



Eine Initiative von
Deutscher Drucker
Publishing Praxis
Grafische Palette
versio! und PAGE

Schirmherrschaft:
Michael Glos, Bundesminister
für Wirtschaft und Technologie

INNOVATIONSPREIS **DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE** **2006**

Die besten Einsendungen
in allen Wettbewerbskategorien

Dokumentation der Gewinner

Top-Fachinformationen für Vorstufe, Workflow, Cross-Media-Publishing, Druck, Weiterverarbeitung, Verpackungsproduktion

sowie Printbuying

NATIONAL

INTERNATIONAL



Das führende Fachmagazin für Vorstufe, Cross-Media-Publishing, Druck, Weiterverarbeitung und Verpackungsproduktion
Offizielles Informationsorgan für die Mitglieder des Fachverbandes Führungskräfte der Druckindustrie und Informationsverarbeitung e.V. (FDI)

- **Zielgruppe:** Entscheider/Fach- und Führungskräfte
- **Erscheinungsweise:** 42 Ausgaben im Jahr
- **9.254 Abonnenten** (durchschnittlich)



II/2005 – II/2006



Das Qualitäts-Fachmagazin für Prepress, Print, Finishing und Packaging in ganz Fernost

- **Verbreitung:** Singapur, Thailand, Malaysia, China, Indonesien, Philippinen, Brunei, Süd-Korea, Japan, Pakistan, Vietnam, Kambodscha, Laos, Myanmar, Taiwan
- **Erscheinungsweise:** 6 Ausgaben im Jahr
- **Verbreitete Auflage:** 8.000 Exemplare



Profiwissen für digitalen Workflow & Medienproduktion

- **Zielgruppe:** Professionelle Anwender, die Investitionen anregen, planen und entscheiden.
- **Erscheinungsweise:** 6 Ausgaben im Jahr
- **5.556 Abonnenten** (durchschnittlich)



II/2005 – II/2006



Das Qualitäts-Fachmagazin für die grafische Industrie auf dem indischen Subkontinent und in den angrenzenden Ländern

- **Verbreitung:** Indien, Bhutan, Nepal, Sri Lanka und Bangladesh
- **Erscheinungsweise:** 12 Ausgaben im Jahr (inkl. Newsletter)
- **Verbreitete Auflage:** 6.000 Exemplare



Das neue druckorientierte Kommunikations-Fachmagazin mit den Themenschwerpunkten Druck-Innovationen - Corporate Publishing - Printbuying

- **Zielgruppe:** Printbuyer, Werbe- und Marketingentscheider, Produktionsleiter
- **Erscheinungsweise:** 6 Ausgaben im Jahr
- **Verbreitete Auflage:** 15.000 Exemplare (Verlagsangabe) IVW-Anschluss vorbereitet



Das Qualitäts-Fachmagazin für die Print- und Medienindustrie in Brasilien in portugiesischer Sprache

- **Verbreitung:** São Paulo, Rio de Janeiro und Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Recife, Salvador und Fortaleza, Manaus und Brasília
- **Erscheinungsweise:** 6 Ausgaben im Jahr
- **Verbreitete Auflage:** 7.000 Exemplare



Das einzige Fachmagazin Deutschlands mit 6 regionalbezogenen Ausgaben für die Druck- und Medienindustrie

- **Zielgruppe:** Kleine Druckereien mit weniger als 20 Mitarbeiter, Hausdruckereien, Copyshops, Digitaldrucker, Buchbindereien
- **Erscheinungsweise:** 4 Ausgaben im Jahr
- **Verbreitete Auflage:** 23.244 Exemplare



II/2006



Der Webguide für die Print- und Medienindustrie mit über 400 bewerteten und kommentierten Internetadressen der Print- und Medienindustrie

- **Erscheinungsweise:** 2 Ausgaben im Jahr
- **Verbreitete Auflage:** 30.000 Exemplare

www.publish.de

Portal für Top-Entscheider/Fach- und Führungskräfte der Print- und Medienindustrie

www.versio-magazin.de

Portal für Printbuyer, Werbe- und Marketingentscheider, Produktionsleiter in der druckorientierten Kommunikationsbranche

www.printcomworld.com

Internationales Portal für die Top-Entscheider der Print- und Medienindustrie

Weitere Informationen:

Deutscher Drucker Verlagsgesellschaft mbH & Co.KG · Postfach 4124 · 73744 Ostfildern
Telefon: 07 11/448 17-0 · Fax 07 11/44 20 99 · E-Mail: info@publish.de · http://www.publish.de



»Innovativ und marktorientiert«

Grußwort des Bundesministers
für Wirtschaft und Technologie, Michael Glos,
für den »Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie«

DIE DRUCK- UND MEDIENINDUSTRIE trifft sich zur »PrintNight 2006«. In diesem feierlichen Rahmen wird bereits zum dritten Mal der Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie vergeben. Dieser Preis zeigt beispielhaft, wie innovativ und marktorientiert die Unternehmen Ihrer Branche sind. Daher habe ich gerne die Schirmherrschaft über diese Veranstaltung und den Innovationspreis übernommen.

