

Информационен бюлетин

на Съюза на печатарската индустрия в България

Година V, Брой 7, юли, 2008 г.

В броя ще прочетете:

PRINT 2020 – Бъдещето на печата

ROLAND 500 за фолио и пластмаса

*Първата Speedmaster XL 145 влезе
в експлоатация при FREUND GmbH*

*MM Graphia Trier поръчва от Heidelberg
втора листовка щанца Dumatix 145 CSB
с формат 6*

*Информация за членовете на Съюза
на печатарската индустрия в България*

*manroland и KircherBurkhardt представят новия
Messenger*

drupasibe и manroland

Нови стандартни условия за печат

*Siegwerk реагира на растящите цени за енергия
и суровини в Европа*

Segerdahl Corporation купува Goss Sunday 4000

KBA Rapida 75 за Asiatic Printing Press

Impressum

*Електронно информационно издание за печатна
комуникация*

*Орган на Съюза на печатарската индустрия в
България*

София, Цариградско шосе 117

Тел./Факс: 02/975 23 88

Email: office@printunion-bg.org

Internet: http://www.printunion-bg.org

Редакц. обр./Реклами: Росица Велкова, rossitza@gmx.de

Електронна обработка: DEMAX, demax@demax.bg

Разпространение: Румен Трифонов,

trifonov@printunion-bg.org

*Разпространява се безплатно; периодичност: всеки
месец.*

*Electronic Information Publication for Print
Communication*

Edition of the Printing Industry Union of Bulgaria

Sofia, 117 Tsarigradsko choussee

Tel./Fax: +359/2/975 23 88

Email: office@printunion-bg.org

Internet: http://www.printunion-bg.org

Editorial/Advertising: Rossitza Velkova, rossitza@gmx.de

Layout & Design: DEMAX, demax@demax.bg

Distribution: Rumen Trifonov, trifonov@printunion-bg.org

PrintMedienForum 2008 PRINT 2020 – Бъдещето на печата

На 9-и и 10-и юли 2008 г. в Мюнхен се проведе форумът **Печатни медии 2008 (PrintMedienForum 2008)**, организиран от клъстера Печат и печатни медии в Бавария.

Целта бе да се посочат перспективите за развитие на печата до 2020 година, да се опише медийното общество през следващите десет години и да се подчертаят шансовете и предизвикателствата за печатарския отрасъл.



Участниците във форума при откриването в BMW, Ленбах-платц в Мюнхен

Форумът бе открит на 9-и юли в представителството на BMW, Ленбахплатц в Мюнхен. Томас Михаел Кьолер поздрави от името на домакините събралите се в центъра на Баварската столица повече от 200 гости на мероприятиято.

Карл-Георг Никел, говорител на клъстера Печат и печатни медии в Бавария откри форума, след което проф. д-р Йо Грьобел от Германския дигитален институт в Берлин говори по темата: „Печатът между миналото и бъдещето. Ролята на печатните медии за информацията, емоцията и общността“. Според проф. д-р Йо Грьобел решаващо за печатарския отрасъл е преди всичко как и с кои медии ще се потребява, търси и транспортира информация и комуникация в бъдеще. Важно е да се търсят и осъществяват смесени информационни и комуникационни форми с интегрирани печатни и online стратегии. Съвременният свят изисква директно приемане на потребностите и изискванията на клиентите и осигуряване на възможности те сами да обработват своите познания.



Проф. д-р Йо Грьобел при откриването на PrintMedienForum 2008 в BMW, Ленбахплатц в Мюнхен

Същинският форум се проведе на 10-и юли в Центъра за печат и медии в Исманинг до Мюнхен. Високопоставени референти от печатарския отрасъл и от областта на електронните медии говориха по темата „PRINT 2020 – Бъдещето на печата“.

