wie Sie mehr Serviceleistungen anbieten und höhere Umsätze erzielen können, oder rufen Sie uns an unter **0800 664 7926**.