WAS WURDE NICHT ALLES über die Zukunft der Printmedien gesagt – einige haben sie schon totgesagt. Die gesamte Druckindustrie – von den Druckvorstufenbetrieben, Druckereien bis zu den Weiterverarbeitungsunternehmen – hat sich zu einer Brancheninitiative zusammengeschlossen und beweist mit diesem Preis das Gegenteil. Die Unternehmen der Brancheninitiative, aber auch wissenschaftliche Institutionen und Ihre Kunden sind zur PrintNight zusammengekommen, um gemeinsam die diesjährigen Preisträger zu feiern. Das zeigt, dass ein solcher Wettbewerb nicht nur die Besten hervorhebt, sondern auch alle Beteiligten verbindet.

MEHR ALS 100.000 UNTERNEHMEN bringen in Deutschland innovative Produkte und Dienstleistungen auf den Markt und mehr als 30.000 mittelständische Unternehmen investieren sogar kontinuierlich in Forschung und Entwicklung. Gerade innovative Mittelständler sind dabei von zentraler Bedeutung für den Standort Deutschland. In Zusammenarbeit mit Forschern an Universitäten und internationalen Konzernen stellen sie überdurchschnittlich viele

IMPRESSUM:

Deutscher Drucker Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Riedstraße 25, 73760 Ostfildern
Tel.: 07 11-4 48 17-0
Fax: 07 11-44 20 99
E-Mail: info@publish.de

Geschäftsführung: Martin Metzger

Chefredaktion: Bernhard Niemela

Verlagspublikationen: Deutscher Drucker, Publishing Praxis, Grafische Palette, versio!, Printcom Asia, Printcom India, Printcom Brasil, www.publish.de

hoch qualifizierte Arbeitsplätze bereit. Der Innovationspreis zeigt: Dies gilt auch für viele Unternehmen der Druckindustrie. Sie investieren in neue Ideen, neue Produkte und verbesserte Verfahrens- und Prozessabläufe. Ich ermuntere dazu, die Innovationskompetenz weiter auszubauen, damit Sie auch zukünftig im immer härter werdenden internationalen Konkurrenzkampf bestehen können.

DIE POLITIK DER BUNDESREGIERUNG unterstützt Sie dabei. Unsere Politik zielt darauf ab, mehr mittelständische Unternehmen zu Forschung und Entwicklung anzuregen, die Innovationsfähigkeit zu steigern und die Vernetzung des Mittelstandes mit Industrie und Forschung zu intensivieren. Wir haben deshalb die finanzielle Ausstattung für die mittelstandsorientierten, für alle Technologiefelder nutzbaren Förderprogramme der Bundesregierung erheblich aufgestockt.

DER MITTELSTAND IST BEKANNT für seine Flexibilität und für seine Nähe zum Kunden. Kundennähe bedeutet zu wissen, was Kunden wollen und was ihnen wichtig ist. Diese Kundennähe ist sein Kapital. Sie ist entscheidend für Innovationen, die sich in die Praxis umsetzen lassen sollen. Der Innovationspreis zeichnet solche besonders gelungenen Beispiele aus. Er wird für folgende Bereiche vergeben:

- Druckprodukte,
- Management, Marketing & Aus- und Weiterbildung,
- Technologie.

Ein Sonderpreis wird an einen erfolgreichen Unternehmer verliehen, der sich auch in sozialer und kultureller Hinsicht engagiert.

Allen Gewinnern gratuliere ich recht herzlich.

Der Veranstaltung wünsche ich viel Erfolg, aufschlussreiche Gespräche und gute Ergebnisse.

Ihr 

Bundesminister für Wirtschaft und Technologie

Zeitungen, Zeitschriften

Viel Freude hatten die Juroren an den Einsendungen in der Rubrik »Zeitungen und Zeitschriften«. Die klare Ausrichtung an den Lesern und den Anzeigenkunden führen zu äußerst kreativen Ergebnissen. Sieger in dieser Wettbewerbskategorie ist »Novum«. Das Magazin, das bereits 2004 beim Innovationspreis erfolgreich war, beeindruckte die Jury mit ihrem kreativen Design und der aufwändigen Produktion. Die Zeitschrift »Sleek« steht für einen frischen, jungen Magazinstil. Das »Lamborghini Magazin« glänzt vor allem durch seine hochwertige Verarbeitung und ist perfekt auf die Zielgruppe ausgerichtet.



1. Preis: Zeitschrift »Novum«, Kessler Druck + Medien (Bobingen), Stiebner Verlag GmbH (München), New Media Design GmbH (München), flock-in GmbH (Wiesloch).