Карл-Георг Никел, говорител на Клъстера Печат и печатни медии в Бавария, приветства гостите с добре дошли и даде думата на държавния министър Еберхард Зинер, ръководител на Баварската държавна канцелария. Докладът на г-н Зинер „Бавария като център на печатните медии – по-нататъшно развитие на съществуващите възможности“ бе посветен на икономическите и политически цели на Бавария в областта на печата. „Създали сме 19 клъстера в Бавария“, отбеляза Еберхард Зинер. „Клъстерът Печат и печатни медии е един от най-стабилните от инициативата Allianz Bayern Innovativ“.



Държавният министър Еберхард Зинер представя политиката на клъстера в Бавария

От името на Баварското правителство той поздрави Карл-Георг Никел и ръководството на клъстера за досегашната ползотворна дейност. Силната баварска икономика и балансираното финансово състояние дава възможност за внедряване на множество научни решения и иновации. Зинер отбеляза най-важните предиз-

викателства, пред които е изправена печатарската промишленост в бъдеще. Необходимо е засилване на позициите на печатните медии в съвременния дигитален свят, като при това се компенсират намаляващите или стагниращи тиражи на печатни издания. Необходимо е и стабилизиране на разходите за печатна реклама. „Дигитализацията предлага големи шансове, но печатните медии не са губещи при тази ситуация.“ Печатните продукти са се отличавали винаги с високото си качество, затова не трябва да се скромничи в това отношение. Държавният министър апелира към специалистите да търсят уверено нови бизнес области на изява.

Тери фон Бибра, търговски директор на фирмата Yahoo! Deutschland и вицепрезидент Business Management APG Europe, подчерта в изложението си, че електронните медии упражняват сериозен натиск върху печатните. Особено младото поколение използва интензивно интернет възможностите. Според изследване на института TNS Infratest около една трета от населението (32 процента) получава информация предимно от интернет, а не от всекидневниците или от списанията. 61 процента от запитаните считат, че това важи особено за информация с висока степен на актуалност, където и в бъдеще новите медии ще имат още по-значима роля и дори ще заменят в дългосрочна перспектива класическите печатни медии. Според фон Бибра обаче въпросът „Печат или интернет?“ не би трябвало да се поставя, тъй като от една страна печатът характеризира високо качество и журналистична компетентност, а от друга – издателствата със сигурност ще участват в бъдещото разрастване на интернет услугите. На първо място ще стои медийната марка, а не видът на медията. Използването на медиите ще продължи да се фрагментира, затова и все по-важно ще бъде класическите медии да се допълват с новите медии. За традиционните печатни медии ще е повече от необходимо стойността на собствената марка да се изгради и затвърди също on-line, за да може да се достигне до по-големи и до по-млади целеви групи.

„Ако издателствата се концентрират над основната си компетентност и предоставят необходимите висококачествени съдържания по различни начини и на различни платформи, свързвайки се с мощни on-line партньори, то тогава ще запазят своята медийна позиция“, отбеляза в заключение фон Бибра.

Фирмата Yahoo! смята, че интернет няма да измести класическите медии, а по-скоро само ще ги допълва. Това означава, че интернет ще поддържа печата и обратно.

„Независимо от растящата конкуренция в печатния сектор не може да се говори за изчезване на печатните продукти“, отбеляза д-р Дороте Ритц, регионален мениджър на Microsoft Online Service Group. Г-жа Ритц говори по темата „Съдържание, обслужване и общност – бъдещи модели на on-line медийни продукти“. Според нея днешното медийно използване дава основание

за определяне на следните тенденции, които са много важни и за фирма като Microsoft. Самите медии и тяхното използване ще стават все по-широки и с по-висока степен на дигитализация. Тук решаващо е значението на съдържанието, но не на платформата, на която това съдържание се предлага. Интернет расте и особено младите хора го предпочитат заради социалната мрежа и заради целенасочените промоции. При това медийната консумация постепенно поема контрола над медиите и залага на интеракция с медиите. По този начин се създават собствени online портали за информация, като напр. Zoomer.de, а персонални всекидневници действат като разпределителен център на новини и комуникация, както е напр. Windows live и live.com. Печатът като класическа медия обаче все още запазва позиции и това се доказва от факта, че се разработват непрекъснато нови пазари и печатни обекти. Г-жа Ритц посочи тук за пример новите печатни обекти Dummy, Zoo и Monopol, които имат чудесни предимства пред интернет. Безплатните вестници също са много търсени. „В центъра на всичко това се намира потребителят със своята общност. Той желае да ползва съответните информационни съдържания и възможности навсякъде. При това платформата на ползване е почти безразлична“, подчерта д-р Ритц.

