



PRINT EXPERIENCE 2017 – STREET ART EIN ERLEBNIS DER NÄCHSTEN DIMENSION

Urbane Kunst ist wild, mitreißend, Technik hingegen steht im Ruf, kühl und distanziert zu sein. Doch was geschieht, wenn beide aufeinandertreffen? Das zeigte Konica Minolta bei der Print Experience 2017 – Street Art, zu der der Hersteller am 8. und 9. November in die Schlafwagenfabrik nach München einlud. Und natürlich ging es nicht um Art pour Art: Konica Minolta hatte auch Neuheiten im Gepäck.

Text und Bilder: Konica Minolta

Mit dabei waren die drei Weltneuheiten AccurioLabel 190, AccurioPress 6136 sowie der AccurioPrint C759, die die Gäste vor der offiziellen Markteinführung erleben konnten. Fünf weitere Produktionsdrucksysteme und die MGI Meteor Unlimited Colors für hybride 4c-Produktion mit Metallfolienkaschierung rundeten das Angebot ab. Mehr als 200 Kunden und Partner folgten der Einladung und zeigten sich begeistert von der Kombination aus rauer Straßenkunst und den nahezu unendlichen Möglichkeiten des perfekten digitalen Drucks.

Um 11:30 Uhr fiel der Vorhang und die Show begann mit Scooter-Fahrern und deren gewagte Tricks, ein Graffiti-Künstler sprayte die futuristisch anmutende DNA-Spirale des Accurio-Visuals, eine DJane sorgte

für die musikalische Untermalung und zahlreiche Experten aus dem Professional Printing standen den Gästen mit ihrem Know-how zur Verfügung. Die Schlafwagenfabrik mit ihrem Ambiente zwischen Historie und Moderne bildete die perfekte Kulisse für das außergewöhnliche Event.

Mit der zweiten Ausgabe der Print Experience bewies Konica Minolta auch in München, dass eine Techni-show die Grenzen des Gewohnten sprengen kann – ebenso wie moderne Druck-Erzeugnisse uns immer wieder neue Dimensionen aufzeigen. Hier war eindrucksvoll zu erleben, dass sich im Printbereich viel bewegt und der Druck den zweidimensionalen Raum hinter sich gelassen hat. Denn die Zeiten der Digitalisierung eröffnen gerade im Druck ungeahnte Möglichkeiten – das zeigte auch eine eigens für die Veranstaltung programmierte App, mit der sich mittels

Augmented Reality in die ausgestellten Bilder eintauchen und sie zum Leben erwecken ließ.

»Print ist ein lebendiges und zunehmend interaktives Medium, das die Menschen multisensorisch erreicht«, erklärt Cord Hashemian, Product Manager Production Printing bei Konica Minolta Deutschland. »Moderne Print-Produkte kann man nicht nur sehen, sondern auch hören, fühlen, mit interaktivem Content beleben und damit eine höhere und emotionale Wahrnehmung erzielen.«

Die dritte Dimension lässt sich aber nicht nur per Augmented Reality erreichen. So fallen mit der MGI Meteor Unlimited Colors hergestellte Produkte durch edle metallische Effekte und Lackierungen auf, die das Drucksystem in Kombination von Metallfolienkaschierung, Druck und Veredelung in einem Arbeitsgang ermöglicht. Einen Blick in die Zukunft eröffnete Konica Minolta mit den

Systemen AccurioLabel 190 für die Etikettenproduktion, dem AccurioPress 6136 sowie dem AccurioPrint C759, die in Kürze auf dem deutschen Markt eingeführt werden.

Insgesamt präsentierte Konica Minolta in München einen Querschnitt seines Portfolios vom Schwarz-Weiß-Modell für 100 Seiten pro Minute über das Einsteigermodell AccurioPrint C2070 und den bizhub Press C71hc mit High-Chroma Farben für die Farbraumerweiterung, bis zum AccurioPress C6085 für die Ausführung selbst großvolumiger Druckaufträge. Dieses System wird in Kürze auch Langformate bis 1,3 m bei einer Breite von 33 cm für neue Druckprodukte wie 6- und 8-Seiter bedrucken können. Und so kam bei aller Show das Expertengespräch nicht zu kurz.

➤ www.konicaminolta.de