2. Preis: Zeitschrift »Sleek«, sleek friends GmbH (Berlin).



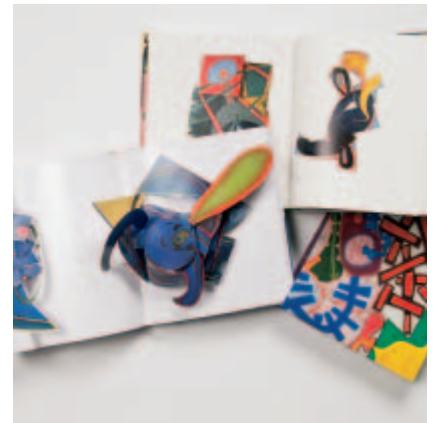
3. Preis: Kundenmagazin »Lamborghini Magazin«, Raff GmbH (Riederich), Automobili Lamborghini SpA (Santa' Agata, Bolognese / Italien), Köckritz Dörrich GmbH (Reutlingen), Dollinger GmbH (Metzingen).

Bücher

Gleich zwei Einsendungen kamen punktgleich auf den ersten Platz: Der Ausstellungskatalog »Elisabeth Murray« zeigt eine aufwändige Ausgestaltung und enthält sogar Pop-Up-Bilder, die sich beim Aufschlagen aufstellen. Das Buch »Venezia« überrascht durch sein Format und einen Dreiviertel-Schuber. Zwei Papiere, mehrere Sonderfarben und drucktechnische Spezialeffekte charakterisieren den drittplatzierten Werkkatalog »Touch me there«.



1. Preis: Buch »Venezia«, abcdruck GmbH (Heidelberg), Buchbinderei Spinner & Schaumann (Darmstadt).



1. Preis: Ausstellungskatalog »Elisabeth Murray«, Dr. Cantz'sche Druckerei GmbH & Co. KG (Ostfildern), Museum of Modern Art (New York / USA), Bramscher Buchbinder Betriebe GmbH & Co. KG (Bramsche), Rieker Druckveredelung GmbH & Co. KG (Leinfelden-Echterdingen).



3. Preis: Werkkatalog »Touch me there«, Engelhardt & Bauer Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (Karlsruhe), Fons Hickmann m23 (Berlin), Die Gestalten Verlag GmbH & Co. KG (Berlin), Schumacher AG (Schmitten / Schweiz).

Werbedrucksachen und Geschäftsberichte

Auch 2006 gilt: die Qualität der eingesandten Werbedrucksachen und Geschäftsberichte war von sehr hoher Qualität. Am besten gefiel den Juroren die von der Bückers GmbH eingesandte Verkaufsliteratur »Mini«. Aufgrund der hervorragenden Umsetzung eines innovativen Designs erhielt der »Engadin Kalender« den 2. Preis. Der zweigeteilte 3. Preis wird den Produzenten der Geschäftsberichte »Thyssen Krupp 2004-2005« und »Vorwerk« zuerkannt.



1. Preis: Verkaufsliteratur »Mini«, Bückers GmbH (Anzing), Greenhouse Publishing GmbH, Druckerei Kriechbaumer, BMW AG (alle München).



2. Preis: »Engadin Kalender«, Raff GmbH (Riederich), Rindlisbacher (S-chanf / Schweiz).



Links: 3. Preis: Geschäftsbericht »Thyssen Krupp 2004 - 2005«, Druckpartner Druck- und Medienhaus GmbH (Essen), Thyssen Krupp AG (Düsseldorf), Häfelinger & Wagner Design GmbH (München). Rechts: 3. Preis: Geschäftsbericht »Vorwerk«, Druckhaus Ley + Wiegandt GmbH & Co., Vorwerk & Co. KG, Hermann Michels & Regina Göllner, Buchbinderei Berenbrock (alle Wuppertal), Refeka Werbemittel GmbH (Kirchheim bei München).



Verkaufsverpackungen und Displays

Im Verpackungs- und Displaybereich ist die Branche besonders kreativ. Die Jury legte neben dem Design auch auf eine gute Funktionalität wert. Als eines der innovativsten Unternehmen zeigte sich die Manufaktur Lappe. Mit der Verkaufsverpackung »Citibank Blackcard« und der Kultverpackung »Axe Limited Edition Clicker« belegte sie die ersten beiden Plätze. Die mit Spezialgranulat veredelte Verpackung »Bosch Speedwave« überzeugte die Jury ebenfalls und wird mit Platz 3 belohnt.



2. Preis: Kultverpackung »Axe Limited Edition Clicker«, Manufaktur Lappe GmbH & Co. KG (Neuss), Unilever Deutschland GmbH & Co. KG (Hamburg), Megacult Marketing for the masses GmbH (Köln), PT Druckpartner Engels GmbH (Mönchengladbach).