Това развитие се поддържа от Microsofts с мотото: „Софтуер плюс сервиз и свързана мрежа“. От една страна това означава интеграция на софтуер и сервизна дейност и по този начин подготовка на комплектна инфраструктура за потребителя, а при следващата стъпка – свързване на интернет-съдържанията и на интернет-обслужването. Тази стратегия ще е от полза не само за рекламните клиенти на Microsoft, но и за издателствата със своите класически печатни продукти.



Участниците в PrintMedienForum 2008 в Центъра за печат и медии в Исманинг до Мюнхен

Проф. д-р Кристиян Блюмелхубер, собственик на Inbev Baillet Latour Chair Euromarketing към Свободния Университет в Брюксел говори по темата „Бъдещи системи за маркетинг и за управление на клиентелата“. Основавайки се на учението на Дарвин за „оцеляване на най-здравия“, Блюмелхубер отбелязва две насоки за успешен маркетинг – предприятията трябва да оцеляват на паза-

ра по метода на естествената селекция (т. е. да успяват да удовлетворяват клиентските желания) или да са успешни в т. нар. „сексуален подбор“. И двете възможности са свързани с познаването света на клиента. Блюмелхубер отправи към слушателите апел да бъдат достатъчно решителни и да експериментират. С нов вид офензивен маркетинг е възможно налагане на марката на пазара и осъществяване на активна промяна на структури и начин на поведение. „Или пишеш история, или ще бъдеш забравен“, подчерта Блюмелхубер.



Проф. Герд Финкбайнер представи на форума в Исманинг своята „Перспектива Print 2020“

„Ние не работим в критичен отрасъл, възприятието за нашия отрасъл е критично“, подчерта проф. Герд Финкбайнер, председател на Управителния съвет на manroland AG в доклада си „Print 2020“. Печатът трябва да бъде възприет от всички като силна медия. Рекламата, както и диалоговият маркетинг и приложенията, представляват важен растящ сегмент. Това важи и за опаковките като „резистентна“ медия, която на база практическото използване почти не може да бъде заменена от други медии. За затвърждаване на позициите на печатните продукти през последните години бе регистрирано постоянно развитие на печатната техника и внедряване на нови технологии. Иновативни бизнес модели съществуват и в издателствата и те се използват за вестници и списания. По този начин новите форми на реклама, новите формати и печатни материали, inkjet апликациите и безплатните вестници извлякоха огромна полза от това развитие. Герд Финкбайнер посочи тук като пример успеха на комбинираните системи Heatset-Coldset.

„Тези системи предлагат нови бизнес модели, повишават многообразието за използване на вестникарската машина, повишават качеството и многообразието на продуктите и осигуряват творчество при рекламното представяне.“

При това е все по-важно да се интегрират екологични решения в технологиите и в бизнес моделите. Според Финкбайнер печатарската промишленост предлага всички компоненти по отношение на технически иновации, спектър от услуги, творчески решения и разно-

образни бизнес модели, за да позиционира продуктите си като привлекателна и перспективна висококонкурентна медия. Опитът на интензивния глобален обмен показва ясно, че съществува огромен потенциал за печатната продукция.