1. Preis: Verkaufsverpackung »Citibank Blackcard«, Manufaktur Lappe GmbH & Co. KG (Neuss), Citibank Privatkunden AG & Co. KGaA (Düsseldorf), Wundermann GmbH & Co. KG (Hamburg), Purpur Produktion GmbH (Köln), Schotte GmbH & Co. KG (Krefeld).



3. Preis: Verpackung Bosch »Speedwave«, Gerscher Druck GmbH (Aglasterhausen), Seral Druck GmbH (Ransbach-Baumbach), J.W.T. (Frankfurt am Main).

Direct Mailings

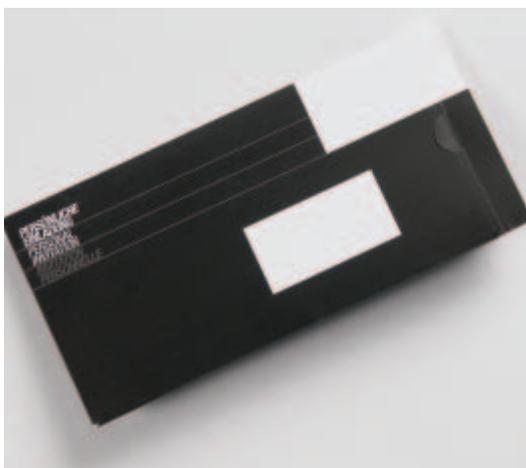
Direct Mailings sind Druckprodukte, mit denen im Rahmen des Direktmarketings eine bestimmte Zielgruppe von Kunden individuell angesprochen wird. Ganz neu und zum Patent angemeldet ist der effektvolle Mechanismus des erstplatzierten »Weihnachtsmailings«. Ein hochauflagiges Mailing (750.000 Exemplare) für den »Opel Zafira« wählten die Juroren nicht zuletzt wegen seiner tollen Materialkombinationen auf Platz 2. Das Mailing »Menswear«, das den Messebesuch um 20 Prozent steigern konnte, wurde von den Juroren mit dem 3. Preis belohnt.



Oben: 2. Preis: Produktpräsentation »Opel Zafira«, F-Media Druck GmbH (Heimstetten), Adam Opel GmbH (Rüsselsheim), McCann Erickson Brand (Frankfurt am Main).



Links: 1. Preis: Weihnachtsmailing »Engel«, Refeka Werbemittel GmbH (Kirchheim), Jaeger & Talente Werbeagentur GmbH (München), PrePressmedia (Kirchheim), Alpha Teamdruck (München).



3. Preis: Messeeinladung Digel »Menswear«, Hebe. Werbung & Design (Warmbronn), Digel Menswear (Nagold), Cannstatter Repro GmbH (Waiblingen-Hohenacker), D. Moss (Köln).



Dr. Wilfried Schäfer und der Juryvorsitzende Prof. Dr. Uwe Jäger (r.).



Engagierte Diskussion: Manfred Strobl, Dominico Madile, Dr. Wilfried Schäfer, Prof. Dr. Uwe Jäger, Manfred Hasenbeck, Knud Schlaudraff, Horst Lafontaine und Franz Rudolf Vogl (v. l.).

Expertenjury

Mit großem Interesse begutachteten die Juroren die Einsendungen in den Wettbewerbsbereichen A und B und ermittelten die Innovationspreis-Gewinner des Jahres 2006.

Diese Experten jurierten 2006 die eingesandten Printprodukte:

- Manfred Hasenbeck, Geschäftsführer Burda Yukom Publishing GmbH
- Prof. Dr. Uwe Jäger, Prodekan der HDM Hochschule der Medien, Fachbereich Print- und Medienmanagement
- Horst Lafontaine, Vorsitzender Fachverband Führungskräfte der Druckindustrie und Informationsverarbeitung e.V. - FDI
- Dominico Madile, Geschäftsführer Magna Global Germany GmbH

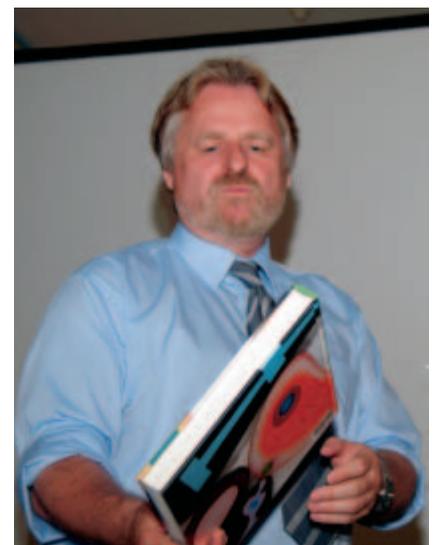
- Dr. Wilfried Schäfer, Geschäftsführer VDMA - Fachverband Druck- und Papiertechnik e.V.
- Manfred Strobl, Geschäftsführer/Executive Managing Director Optimedia Gesellschaft für Media-Services mbH
- Knud Schlaudraff, Produktionsleiter, Ogilvy One Worldwide GmbH & Co. KG
- Franz-Rudolf Vogl, Geschäftsführer DIV Druckweiterverarbeitung und Industriebuchbinderei Vogl GmbH



Hält die Bindung? Franz-Rudolf Vogl (l.) und Knud Schlaudraff.



Knud Schlaudraff, Manfred Strobl, Dominico Madile und Manfred Hasenbeck (v. l.).



Manfred Hasenbeck.

Gedruckte Eigenwerbung

Dass Druckereien hervorragend gemachte Werbematerialien einsetzen, zeigten mehrere Einsendungen. Der 1. Preis ging an die Lechte/Silfox Gruppe für den Jahreskalender »X«. F&W Mediocenter erhält für die innovative Umsetzung ihrer Corporate Identity und besonders für ihre Imagebroschüre den zweiten Preis. Auf Platz 3 landete der »Materialfächer« des Druckhauses Heidenreich.



Oben und unten: 1. Preis: Jahreskalender »X«, Lechte / Silfox Gruppe (Emsdetten).



2. Preis: Imagebroschüre »F&W«, F&W Mediocenter (Kienberg).



3. Preis: Materialfächer, Druckhaus Heidenreich GmbH (Bünde).



Kundenmagazine

Kundenmagazine sind ein wichtiger Bestandteil in der Unternehmenskommunikation und dennoch werden sie von Druckereien noch zu selten eingesetzt. Ausgezeichnete Kundenzeitschriften produ-

zieren Gutenberg Beuys GmbH (Hannover), Graphischer Betrieb Giesecking GmbH & Co. KG (Bielefeld) sowie die Christian Döring GmbH (München). Neben einem ansprechenden Layout muss das redaktionelle Konzept stimmen. Ideal ist es, wenn die Empfänger des Kundenmagazins zur Interaktion angeregt werden.



1. Preis: Kundenmagazin »Raster«, Gutenberg Beuys GmbH (Hannover).



2. Preis: Newsletter »PingPong«, Graphischer Betrieb Giesecking GmbH & Co. KG (Bielefeld).

3. Preis: Broschüre »Farbraum«, Christian Döring GmbH (München).



Ausbildung und Weiterbildung

Top-Unternehmen suchen gut ausgebildete Mitarbeiter, deshalb geben sich die Aus- und Weiterbildungseinrichtungen meist viel Mühe bei ihren Absolventenpublikationen. Ganz auf das Thema Fußball hoben die Druck- und Medientechniker aus München ab. Ihr Lohn: Platz 1. Der 2. und der 3. Preis gehen an die Albrecht-Dürer-Schule in Düsseldorf.



1. Preis: Absolventenpublikation »Druck- und Medientechniker 2006«, Technikerschule für Druck- und Papiertechnik (München).



2. Preis: Absolventenpublikation »Wir kommen auf Sie zu«, Albrecht-Dürer-Schule/Fachschule für Druck- und Medientechnik (Düsseldorf).



3. Preis: Informationsbroschüre »Druckbare Illusion«, Albrecht-Dürer-Schule/Fachschule für Druck- und Medientechnik (Düsseldorf).

Kunst für die besten Wettbewerbsbeiträge

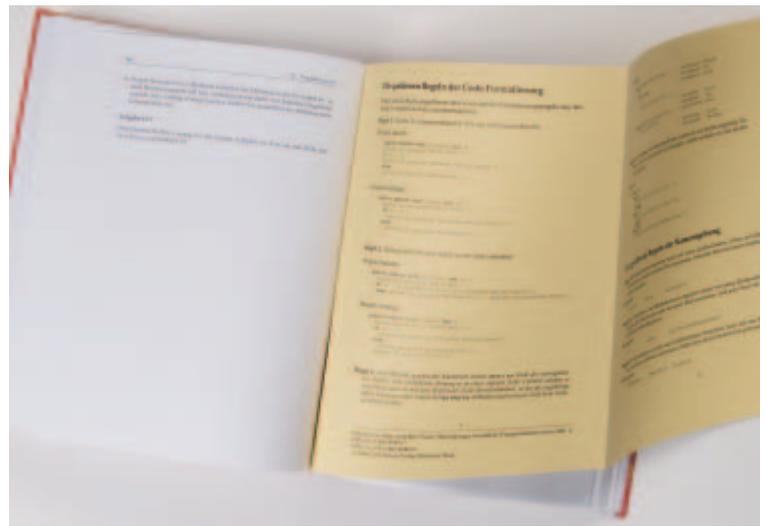
Trophäe ■ Die erstplatzierten Einsender beim Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie können sich besonders freuen: Sie erhalten ein für den Wettbewerb entworfenes und in limitierter Stückzahl produziertes künstlerisches Gestaltungsobjekt.