Докладчиците на PrintMedienForum 2008 (отляво надясно): проф. Герд Финкбайнер, председател на Управителния съвет на manroland AG; проф. д-р Кристиан Блюмелхубер, собственик на Inbev Baillet Latour Chair Euromarketing към Свободния Университет в Брюксел; д-р Дороте Ритц, Microsoft Deutschland GmbH; Карл-Георг Никел, клъстер Печат и печатни медии в Бавария; Тери фон Бибра, Yahoo! Deutschland

Карл-Георг Никел, говорител на клъстера Печат и печатни медии в Бавария и търговски директор на Баварския съюз Печат и Медии, представи в доклада си „Печатните медии в Бавария – мощен иновационен двигател в промишлеността“ необходимостта от коопериране и съответните възможности на клъстера в тази област. Той подчерта общите интереси на издатели, печатари, агенции и доставчици и призова към съвместни действия. „Задължени сме към членовете на клъстера и към цялата общност да защитаваме печатния продукт. Нашата обща цел е да изградим браншови маркетинг, за да спрем намаляването обема на печатната информация и на печатното съдържание“, подчерта Никел.

„Не действията на отделни браншови актьори имат значение за бъдещето на печатарската медийна индустрия в Бавария, а по-скоро общите усилия за стабилизиране бъдещето на отрасъла“.

Говорителят на клъстера прогнозира, че следващите две-три години ще са решаващи за бъдещето на печатарската медийна индустрия в Бавария. Необходима е мобилизация на компетентността във всички сфери на печатарската промишленост. Само така е възможно превръщане на клъстера в силна браншова организация.

Повече информация ще намерите в интернет на адрес: www.cluster-print.de

Соб. инф.

ROLAND 500 за фолио и пластмаса

Daido Shiko от Япония купува машина на manroland

manroland приветства в редицата на клиентите си нов клиент от Япония. Печатното качество при печат върху PP-фолия и пластмаса бе изключително убедително за Daido Shiko от Нагоя.

Daido Shiko купи по време на друпата 2008 седемцветна ROLAND 500 с UV сушене. Клиентът е нов за manroland. Фирмата Daido Shiko, която се концентрира предимно над висококачествен печат върху PP-фолия и пластмаса, планира от доста време да инвестира в печатна машина на manroland.

Причината за решението за покупка е, че основните конкуренти на Daido Shiko са също клиенти на manroland. Именно затова печатницата иска да се позиционира по-добре на пазара по отношение производствена ефективност и качествени показатели. След смяната на ръководството на предприятието преди няколко години, новият президент г-н Йасутеру Кавазе реши да направи инвестицията сега по време на друпата 2008. И в неговата печатница оценяват много високо качеството на печат с ROLAND 500 върху специални материали за опаковки и върху пластмаса. Изключително важни за специалистите са също и многообразните възможности на печатната машина.

Прес-информация на manroland AG



Всички се радват на новата ROLAND 500 – Йасутеру Кавазе, президент на Daido Shiko (четвъртият отляво надясно), Кенет Ханзен, президент на manroland Japan (първият отляво) и представителите на Daido Shiko и manroland



Първата Speedmaster XL 145 влезе в експлоатация при FREUND GmbH

С официалното влизане в експлоатация на машината Speedmaster XL 145 при FREUND GmbH в Георгсмариехюте Heidelberg стартира веднага след друга веждането на новия форматен клас в практиката.

В годината на 100-годишния юбилей от създаването на фирмата, FREUND GmbH се оказва първата в света печатница, която внедрява новата машина в производството си. При официалното предаване на Speedmaster XL 145 Карл-Хайнц Фройнд, ръководител и съдружник във FREUND GmbH, подчерта добрите контакти на предприятието с Heidelberg. „От много години насам поддържа много успешно технологичното партньорство с Heidelberg. Концернът предлага най-голямата палитра от машини в отрасъла, осигурява най-високо качество и предлага на клиентите си добавена стойност, а сервизното обслужване е за пример.“



Световна премиера на Speedmaster XL 145 при FREUND GmbH (отляво надясно): Вернер Албрехт, председател на ръководството на Heidelberg Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH, Карл-Хайнц Фройнд, ръководител и съдружник във FREUND GmbH и Хайнц Лунте, кмет на Георгсмариехюте

Г-н Вернер Албрехт, председател на ръководството на Heidelberg Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH, също отбеляза дългогодишната съвместна работа между FREUND GmbH и Heidelberg. „Днес подчертаваме отново нашето взаимно доверие с предаването на Speedmaster XL 145-6+L, оборудвана на високо ниво, също и с логистика.“

Нов форматен клас от Heidelberg

Speedmaster XL 145 и Speedmaster XL 162 допълват портфолиото на Heidelberg при листовия офсетов печат. Основната област на приложение на машините е печат на опаковки и индустриален печат на издания. Новото поколение машини предлага на клиентите особени предимства по отношение на обслужване, време за подготовка, висока скорост на смяна на печатните форми и синхронни процеси на измиване на машината. Поради това производителността тук е с до 20 процента по-висока в сравнение с други машини от същия клас. Двата формата 6 и 7b покриват почти 75 процента от общия пазар на голямоформатни машини.

Новите голямоформатни машини са конструирани с цел да отговорят на изискванията при печата на опаковки. При производството на кутии новото портфолио включва разширената комплексна концепция на Heidelberg – цялостни решения за предпечатния, печатния и довършителния процеси. Форматът 6 (102 x 142 см) на XL 145 е най-често използваният при печата на опаковки. Според изследванията на Heidelberg, с печатен лист, който е с 3 см по-голям, XL 145 (106 x 145 см) предлага предимства от десет процента при разполагане на отделните кутии върху листа. Печатът на опаковки се ориентира повече към формат 7b (120 x 162 см) – това е форматът на новата XL 162. Двете машини се изработват на единна платформа.

Новите машини предлагат познатото при Heidelberg ниво на качество на обработка, дългосрочна експлоатация и печатно качество. Предлагат се различни варианти, които печатат върху материали с дебилана от 0,06 до 1,6 мм.

Двете машини достигат максимална печатна скорост от 15 хил. листа за час. Тази скорост зависи разбира се от качеството на използваните материали, от масилата, лаковете, температурата, влажността на въздуха и др.

Ситуацията на пазара е следната: до момента са инсталирани 3000 машини с формат 6 и 7b. Годишно се инсталират около 1000 нови печатни секции. Основните региони, където машините се продават, са Централна Европа и Мала Азия (50 %), Северна Америка (30 %) и Азиатско-Тихоокеанския регион (20 %). Около 50 % от печатната продукция са опаковки, 20 % – книги, 20 % – класическа илюстрация и 10 % – други видове печатни продукти.

Прес-информация на Heidelberg Druckmaschinen AG

MM Graphia Trier поръчва от Heidelberg втора листова щанца Dymatrix 145 CSB с формат 6

В началото на юни 2008 г. фирмата MM Graphia Trier, част от концерна Maug-Melnhof Packaging, водещ в Европа в производство на сгънати кутии за опаковки, подписа договор за покупка на Dymatrix 145 CSB, която е втората щанца с формат 6 в предприятието. Новата щанца ще се използва предимно за изработване на опаковки за цигари.

„Решихме да купим Dymatrix 145, тъй като има инструментална съвместимост с използваната при нас щанца и защото Heidelberg е известна с бързия сервиз и бързата доставка на резервни части“, обяснява Райнер Шмид, търговски директор за Германия в Maug-Melnhof Packaging.



Всички се радват при подписването на договора за втората листова щанца с формат 6 – Юрген Шиндел, технически търговец и Райнер Шмид, търговски директор Германия (трети и четвърти отляво), а също Норберт Адам (първият отдясно), ръководител производство в Трийр, с представители от Heidelberg

Скоро ще бъде инсталирана и още една машина от Heidelberg – Speedmaster XL 105-10 с двойно лакиране, в предприятието в Трийр, която следва машината Speedmaster XL 105-7 с двойно лакиране в предприятието MMP в Полша.

С всички тези инсталации Heidelberg е партньорът на Maug-Melnhof в областта на опаковките. Концернът Maug-Melnhof е най-големият производител в света на рециклиран картон и водещ производител на сгънати кутии за опаковки в Европа.

MM Karton е водеща в света при производството на картон на база рециклирана хартия и най-големият производител на картон за сгънати кутии в Европа. Предприятието има осем европейски седалища с общ годишен капацитет от 1,7 млн тона. Продуктовият асортимент обхваща цялата палитра от видовете рециклиран картон. Произвежда се и картон от пресни влакна.

MM Packaging е най-големият европейски производител на сгънати кутии за опаковки. В общо 28 пред-

приятия се обработват годишно над 650 хил. тона картон и се изработват сгънати кутии, които се продават предимно на чуждестранни клиенти, произвеждащи маркови артикули. Развитието на фирмата се определя от широк производствен спектър от иновации и от повишена ефективност.

През 2007 г. в рупата MM са работели 8 600 сътрудника. Регистриран е оборот от 1,7 млрд евро. От 1994 г. насам Maug-Melnhof е на Виенската борса.

Прес-информация на Heidelberg Druckmaschinen AG

Информация за членовете на Съюза на печатарската индустрия в България

На 23-и и 24-и октомври 2008 г. в Истанбул ще се проведе Третият Балкански печатарски форум под патронажа на manroland AG. Мястото на срещата ще бъде в района на Златния рог.

За участие са поканени колеги от печатарските съюзи на Албания, Босна и Херцеговина, България, Гърция, Македония, Румъния, Словения, Сърбия, Турция, Унгария и Хърватска.

По време на Форума ще бъде предоставена информация за печатарската индустрия в Турция, за развитието на печатарството в света, в Европа и на Балканите. Освен това ще дискутираме възможности за подкрепа и съдействие при обучението на кадри за полиграфическата промишленост в отделните балкански държави.

Турските колеги ще организират посещение на печатница в Истанбул.

Официалната покана за Третия Балкански печатарски форум ще бъде разпратена до края на септември. Чуждестранните участници се грижат сами за транспорта и за хотела. Тъй като през октомври в Истанбул се организират много мероприятия, турските колеги препоръчват да се направят резервации още през август.

За допълнителна информация се обръщайте към:
г-н Румен Трифонов, trifonov@printunion-bg.org

manroland и KircherBurkhardt представят новия Messenger

Браниови вестник стартира по време на drupa

MAN Roland Compact бе трансформиран в manroland Messenger, новият отраслови вестник на manroland.

Новият дизайн на вестника (отговорник: Springer & Jacoby) бе разработен от manroland съвместно с берлинската агенция KircherBurkhardt, която предложи и актуалното приложение по темата „Дизайн на вестника“. Messenger се издава два пъти годишно и е предназначен за вестникарите по цял свят. Като демонстрационен обект представя актуалните тенденции за развитие на вестникарския пазар – всяко издание се появява в различен формат, печата се в различни печатници и представя специални видове реклама и материали, напр. специални хартии или мастила. „Да правим вестник за вестника е за нас като медийна агенция нещо много специално“, отбелязва Лукас Кирхер, ръководител и съдружник в KircherBurkhardt.

Прес-информация на manroland AG



32-страничният Messenger № 1 бе представен със специален дизайн за drupa 2008 на английски език с тираж от 40 хил. екз. Отпечатан е на машина REGIOMAN в холандската вестникарска печатница BDU

drupasibe и manroland

Manroland и печатница J.Fink Druckerei се кооперират в drupasibe, мястото за срещи и симпозиуми по време на drupa 2008. Тук всекидневно се представяха различни теми. След презентациите в drupasibe заинтересованите получаваха възможността да посетят орга-

низирано щанда на manroland. От 2-и до 4-и юни темите бяха Ден на вестника, Ден на корпоративното издаване и Ден на диалоговия маркетинг. Освен това бяха засегнати теми от рода Защо в бъдеще ще са ни необходими както печат, така и online комуникации? Дискутиран бе и въпросът, дали печатът трябва да търси нови изяви. На щанда на manroland имаше възможност да се получат изключително компетентни отговори на многото въпроси от страна на посетителите. „Нашите гости са много заинтересовани и задават множество специални въпроси“, отбелязва Йозеф Аумилер, ръководител на направление за поддръжка на търговските отношения при manroland. Други важни теми бяха ефективността на печатните машини и приложни иновации.



В drupasibe се провеждаха всекидневно симпозиуми на различни теми



Г-н Йозеф Аумилер, ръководител на направление за поддръжка на търговските отношения при manroland (вторият отдясно), обяснява на клиентите експонатите на щанда на manroland

COLORMAN впечатли клиентите

COLORMAN печатната секция, представена на drupa 2008, привличаше вниманието на клиенти и специалисти. Най-интересните особености са възможностите за облагородяване с UV и heatset-coldset, както и подобреното качество на вестника. В света вече са продадени и работят общо 150 heatset-coldset инсталации.

Прес-информация на manroland AG



manroland



manroland Bulgaria EOOD; ул. „Нов век“ № 3, 1618 София
Тел. 02/9556135, 9559461; Факс 02/9559621, office@man-roland.bg

Нови стандартни условия за печат

Германският Федерален съюз Печат и медии (Bundesverband Druck und Medien – bvdм), ECI, Fogra и Ugra обявиха нови стандартни условия за печат, разработени в съвместен проект на организациите. Предлагат се нови характеристични данни (FOGRA41 до FOGRA-44) и пет нови ICC профила за четири нови условия за печат ECI Offset 2008.

Нови са два ICC профила за ролния офсетов печат върху MFC хартия (с машинно покритие) и SNP хартия (стандартна вестникарска), разработени от европейската работна група ECI със съдействието на bvdм в различни пробни печатни серии.

Новите ICC профили са в сила за офсетовия печат с неперодичен растер върху хартиени видове 1 и 2 (гланцова и матова пигментно покрита хартия за офсетов печат) и хартиен вид 4 (бяла хартия за офсетов печат без пигментно покритие). Тези профили са резултат от изследване на bvdм/Fogra за неперодичен растер и са верифицирани в широки пробни печатни серии. Отчетът за изследването ще бъде публикуван в информацията на bvdм.

Досегашните профили от пакета ECI_Offset_2007 са все още актуални и ще бъдат само допълнени с новите стандартни условия. bvdм, ECI, Fogra и Ugra препоръчват незабавното въвеждане на новите профили и характеристични данни.

Прес-информация на bvdм

Siegwerk реагира на растящите цени за енергия и суровини в Европа

Siegwerk е принудена да реагира на силно нарастващите цени за суровини, енергия и транспорт. „От януари 2007 г. цените на суровините, използвани за производството на мастила и лакове нарастнаха до 30 % на световния пазар, а за нефт и газ – повече от два пъти“, отбелязва председателят на Управителния съвет на Siegwerk г-н Херберт Форкер. „В Европа нямаме друга възможност освен да прехвърлим това повишение на цените към клиентите си.“

Прес-информация на Siegwerk

Segerdahl Corporation купува Goss Sunday 4000 с автоматична трансферна функция

Иновативната фирма, специализирана в областта на директната поща, ще комбинира с новата машина бърза смяна на поръчката с широкия машинен формат и с многостранните възможности за in-line довършителна

обработка. През 2009 година Segerdahl ще инсталира една Sunday 4000 със седем автотрансферни печатни секции и със система за смяна на печатните форми Autoplate в печатницата си в Уилинг, щата Илинойс.

Прес-информация на Goss



KBA Rapida 75 за Asiatic Printing Press

Asiatic Printing Press е печтница за цялостни печатни услуги в Айман на границата между Дубай и Обединените арабски емирати. Фирмата е създадена през 1993 г. и произвежда широк спектър от продукти, като акцентът се поставя върху илюстрационния печат на висококачествени бизнес отчети, брошури, списания, постери, картички и много други.

Освен печатни машини на други производители в печатницата Asiatic Printing Press се работи от години на половин- и средноформатни машини на KBA, между които е и доставената през 2006 г. петцветна Rapida 105 universal с лакираща секция.



Специалистите отбелязват със задоволство, че новозакупената машина KBA Rapida 75 е изключително удобна за работа. С компактната си конструкция тя е идеална за предприятия, които не разполагат с големи производствени площи.

Прес-информация на KBA