Den Entwurf und die Umsetzung realisierte der bekannte Ulmer Künstler Felix Burgel. Die für den Innovationspreis geschaffene Skulptur stellt die Druckindustrie in den Kontext der gesamten Medienbranche. Burgels Arbeit spiegelt in beeindruckender Weise die Dynamik, Modernität und Ästhetik der Druck-

und Medienbranche wider. Burgel ist frischgebackener Kunstpreisgewinner der Landesgartenschau 2006 in Baden-Württemberg und schuf unter anderem den Medienpreis »Lilly« für die Sony Deutschland AG. Zahlreiche Objekte und Installationen von ihm stehen in privaten und öffentlichen Räumen.

Sonderpreis: DID-Award

Bei Druckerzeugnissen erfolgt ein Großteil der Wertschöpfung in der Weiterverarbeitung. Um die besonderen kreativen und innovativen Möglichkeiten der industriellen Druckweiterverarbeitung hervorzuheben, wird seit 2006 ein Sonderpreis ausgelobt: das Deutsche Institut Druck e. V. (DID) verleiht den »DID-Award«. Alle Einsendungen wurden nach den Kriterien Innovation, qualitative Umsetzung, industrieller Fertigungsgrad sowie Verknüpfung von Botschaft, Funktion und Kundennutzen bewertet.



Der erste DID-Award-Preisträger überzeugt durch seine innovative industrielle Fertigung: Fachbuch »Grundkurs- Programmieren in Java«, Kösel GmbH & Co. KG (Altusried-Krugzell), Carl Hanser GmbH & Co. KG (München), Marc Müller-Bremer (München).



Diese künstlerisch gestaltete Trophäe erhält der Gewinner des DID-Awards.



Attraktive Druckweiterverarbeitung: Eine lobende Erwähnung spricht die Jury der Silfox/ Lechte-Gruppe (Emsdetten) für die kreative Eigenwerbung »Inspirationen« aus.

Herausragender Unternehmer

Was wären Unternehmen ohne ihre engagierten Mitarbeiter? Aber was wären Unternehmen ohne ihre prägenden Unternehmerpersönlichkeiten? Der gemeinsame Sonderpreis des Verlags Deutscher Drucker und des Fachverbands Führungskräfte der Druckindustrie und Informationsverarbeitung FDI geht an Persönlichkeiten, die ihre Unternehmen in mehrfacher Hinsicht vorbildlich leiten. 2006 erhält Helmut Schreiner, Geschäftsführer und Inhaber der Schreiner Group, diese Auszeichnung.

Die Entwicklung der Schreiner Group ist eine echte Erfolgsgeschichte: von einer kleinen Druckerei hat sich Schreiner in den vergangenen Jahrzehnten zu einem High-Tech-Unternehmen mit sechs Geschäftsbereichen entwickelt:

- Schreiner Etiketten und Selbstklebetechnik produziert Etiketten für die Produktausstattung und Werbung.
- Schreiner ProTech entwickelt und produziert individuelle Lösungen für selbstklebende Kennzeichnungen und Funktionsfolien für die technischen Industrien.
- Schreiner MediPharm konzentriert sich auf kundenindividuelle Spezialentwicklungen für Medizin und Pharma.
- Schreiner ProSecure bietet ein weites Spektrum fälschungssicherer Lösungen für den Originalitäts- und Wertschutz.
- Schreiner LogiData ist spezialisiert auf Datenträger, Transponder und komplette Identifikationssysteme basierend auf der Barcode- und RFID-Technologie.



Typisch Schreiner! Helmut Schreiner (l.) hat auch für den reibungslosen Generationenwechsel bereits vorgesorgt. Sein Sohn Roland Schreiner leitet heute den Geschäftsbereich MediPharm. In wenigen Jahren wird er die Verantwortung für die gesamte Schreiner Group übernehmen.

– Schreiner VarioLight entwickelt und produziert hochwertige Leuchtfolien mit elektronischer Ansteuerung auf der Basis von Elektrolumineszenz.

Das Gesamtunternehmen erwirtschaftet an drei Standorten ca. 85 Mio. Euro Jahresumsatz bei knapp 50% Exportanteil. Die Schreiner Group beschäftigt 520 Mitarbeiter, 30 Auszubildende lernen in zehn Berufen. Darüber hinaus existiert ein Kooperationsnetzwerk mit Produktionspartnern in den USA und China. Schreiner unterhält auch eine interdisziplinär besetzte Forschungs- und Entwicklungsabteilung.

VERTRAUENSKULTUR. Ein herausragendes Merkmal der Schreiner Group ist die von Helmut Schreiner täglich vorgelebte Unternehmenskultur. Gute Personalarbeit steht für den Geschäftsführer in direktem Zusammenhang zum gesamten Unternehmenserfolg. Mitarbeiterzufriedenheit – so Helmut Schreiners Überzeugung – entsteht durch eine Vertrauenskultur mit Augenmaß, die

bewusst gepflegt wird. »Wir sind ein Unternehmen auf dem Weg der ständigen Verbesserung. Dabei richten wir all unser Denken und Handeln an vier zentralen Unternehmenswerten aus: Innovation, Qualität, Leistungskraft und Freude,« erklärt Helmut Schreiner.

In dieser ganzheitlichen Unternehmensführung drückt sich auch eine bewusst wahrgenommene gesellschaftliche Verantwortung aus. So trägt Helmut Schreiner auch als Vorsitzender des VSKE seit vielen Jahren Verantwortung für einen Branchenverband.

PREISWÜRDIG. Helmut Schreiner ist ein in vielerlei Hinsicht innovativer und beispielgebender Unternehmer. Er steht nicht nur für eine erfolgreiche Unternehmensführung, sondern auch für ein ausgeprägtes gesellschaftliches Engagement. Deshalb ist es für den Verlag Deutscher Drucker und für den FDI eine Freude, den »Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie« 2006 an Helmut Schreiner zu überreichen.

Medienvorstufe

In der Vorstufe hatten die stimmberechtigten Leserinnen und Leser der Fachmagazine Deutscher Drucker, Publishing Praxis und Grafische Palette die Wahl zwischen Software- und Hardware-Produkten. Klarer Sieger wurde 2006 der von Kolb Digital angebotene virtuelle Katalog »Netcat«. Er ermöglicht die Mehrfachverwendung von Druckdaten. Ebenfalls ausgezeichnet wurden die übergreifende Workflow-Integration »Prinect Integration System« der Heidelberger Druckmaschinen AG sowie die Layoutsoftware »Quark XPress 7«.

Leser als Juroren

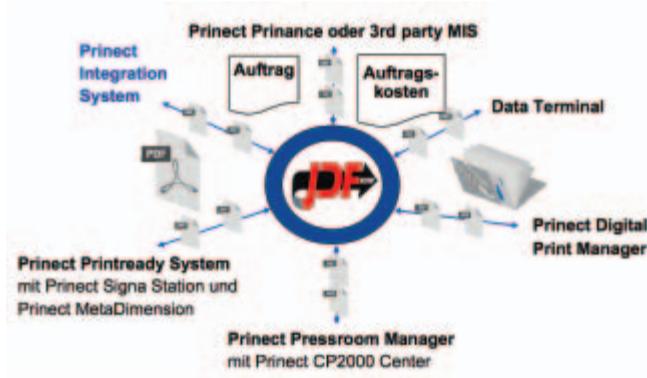
Stimmkarten ■ Die »innovativsten Technologien« wurde im Sommer 2006 in einer Leserwahl juriiert. Aus 71 Einsendungen in diesem Bereich haben die Fachredaktionen des Verlags Deutscher Drucker in den Rubriken Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung jeweils zehn Technologien ausgewählt und für die eigentliche Wahl nominiert.

Als Juroren fungierten schließlich die Leser der drei Fachmagazine Deutscher Drucker, Publishing Praxis und Grafische Palette. Aus gutem Grund, denn wer wäre besser geeignet, um die Qualität der technologischen Innovationen zu beurteilen, als deren (potenzielle) Anwender! Auf der Basis einer ausführlichen Dokumentation der nominierten Technologien trafen die Fachleute ihre Wahl.

Bis zum Einsendeschluss am 28. August 2006 sind beim Verlag Deutscher Drucker 868 Stimmkarten eingegangen, auf denen die Fachleute die innovativsten Technologien benannt haben.



1. Preis: Netcat - Virtueller Katalog, Kolb Digital GmbH & Co. KG (Oberschleißheim).



2. Preis: Prinect Integration System, Heidelberger Druckmaschinen AG.



3. Preis: Layoutsoftware Quark XPress 7, Quark (Hamburg).

Druck

Herzstück der Printproduktion ist der Druckprozess. Druckdienstleister sind stets auf der Suche nach innovativen Maschinenkonzepten und neuartigen Farben und Bedruckstoffen.

2006 wurde die Heidelberger Druckmaschinen AG für ihre Neuentwicklungen in den Bereichen Inline-Farbmessung und Kurzfarbwerkstechnologie mit dem 1. und dem 2. Preis belohnt. Der 3. Preis geht an die Bright Sign GmbH für UV-aktive Druckfarben, die bei Tageslicht keinerlei Unterschiede zu normalen Farben erkennen lassen.



1. Preis: Inline-Farbmessung bei laufender Maschine, Prinect Inpress Control, Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg).



2. Preis: Kurzfarbwerkstechnologie Anicolor, Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg).



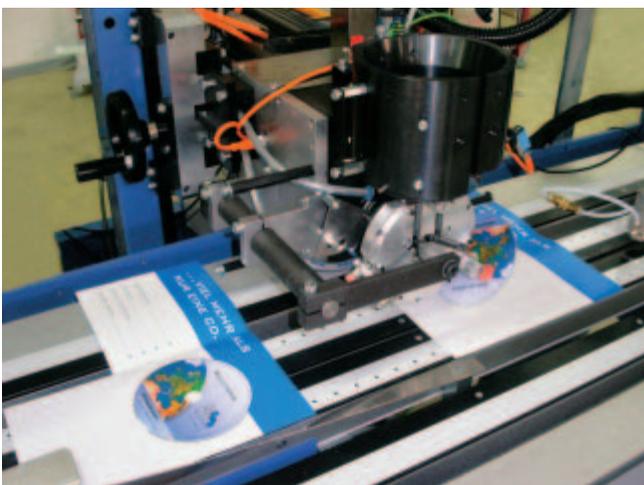
3. Preis: UV-aktive Druckfarben für Getränkeketten, Bright Sign GmbH (Saarbrücken).

Weiterverarbeitung

Wie bereits in den Vorjahren spiegelt das Abstimmungsergebnis in der Kategorie »Weiterverarbeitung« zwei anhaltende Anwender-Trends wider: die Automatisierung und das Bestreben, neuartige Produkte anzubieten. Mit der »Flyfolder Book Solution« setzten die Leser ein System für die digitale Buchproduktion auf den ersten Platz.



1. Preis: Digitale Buchproduktion ab Auflage 1, Flyfolder Book Solution, Hunkeler AG (Wikon / Schweiz).



2. Preis: CD/DVD-Inline-Verpackungssystem, Herzog+Heymann GmbH & Co. KG (Bielefeld).



3. Preis: Drei-Seiten-Schneider Horizon HT-30, Horizon GmbH (Norderstedt).

... und so profitiert die Branche vom Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie ...

Der Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie wirkt nicht nur nach innen, sondern auch weit über die Grenzen der Druckbranche hinaus. Individualisierte Pressemitteilungen für die Gewinner, Fotomaterial von den Einsendungen und der Preisverleihung, Plakate für die interne Kommunikation sowie spezielle Medienpartnerschaften sind nur einige Beispiele für die ausgeprägte Kommunikationsarbeit. Der Branchenaward bietet allen Beteiligten – Teilnehmern und Sponsoren – eine zeitgemäße und hocheffektive Marketingplattform, und dies zu einem überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnis.



Auch in China wird über die Ergebnisse des »Innovationspreises der Deutschen Druckindustrie« berichtet.



Eine Initiative von Deutscher Drucker Publishing Praxis Grafische Palette

Ideelle Träger: Messe Düsseldorf & drupa

INNOVATIONSPREIS DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE

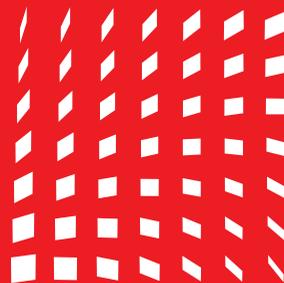
Ein toller Erfolg!
Die **Papergate GmbH** (Eberdingen-Nussdorf) gewinnt 2004 in der Kategorie »Innovativste Technologie - Druck« für das Produkt **L-Paper** einen hervorragenden **1. Preis**

Partner: AGFA, BOBST, CERO, DOMINO, FERAG, FUJIFILM, GOSB, HEBELBERG, ITO, KBA, KODAK, POLYTECHNIK, RICOH, SCA, DCA, TECHNODIGITAL, WY, VDO

Links: Allen Gewinnern wurden für ihre interne Kommunikation am schwarzen Brett »Siegerplakate« zur Verfügung gestellt.
Unten: Zahlreiche Verbandsmedien freuten sich über die Erfolge »ihrer« Unternehmen.



Für viele B2B-Websites ist der renommierte Wettbewerb der Druckindustrie ein wichtiges Thema.



print media messe
drupa

world market print
media, publishing &
converting

Innovationen - Inspiration für die Industrie.

Live dabei sein, wenn aus neuen Ideen die Zukunft entsteht. Hautnah miterleben, wenn aus Innovationen Welt-Erfolge werden. Das sind einzigartige Momente, welche die gesamte Print Media Industrie beflügeln. Wir gratulieren den Gewinner-Teams des Innovationspreises 2006 ganz herzlich zu Ihren wegweisenden Leistungen.

one world - one drupa

29.5. - 11.6.2008

düsseldorf, germany

www.drupa.de

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 101006
40001 Düsseldorf
Germany
Tel. +49(0)211/4560-01
Fax +49(0)211/4560-668
www.messe-duesseldorf.de


Messe
Düsseldorf



Eine Initiative von
Deutscher Drucker
Publishing Praxis
Grafische Palette
verso! und PAGE

Schirmherrschaft:
Michael Glos, Bundesminister
für Wirtschaft und Technologie

INNOVATIONSPREIS DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE 2006

Partner und Sponsoren:

