

DRUCKMARKT impressions 100

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

19. Januar 2016

PRINT & FINISHING

**Inkjet: Durchbruch auf
breiter Front? Seite 20.**

DRUPA-COUNTDOWN

**Print im Wandel: Intelligenter
Drucken. Seite 14.**

BILDUNG & EVENTS

**Nachrichten, Termin- und
Seminarkalender. Seite 36.**

Swiss Edition



**DIE TINTE
SETZT DEUTLICHE
AKZENTE**

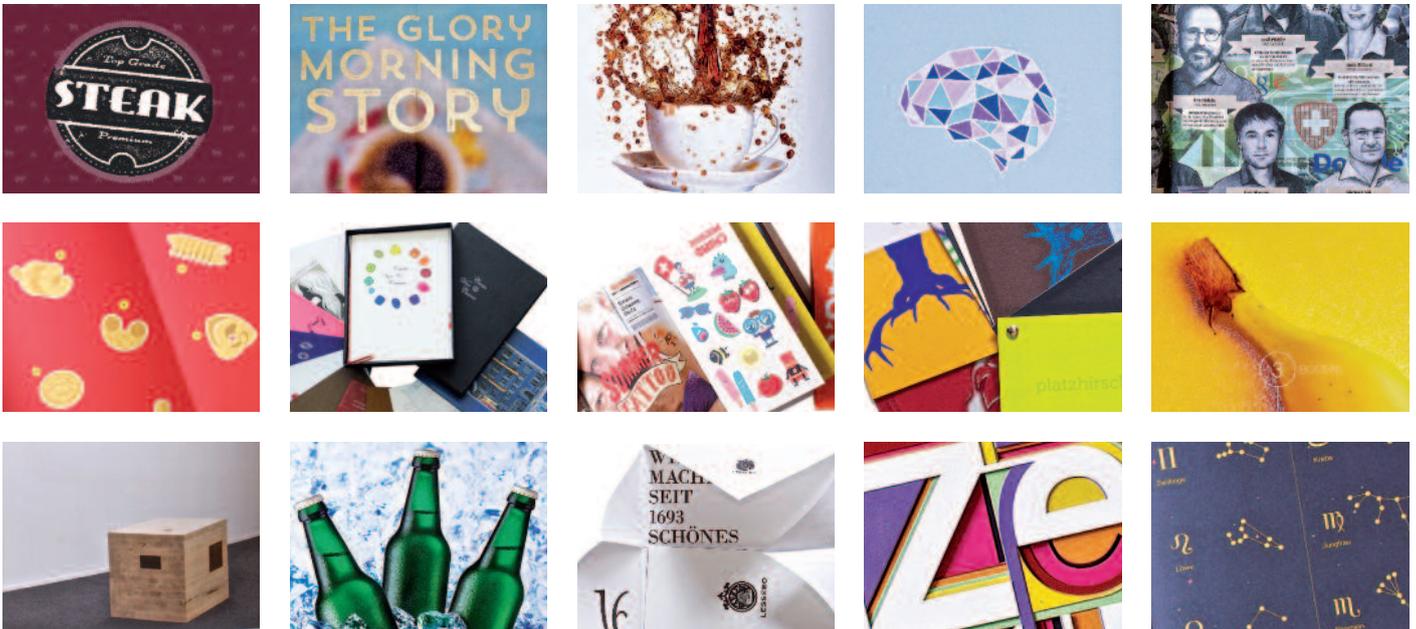


LUST AUF PRINT

Drucken hat neue Dimensionen erreicht. Print ist

multidimensional und multimedial. Gedrucktes ist so ansprechend, erlebnisreich, verwandlungsfähig, vielfältig und qualitativ hochstehend wie kein anderes Medium. Print ist Impulsgeber für Kommunikation und eine feste Grösse im Medienmix.

Beim Wettbewerb «Swiss Print Award» können Agenturen, Verlage, Drucker und Buchbinder mit ihren ideenreichen Druck- Erzeugnissen beweisen, wie edel bedrucktes Papier sein kann.



Abbildungen: eingereichte Arbeiten zum Swiss Print Award 2015.



› Für den Wettbewerb «Swiss Print Award 2016» kann alles eingereicht werden, was gedruckt wurde: Imagewerbung, Broschüren, Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Bücher, Mailings etc. Vernetzte Printprodukte und cross-mediale Arbeiten. POS-Drucksachen wie Etiketten, Verpackungen, Displays, Aussenwerbung, Plakate etc.

› Die Arbeiten müssen im Jahr 2015 bis Einsendeschluss am **31. Januar 2016** aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.

› Teilnahmeberechtigt sind alle Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Händler, Hersteller, Industrie- und Handwerksbetriebe mit ihren oder von ihnen erstellten Drucksachen. Einreichen kann jeder, der an der Entstehung der Drucksache beteiligt war.

› Die unabhängige Jury, bestehend aus Agentur-, Verlags- und Druckprofis, Typografen, Designern und Papierexperten bewertet die eingereichten Arbeiten nach Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität und Kreativität.

› Mehr über den Swiss Print Award und die Wettbewerbsbedingungen auf

www.swiss-print-award.ch



100? NICHT SCHON WIEDER!

Inhaltsverzeichnis

Klicken Sie auf Seitenzahl oder Titel,
um sofort zu dem ausgewählten Beitrag zu gelangen.

	Markt & Zahlen News
04	Nachrichten
04	US-Konzern Barry-Wehmiller übernimmt Winkler + Dünnebiel
06	4. Online-Print-Symposium: «Agile Geschäftsmodelle»
	Markt & Zahlen Investitionen
08	Profitieren vom Marktwachstum
09	Investitionen und Installationen
09	KBA Commander CL für Mitteldeutsche Zeitung
10	DCT und Friedmann erweitern ihren Drucksaal mit digitalen B2-Maschinen
	drupa-Countdown
14	Print im Wandel: Intelligenter drucken
	Print & Finishing
18	PARC: Die Zukunftsgestalter
20	Inkjet: Durchbruch auf breiter Front?
22	Pre-Print und Digitaldruck in einer Maschine
24	Umfassende Partnerschaft mit Ricoh
26	swissQprint: Meilensteine aus dem Rheintal
28	Stoffe on Demand
31	Industrieller Digitaldruck am Start
32	Zukunftssichere Flexibilität
34	Recycling und Papierherstellung im Büro
	Termine, Bildung & Events
36	Terminkalender
37	Nachrichten
40	Seminare & Veranstaltungen
41	Business to Business
41	Impressum

Nein, nicht schon wieder eine Jubiläums-Ausgabe! Wir haben erst im Dezember das 100. Heft in Deutschland veröffentlicht. Bei einigermaßen gezielter Planung hätten wir die beiden 100er-Nummern auch zusammenlegen können. Aber warum? Die «Druckmarkt impressions» haben schliesslich einen ganz anderen Hintergrund als unsere Print-Ausgaben.

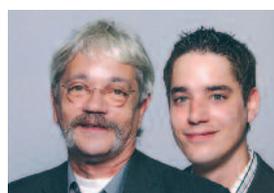
Eigentlich sind die «impressions» als Sonderausgaben zur Messe-Berichterstattung entstanden, da wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht alle Informationen unterbringen konnten, die wir den Lesern des «Druckmarkt» aber nicht vorenthalten wollten. Die erste Ausgabe erschien am 23. Mai 2008 und war eine reine Messe-Vorberichterstattung zur drupa 2008. Danach gab es hin und wieder eine Ausgabe, bis wir feststellten, dass das Konzept unsere gedruckten Ausgaben perfekt ergänzte. Seit 2009 erscheinen die «Druckmarkt impressions» mehr oder weniger regelmässig alle zwei oder drei Wochen – je nachdem, was die Nachrichtenlage so hergibt. Und die war und ist zeitweise eher dürftig.

Doch zumindest für die erste Jahreshälfte 2016 haben wir keine Befürchtungen, dass es zu wenig Informationen aus dem Markt und von Herstellerseite gibt. Eher das Gegenteil wird der Fall sein. Und deshalb werden wir die «impressions» auch wieder zur Vorberichterstattung und als Nachlese der drupa 2016 und anderer Messen nutzen. Allerdings haben wir uns vorgenommen, die Inhalte der Ausgaben etwas zu bündeln und einem bestimmten Thema zu widmen.

Wie die vorliegende 100. Ausgabe das Thema Inkjet-Druck aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet. Denn gerade in diesem Bereich der Branche hat sich einiges getan und der Tintenstrahldruck hat 2015 bereits deutliche Akzente gesetzt und an Fahrt aufgenommen. Gerade mit dem Blick Richtung drupa, die Ende Mai in Düsseldorf startet, dürfte rund um den Inkjet-Druck einiges zu erwarten sein. Und mit dieser Prognose werden wir wohl niemand überraschen.

Überrascht hat uns allerdings die Fülle an Investitionen in den zurückliegenden Wochen, weshalb wir uns entschieden haben, den Wirtschaftsmeldungen und Nachrichten in unsere Rubrik «Markt und Zahlen» jeweils die aktuellen Investitionsentscheidungen und Installationen hinzuzufügen. Denn was prägt einen Markt mehr als lebendige Unternehmen, die in ihre Infrastruktur investieren? Und damit ein Zeichen setzen, dass die Branche noch immer lohnenswerte Geschäftsmöglichkeiten bietet.

Die fünf Seiten, die wir in dieser Ausgabe für Investitionen in Maschinen und Gerätschaften vorgesehen haben, haben übrigens nicht ausgereicht.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

KONJUNKTURTELEGRAMM DEZEMBER



Bildquelle: www.123rf.com

EINTRÜBUNG BREMST OPTIMISMUS NICHT

Nach einem kräftigen Plus im November war die Stimmung in der deutschen Druckindustrie im Dezember 2015 eingetrübt. Der saisonbereinigte Index der aktuellen Geschäftslagebeurteilungen ging um 2,6% gegenüber dem Vormonatswert zurück. Auch gegenüber dem Vorjahresmonat war die Entwicklung negativ. Ein Grund dafür lag im geringeren Auftragsbestand. Vor allem Zeitungsdrucker klagten über vergleichsweise niedrige Auftragsbestände.

Die Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate blieben im Dezember 2015 über dem Niveau des Basisjahres 2010. Mit einem Anstieg um 5,5% gegenüber dem Vorjahreswert erlangte er ein seit dreieinhalb Jahren nicht erreichtes Hoch. Gestützt von einer erwarteten Zunahme der Beschäftigung scheinen sich die Zukunftsperspektiven der Drucker wieder aufzuhellen.

Der Geschäftsklimaindex der Druckindustrie, das geometrische Mittel der Geschäftslagebeurteilung und der Geschäftserwartungen, verschlechterte sich im Dezember gegenüber dem Vormonat, entwickelte sich jedoch mit 1,8% über dem Wert des Vorjahresmonats. > www.bvdm-online.de

DATENSCHUTZRECHT Der Bundesverband Druck und Medien begrüsst den einheitlichen Datenschutz für die in der EU tätigen Unternehmen. Für die Druckindustrie relevant ist die Anerkennung für Dialogmarketing und personalisierte Werbung. Damit wird weiterhin dem Interesse werbender Unternehmen und nicht nur dem Datenschutz Rechnung getragen. Zielgruppengerechte Werbe- und Marketingaktionen bleiben als solches möglich. Nicht der Verbraucher muss vor Zusendung von Werbung um Erlaubnis gefragt werden, sondern er muss den Werbetreibenden auffordern, ihn künftig nicht mehr anzuschreiben. Es bleibt beim Opt-Out-Prinzip, für das sich der bvdm bereits vor Jahren eingesetzt hat. Bei der Nutzung personenbezogener Daten werden allerdings detailliertere Anforderungen gestellt. Dabei kritisiert der bvdm, dass für die Zweckänderung von Daten grosse Auslegungsunsicherheiten bestehen und damit erhebliche Rechtsunsicherheit entsteht. Auch der bürokratische Aufwand sowie nicht konsistente Regelungen in Kombination mit unverhältnismässig hohen Bussgeldern sei nicht akzeptabel, so der Verband. > www.bvdm-online.de

**Übernahme
FLINT HAT XEIKON
ÜBERNOMMEN**

Der Druckfarbenhersteller Flint Group hat kurz vor Jahresende die Übernahme des Digitaldrucksystemherstellers Xeikon bestätigt. Dazu hatte Flint das Unternehmen XBC BV erworben, das mehr als 95% der Anteile an der Xeikon NV hält.

Gleichzeitig mit dem Kauf von Xeikon wird Flint Group eine neue Division mit der Bezeichnung Digital Print Solutions aufbauen. Der bisherige Xeikon-CEO **Wim Maes** soll Präsident der Digital Printing Solutions Division Flint Group werden.



«Wir glauben, dass dies eine grosse Chance für beide Unternehmen ist», sagt **Antoine Fady**, CEO Flint Group.



Der Druckfarbenhersteller Flint Group ist bisher als Anbieter von Verbrauchsmaterialien und Chemikalien aufgetreten, hatte aber bislang keine Maschinenteknologie angeboten. Die Flint Group ist 2005 aus dem Zusammenschluss von über 20 Unternehmen hervorgegangen, ist heute im Besitz der Goldman Sachs Merchant Banking Division und Koch Industries, hat ihren Sitz in Luxemburg und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von rund 2 Mrd. Euro.

> www.xeikon.com
> www.flintgrp.com

**NACH BIELOMATIK NUN AUCH W+D
US-KONZERN BARRY-WEHMILLER
ÜBERNIMMT WINKLER+DÜNNEBIER**

Winkler+Dünnebieer (W+D) gehört seit dem Jahreswechsel zu Barry-Wehmiller. Der in St. Louis ansässige US-Konzern, der die Übernahme des 360 Mitarbeiter zählenden Unternehmens aus Neuwied am Rhein im Oktober 2015 ankündigte, hat sich mit dem bisherigen Eigentümer Körber AG geeinigt. Der Deal umfasst das operative Geschäft von W+D in Neuwied und Löhne in Deutschland sowie die US-Tochter W+D North America und das Tochterunternehmen W+D Asia Pacific in Malaysia.

W+D ist Hersteller von integrierten Mailroom-Lösungen (Couvertherstellung, Druck, Kuvertieren) und Maschinen für die Hygienepapier-Industrie (zum Beispiel Taschentuchmaschinen) und soll als eigenständiger Geschäftsbereich der Converting-Solutions von Barry-Wehmiller neben der Paper Converting Machine Company (PCMC) tätig sein.

«Wir werden mit Winkler+Dünnebieer unsere Präsenz im weltweiten Markt für Mailingsysteme ausbauen», sagt **Robert Chapman**, CEO von Barry-Wehmiller.



Barry-Wehmiller ist in der Papierverarbeitung kein Unbekannter. Erst im Oktober 2015 hatte der Konzern die insolvente Bielomatik Papierverarbeitung von der Bielomatik Leuze GmbH + Co. KG in Neuffen erworben und in die BW Papersystems, einem globalen Zulieferer für die Papier-, Karton- und Wellpappenindustrie integriert. BW Papersystems ist ein Konglomerat aus Marquip-WardUnited, der neu benannten WillPemcoBielomatik (aus Will-Pemco und Bielomatik), Kugler-Womako und Curioni einschliesslich der Marken SHM und Wrapmatic. BW Papersystems entstand nach der Übernahme von Kugler-Womako, E.C.H. Will und Pemco im Juni 2014.

Das 1987 gegründete US-Unternehmen Barry-Wehmiller ist globaler Anbieter technischer Fertigungstechnologien für die Verpackung und Papierverarbeitung mit einem Umsatz von 2,4 Mrd. US-Dollar und etwa 11.000 Beschäftigten an rund 100 Standorten. Im Laufe seiner Geschichte hat Barry-Wehmiller 80 Unternehmen übernommen – alleine vier im Jahr 2015.

> www.barrywehmiller.com
> www.w-d.de



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

FSC

JEDE FÜNFTE ZERTIFIZIERUNG ÜBER ZGD

Die Zahl FSC-zertifizierter Unternehmen in Deutschland wächst stetig. Im Jahr 2015 haben sich rund 200 weitere Handels- und Verarbeitungsbetriebe zertifizieren lassen. Jeder fünfte entschied sich dabei für die Teilnahme an der Zertifizierungsgruppe Deutschland (ZGD), die mit aktuell über 140 Teilnehmern 2015 über 40% gewachsen ist. «Ein Grossteil der Teilnehmer hätte sich ohne das Angebot der ZGD gar nicht zertifizieren lassen», sagt Ulf Sonntag, der die Zertifizierungsgruppe 2011 gründete. Die Gruppenzertifizierung erleichtert die FSC-Zertifizierung für kleine Unternehmen. Die wichtigsten Vorteile sind geringere Kosten und reduzierter interner Aufwand durch fachkundige Schulungen, interne Beratung und Anwendung erprobter Verfahren.

› www.zgd.de

Flyeralarm in der Schweiz ERST EISHOCKEY, DANN STORE

Mit der Markenpräsenz beim Swiss Ice Hockey Cup will Flyeralarm seine Bekanntheit in der Schweiz erhöhen, bevor der Online-Drucker im ersten Quartal mit einem Store in Zürich präsent sein wird. Als Official Partner des Swiss Ice Hockey Cup verstärkt Flyeralarm sein Engagement im Schweizer Spitz-



sport und ist mit seinem Logo auf den Spielerhosen und auf Werbeflächen in den Spielstätten präsent. «Eishockey und Flyeralarm passen perfekt zusammen. Der dynamische Mannschaftssport steht für Geschwindigkeit, Effizienz, Teamgeist, Leidenschaft und Präzision», so Carmen Stragkas, Geschäftsführerin der Flyeralarm GmbH.

› www.flyeralarm.de

Model-Gruppe DRITTES WERK IN POLEN

Die Schweizer Model-Gruppe, Anbieter von Verpackungen aus Voll- und Wellkarton, hat im Oktober ein 84.715 m² grosses Industriegelände inklusive Produktions- und Lagerhalle mit einer Fläche von rund 20.500 m² im westlichen Teil Polens erworben. Model ist bereits mit zwei Wellkartonwerken in Polen aktiv.

Der polnische Markt für Verpackungen aus Wellkarton gehört zu den dynamischsten in Europa. In den vergangenen zehn Jahren ist er um über 70% gewachsen. 2014 wurden etwa 3,5 Mrd. m² Wellkarton produziert – eine Steigerung von 6% gegenüber 2013. Die Entwicklungsperspektiven für die nächsten drei Jahre entsprechen einem Wachstum von 5% bis 6%. Zweifellos war dies einer der Gründe, warum Model sich entschieden hat, in einen weiteren Produktionsbetrieb in Polen zu investieren.

› www.modelgroup.com

Arctic Paper AUS FÜR MOCHENWANGEN

Nach Berichten der «Schwäbischen Zeitung» ist jetzt auch der letzte Interessent abgesprungen – die Papier-



fabrik Mochenwangen wird abschliessen. Das Werk, das 2008 vom schwedischen Papierkonzern Arctic Paper übernommen worden war, steht nach Angaben der Zeitung seit Heiligabend still und wird nun abgewickelt, nachdem auch die Verhandlungen mit dem letzten der ursprünglich 30 Kaufinteressenten am 20. Dezember gescheitert waren. Der ungarische Investor und das Management der Papierfabrik hätten sich nicht einigen können. Rund 200 Mitarbeiter verlieren nun ihre Jobs. Im Juli 2015 hatte Arctic Paper angekündigt, sich vom Standort Mochenwangen

trennen zu wollen. Der inzwischen an der polnischen Börse notierte Konzern mit Standorten in Deutschland, Polen und Schweden war zu Kostensenkungen gezwungen. Durch den Verkauf sei-

nes kleinsten Werks in Oberschwaben erhoffte er sich positive Effekte auf das Gesamtergebnis.

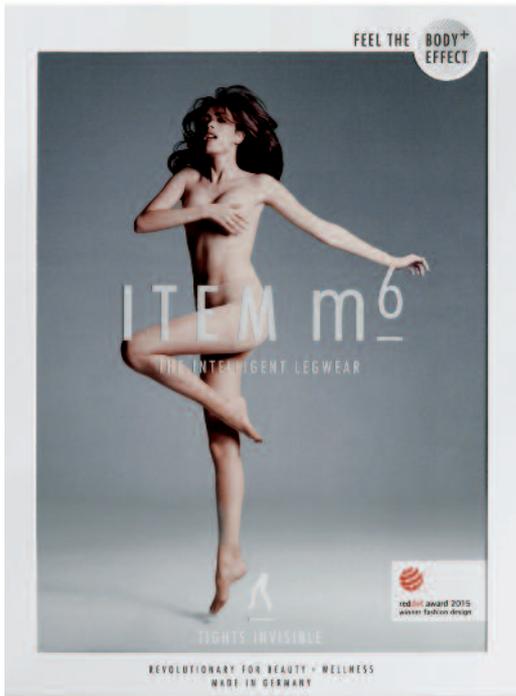
Das Werk Mochenwangen war 1868 gegründet worden, gehörte ab 1978 zu Albrück Papier, wurde 1996 vom finnischen Myllykoski-Konzern übernommen und ging 2002 an die Golzern-Holding, die das Werk 2008 schliesslich an Arctic Paper verkaufte. Das Werk produzierte zuletzt rund 95.000 Tonnen grafische Papiere pro Jahr.

RAPID
TRANS UT**Unsere Schnellste!****Zusammentragen · Broschürenfertigung**Neues,
dynamisches DesignHöhere
ProduktivitätAutomatische
Formatumstellung

Duplex

MKW**Graphische
Maschinen**www.mkwgmbh.de

MKW Graphische Maschinen GmbH · D-56766 Ulmen · Am Weiher · Telefon +49 (0)2676 93050



ANFASSEN ERWÜNSCHT Um die Premium-Produktlinie ITEM m6 der deutschen Manufaktur medi fühlbar näher zu bringen, hat die rlc | packaging group einen Coup gelandet. Das Verpackungskonzept auf dem samtweichen hochweissem Kartonmaterial Algro Design von Sappi und der Klickverschluss wurde beim Red Dot Design Award zum Sieger gekürt. Bei den Pro Carton ECMA Awards 2015 zählte die Verpackung in der Kategorie Non-Food zu den gelobten Finalisten. Optisch wie haptisch fällt die Verpackung auf und überzeugt bereits aussen von den Vorzügen des Produkts im Inneren. > www.sappi.com

LOKAY SAMMELT TROPHÄEN Es war ein gutes Jahr für die hessische Umweltdruckerei Lokay. Gleich drei Mal wurde das Engagement für Ressourcenschonung und Klimaschutz mit Auszeichnungen gewürdigt. Den Druck & Medien Award als «Umweltorientiertes Unternehmen 2015»



Prokurist Thomas Fleckenstein und Inhaber Ralf Lokay bei den Druck & Medien-Awards 2015.

bekam der Mittelständler Anfang November von einer 31-köpfigen Jury zugesprochen. Eine Urkunde für aussergewöhnliche Umweltleistungen verlieh kurz darauf Bundesumweltministerin Dr. Barbara Hendricks anlässlich eines fachlichen Dialogs im Bundesumweltministerium in Berlin. Und nur wenige Tage später folgte die «Green Brands-Trophäe» für grüne Marken des täglichen Lebens. Die Skulptur aus umweltfreundlichem, biopolymerem Werkstoff erhielten neben der Reinheimer Druckerei auch Unternehmen wie die Deutsche Post, Frosch, Kneipp, Börlind und Voelkel. > www.lokay.de

4. ONLINE-PRINT-SYMPOSIUM AGILE GESCHÄFTSMODELLE

Vom 17. bis 18. März 2016 findet in Unterschleißheim bei München wieder das Online Print Symposium statt, das dieses Jahr unter dem Motto «Agile Geschäftsmodelle – Herausforderung Wachstum» steht. Die Veranstaltung verspricht ein herausragender Branchenevent zu werden.

Zum 4. Mal trifft sich die Druckbranche zum Online Print Symposium, dem europäischen Leitevent am 17. und 18. März 2016 in München.

«Online-Druck wächst in Deutschland, Österreich und der Schweiz stetig weiter, denn Online-Print und der Vertrieb über Beschaffungsportale sind die aktuell wachstumsstärksten Modelle im Print-Vertrieb. Allerdings muss man auch wissen, wie man die verschiedenen Geschäftsmodelle richtig einsetzt und ergänzt. Die Anbieter im Online-Print müssen sich neuen Herausforderungen stellen, um Wachstum generieren zu können – hier sind agile Geschäftsmodelle gefragt, um langfristig wett-



bewerbsfähig zu bleiben», sagt E-Business Print Experte **Bernd Zipper** von der

zipcon consulting aus Essen. Ziel des Symposiums ist es, neue Geschäftsmodelle im E-Business Print vorzustellen und eine Plattform zum Diskurs zu bieten. Das Motto für das kommende Symposium: «Agile Geschäftsmodelle – Herausforderung Wachstum». Denn auch bei Online Print steigen die Herausforderungen. Preisdruck, neue Serviceangebote und die Nachfrage nach einem ständig wachsenden Produktportfolio stellen die Unternehmen

in diesem Geschäftsfeld stetig vor neue Aufgaben. Das Credo der Veranstaltung greift eines der brennendsten Themen der Branche auf: Wie kann Wachstum zuverlässig realisiert werden?

An den zwei Symposiumstagen wird aufgezeigt, wie Druckunternehmen agile Geschäftsmodelle zur Erfolgssicherung nutzen, um sich an zukünftige Marktherausforderungen anzupassen. Im Rahmen des 4. Online-Print Symposiums finden die Macher der Online Print Industrie ihre Community, ihr Networking-Netzwerk sowie inspirierende Lösungen, Ideen und Visionen von Top-Referenten aus dem In- und Ausland.



«Wie freuen uns sehr, dass wir **Benny Landa** als Keynote-Speaker für das

kommende Online Print Symposium im März gewinnen konnten», sagt Mitorganisator Bernd Zipper. «Der Fokus unserer Veranstaltung liegt vor allem auf den technologischen Entwicklungen und Wachstumschancen in der Branche und ich bin sehr gespannt auf Bennys Einsichten und Visionen, denn der Digitaldruck ist ein elementarer Bestandteil im Online Print und ermöglicht es erst, auf die veränderten Kundenwünsche in Vielfältigkeit, Flexibilität und Individualisierung zu reagieren.»

Namhafte Referenten aus der Druck- und Medienbranche wie Dr. Michael Fries von Onlineprinters, Dr. Christian Maaß von flyeralarm, Tina Halberschmidt vom Handelsblatt und bekannte Referenten aus der Industrie wie Max Wittrock von mymuesli lassen die Teilnehmer des Online Print Symposiums einen Blick hinter die Kulissen werfen und zeigen auf, wie ihr Modell E-Business Print erfolgreich funktioniert und welche neuen Wachstumschancen sich bieten.

«Wir haben die Themenwünsche der Teilnehmer vom vergangenen Online Print Symposium berücksichtigt. Erfahren Sie aus erster Hand, welche aktuellen Entwicklungen es im Online Payment gibt, wie sich Marken auch international inszenieren lassen und wie sich neue Vertriebswege durch Beschaffungsportale eröffnen. Wir haben schon reichlich Anmeldungen, daher sollte jeder, der teilnehmen möchte, nicht zu lange warten, denn die Plätze sind limitiert», sagt Rainer Pietzsch, Fogra und Mitorganisator.

Organisiert wird die Veranstaltung vom Bundesverband Druck und Medien, von der Fogra und zipcon consulting.

- > online-print-symposium.de
- > bvdm-online.de
- > fogra.org
- > zipcon.de

„Leistung, Innovation
und Partnerschaft!
Werte, die uns bei KBA
begeistern. Dies gilt
für das Unternehmen,
die Produktqualität
und den Top-Service.“



Daniel Troxler, Partner und Leiter Technik bei AST & FISCHER AG,
vertraut auf die Zuverlässigkeit seiner beiden Rapida 106

Feeling Good

with  KBA

Zufriedene Kunden wie Daniel Troxler geben auch uns ein gutes Gefühl. Sie sind Ansporn und Lohn für unsere Arbeit. Nicht ohne Grund legen wir großen Wert auf die persönliche Betreuung und einen funktionierenden After-Sales Service. Wir wollen, dass unsere Kunden sich bei KBA gut aufgehoben fühlen und ihre Ziele erreichen. Dabei unterstützen wir sie. Mit individuellen Lösungen, wegweisenden Innovationen und technologisch herausragenden Maschinen. Und natürlich mit der besonderen Verpflichtung aus 200 Jahren Partnerschaft mit den Druckern dieser Welt.

Überzeugen Sie sich selbst.
Unser Team freut sich auf den Kontakt zu Ihnen!



Ein Unternehmen der KBA-Gruppe
8181 Höri/Zürich, Tel. 044 872 33 00
info@printassist.ch, www.kba.com



DIGITALER ETIKETTENDRUCK PROFITIEREN VOM MARKT-WACHSTUM

In den letzten Monaten scheinen die Geschäfte bei HP Indigo nicht schlecht gelaufen zu sein. Die Rollenmaschine WS6800, das Flaggschiff der Baureihe 6000, wurde kräftig geordert: Alleine neun Maschinen bestellte der Etiketten- und Verpackungshersteller Rako-Group. Dabei findet die Maschine nicht nur Einsatz im Etikettenmarkt, sondern auch im Werbemittelbereich.

Die HP Indigo WS6800 Digital Press ist das Flaggschiff der 6000er-Serie. Sie druckt mit Geschwindigkeiten von bis zu 60 m/Min. auf Haftetiketten, Shrink Sleeves, Wrap-Around-Etiketten, Tubenlamine etc. oder Faltschachteln mit einer maximalen Bahnbreite von 340 mm und einer maximalen Stärke von 450 µ. Standardmässig produziert die Maschine im 4-Farb-Modus, mit HP IndiChrome sind auch der 6- und 7-Farb-Druck möglich.

Eine neue Funktion ist das Color Automation Package, eine Lösung zur Farbabstimmung, die mit einem integrierten Spektrophotometer Volltonfarben einer Marke aufeinander abstimmt. Weitere neue Funktionen der Indigo WS6800 sind der Farbensatz «Fade Resistant» sowie der DP 680 Primer. Diese ermöglichen eine grössere Vielfalt an Bedruckstoffen, geringere Betriebskosten und neue Workflow- und Finishing-Integrationen.

Die HP Indigo 20000 Digital Press bedruckt Etiketten und flexible Verpackungen führender Marken. HP hat kürzlich ein neues Upgrade-Paket für die HP Indigo 20000 Digital Press angekündigt. Darin enthalten sind eine neue Schneidvorrichtung, Wiedereinzugsmöglichkeiten und die speziell für Shrink Sleeves konzipierte HP Indigo ElectroInk White.

Rako: Die Rako-Group ist einer der grössten Hersteller von Haftetiketten und flexiblen Verpackungsmaterialien in Europa, Asien und Südafrika.

An 13 Produktionsstätten produzieren ca. 1.500 Mitarbeitern und 80 Druckmaschinen Haftetiketten und Verpackungslösungen im Flexo-, Offset-, Buch-, Sieb- und Tiefdruck sowie im Digitaldruck und in Kombinationsdruckverfahren. Die Rako-Group investierte im Herbst 2015 in zwei HP Indigo 20000 Digital Press und neun HP Indigo WS6800 Digital Press und unterzeichnete damit die bisher grösste Order für HP Indigo im Etiketten- und Verpackungsbereich. Der Kauf erweitert das digitale Angebot von Rako um weitere Maschinen und Standorte.

Kroschke sign-international: Der Anbieter für Arbeitssicherheit will sein Sortiment an Kennzeichnungartikeln, darunter Gefahrstoffetiketten, Hinweisschilder oder Prüfplaketten mit der WS6800 digital bedrucken. Das Braunschweiger Unternehmen ist einer der grössten Hersteller von Hinweisschildern und technischen Etiketten in Europa. Kroschke sign-international betreibt für das Bedrucken seiner Artikel eine eigene Druckerei und ist auch als Druckdienstleister tätig.

Mobo Druck: Die im Schwarzwald ansässige Mobo Druck GmbH fertigt ein vielschichtiges Programm an Haftetiketten, darunter Laser-, Schmuck- und Adhäsionsetiketten sowie Faltschachteln und Schilder. Mobo Druck bietet diese auch in Kleinstauflagen in den vom Kunden gewünschten Sprachen, Arten und Formen an. Mit der WS6800 sollen kurze Lieferzeiten und individualisierte Produkte möglich werden.

Inotec: Der Spezialist für Etiketten mit Barcodes und Radio-Frequency Identification (RFID) will mit der neuen WS6600 der steigenden Komplexität seiner Produkte gerecht werden. Die Produkte kommen vornehmlich in Logistik-Systemen zum Einsatz. Mit der HP-Technologie bietet Inotec den Kunden eine grosse Auswahl an Farben und Layouts sowie langlebige Druck-Erzeugnisse in hoher Auflösung. Mit der Installation setzt Inotec seine Partnerschaft mit HP fort. Eine HP Indigo WS4050 und eine WS6000 sind bereits im Einsatz. Inotec bedruckt mit den Maschinen Sicherheitsetiketten und Datenträger zur Nachverfolgung und nutzt den Digitaldruck für farbige Multilevel-

Etiketten. Neue Farben ermöglichen den Barcodes und RFIDs eine hohe UV-Beständigkeit und sind zudem kratz- und chemiebeständig.

Kalfany Süße Werbung: Das im badischen Herbolzheim ansässige Unternehmen entschied sich bereits im Juli 2015 für eine Indigo WS6800, um das Angebot an Werbeartikeln auszubauen. Die neue Technologie ermöglicht es Kalfany, die Werbeprodukte wirtschaftlicher zu produzieren und einzelne Produkte innerhalb einer Auflage zu individualisieren. Das Tochterunternehmen der Zertus Gruppe ist auf die Herstellung von Werbeartikeln mit Süswaren spezialisiert. Für das Bedrucken der Lebensmittelverpackungen betreibt Kalfany eine eigene Druckerei. Die HP Indigo WS6800 wird vor allem bei flexiblen Verpackungen zum Einsatz kommen, beispielsweise bei Tüten für Gummibärchen oder Aluminiumfolien für Schokoladenfiguren. Auf der Labelexpo im Oktober hat sich Kalfany Süße Werbung GmbH schon nach drei Monaten nach der ersten Investition für eine weitere Maschine gleichen Bautyps entschieden.



Die HP Indigo WS6800 Digital Press ist das Flaggschiff der vielverkauften HP-Indigo-6000er-Serie.

- › www.hp.com
- › www.rako-etiketten.com
- › www.kroschke.com
- › www.haftpunkt.de
- › www.inotec.de
- › www.kalfany-suesse-werbung.de

DUMONT MEDIENGRUPPE

COMMANDER CL FÜR DIE MITTELDEUTSCHE ZEITUNG

Die DuMont Mediengruppe in Köln ist seit über 180 Jahren einer der ältesten Kunden der Koenig & Bauer AG (KBA). Kürzlich hat sich der Verlag erneut für Zeitungsdrucktechnik des Würzburger Druckmaschinenherstellers entschieden.

Bei der in Halle ansässigen Tochtergesellschaft MZ Druckereigesellschaft soll im Herbst 2016 eine hoch automatisierte KBA Commander CL in Produktion gehen. Mit ihrer Produktivität, Flexibilität und den kurzen Rüstzeiten wird die bei KBA-Digital & Web Solutions bestellte Rotation die Anfang der 1990er-Jahre gelieferten KBA Express-Anlagen ersetzen.

Bei einer maximalen Papierbahnbreite von 1.400 mm und einem Zylinderumfang von



Die KBA Commander CL-Anlage für die MZ Druckereigesellschaft mbH in Halle.

1.020 mm kann die Achterturmmaschine pro Stunde bis zu 45.000 vierfarbige Zeitungen mit bis zu 32 Seiten im Rheinischen beziehungsweise 64 Seiten im Tabloid-Format drucken. Sie besteht aus zwei Achtertürmen, einem Klappenfalzapparat und zwei Rollenwechsler mit Rollenbeschickung. Ein umfangreiches Automatisierungspaket aus Umfangswechsel, Farbwerk- und Zylinderwaschanlagen, Fanout-, Farbmess- und Regelsystemen, Farb- und Schnittregisterregelungen und vollautomatischen Plattenwechselsystemen reduziert die Jobwechselzeiten, Makulatur und den Bedien- und Wartungsaufwand auf ein Minimum. Einrichtungen wie Zip'n'Buy, Skip Slitter, geleimtes Superpanorama (MultiView), Half-Cover, Spadea und ein Lagenhefter ermöglichen besondere Werbeformate. Gesteuert wird die Commander CL über zwei ErgoTronic-Leitstände mit EasyTronic zum optimierten Anfahren und automatisierten Abrüsten der Rotation.

› www.kba.com

Baier & Schneider

SPEEDMASTER SX 52 ANICOLOR

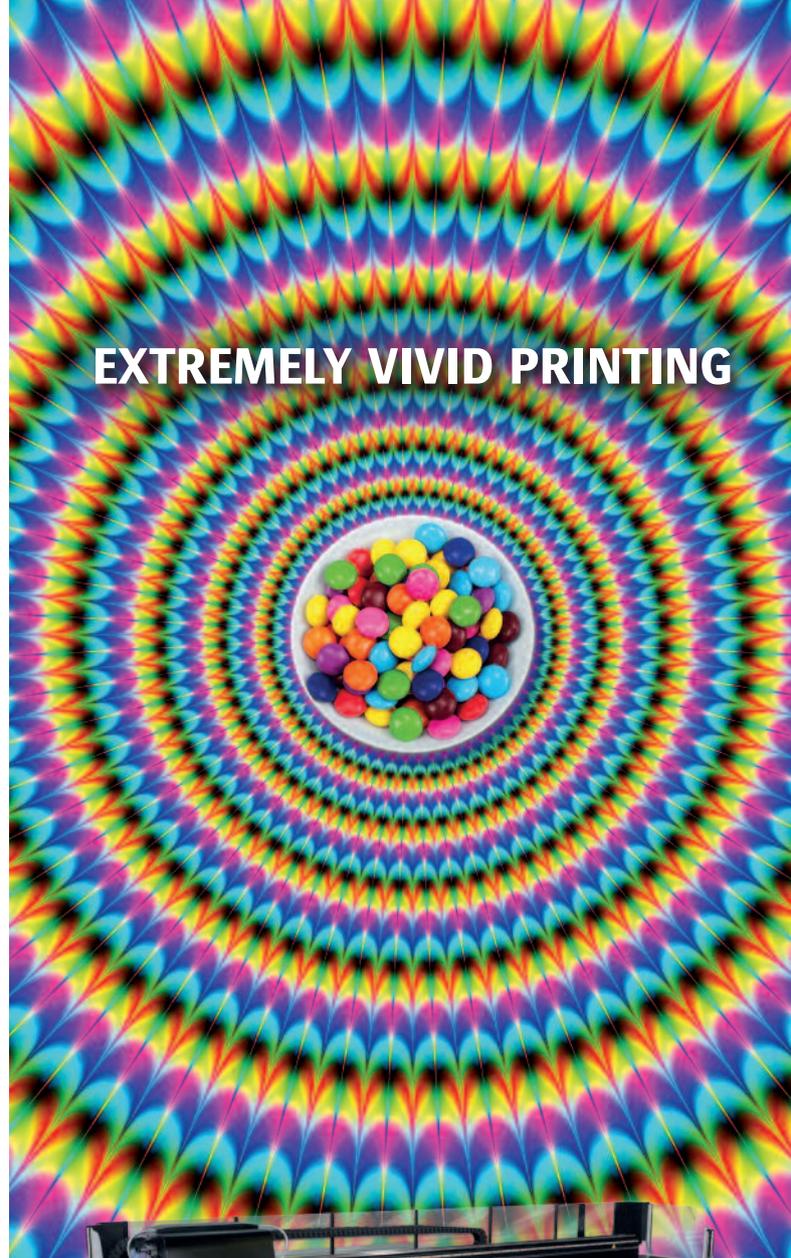
Weltweit kennt sie jedes Schulkind, jeder Büromitarbeiter und jeder Haushalt – die Vokabelhefte, Notizblöcke, Kalender und Bastelsets der Handelsmarke Brunnen. Insgesamt umfasst das Brunnen-Portfolio über 7.000 Artikel. Produziert werden die Schreibwaren von der Baier & Schneider GmbH & Co. KG hauptsächlich am Standort Heilbronn. Gegründet im Jahr 1877 beschäftigt die Schneider Unternehmensgruppe heute über 900 Mitarbeiter und verarbeitet mehr als 18.000 Tonnen Papier pro Jahr.

Um den steigenden Bedarf an kleinen Auflagen und vielfältigen Veredelungen gerecht zu werden, wird demnächst eine Speedmaster SX 52 Vierfarbendruckmaschine mit Wendung und Lackwerk installiert. Die Maschine ist mit der zonenlosen Farbwerktechnologie Anicolor ausgerüstet, die für kurze Einrichtezeiten, bis zu 90% weniger Makulatur und hohe Produktivität steht. Darüber hinaus enthält die Maschine das 40.000. Druckwerk, das von der Baureihe Speedmaster SM 52/SX 52 im Format 35 x 50 cm hergestellt worden ist.

› www.heidelberg.com

› www.brunnen.de

EXTREMELY VIVID PRINTING



DER NEUE JETI MIRA. FÜR BEEINDRUCKENDE FARBEN, DETAILS UND VIELSEITIGKEIT.

Dies ist keine optische Täuschung – es ist der Jeti Mira-Effekt! Der **neue, echte Flachbett-UV Inkjet Wide Format Drucker** enthält alle Eigenschaften – von der Druckqualität bis zur Produktionsflexibilität. Der Jeti Mira wurde mit dem Know-how unserer F&E-Abteilung entwickelt und bietet **atemberaubende Farben und umwerfende Sign und Displays, die sofort auffallen**. Mit der Rolle-zu-Rolle Option können Sie auch Rollenmedien in außergewöhnlich hoher Qualität bedrucken.

Erleben Sie Farbe mit uns neu.

Besuchen Sie uns auf www.agfagraphics.com.

AGFA 
STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Polar Digidut
**SCHWEIZER
ERSTANWENDER**

Im vergangenen Januar investierte die Schweizer Brogle Druck AG in Gipf-Oberfrick in ein Bogen-Inkjet-System Truepress Jet SX von Screen und vollzog den Schritt in den Highend-Digitaldruck. Doch fehlte der Brogle Druck AG das geeignete Werkzeug, um die digitale Produktion in der Weiterverarbeitung fortzusetzen.

Die beiden Geschäftsführer Roger Brogle und Thomas Obrist hielten nach einem Schneideplotter Ausschau. Darauf wollten sie Werbedrucksachen für den Point of Sale und Verpackungsmuster in Einzelanfertigung und Kleinstserien schneiden, rillen und perforieren. Rasch liessen Roger Brogle und



Die beiden Geschäftsführer: Roger Brogle (links) und Thomas Obrist.

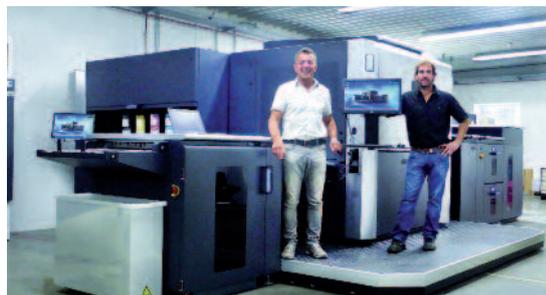
Thomas Obrist die Idee mit dem Schneideplotter fallen, als sie vom Laserschneider Digidut von Polar hörten. Denn der Digidut kann mehr als ein Plotter. Zum Schneiden, Nuten und Perforieren kommt das Gravieren hinzu. Die berührungslose Schneidetechnik mittels Lasers ist auch feinen Zeichnungen gewachsen, die auf einem Plotter nicht möglich sind.
 › www.brogledruck.ch
 › www.polar-mohr.com

HP INDIGO 10000 DIGITAL PRESS

DCT UND FRIEDMANN ERWEITERN IHREN DRUCKSAAL MIT DIGITALEN B2-MASCHINEN

Der Coburger Full-Service-Druckdienstleister DCT verstärkt mit der Installation einer HP Indigo 10000 Digital Press seinen Maschinenpark. Die Digitaldruckmaschine ermöglicht DCT, über seine Offset- und UV-Druck-Kapazität

bis zu 4.600 B2-Farbbogen pro Stunde erlaubt auch die Produktion grosser individualisierter Auftragsserien. Zudem wird in Kombination mit HP Indigo ElektroInk eine mit dem Offsetdruck vergleichbare Druckqualität erzielt.



DCT erweitert seinen Drucksaal mit einer neuen HP Indigo 10000 Digital Press. Im Bild die beiden Geschäftsführer Peter und Alexander Pratsch.

ten hinaus, auch die immer häufiger angefragten kleinen Auflagen und personalisierten Anwendungen in hoher Qualität anzubieten. Mit der HP Indigo 10000 kann DCT personalisierte Mailings oder individualisierte Verpackungen ab Auflage 1 realisieren. «Mit der neuen Maschine vergrössern wir unser Produktspektrum ganz gezielt in zwei elementaren Bereichen: Produktvielfalt und Color Management. Von der veredelten Verpackung in Kleinauflage bis zum Corporate-Publishing-Sonderdruck in Pantone-Hausfarben geht alles», unterstreicht Peter Pratsch, Geschäftsführer der DCT GmbH.

Die HP Indigo 10000 druckt mit bis zu sieben Farben auf ein breites Spektrum an Bedruckstoffen bis zum Format 750 x 530 mm, darunter gestrichene, ungestrichene und metallische Papiere oder Kartons für Faltschachteln. Die Druckgeschwindigkeit von

Die Installation der neuen Digitaldruckmaschine führt eine langjährige Partnerschaft zwischen DCT und HP fort. In Coburg ist unter anderem eine HP Indigo 5500 im Einsatz.



Links Benjamin Bösch, Account Manager Digital Press bei HP, und Philipp Friedmann, Geschäftsführer von Friedmann Print Data Solutions, vor der neuen HP Indigo 10000 Digital Press.

Auch die Friedmann Print Data Solutions GmbH hat eine HP Indigo 10000 Digital Press in Betrieb genommen. «Mit der HP Indigo 10000 und dem B2 Format sprechen wir neue Märkte an und produzieren unser bestgehendes Geschäft effizienter», so Philipp Friedmann, Ge-

schäftsführer von Friedmann Print Data Solutions. Das Unternehmen hat sich auf Digitaldruck spezialisiert und produziert personalisierte Mailings, Kataloge, Abitur- und Vereinszeitungen sowie Fotokalender und -bücher. Viele dieser Produkte können über Web-Portale bestellt werden. Die Aufträge werden dann automatisch an die Druckmaschinen übermittelt. Im neu implementierten «Production Center» kann Friedmann diese schnell und auch in kleinen Auflagen drucken. Die Indigo 10000 ersetzt bei Friedmann ein Tonersystem und ergänzt die weiterhin betriebene HP Indigo 7500. Durch das grössere Bogenformat ermöglicht die neue Druckmaschine bei den unterschiedlichen Produktformaten zwischen 2 bis 4 mal so viele Nutzen pro Bogen, womit die Stückkosten sin-

ken und die Produktivität deutlich steigt.
 › hp.com
 › dct.de
 › druckdatenloesungen.de

Premiere in Wohlen
**ERSTE HP INDIGO
10000 DER SCHWEIZ**

Die Kasimir Meyer AG installiert die erste HP Indigo 10000 Digital Press im Format B2 in der Schweiz. Die Maschine ist mit sieben Farben ausgerüstet und ermöglicht das Drucken von Pantonefarben und Weiss vollpersonalisiert. Sie wird den modernen Maschinenpark der Kasimir Meyer AG mit einer HP Indigo 5600, der Scodix S75 und dem parallelen Bogenoffset im Mittelformat ergänzen.



Für Geschäftsführer und Firmeninhaber Beni Kiser ist eines wichtig:

«Die Kasimir Meyer AG ist eine Offsetdruckerei und soll das auch bleiben. Die Kombination von klassischem Offsetdruck und den Optionen des digitalen Offsetdrucks mit HP Indigo bietet jedoch eine einzigartige Marktpositionierung, die unseren Kunden die grösste Flexibilität ohne Qualitätseinbusse bietet. Im Zusammenspiel mit der 3D-Veredelung der Scodix S75 sind den Möglichkeiten kaum mehr Grenzen gesetzt.» Beni Kiser betont, dass ein wichtiger Punkt für den Entscheid auch die Zusammenarbeit mit der Chromos AG war.

Die HP Indigo 10000 wird im Frühjahr installiert. Als zweitgrösster Offsetmaschinen-Lieferant (Ryobi) der Schweiz und mit einer 20-jährigen Erfahrung als exklusiver Partner von HP Indigo kennt die Chromos als konzernunabhängiger Systemlieferant die Bedürfnisse von Druckereien und bietet optimierte, individuelle Lösungen an.
 › www.chromos.ch
 › www.kasi.ch

NELA Just-in-Time Konzepte SÜDWESTDEUTSCHE MEDIENHOLDING

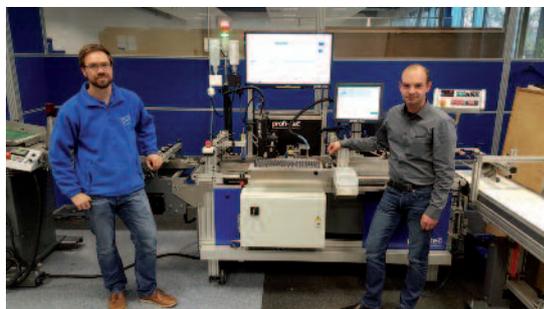
Kürzere Rüstzeiten an der Rotation, Reduzierung des manuellen Plattenhandlings, Kostensenkung im Bereich Plattenherstellung: Dies waren bei der Südwestdeutschen Medienholding SWMH in Stuttgart wichtige Gründe, die Plattenproduktion an drei Standorten komplett zu modernisieren. So wurden bei der Süddeutscher Verlag Zeitungsdruck GmbH («Süddeutsche Zeitung»), bei der Pressehaus Stuttgart Druck («Stuttgarter Zeitung», «Stuttgarter Nachrichten»), und beim Druckzentrum Südwest in Villingen («Schwarzwälder Bote»), alle bestehenden CtP-Anlagen gegen neue, durchsatzstarke Geräte ausgetauscht. Auch die Plattenlogistik inklusive Registeranzug, Abkantung und Sortierung wurde durchgängig modernen Standards angepasst. NELA hat als Technologiepartner Konzepte für die jeweiligen Standorte entwickelt. Insgesamt hat SWMH für das Projekt neun High-speed-Registerstanz- und Biegesysteme VCPevolution HS 800 geordert, dazu für jeden Druckort umfangreiche Plattentransport- und Sortieranlagen.

› www.nela.de

› www.swmh.de

Main-SortierService HIGH-SPEED PERSONALISIERUNG

Die Main-SortierService GmbH in Würzburg ist eine Tochtergesellschaft der Mediengruppe Main-Post und einer der bedeutendsten Post- und Logistikdienstleister in Unter- und Oberfranken. Das Herstellen, Veredeln, Erfassen, Sortieren und Kommissionieren von Briefsendungen steht seit 15 Jahren im Zentrum des Handelns. Jährlich werden über 80 Millionen Poststücke kundenindividuell verarbeitet. Über 170 Mitarbeiter, ein moderner Maschinenpark und ein Automationsgrad von 96% stellen die Basis des breiten Dienstleistungsportfolios dar. Um den hohen Automatisierungsgrad weiter auszubauen und den Produktionsprozess zu optimie-



Links Christopher Mechnig, Projektverantwortlicher Inkjet, und Bernhard Baumann, Leitung Auftragsmanagement, vor der neuen MCS Eagle High-Speed-Linie von der profi-tec GmbH.

ren, hat die Main-SortierService GmbH in eine MCS Eagle High-Speed-Linie der profi-tec GmbH investiert. Umschläge und Postkarten unterschiedlichster Art und Struktur (A6 bis C3) können mit Druckgeschwindigkeiten von bis zu 34.000 Stk./h personalisiert werden. Das UV-Inkjet-System erlaubt auch den ganzseitigen Eindruck mit Text und Grafik zum Beispiel bei Postkarten auf fast jeder Oberfläche. Durch Einsatz des UV-Inkjet-Systems können unterschied-

liche Substrate abriebfest mit bis zu 108 mm Breite in 600 x 600 dpi und bis zu 160 m/Min. bedruckt werden. Die kontinuierliche Produktion ohne Zwischenstopps wird durch einen Autoloader ermöglicht, der ohne Stopps nachgefüllt werden kann.

Um Kunden eine sichere Auftrags erledigung zu garantieren, werden die Produkte auch bei Hochgeschwindigkeit per MultiJet-Kamerasystem kontrolliert und fehlerhafte Drucke ausgeschleust sowie protokolliert.

«Wir haben sehr hohe Anforderungen an eine Inkjet-Lösung gestellt und unsere Produktion jetzt mit nur einem System schlanker und sicherer gemacht sowie auch bedeutend effizienter gestaltet», sagt Bernhard Baumann, Leiter Auftragsma-

nagement Main-SortierService.

«Zusätzlich haben wir unser Dienstleistungsspektrum mit der neuen Technik erheblich vergrößern können. Unsere Kunden profitieren davon in Form neuer Möglichkeiten und Qualitäten. Unsere Anforderungen wurden weit übertroffen.»

› www.mainsortierservice.de

› www.profi-tec.com

Certoplast UV-SYSTEM MIT PRO- AKTIVER WARTUNG

Certoplast Technische Klebebänder GmbH ist ein Traditionsunternehmen mit Sitz in Wuppertal und weiteren Produktionsstandorten in den USA und China. Zum Produktportfolio zählen innovative Klebebänder und Isolierbänder mit hauseigenen Kleberformulierungen. Das Unternehmen verwendet ausschließlich lösemittelfreie Klebstoffsysteme und dazu gehören auch UV-ernetzbare Systeme.

Im Sommer 2015 hat Certoplast eine ihrer modernsten Beschichtungsanlagen mit



UV-Vernetzung nachgerüstet. Dazu wurden zwei 130-cm-breite Nuva2 UV-Strahler mit Rhino-Vorschaltgerät des UV-Herstellers GEW integriert. Die beiden UV-Strahler sind direkt hintereinander verbaut, um maximalen UV-Vernetzungseffekt zu erzielen. Durch den eingebauten Kühlkörper, der ohne teure Wasserkühlung auskommt, werden gleichzeitig Aufheizung des Substrats vermieden und leiser, umgebungs-luftunabhängiger Betrieb gewährleistet.

Die Maschine basiert auf einem hauseigenen Coater-Design. Die Konfiguration ist in der Lage, Substrate bis 120 cm Breite zu beschichten und produziert hauptsächlich selbstklebende Beschichtungen auf Kunststofffolien, Textilmaterial und Papier.

› www.gewuv.com

Krupp Druck MIT TEMPO IN DEN FLEXLINER

Krupp Druck in Sinzig heftet ab kommendem Februar seine im A4-plus-Tabloid-Format erscheinenden Wochenblätter im Sammelhefter Tempo 220 und steckt bis zu zwölf Beilagen im Inline-Verband mit einem FlexLiner ein.

Geschäftsführer Peter Krupp sieht einen Trend, wonach Stand-alone-Produkte in die Zeitung wandern, weil Beilagen gegenüber elektronischer Werbung eine höhere Wertigkeit haben und die Leser die Kombination von Regionalzeitung und Prospekten schätzen. Um die höheren Mengen aufzufangen, ersetzt Krupp Druck zwei ältere Sammelhefter und zwei in die Jahre gekommene Einstecksysteme durch einen Tempo 220 und einen FlexLiner.

Für diese Lösung von Müller Martini entschied sich Peter Krupp wegen der optimalen Kombination der beiden Systeme. Der FlexLiner mit zwölf Anlegern (davon sechs mit Streamfeeder), einer Option für den Ausbau um vier weitere Anleger sowie Paketsystem FlexPack mit Umreifung ist bereits seit September in Betrieb. Im März 2016 wird der Tempo 220 mit Falzanleger, sieben Flachstapelanlegern (mit Streamfeeder-Bestückung) und Kreuzleger in Produktion gehen, um die jeweils 16-seitigen gefalzten Bogen aus der Rotation zu 32- bis 96-seitigen Zeitungen zu heften.

› www.mullermartini.com

Lust auf Zukunft

SPECKPRINT FOLGT DEN MEGATRENDS

Die Zuger Druckerei speckprint richtet ihr Angebot gezielt auf sich ändernde Kundenbedürfnisse aus. Die Megatrends Individualisierung, Digitalisierung und Beschleunigung verlangen nach Meinung des Unternehmens in der papierbasierten Kommunikation nach neuen Möglichkeiten.

speckprint baut seine Marketingleistungen weiter aus und unterstützt Kunden, die sich einzigartige und individuelle Kundenansprache wünschen. Mit Investitionen in modernste Betriebsmittel verschiebt sich der Fokus im Drucksaal der speckprint auf digitale Druck- und Verarbeitungstechnologien in der hohen Leistungs- und Qualitätsklasse (unter anderem HP Indigo 7800 und 10000). Mit dem Vorstoss ins digitale B2-Format (53 x 75 cm) gehört speckprint zu den Vorreitern und ermöglicht individualisierbare Kommunikationsmittel ab Auflage eins in ganz neuen Dimensionen. Unterstützt von crossmedialen Kreative- und Arbeitsplattformen entstehen Lösungen, die dank hoher Relevanz beim Empfänger für grosse Beachtung sorgen und damit beste Effizienz der eingesetzten Marketinggelder garantieren. Mit dem konsequenten Ausbau eines starken Partnernetzwerkes vereinfacht speckprint zudem seinen Kunden die Suche nach dem richtigen Lieferanten und positioniert sich als Generalunternehmen in der Marketingproduktion.

> www.speckprint.ch

CANON PLATZIERT B3-SYSTEM

ERSTE OCÉ VARIOPRINT i300 BEI DOCUMENTEAM

Die documenteam GmbH in Bielefeld hat die erste Océ VarioPrint i300 in der grafischen Industrie Deutschlands in Betrieb genommen. documenteam bietet Komplettservices von der Datenaufbereitung bis zur Lieferung auf Abruf. Schwerpunkte sind die Produktion von Schulungs- und Seminarunterlagen, technische Dokumentationen sowie Book-on-Demand-Titel.

«Wir sind stolz, dass wir documenteam von den Vorzügen der VarioPrint i300 überzeugen konnten und dass unser Partner mit uns einen weiteren Schritt in den Digitaldruck und die Inkjet-Technologie geht», sagt Michael Krebs, Commercial Printing Director bei Canon Deutschland. Für eine wirtschaftliche Produktion auch in kleinen Auflagen setzt documenteam neben dem klassischen Offsetdruck bereits heute tonerbasierende Einzelblatt-Digitaldrucksysteme ein. «Kleine Auflagen bis etwa 2.000 Exemplare können bei uns zukünftig noch wirtschaftlicher gefertigt werden. Gleichzeitig ist das System eine ideale Ergänzung



Joachim Gerlach, Channel Manager Commercial Printing bei Canon Deutschland, Torsten Bischof, Geschäftsführer documenteam GmbH & Co. KG und Michael Krebs, Director Commercial Printing, Canon Deutschland (von links) vor der Océ VarioPrint i300.

zu unseren bestehenden Drucksystemen», sagt Torsten Bischof, Geschäftsführer von documenteam.

Das Inkjet-Bogendrucksystem Océ VarioPrint i300 vereint laut Canon die Flexibilität und Medienvielfalt von Einzelblattsystemen mit der Produktivität von Rollensystemen für Schwarz-Weiss- und Farbanwendungen auf einer Plattform. Das System schliesse die Geschwindigkeits- und Kapazitätslücke, die bisher zwischen tonerbasierten Highend-Einzelblattdrucksystemen und den Einstiegsmodellen der Inkjet-Endlossysteme bestand. Die Océ VarioPrint i300 produziert in Formaten bis DIN B3 auf Inkjet-optimierten Papieren, aber auch auf ungestrichenen und gestrichenen Papieren. Das System erreicht im doppelseitigen Druck Geschwindigkeiten von bis zu 8.700 Bogen im Format DIN A4 oder 3.800 Blatt DIN B3 pro Stunde.

«Die Océ VarioPrint i300 produzierte während eines Testlaufs ohne Eingriff durch einen Operator mehrere Stunden mit voller Produktivität und ohne jeglichen Stopp. Das hat uns restlos überzeugt», sagt Torsten Bischof. «Wir sind sicher, mit dieser Investition in den Digitaldruck eine gute Entscheidung für die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens getroffen zu haben!»

> www.canon.de

FlexLiner bei Niedermayr AUTOMATISIERT KONFEKTIONIEREN

Weil das automatisierte Konfektionieren von Beilagen-Sets wirtschaftlicher ist als manuelles Sortieren, installiert Fr. Ant. Niedermayr in Regensburg ein Einstecksystem FlexLiner von Müller Martini.

Niedermayr gehört zu den grossen deutschen Beilagen-Druckereien. An Spitzentagen werden auf drei Rollen- und einer Bogenmaschine bis zu 360 Tonnen Papier bedruckt: Broschüren, Kataloge und Beilagen im A4- und A3-Format für den stationären Handel. Diese werden nach im-



Johannes Helmberger (links), geschäftsführender Gesellschafter der Fr. Ant. Niedermayr in Regensburg, Michael Kretschmann (Leiter Weiterverarbeitung) und Frank Skorna (Gebietsverkaufsleiter Müller Martini Deutschland).

Über 50 Mio. Euro investierte das Familienunternehmen in den vergangenen acht Jahren in die Erweiterung seiner Produktionsstätte und in neue Maschinen. Im Zuge einer weiteren Expansion nimmt das vor 214 Jahren gegründete Traditionsunternehmen im März 2016 auch ein Einstecksystem FlexLiner mit Klebeeinheit, Kreuzleger, Verblockung und Umreifung mit Deckblatt-Einheit sowie Leitsystem Connex.Mailroom in Betrieb.

Bisher liess Niedermayr seine Beilagen-Sets von externen Dienstleistern manuell konfektionieren. Laut Geschäftsführer Johannes Helmberger entschied sich das Unternehmen nicht zuletzt wegen der Lohnkosten für die automatisierte Lösung. Inhouse könne diese Dienstleistung schneller und qualitativ besser erbracht werden, zumal der Aufwand für die Logistik entfalle.

mer feineren Mikro-Marketing-Daten zu Beilagen-Sets sortiert, wobei eines der Produkte als Träger wirkt.

Dabei sind insbesondere die oft mit Registern und Stanzung versehenen Rollen-Produkte überaus komplex. Das ist laut Johannes Helmberger einer der Hauptgründe, weshalb die Wahl auf das Einstecksystem FlexLiner gefallen ist: «Müller Martini nahm mehrere eigens auf unsere Bedürfnisse abgestimmte Modifikationen vor – so beispielsweise beim Transportsystem und der aufwändigen Steuerung.» Der FlexLiner ist das erste Einstecksystem beim Regensburger High-Volume-Drucker, wo seit Sommer 2014 auch ein Sammelhefter Primera 160 von Müller Martini in Betrieb steht.

> www.mullermartini.com

Modellreihe
RICOH Pro™
C9100 / C9110

RICOH
imagine. change.

Robustes Digitaldruck- system für grosse Druckvolumen

- Bannerdruck mit Papierlänge bis zu 700 mm
- Auflösung bis 1200 x 4800 dpi
- Grammaturen bis 400 g/m²
- 130 Seiten/Minute



RICOH SCHWEIZ AG
Hertistrasse 2
CH-8304 Wallisellen
+41 (0) 844 360 360
www.ricoh.ch
info@ricoh.ch

 Snap Me
Clickable Paper™

1 HERUNTERLADEN
der CP Clicker-
App von iTunes
oder Google
Play™ Store-App



2 HALTEN
Sie Ihr Gerät über die mit
dem Logo gekenn-
zeichneten Seiten



3 FOTOGRAFIEREN
Sie die gekenn-
zeichneten Seiten
mit der CP-Clicker App



4 SEHEN
Sie nun weiter-
führende Informationen
zu diesem Thema



ROT An dieser Farbe werden wir in den nächsten Monaten, vielleicht auch das ganze Jahr 2016 nicht vorbeikommen. Die drupa steht ins Haus. Zwar ist noch Zeit, doch die elf Tage vom 31. Mai bis 10. Juni werfen schon jetzt ihre Schatten voraus. Und da wir es weder aufhalten können noch wollen, werfen wir schon ab dieser Ausgabe einen Blick in Richtung Düsseldorf.

Wachsende Weltbevölkerung, verändertes Konsumverhalten, das Internet und E-Commerce – diese Entwicklungen haben sich bereits auf unsere Gesellschaft ausgewirkt und werden auch in Zukunft weitere Auswirkungen haben.

Big Data, Web-to-Print, variabler Datendruck, Tools wie Augmented Reality und QR-Codes oder Technologien wie Printed Electronics und Near Field Communication werden zudem den Kosmos gedruckter Produkte beeinflussen und damit auch die Weiterentwicklung der Druckindustrie.

Auch wenn das Druckvolumen in einigen Bereichen abnimmt und sich einige traditionelle Medien zu digitalen Formaten entwickeln, wächst die Nachfrage nach Drucksachen in anderen Segmenten weiter. Druckereien können von diesen Entwicklungen profitieren. Voraussetzung dafür ist jedoch zwangsläufig eine hohe Expertise in Sachen IT-Technologien. Druckereien beweisen jedoch kontinuierlich, wie Innovationen, Kreativität und Integration für eine vielversprechende Zukunft der Druckbranche sorgen können.

Im folgenden Beitrag stellt Gareth Ward seine Sicht auf die Zukunft von Print vor. Er ist der Meinung, dass das Drucken nicht schrumpft, sondern vielfältiger wird. Technische Innovationen und kreative Ideen verändern dabei die Druckindustrie.



31. Mai -
10. Juni 2016
Düsseldorf
www.drupa.de

PRINT IM WANDEL INTELLIGENTER DRUCKEN

Print ist nicht mehr der einzige und auch nicht mehr der wichtigste Kanal für Werbung, Information und Kommunikation. Soll Drucken aber auch in Zukunft noch ein erfolgreiches Kommunikations-Werkzeug bleiben, müssen die Druckprodukte massgeschneidert und intelligenter werden.

Von GARETH WARD

Ein nicht unerheblicher Teil der ehemaligen «Brot-und-Butter»-Aufträge ist in digitale Kanäle abgewandert und wird wohl auch nicht mehr zurückkommen. Doch dadurch schrumpft Print nur marginal. An anderer Stelle entstehen neue Anwendungen. Und damit wird Print vielschichtiger und vielfältiger!

Aber Druckereien werden ihren Kunden in Zukunft Services bieten müssen, die weit über Print und Finishing hinausgehen. Der richtige Mix aus digitaler Kommunikation, Datenhandling, Druck, Finishing und Veredelungen einschliesslich Logistikleistungen wird für jeden einzelnen Kunden individuell zusammenzustellen sein und hängt davon ab, welche Kompetenzen sich die Druckerei erarbeitet und wie sie sich im Markt positioniert.

Wer diese Veränderungen übersieht, die Entwicklung schleifen lässt oder gar verpasst, wird es im Wettbewerb schwer haben. Meist bleibt dann nur noch, Druckleistungen möglichst billig anzubieten. Wer sich jedoch ausschliesslich über den Preis definiert, ist vom Aussterben bedroht.

IT stärkt den Stellenwert

Schon heute müssen Druckereien mit Informationstechnologie (IT) genauso vertraut sein wie mit dem klassischen Offsetdruck. Dies erschöpft sich aber nicht im Betreiben einer ei-

genen Website zur Kunden-Akquise. Es geht viel mehr um das Erstellen automatisierter Workflows bis zum Datenhandling für die Personalisierung von Drucksachen. Auch das Beherrschen multimedialer Kanäle gehört zum Pflichtenheft erfolgreicher Druckereien der Zukunft. Das Problem nur: Drucker investieren lieber in Druckmaschinen statt in IT.

Die neuen Maschinen sind dann 20% bis 30% schneller als alte Modelle. Doch wenn Auflagen sinken und Lieferzeiten immer knapper werden, kann eine schnellere Druckmaschine durchaus zum Risiko werden. Es müssen in noch kürzerer Zeit noch mehr Aufträge akquiriert, in den Workflow eingeschleust und fehlerfrei verarbeitet werden.

In diesem Zusammenhang ist die Schulung der Mitarbeiter keine Belastung, sondern eine notwendige Investition. Das gilt auch für die Automatisierung auf Prozessebene. Software-Experten gehen davon aus, dass JDF-Konformität unverzichtbar ist. Gleichzeitig werden die Workflows immer anspruchsvoller.

Print behauptet sich

Einen achtseitigen Inhalt auf Standardpapier zu produzieren ist relativ simpel. Doch die Kunden erwarten von einer Drucksache heute weitaus mehr: Sie wollen, dass ihr Druckprodukt unter den tausenden Marketingbotschaften, die jeden Tag die Menschen erreichen, auffallen und Interesse erregen.

Claus Bolza-Schünemann, drupa Präsident und KBA-Vorstandsvorsitzender, sagt voraus, dass es in einigen Jahren weniger Druckereien geben wird, diese aber grösser und industrieller aufgestellt sein werden sowie ein breites Serviceportfolio anbieten. «Akzidenzdruckereien dagegen werden sich zu Marketing-Dienstleistern für Print- und Online-Dienste wandeln. Zugleich wird die Verbindung zwischen Druck, Online und mobilen Aktivitäten intensiver werden», sagt Bolza-Schünemann.

Doch dieser Transformationsprozess steckt noch in den Kinderschuhen. Studien häufen sich, die darauf hinweisen, dass die Verbraucher immer mehr Zeit mit ihren Smartphones verbringen. Sie ziehen derzeit zwar erst einen geringen Teil der Marketingbudgets auf sich, doch der Anteil wird wohl zu Ungunsten anderer Medien wachsen – es sei denn, gedruckte Publikationen werden für ihre Leser wieder wichtiger. Bei-

«In einigen Jahren wird es weniger Druckereien geben, aber diese werden grösser und industrieller aufgestellt sein sowie mehr Services bieten.»



Claus Bolza-Schünemann, drupa-Präsident und KBA-Vorstandsvorsitzender.

spielsweise mit lokalen Zeitungsinhalten, die mit zielgerichteter Werbung digital gedruckt werden.

Gleiches gilt für Zeitschriften. Zwar verlieren die ehemals auflagenstarken Titel an Auflage. Aber gleichzeitig kommen Special Interest-Magazine auf den Markt und etablieren sich erfolgreich. Ein gutes Beispiel dafür sind Modezeitschriften. Vor zehn Jahren wurde vorhergesagt, dass Modezeitschriften angesichts des Internets, Video-on-Demand und interaktiver Tools komplett verschwinden werden. Heute geht es den Modezeitschriften jedoch besser als je zuvor. Mit dem Besitz beispielsweise der «Vogue» gibt die Leserin auch ein Statement über sich selber ab. Nicht zuletzt aus diesem Grund haben bis dato reine Mode-Websites schon eigene Printausgaben gestartet.

Schwarzseher, die Katalogen das gleiche Schicksal vorhergesagt, haben die menschliche Natur unterschätzt. Menschen blättern nun einmal gern in einem Katalog oder einer Urlaubsbroschüre. Kataloge beflügeln die Phantasie auf eine Weise, wie es digitale Medien nicht vermögen. Und Online-Händler, die ihre gedruckten Kataloge aufgegeben hatten, kehren wieder zu Print zurück, um ihre Kunden auf Papier daran zu erinnern, dass sie zum Bestellen die Websites aufsuchen sollen. Wenn der Online-Einkauf, der selbst in den Industrieländern bisher nur einen kleinen Anteil der Verbraucherausgaben ausmacht, wachsen soll, wird mehr Print benötigt. ▶

Novalia, einer der Pioniere leitfähiger Druckfarben, hat kürzlich für DJ QBerts Vinyl-Album «Extraterrestria» eine Hülle mit DJ-Pult entworfen – das erste beispielbare Platten-Cover. Im Cover sind mehrere funktionierende BluetoothMIDI-Decks und Regler enthalten, die sich mit einem Smartphone verbinden, sodass man auf dem Cover scratchen, mixen, verschiedene Beats und Sounds einblenden und so seine eigene Musik machen kann.
www.novalia.co.uk/dj-qbert-interactive-dj-decks



Printed Electronics steht für elektronische Anwendungen, die per Druck hergestellt werden. So werden heute RFID-Lösungen, Sensoren oder Solarzellen hergestellt.

Doch Print ist nicht mehr Print in seiner traditionellen Ausprägung. Warum sollte man beispielsweise jemandem, der immer in Mexiko Urlaub macht, Informationen über Kanada zusenden? Stattdessen sollte die Reiseagentur mit Hilfe der Druckerei eine Broschüre zusammenstellen, die die besten Hotels und Resorts in Mexiko enthält.

Diese Publikation wird weniger Seiten enthalten und in einer kleineren Auflage gedruckt werden. Dafür können aber bei Druckqualität, Papier und Personalisierung höhere Produktionsstandards umgesetzt werden. Dazu müssen Druckereien aber auch bereit sein, ihren Kunden genau das zu ermöglichen. Sie müssen in Technik investieren, die für kleinere Auflagen geeignet und in der Lage ist, auf Papiere zu drucken, die aufgrund ihrer taktilen und haptischen Eigenschaften beliebt sind. Hierfür bieten sich neben dem Digitaldruck auch die neuen UV-Trocknungs-Technologien an. Daneben müssen Druckereien mit Lack, Folien, Präge-Effekten, Stanzen und anderen Verfahren Drucksachen veredeln. Dies erhöht die Attraktivität für den Kunden und steigert sein Interesse.

Ein Blick nach vorn

Noch ist es nicht flächendeckend machbar, doch zu den wirklich interessanten Perspektiven in der Branche zählt gedruckte Elektronik, die bewirkt, dass eine Buchseite oder die in einer Zeitschrift über Lautsprecher

«Es gibt noch immer einen Hang zur Massenware, zu schlechter Qualität und zu niedrigen Preisen. Das ist eine Katastrophe für die Branche.»



Alon Bar-Shany, Vice-President und General Manager von HP Indigo.

eine Geschichte erzählt (siehe auch den Beitrag «Speaking Images» in Druckmarkt 97) oder dass ein Etikett aufleuchtet, wenn ein Sensor eine Bewegung erkennt etc.

Qualitativ hochwertige Druckeffekte und -veredelungen, über die sich beispielsweise Premiumspirituosen besser verkaufen lassen, werden zunehmend auch auf anderen Verpackungen angewendet – nicht zuletzt auch durch den Trend zu handwerklich gefertigten Produkten in kleinen Stückzahlen bei hoher Qualität.

Für Druckereien eröffnet sich hier die Chance, sich über Qualität zu positionieren. Ein wichtiger Nebeneffekt dabei: Die Druckerei hat einen weit aus grösseren Einfluss auf das zu produzierende Produkt. Selbst Global Player werden flexibler, um das Verlangen der Gesellschaft nach Innovationen zu stillen. Gedruckte Verpackung wird dabei zu einem wichtigen Marketing-Tool. Ein Beispiel ist die «Share a Coke»-Kam-

pagne, bei der der Markenschriftzug durch Vornamen (zum Teil personalisiert) ersetzt wurde. Druckereien müssen organisatorisch und technologisch in der Lage sein, bei der Markteinführung neuer Produkte oder bei sich häufig ändernden saisonalen Verpackungen mit dem Tempo der Markenartikler Schritt zu halten.

Nicht zu vergessen sind dabei auch die neuen Inkjet-Technologien, die es erlauben, direkt auf die Flasche oder die Verpackung zu drucken. Bei diesem «Direct-to-Shape» genannten Verfahren wird das Drucksystem Teil einer Abfüll- oder Verpackungslinie. Dabei haben Druckunternehmen jedoch nicht mehr die Aufgabe, Etiketten zu drucken und zu liefern, sondern werden Teil der Produktionskette. Dies ist ein noch völlig unbekanntes Territorium – im Zuge von Industrie 4.0 aber wohl kaum zu verhindern.

Druckereien vor allem in den Industrienationen werden ohnehin über kurz oder lang Dienstleistungen anbieten müssen, die über die klassischen Kompetenzen hinausgehen. Dazu gehören Services, Design- und Layout-Angebote, Media-Tools, IT-Services, Substrate-Vielfalt, Drucken in Auflage 1 und Lieferungen in 24 Stunden (oder weniger) sowie Logistik und Fulfillment.

Print steigert Werte

Jedes Druckunternehmen wird dafür seine eigene Lösung finden müssen, meint Claus Bolza-Schünemann: «Jede Druckerei kennt ihre Kunden und ihre Stärken selbst am besten. Daher hilft es wenig, Erfolgsrezepte anderer zu kopieren. Wenn alle das Gleiche anbieten, führt das zu einem Überangebot mit den bekannten Folgen.» Alon Bar-Shany, Vice-President und General Manager von HP Indigo, stimmt zu: «Es gibt noch immer den Hang zur Massenware, zu schlechterer Qualität und zu niedrigeren Preisen. Das ist eine Katastrophe für die Branche. Die Chance besteht in weniger Seiten, die einen höheren Wert darstellen. Druckereien müssen den Wandel akzeptieren und ihn umsetzen. Die Branche muss die Schönheit und die Wirkung, die Print von Natur aus innewohnt, in der digitalen Welt mit Nachdruck vertreten.»

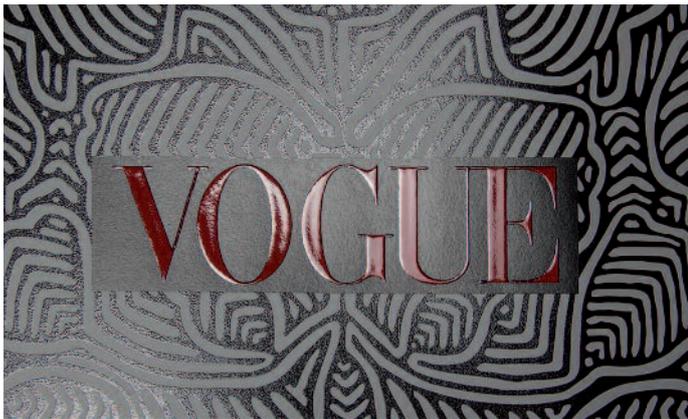
Print steigert Werte

Print steht also weiterhin im Mittelpunkt, doch Drucker müssen wie Projektmanager vorgehen und die gesamte Kommunikationskette verstehen und betreuen. Nur dann lassen sich die Gesamtkosten verringern.

«Soll Print auch in Zukunft ein erfolgreiches Kommunikationstool bleiben, müssen Druck-Erzeugnisse intelligente Lösungen bieten.»



Der Autor Gareth Ward schreibt seit 1986 über die Branche und ist Herausgeber der englischen Zeitschrift «Print Business».



Veredelungen verschiedenster Ausprägungen machen Drucksachen wie Cover oder Verpackungen zum Hingucker.

Dieses Ziel der Kunden – die Kostensenkung der gesamten Lieferkette – hat die Bücherproduktion und den Buchvertrieb bereits drastisch verändert und der Verpackungsdruck steht durch den Digitaldruck vor einer ähnlichen Entwicklung. Nicht die Kosten der Produktion eines einzelnen Kartons oder Etikettes sind wichtig, sondern die Gesamtkosten der Lieferkette einschliesslich des Abfallaufkommens.

Druckereien dürfen sich in ihrer Gedankenwelt nicht länger darauf beschränken, nur ein Produkt herzustellen. Unternehmen, die den Kontakt zu ihren Kunden suchen, mit ihnen zusammenarbeiten und dabei Lösungen finden, die Print angemessen in den gesamten Kommunikationsmix einbeziehen, werden auch in Zukunft gefragt sein.

Nicht mehr das stumme Blatt Papier

«Print kann immer noch Emotionen erzeugen. Print ist dauerhaft, bewahrt den Augenblick und die Erinnerungen», sagt Alon Bar-Shany. Print ist nicht länger das stumme Blatt Papier, das in Sekundenschnelle recycelt ist.

Soll Print auch in Zukunft ein erfolgreiches Kommunikationstool bleiben, müssen die Druck-Erzeugnisse intelligente Lösungen bieten. Kataloge werden mit Personalisierung, Versionierung und ihren haptischen Eigenschaften punkten. Gedruckte Elektronik und eingebettete Codes fin-

den zunehmend Verbreitung bei der Produktvermarktung. Die Vernetzung von Print, Online und mobilen Aktivitäten wird sich weiter intensivieren. Gleichzeitig ist die Branche gefordert, die Nachhaltigkeit von Print in einer digitalen Welt mit Nachdruck zu vertreten und ein Serviceportfolio anzubieten, das weit über das Drucken und Verarbeiten hinausgeht.

Die durch das Internet bewirkten radikalen Veränderungen, der weltweite demographische Wandel und die ökonomischen Bedingungen zwingen Druckereibetriebe dazu, die Leistungen ihrer Unternehmen neu zu bewerten und marketing-orientierte Geschäftsmodelle, Online-Kommunikation und die eingesetzte IT zu überdenken.

Die drupa 2016 wird wie ihre Vorgängerveranstaltungen Zeichen für die Druckindustrie setzen. Eine Fachmesse wie die drupa bietet Möglichkeiten, neue Technologien kennenzulernen und erhebt den Anspruch, zukunftsorientierte Geschäftsmodelle zu zeigen. Das war niemals zuvor so wichtig wie heute.

› www.drupa.de



KEEP CALM AND PRINT ON

Talking about print online with Bernd Zipper
BEYONDPRINT

PARC DIE ZUKUNFTS- GESTALTER

«Jedes grosse Unternehmen wird zum Opfer seines eigenen Erfolgs», meint Stephen Hoover, CEO des legendären Palo Alto Research Center (PARC) von Xerox. Wie es gelungen ist, Xerox trotz aller Veränderungen auf der Erfolgsspur zu halten, schildert er im Gespräch mit Knud Wassermann am Rande des Xerox Premier Partner Congress in Prag.



Das Xerox Palo Alto Research Center (PARC) steht für eine Vielzahl an Innovationen. Was war aus Ihrer Sicht die revolutionärste Innovation, die vom PARC kam?

Stephen Hoover: Es ist eine Verknüpfung von Innovationen rund um die Entwicklung des PCs und dessen Integration in die Arbeitswelt. Wir haben uns damals darauf konzentriert, die Arbeitsbedingungen der Menschen zu verbessern und in den 1970er Jahren die Basis gelegt, den

Computer allen Menschen zugänglich zu machen. Dazu haben wir die Bedienung eines Computers mit einer grafischen Benutzeroberfläche vereinfacht und mittels der WYSIWYG-Darstellung eine intuitive Bedienung ermöglicht. Das zweite zentrale Element war der Laserdrucker. Bis heute ist die Elektrofotografie eine der Schlüssel-Technologien in der grafischen Industrie. Aber es ist fast ironisch: In dem Moment, als die Menschen die Informationen am Monitor sahen, wollten sie sie auch auf Papier ausdrucken.

Welche Rolle spielt das PARC heute innerhalb von Xerox?

Das PARC ist eines von vier globalen Forschungszentren. Die Zentren sind in der Xerox Innovation Group angesiedelt, über die alle Forschungs- und Entwicklungs-Aktivitäten gesteuert werden. Wir arbeiten übergreifend für alle Geschäftszweige von Xerox sowohl im Bereich Technik als auch Services.

Xerox hat in den letzten 50 Jahren enorme Veränderungen durchgemacht, ist aber immer noch einer der

Technologieführer. Dabei darf man nicht vergessen, dass einst führende Unternehmen mittlerweile komplett vom Markt verschwunden sind. Deshalb braucht es jemanden, der ganz gezielt über das aktuelle Tagesgeschäft hinausschaut. Xerox hat sich immer wieder neu erfunden – ausgehend vom einfachen Kopierer über den Laserdrucker bis zu den Managed-Print-Services und der Diversifikation in Richtung Prozess-Services. Unsere Aufgabe ist es einerseits die bestehenden Geschäftsfelder weiter zu entwickeln und ande-

reseite die Zukunft des Unternehmens zu gestalten.

Eine Vision des PARCs ist Open Innovation – was verbirgt sich hinter dem Begriff?

Open Innovation klingt nach einem Widerspruch. Normalerweise wird Innovation als etwas betrachtet, das man geheim halten muss, um einen unmittelbaren Nutzen daraus zu ziehen. Hinter Open Innovation verbirgt sich jedoch die Idee, Innovationen auch von aussen in das Unternehmen zu tragen – obwohl wir über ein breites Know-how innerhalb des Konzerns verfügen. Durch diesen Ansatz entstehen auch Innovationen, die nicht unbedingt zu unserem Kerngeschäft passen. Wenn wir die Technologie nicht alleine bis zur Marktreife entwickeln wollen, suchen wir entsprechende Partner. Dazu gehören etwa BASF, Motorola, Samsung, Sony und viele mehr. Unsere Entwicklungen rund um den Personal Computer sind ein gutes Beispiel für Open Innovation. Wir haben damals die Benutzeroberfläche an Apple lizenziert. Das war sicherlich auch besser, da Apple näher am Consumer-Markt war.

Kann das PARC frei entscheiden, welche Forschungsprojekte forciert werden?

Die Xerox Innovation Group arbeitet bei 60 Prozent der Projekte eng mit den einzelnen Geschäftsbereichen zusammen. Über 40 Prozent unserer Ressourcen können wir vollkommen frei verwenden und selbst entscheiden, mit welchen Themen wir uns beschäftigen. Dadurch können wir ausloten, mit welchen Technologien und Services wir in Zukunft unser Geld verdienen werden. Es ist sicherlich eine gewisse Herausforderung, sich auf der einen Seite mit aktuellen Fragestellungen des Unternehmens zu beschäftigen und sich auf der anderen Seite komplett davon freizuspüren und die aufkommenden Technologien richtig einzuschätzen und die Mittel entsprechend zu investieren.

Ist in der grafischen Industrie noch Platz für Innovation?

Absolut. Heute werden weltweit schätzungsweise 53 Billionen Seiten gedruckt, davon aber nur 2 Billionen digital. Es gibt keinen Grund, warum nicht das gesamte Volumen digital produziert werden sollte. Voraussetzung ist jedoch, dass die Drucktechnologien wirtschaftliche und anwendungsspezifische Anforderungen erfüllen. Hier gibt es eine Reihe von Ansätzen, um die Kosten zu reduzieren und das Anwendungsspektrum hinsichtlich Farben und Bedruckstoff deutlich zu erweitern.

Und das über den Inkjet-Druck hinaus?

Die künftigen Technologien werden mit dem Inkjet-Druck, wie wir ihn heute kennen, nicht mehr viel zu tun haben. Es wird neue Technologien geben. Inkjet ist eine unglaublich leistungsfähige Technologie. Zurzeit sehen wir eine Koexistenz zwischen Elektrofotografie und Inkjet-Druck. Die aktuellen Farben und Bedruckstoffe limitieren den Inkjet-Druck jedoch, um die Umschichtung von konventionellen zu digitalen Druckverfahren zu beschleunigen. Deshalb arbeiten wir an neuen Wegen, wie wir die Tinte aufs Papier bringen und wie diese beiden Komponenten miteinander reagieren.

Ist Inkjet nicht ein Schwachpunkt von Xerox? Sieht man die Marktanteile, ist Xerox im Inkjet ein relativ kleiner Player.

Das mag stimmen, da wir relativ spät in dieses Segment eingestiegen sind. Dennoch können unsere Lösungen mit denen anderer Hersteller technologisch mithalten. In den nächsten fünf Jahren werden wir wesentlich bessere Tinten sehen, die sich wie konventionelle Druckfarben auf dem Bedruckstoff verhalten. Das ist, was die Kunden wollen.

Die Vision, an der wir arbeiten, ist eine digitale Drucktechnik mit der Effizienz und Anwendungsbreite ana-

loger Verfahren. Das ist ein langfristiges Projekt, das wir als Investment in unsere Zukunft sehen und auch als Commitment zur grafischen Industrie verstehen.

Printed Electronics, Functional Printing, 3D-Druck und andere Schlagworte geistern durch die Branche. Haben die Technologien ausser dem Wort Druck etwas mit der Druckbranche zu tun?

Ich denke schon, denn der 3D-Druck kann die Chance sein, ein Unternehmen neu auszurichten und in einen Wachstumsmarkt einzusteigen. Viele Unternehmen aus der grafischen Branche haben sich beispielsweise zum Marketing-Service-Provider gewandelt und sich eine Wachstumsperspektive erschlossen. Die grafische Branche durchläuft seit Jahren enorme Veränderungsprozesse. Diese neuen Technologien bieten Unternehmen die Chance zu überdenken, ob es wirklich das Kerngeschäft ist, Farbe aufs Papier zu bringen oder ob es darum geht, die Anforderungen der Kunden zu erkennen, zu verstehen und dafür die richtigen Technologien bereitzuhalten.

Werden wir einen 3D-Drucker von Xerox sehen?

Wir verfügen über zahlreiche Patente in diesem Bereich und verkaufen auch Technologie an Hersteller von

3D-Druckern. Darauf beschränken wir uns zurzeit und beliefern verschiedene Unternehmen mit Inkjet-Druckköpfen und anderen Komponenten. Ob sich das in Zukunft ändern wird, kann ich nicht sagen.

Was wird die nächste disruptive Technologie sein, die in den kommenden Jahren auf die grafische Industrie zukommen wird?

Das lässt sich nicht auf eine einzige Technologie reduzieren. Eine davon ist aber sicherlich der Inkjet-Druck. Es können auch andere Ansätze sein, die in puncto Leistung und Wirtschaftlichkeit an die konventionellen Druckverfahren heranreichen. Ein weiteres Thema ist Printed Electronics. Wir haben gerade mit Printed Memory ein Produkt vorgestellt, mit dem wir den Bereich intelligente Etiketten und Verpackungen adressieren wollen. Wir sollten uns aber auch darüber bewusst sein, dass wir erst am Anfang der Entwicklung stehen, was Computer über uns wissen. Kontext-sensitive Analyse- und Empfehlungssysteme werden die Art und Weise, wie wir kommunizieren, nachhaltig verändern. Die nächste Revolution wird uns sicherlich die künstliche Intelligenz bescheren.

Und wie werden Druckprodukte in Zukunft aussehen?

Junge Menschen informieren sich nicht mehr ausschliesslich über Print, aber man kann ihre Aufmerksamkeit über Print gewinnen. Die Herausforderung wird es also sein, in dem Wirrwarr von Kanälen die Aufmerksamkeit der Menschen zu gewinnen. Print spielt hier auch in Zukunft eine wichtige Rolle. Print wird in Zukunft aber auch wesentlich interaktiver sein, um Print und Digital miteinander zu verbinden.

Stephen, Danke für das Gespräch.

53 BILLIONEN SEITEN
WERDEN SCHÄTZUNGSWEISE
JÄHRLICH WELTWEIT GEDRUCKT.

2 BILLIONEN
DARON WERDEN
DIGITAL GEDRUCKT.

**DIE AKTUELLEN FARBEN UND
BEDRUCKSTOFFE LIMITIEREN
DEN DIGITALDRUCK DERZEIT BEI
DER UMSCHICHTUNG VON DEN
KONVENTIONELLEN HIN ZU
DIGITALEN VERFAHREN.**

Quelle: Steve Hoover, CEO des Palo Alto Research Centers (PARC) von Xerox.

INKJET-TECHNOLOGIE: DURCHBRUCH AUF BREITER FRONT?

Ein Punkt auf der Liste möglicher Nachteile des Inkjet-Drucks ist die vergleichsweise geringe Auflösung gegenüber dem Offsetdruck. Der kann jetzt getrost gestrichen werden, nachdem HP einen Druckkopf eingeführt hat, der es auf eine Auflösung von knapp 2.400 dpi bringt und damit auch in Inkjet-Rollenmaschinen mit dem Offset in Sachen Qualität gleichzieht. Theoretisch zumindest.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Wird der Digitaldruck wirklich einmal die vorherrschende Drucktechnologie sein? Diese Frage wird immer gerne und kontrovers diskutiert. Doch werden die Meinungen Pro oder Contra, auch wenn sie noch so fundiert vortragen werden, für absehbare Zeit reine Spekulation bleiben. Denn wer würde sich heute trauen, zehn Jahre nach vorn blicken zu wollen?

Um zumindest einmal die Perspektiven einschätzen zu können, hilft gelegentlich auch ein Blick auf zurückliegende Entwicklungen, wie sie Dr.



Ross Allen aufzeigt. Wir trafen den Senior Technical Specialist, der sich als Wissenschaftler seit über 30 Jahren bei HP (nicht nur) mit der Inkjet-Technologie auseinandersetzt.

So mag es zwar unglaublich klingen, aber dem Moore'-schen Gesetz folgend, hat sich die Leistung der HP Thermal-Inkjet-Drucker über die Jahre hinweg alle 18 Monate verdoppelt. Gleichzeitig sind die Kosten für die «Schreibköpfe» seit 2006 um den Faktor 10 gefallen. Bewiesen hat das Dr. Allen bereits im letzten Jahr, als er neue Druckköpfe für die One-Pass-Drucktechnologie vorstellte. Die tragen bei HP nunmehr den Namen PageWide und werden für Drucker bis zum Format DIN A1 im Business-Bereich eingesetzt, die bis zu 30 A1-



Ein Druckmuster des HDNA-Druckkopfs unter dem Mikroskop: Selbst bei 64-facher Vergrößerung lassen sich keine Raster- oder Sägezahn-Effekte entdecken.

Bogen pro Minute «ausspucken» und seit Kurzem ausgeliefert werden. Die Druckköpfe kommen aber auch bei den Rollendrucksystemen unter dem Namen HP PageWide Web zum Einsatz.

Doppelte Düsendichte

So wurde bereits im März 2015 ein Inkjet-Druckkopf mit der sogenannten High Definition Nozzle Architecture (HDNA) vorgestellt, der jetzt in den Rollen-Inkjet-Druckmaschinen von HP verbaut wird. Mit den Köpfen sollen Druckqualität, Vielseitigkeit, Verlässlichkeit und Produktivität gesteigert werden.

Nun ist die Leistung bei Inkjet-Druckköpfen aber nicht zwingend gleich-

zusetzen mit einer Erhöhung der Geschwindigkeit. Mehr Leistungsfähigkeit kann auch ein Mehr an Qualität bedeuten. Dazu wurde die Auflösung der Druckköpfe durch eine Erhöhung der Düsenanzahl von bisher 10.560 Düsen auf 21.120 verdoppelt. Dabei

kommen 2.400 Nozzles (Düsen) auf einen Zoll.

Diese Fakten kann man nun einfach zur Kenntnis nehmen, oder aber auch einmal nachrechnen, um sich die Dimensionen vor Augen zu führen.

Wenn sich also auf einem Zoll oder Inch (= 2,54 cm) 2.400 Düsen befinden, beträgt der Abstand zwischen den einzelnen Düsen nur winzige 0,000417 Inch. Daraus lässt sich nunmehr auch die Auflösung berechnen. So entspricht der Quotient aus $1/0,000417$ einer nativen Auflösung von 2.398 dpi (dots per inch).

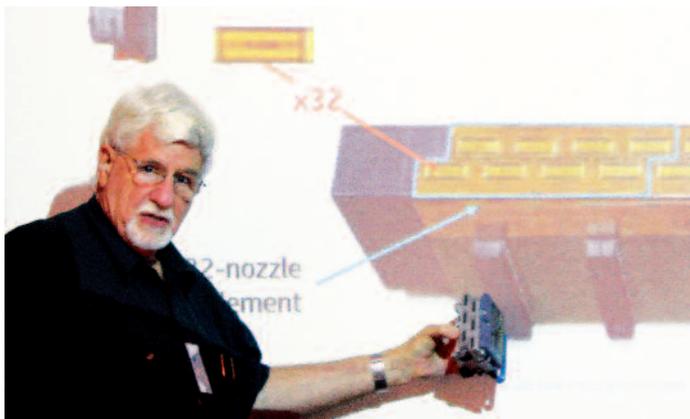
Damit sind die HP-Druckköpfe in den Bereich der Auflösungen vorgestossen, die bei der Belichtung von Offsetdruckplatten (üblicherweise maximal 2.400 dpi) und damit dem anschließenden Druck üblich sind.

Und spätestens jetzt sind die Kritiker (zu denen ich auch gehörte) widerlegt. Dass es dazu kommen musste, war allerdings zu erwarten – diese Analyse von Dr. Allen muss man nun akzeptieren, wie sie ist.

Allerdings ist die Qualität eines Inkjet-Drucks nicht alleine von der Auflösung der Printheads abhängig. Qualität im Inkjet-Druck ist nur aus einem funktionierenden Zusammenspiel von Druckkopf-Technologie, Tinten, Bedruckstoffen und hoher Rechenleistung möglich.

Daher wird beim neuen Druckkopf die sogenannte Dual-Drop-Technologie eingesetzt, bei der unterschiedlich grosse Tintentropfen aus dem Druckkopf ausgestossen werden. Dies steigert die Qualität ganz mas-

ETWA ALLE 18 MONATE VERDOPPELT SICH DIE LEISTUNG VON INKJET-DRUCKKÖPFEN. DAS KOMMT ENTWEDER DER QUALITÄT ZUGUTE ODER DER LEISTUNG. EIN MEHR AN QUALITÄT REDUZIERT DABEI DIE GESCHWINDIGKEIT ODER AUCH UMGEKEHRT.



Dr. Ross Allen arbeitet seit über 30 Jahren an verschiedenen Technologien bei HP – auch an Druckköpfen für den Inkjet-Druck. Hier erläutert er die Technik hinter der neuen Druckkopf-Generation.

siv. In Kombination mit der hohen Auflösung sorgen die unterschiedlich grossen Tintentropfen in Summe für eine höchst akkurate Wiedergabe von Texten und Linien (von den bekannten Sägezahn- oder Treppen-Effekten ist rein gar nichts mehr zu sehen) sowie für sanfte Übergänge bei Hauttönen, Licht- und Schatten-details.

Es dreht sich alles um Chemie

Diese HDNA-Druckköpfe werden in den Systemen der bisherigen Baureihe HP Inkjet Web Press (T200, T300 und T400) integriert, die jetzt unter dem Namen HP PageWide Web Press vermarktet werden. Bestehende Installationen sollen mit den neuen Druckköpfen nachgerüstet werden können. Auch die in Kooperation mit KBA hergestellte Wellpappenmaschine T11005 mit einer Maximalbreite von 2,80 m ist mit 260 dieser CMYK-Druckköpfen (jedoch mit 1.200 dpi) ausgestattet.

Die mit den neuen Druckköpfen ausgestatteten Maschinen erreichen eine Geschwindigkeit bis 122 m/Min. im Qualitätsmodus. Die maximale Druckgeschwindigkeit im Performance-Modus liegt bei 244 m/Min., wobei sich dann jedoch die Qualität reduziert. Es bleibt also dem Anwender überlassen, ob er sich für mehr Geschwindigkeit oder höhere Qualität entscheidet.

Beides, die Steigerung der Geschwindigkeit und der Qualitätssprung, ist allerdings nur im Zusammenspiel mit

entsprechend leistungsfähigen Tinten möglich, betont Dr. Allen. «It's all about chemistry», sagt er. Und die Tinten seien alles andere als farbiges Wasser. Doch diese A50 genannten Pigment-Tinten alleine reichen nicht, die 300 von HP empfohlenen Papiere zu bedrucken.

Was ist mit dem Papier?

Für Druckergebnisse in gleichbleibender Qualität auf ungestrichenen Standard-Offsetpapieren und bestimmten gestrichenen Papieren ist ein HP Bonding Agent notwendig. Diese farblose Flüssigkeit (Salzlösung beziehungsweise Polymere) wird nur in den Bereichen aufgetragen, die auch bedruckt werden. Für das Bedrucken gestrichener Standard-Offsetpapiere ist der HP Priming Agent, ein auf die PageWide-Rollendruckmaschinen abgestimmtes Additiv, nötig.

Mit diesen Haftmitteln umgeht HP ein Problem, das beim Inkjet-Druck offensichtlich ist: Die Papierindustrie stellt noch immer zu wenig Bedruckstoffe bereit, die einen universellen Einsatz der Technik ermöglichen würde. Denn in der HP-Broschüre, die über 300 einsetzbaren Medien informiert, werden fünf Papierfabriken genannt, deren Produkte möglicherweise gar nicht in Europa zu beziehen sind.

Auch wenn Dr. Allen sicherlich Recht hat, wenn er der Komplexität der Chemie, der Tinten und ihren Wechselwirkungen mit dem Papier hohe

Bedeutung einräumt, darf bei den Hightech-Inkjet-Lösungen niemals die Leistungsfähigkeit der Rechner- und Server-Peripherie vergessen werden. Denn schon beim Einsatz eines CMYK-Druckkopfs mit 1.200 dpi müssen 690 Mpix/sec. (690 Millionen Pixel) verarbeitet werden. Beim aktuellen PageWide-Kopf vervierfacht sich die Datenmenge dann auf 2,76 Milliarden Pixel. Und rechnet man nun zusammen, dass bei einer 106,7 cm breiten Maschine 100 dieser Druckköpfe eingesetzt werden, lässt sich nicht nur abschätzen, welche technische Meisterleistung hinter den Druckköpfen steht, sondern welche Rechner-Power nötig ist, um eine solche Maschine mit Daten zu füttern und eine unterbrechungsfreie Produktion zu gewährleisten.

Durchbruch auf breiter Front?

Steht also jetzt der Durchbruch für den Inkjet-Druck auf breiter Front

bevor? Neben der mangelnden Papiervielfalt gibt es nach wie vor noch Einschränkungen bei der Geschwindigkeit. Denn 122 m/Min. entsprechen gerade einmal 2 m/s und reichen damit noch längst nicht an Rollenoffsetmaschinen heran, die pro Sekunde bis zu 17 m drucken. Sicherlich sind die Einsatzgebiete auch völlig unterschiedlich, doch dürfte damit auch feststehen, dass es beim Inkjet noch längst nicht um grosse Auflagen gehen kann.

Dazu müssen erst noch einmal mehrere 18 Monate vergehen. Allerdings scheinen die physikalischen Grenzen der herkömmlichen Druckkopf-Technologie erreicht zu sein. Was sich die Wissenschaftler für die nächsten Generationen an Druckköpfen noch einfallen lassen werden, entzieht sich allerdings unserer Kenntnis.

› www.hp.com/go/pagewidewebpress

Toscana

Graubünden

Edle Weine der Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch
www.poggioalsole.com

HP PAGEWIDE WEB PRESS T1100S PRE-PRINT UND DIGITALDRUCK IN EINER MASCHINE

Gemeinsam präsentierten HP und KBA fast 200 internationalen Verpackungsdruckern im Würzburger KBA-Stammwerk die weltweit erste HP PageWide Web Press T1100S. Die gigantische Inkjet-Rotation mit einer Papierbahnbreite von 2,80 m wurde in weniger als zwei Jahren in enger Zusammenarbeit von HP und KBA-Digital & Web Solutions entwickelt. Sie eröffnet mit digitalen Vordrucken der Decklage neue Möglichkeiten bei der flexiblen Produktion von Wellpappenverpackungen in unterschiedlichen Formaten und Auflagen.

Text und Bild: HP und KBA

Der Digitaldruck ist mit einem jährlichen Wachstum von 17% das wohl am schnellsten wachsende Segment im Verpackungsdruck, der bis 2019 voraussichtlich 19 Mrd. US-Dollar umfassen soll. Digitale Drucklösungen ermöglichen die kosteneffiziente Produktion von Kleinauflagen und individualisierten Verpackungen. «Veredler und ihre Kunden müssen sowohl kundengerechte und effektive Verpackungen entwickeln als auch Kosten reduzieren», sagt Eric Wiesner, General Manager, PageWide Web Press Division bei HP Inc. «HP und KBA haben nun mit ihrer vereinten Expertise die weltweit produktivste Rollendruckmaschine auf den Markt gebracht. Die HP PageWide Web Press T1100S ermöglicht eine verbesserte Wertschöpfung, indem sie Pre-Print und Digitaldruck in einer Maschine kombiniert.»

Erster Kunde ist DS Smith Packaging. Das Unternehmen hat die Rotation mit 280 cm Bahnbreite installiert. «Die T1100S stellt den nächsten Schritt in unserem digitalen Pre-Print-Programm dar», sagt Stefano Rossi, CEO der Packaging Division bei DS Smith. «Aus unserer Entwicklungszusammenarbeit mit HP ist eine Digitaldruckmaschine entstanden, die in einer Geschwindigkeit und Bahnbreite druckt, wie wir sie für die Produktion von Wellpappverpackungen in hohen Volumina benötigen. Mit ihr können wir unseren Kunden



Mit 2,80 m Papierbahnbreite und einer digital bei Formaten und Auflagen flexibel bedruckbaren Fläche von über 30.000 m²/h ist die gemeinsam von HP und KBA-Digital & Web Solutions für den Wellpappen-Verpackungsmarkt entwickelte HP T1100S die grösste und leistungsstärkste Inkjet-Rotation auf dem Weltmarkt.

eine noch nie dagewesene Flexibilität bei jeder Auflagengrösse und beständige Druckqualität bieten.»

Während analoge Drucktechnologie Kopien eines einzigen Kartondesigns herstellt und alle Kartons am Ende gleich aussehen, ermöglicht die T1100S mit ihrer sogenannten Multi-Lane-Druckarchitektur einen neuen Ansatz. Die Rollen werden in verschiedene Bahnen aufgeteilt, sodass unterschiedliche Druckaufträge mit verschiedenen Grössen und Aufla-

genhöhen auf individuellen Bahnen gedruckt werden können. Mehrere Klein- und Kleinst-Auflagen können zusammen in die Warteschlange gestellt und gemeinsam gedruckt werden – ohne Vorbereitungszeit zwischen den Aufträgen. Hohe Auflagen werden dagegen auf einer anderen Bahn gedruckt. Dies ermöglicht Anpassungen und Personalisierungen der Verpackungen ohne Bestandslager. Mit Druckgeschwindigkeiten von bis zu 183 m/Min. oder 30.600 m²/h ermöglicht es die HP PageWide Web Press T1100S komplexe Druckaufträge schnell zu produzieren.

Mit erweiterten Priming-Optionen, darunter eine Kombination von Bonding und Priming Agents mit vierfarbigen HP A50 wasser- und pigmentbasierten CMYK-Tinten können beschichtete und unbeschichtete Well-

pappe-Liner mit einem Gewicht zwischen 80 und 400 g/m² in Offset-Qualität gedruckt werden. Dabei bietet die Rollendruckmaschine eine hohe Farbsättigung und -dichte und gestochen scharfen Text. Inline- und Nearline-Beschichtungssysteme für HP Priming Agents und wasserbasierte Lacke bieten zudem eine hervorragende Druckqualität.

In Kooperation mit KBA bietet HP für die T1100S vielfältige Ausstattungs- und Automatisierungs-Optionen zur Grundmaschine an. Dazu gehören Lackwerke für Primer und Lacke, der automatische Papierrollenwechsel sowie die komplette Automatisierung der Papierlogistik mit dem System KBA Patras.

- www.hp.com
- www.kba.com

NEU: QuarkXPress 2015 jetzt erhältlich.
Upgrade von jeder Vorgängerversion!



Ihre Funktionen. Geliefert. Treffen Sie das neue QuarkXPress.

Sie werden die neuen Funktionen von QuarkXPress 2015 lieben, denn es sind Ihre Funktionen. Tatsächlich haben wir die zehn am häufigsten von den Anwendern gewünschten Erweiterungen eingebaut. Arbeiten Sie schneller mit der unschlagbaren 64-Bit-Leistung und einer Reihe der von Anwendern gewünschten Funktionen für Print- und digitale Produktionen wie verifizierte PDF/X-4 Ausgabe und Fixed Layout eBooks. Arbeiten Sie intelligenter mit den neuen Designer-gesteuerten Automatisierungen wie Fußnoten oder Inhaltsvariablen zum automatischen Einfügen von Inhalten.

Mit der neuen 64-Bit-Architektur kann QuarkXPress 2015 den gesamten verfügbaren Arbeitsspeicher nutzen, und es bietet so von der Dateihandhabung über das Rendering von Layouts bis zum PDF-Export fantastische Leistungssteigerungen. In Kombination mit unserem unermüdlichen Fokus auf Qualität

bedeutet dies, dass Sie die Geschwindigkeit und die Zuverlässigkeit erhalten, die Sie verdienen.

QuarkXPress 2015 ist Ihr professionelles Arbeitstier und unterstützt die Ausgabe von PDF/X-4. Mit diesem neuesten Standard können Sie Transparenz beibehalten und eine schnellere Ausgabe, kleinere Dateien und eine bessere Qualität erreichen. Und was noch wichtiger ist: Sie können sich darauf verlassen, denn die PDF/X-4 Ausgabe wird mit derselben Technologie verifiziert, die auch in Adobe Acrobat verwendet wird.

QuarkXPress 2015 ist als unbefristete Kauflizenz für Mac OS X und Windows erhältlich. Es ist kein Abo erforderlich. Upgrades sind von jeder beliebigen Vorversion zu einem einheitlich günstigen Preis verfügbar. Preisvergünstigungen für Mehrfachlizenzen gibt es ab zwei Arbeitsplätzen. Jetzt kostenlos testen!

Matthias Günther
Director QuarkXPress
Business Unit
Quark Software Inc.



„QuarkXPress 2015 ist eine Version für alle Designer, die Print lieben und ebenso für die Fans der digitalen Welt, die von den Werkzeugen zum Erstellen von Apps und interaktiven eBooks mit festem Layout profitieren werden. Wir wollen sicherzustellen, dass die von uns entwickelten neuen Funktionen den Arbeitsablauf der Kunden wirklich verbessern. Deshalb basiert ein Großteil der Erweiterungen von QuarkXPress 2015 auf dem Feedback der Anwender. Um einen schnellen Überblick über alle Neuerungen zu erhalten und eine kostenlose Testversion herunter zu laden, besuchen Sie uns auf www.quark.com/2015.“

SERVICE & PRINT GROUP HABERBECK UMFASSENDE PARTNERSCHAFT MIT RICOH

Die Service & Print Group Haberbeck mit Sitz im Raum Ostwestfalen Lippe investiert in den Ausbau der Digitaldruck-Infrastruktur. Diese Investition ist ein wichtiger Meilenstein in der seit 2007 konsequent verfolgten Unternehmensstrategie einer hoch individuellen Medienproduktion in Print und Non-Print. Als Erweiterung der Bogen-Digitaldruck-Anlagen setzt das Unternehmen nun auf das Inkjet-Rollendrucksystem Pro VC60000 von Ricoh.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Bei der im Dezember 2015 angekündigten Vertiefung der Partnerschaft geht es auch, aber nicht ausschliesslich um die Ricoh Pro VC60000. «Für uns ist es eine besondere Partnerschaft, die über den Verkauf einer Maschine hinausgeht», sagte Wolfgang Gans, Ricoh Europe, bei einem Pressegespräch in der Ricoh-Zentrale Deutschland in Hannover. Zwar seien Einzelblatt-drucker für Ricoh noch immer das «Brot- und Buttergeschäft», diese Partnerschaft spiegele jedoch die Ausrichtung von Ricoh auf die grafische Branche wider. «Hier spielt die Musik, hier sind die Volumen und Wachstumschancen», sagte Gans.

Perfekte Symbiose

«Nach mehr als drei Jahren intensiver Marktrecherche können wir jetzt sagen: Der Anspruch, unseren Kunden schon heute das zu bieten, was morgen Standard werden wird und das auf jeder Materialqualität, haben wir erreicht», betonte Bernd-Hartmut Paulsen, Hauptgesellschafter der Service & Print Group Haberbeck. «Diese Investition ist für uns ein echter Meilenstein. Die Technologieplattform von Ricoh bildet eine perfekte Symbiose zu dem Dienstleistungsportfolio der Service & Print Group Haberbeck. Im Ergebnis werden wir für unsere Kunden noch flexibler aufgestellt sein.»

Die Service & Print Group Haberbeck (SPGH) wird die Pro VC60000 für die Produktion von teil- und vollindividualisierten Prospekten, Beilagen, Mailings und Katalogen für Kunden aus der Automobil-, Textil-, Schmuck- und Schuhbranche einsetzen. Der Fokus liegt dabei auf Organisationen mit entsprechenden Händlernetzen und dem Einzelhandel. Zusätzlich wird das System im 1:1-Bereich neben den bestehenden Eindruck- und Bogen-Digitaldruck-Anlagen für vollindividualisierte und anspruchsvolle Direct-Mail-Anwendungen genutzt.

«Unser Qualitätsanspruch ist sehr hoch», hob Paulsen hervor. «Wir haben uns für Ricoh als Partner entschieden, weil uns das ganzheitliche Technologiekonzept überzeugt hat. Zum einen bietet die Pro VC60000

beste Printqualität im Inkjet-Verfahren auf der grössten Vielfalt an Materialien. Zum anderen sorgen die nahtlose Integration der Produktionstechnik und Softwarekomponenten in unsere Fertigungsprozesse, in Verbindung mit den bestehenden Tools und unserer neuen Marketing-Plattform iNDiX mittels der Automatisierung dafür, dass wir von Beginn an auch hohe Volumen, mit einer beeindruckenden Performance Just-in-Time abbilden können. Dies bietet auch die perfekte Lösung für Print-on-Demand-Produktionen.»

Ersatz für 24-Seiten-Rolle

Das Inkjet-Rollendrucksystem ersetzt eine rund 16 Jahre alte 24-Seiten-Rolle von manroland und soll Anfang 2016 seine Produktion aufnehmen.

Die Ricoh Pro VC60000, nach ihrer Ankündigung im September 2014 bisher in den Niederlanden und in Skandinavien im Einsatz, wurde nach Aussage von Ricoh für die Anforderungen des Akzidenz-, Mailing- und Bücherdrucks entwickelt und liefert mit den eigenen Piezo-Drop-on-Demand-Druckköpfen mit variabler Tröpfchengrösse eine physikalische Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi. Je nach gewählter Auflösung werden Druckgeschwindigkeiten von bis zu 50 m/Min. (672 A4-Seiten) bei maximaler Auflösung, 1.010 A4-Seiten bei 75 m/Min. und 1.616 Seiten A4 bei 120 m/Min. und 600 x 600 dpi erreicht. Verarbeiten lassen sich nach Angaben des Herstellers unterschiedliche Substrate: ungestrichene, gestrichene und vorbehandelte Papiere sowie Recyclingpapiere mit einer Grammatik von 40 g/m² bis 250 g/m².

Unabhängig davon, ob es sich um einen rein digitalen oder hybriden Offset-Workflow handelt, unterstützen das Pro VC60000 Digital-Front-End und der TotalFlow Print Server R600A sowohl PDF, PDF/VT als auch von AFP/IPDS zusammen mit JDF und erweitertem Farbmanagement.

Technologiepartnerschaft

Die Flexibilität der Maschine und der Hard- und Software-Komponenten sowie die von Ricoh noch zu leistende Integrationsarbeit in einen gegebenen Workflow gaben schliesslich den Ausschlag für die Partner-



Erläuterten die Hintergründe der Partnerschaft (von links): Wolfgang Gans, Ricoh Europe, Bernd-Hartmut Paulsen, Bernd Windmann, Service & Print Group Haberbeck (SPGH), Christian Hancke, Leitung one-to-one service+print SPGH, und Michael Ehrhart, Ricoh Deutschland.



Die Ricoh Pro VC60000 ist bereits in Skandinavien sowie Holland im täglichen Einsatz und wird 2016 auch in England, Frankreich und Deutschland produziert. In der Abbildung die Konfiguration bei Hansprint in Finnland.

schaft. Dabei zeigt sich Ricoh durchaus selbstbewusst. «Viele Druckereien stehen vor einem Wandel ihres Produktionsverfahrens, um kleinere Auflagen und kürzere Lieferfristen zu bieten – immer mit der gewohnten Materialvielfalt und der Qualität des Offsetdrucks. Dafür bietet die Pro VC60000 die perfekte Technologie», erläutert Michael Ehrhart, Leiter Continuous-Feed-Business bei Ricoh Deutschland. «Um diesen Wandel zügig und sicher zu meistern, benötigen die Druckdienstleister einen Technologiepartner, der ein Ausgabegerät in bestehende Prozesse integriert und die Planung, Finanzierung, Inbetriebnahme und Wartung übernehmen kann. Und das reicht bis hin zur Generalunternehmenschaft und einem Komplettservice rund um die Uhr. Dafür steht Ricoh», fügte Ehrhart hinzu.

Nicht ganz so banal

Qualität, Medienvielfalt und Ausstoss sollten gleichermassen höchsten Ansprüchen genügen. Das sei mit der Ricoh-Lösung gewährleistet, ohne dass an einer Komponente Abstriche gemacht werden müssten. Neben der Ricoh werden auch neue Finishing-Aggregate notwendig, da Haberbeck Rolle auf Rolle drucken will, ebenso aber auch eine Planoauslage benötigt. Die Evaluierungsphase seit 2011 war nach den Worten von Christian Haneke, Leitung one-to-one service+print bei der SPGH, «gar nicht so

banal. Erst mit dem Erreichen der 1.200 dpi war für uns die angestrebte Qualität erreichbar.» Zudem spielte die Vielfalt einsetzbarer Materialien eine erhebliche Rolle. «Man kann mit den Kunden über vieles diskutieren, aber nicht über die gewünschten Bedruckstoffe», erklärte Haneke.

Verfahrensunabhängige Produktion

Und was die Sache nicht einfacher macht: Es muss alles in einem Workflow mit entsprechender Performance laufen. Denn SPGH strebt eine verfahrensunabhängige Produktionsweise an, bei der Bogen- und Rollenoffset, Bogen- und Rollendigitaldruck, das Finishing, die Shop-Systeme und Marketing-Portale unter einen Hut gebracht werden müssen. «Bei einem solch komplexen Workflow spielt die Print-Hardware trotz ihrer Wichtigkeit eine eher untergeordnete Rolle», räumt Haneke ein. Da ist wohl noch ein riesiger Berg Arbeit zu erledigen, zumal Bernd-Hartmut Paulsen fordert: «Mich interessiert nur das Ergebnis – ganz gleich aus welchem Ausgabegerät.» Doch er ist zuversichtlich. «Wir haben in erster Linie einen Partner gesucht, mit dem wir in die Zukunft gehen wollen. Den haben wir in Ricoh gefunden», sagt Paulsen.

- > www.ricoh.de
- > www.spgh.de

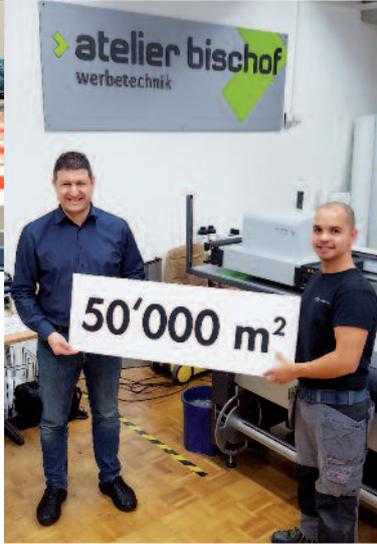


DIESE MAGAZINE UND DER EDP AWARD WERBEN FÜR SIE.

Die 20 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association zusammengeschlossen haben, zeichnen jährlich die besten Lösungen und Produkte aus den Kategorien Software, Digitaldruck, Finishing, Substrate, Tinten und Toner mit den begehrten EDP Awards aus. So unterstützen die Magazine mehr als eine halbe Million Leser in 25 Ländern bei ihren Kaufentscheidungen – und die EDP Awards werten die Produkte auf.

Reichen Sie jetzt Ihre Bewerbung ein. Und nehmen Sie Ihren EDP Award 2015/2016 auf der drupa 2016 am 1. Juni im drupa cube (Halle 6) entgegen.
www.edp-awards.org





Der neue Standort von swissQprint in Kriessern lässt dem Unternehmen Raum für die weitere Expansion.

Maurus Zeller, Produktmanager bei swissQprint, kennt wie kaum jemand sonst die Maschinen und ihre Anwendungen.

Roger Neff (links) und Inti Willmer von der Atelier Bischof AG. Ihr Arbeitstier Nyala 2 hat innerhalb von zehn Monaten 50.000 m² unterschiedlichster Materialien bedruckt. Foto: Atelier Bischof.

SWISSQPRINT MEILENSTEINE AUS DEM RHEINTAL

Kürzlich hat eine Nyala 2 die 50.000-Quadratmeter-Marke erreicht, swissQprint in seiner achtjährigen Geschichte etwa 650 Grossformatdrucker verkauft und ein neues Domizil bezogen, um zukünftiger Expansion Raum zu geben. Denn schon die letzten zwei Jahre waren von enormem Wachstum geprägt: Die Betriebsgrösse wurde flächenmässig verdreifacht, die Belegschaft um 68% erhöht und der Umsatz um über 50% gesteigert.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Normalerweise feiern wir solche Meilensteine», erklärte Roger Neff, Geschäftsleiter der Atelier Bischof AG im schweizerischen Tübach, im Dezember letzten Jahres. Die Party müsse aber warten, weil die Produktion gerade heiss laufe und der Drucker praktisch nonstop arbeitet. Mit dem Meilenstein meint er die 50.000 m², die der Flachbettdrucker Nyala 2 im Dezember erreichte. Und das schon zehn Monaten nachdem swissQprint diese Nyala 2 als die insgesamt 500. Maschine weltweit in Tübach installierte. «Das ist eine grosse Leistung», meint auch Maurus Zeller, Produktmanager

bei swissQprint. Über alle Modelle gesehen, von denen die Nyala 2 das produktivste ist, erreiche ein Durchschnittskunde etwa einen Drittel dieses Outputs pro Jahr.

Grossformat für den Weltmarkt

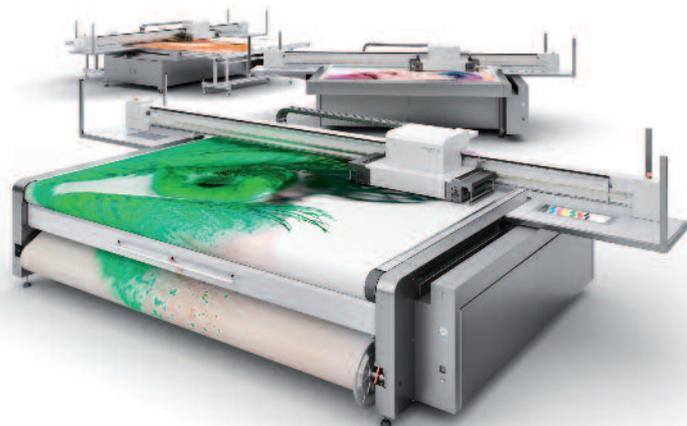
Doch solche Leistungen kommen ja nicht aus heiterem Himmel. Dahinter stehen das Know-how und die Präzision der erst acht Jahre alten «Innovationslokomotive» swissQprint AG, die im September 2007 von Reto Eicher, Roland Fetting und Hansjörg Untersander gegründet wurde. Die erste Maschine, die Oryx, feierte ihre Premiere bei einer Randveranstaltung der drupa 2008 und fand sofort Abnehmer. Auch das war kein Zufall.

Die drei Firmengründer hatten bereits Erfahrung in der Produktion von Grossformatdruckern. Eicher, Fetting und Untersander waren das Kernteam für Digitaldrucktechnik bei der Zünd Systemtechnik AG, die bis 2007 eigene Large-Format-Printer herstellte, die Produktion aber aufgab und sich auf Schneideplotter spezialisierte.

Seither entwickelt und produziert swissQprint Grossformatdrucker im Rheintal. Seit einigen Monaten werden die Large-Format-Drucker für den Weltmarkt in Kriessern, unweit des bisherigen Standorts hergestellt. Denn swissQprint setzt ganz bewusst auf den Standort im Schweizer Rheintal. «Hier haben Feinmechanik und Hightech Tradition, hier leben

hochqualifizierte Fachkräfte», sagt Petra Fetting, bei swissQprint verantwortlich für Marketing Services und Kommunikation.

Entwickelt und produziert werden die Premium-Systeme am Schweizer Domizil. Nur so erreichen sie den hohen Innovationsgrad und Qualitätsstandard, wofür sie bekannt sind. «Was im Hause nicht selbst hergestellt oder vorfabriziert werden kann, erledigen zu über 80% Schweizer Zulieferer – eine Vielzahl davon aus nächster Umgebung», erläutert Petra Fetting. Die restlichen Komponenten wie etwa Druckköpfe, Tinten oder Trockner kommen von namhaften Herstellern wie Konica Minolta, Sun Chemicals oder UV-Integration. Die Endmontage aller Teile erfolgt manu-



Petra Fetting, bei swissQprint für Kommunikation und Marketing Services verantwortlich, im Demoraum vor der von vielen Messen her bekannten Wand mit anschauliche Mustern.

Mit den drei Modellen Nyala, Impala und Oryx ist swissQprint erfolgreich auf dem Weltmarkt unterwegs.

fakturartig in Kriessern und ist stets abgestimmt auf die Wünsche der Abnehmer. Die kommen aus der grafischen Industrie, sind Werbetechniker oder Fotodienstleister, aber auch Industriebetriebe. Gut 650 der UV-Tintenstrahldrucker sind seit Ende 2015 weltweit im Einsatz, bedrucken Karton, Kunststoffe, Holz, technische Gewebe, Glas und vieles mehr.

Praxisorientiertes Sortiment

Die swissQprint UV-Inkjet-Systeme bauen auf ein gemeinsames Fundament an Merkmalen: Qualität, hohe Präzision und eine robuste, modulare Bauweise. Zudem überzeugen sie durch ihre vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten. Alle Modelle sind ausbaufähige Flachbettdrucker: mit einer Rollenoption für den Druck auf flexible Materialien wie Planen, Textilien oder Selbstklebefolie oder mit der Platten-

option, die den Druck auf Überformaten ermöglicht. Die maximal neun Farbkanäle lassen sich neben CMYK mit Light-Farben, Weiss, Lack, Primer oder Spotfarben bestücken.

Zur Fespa im Mai 2015 wechselte swissQprint bei seinen Maschinen auf eine neue Generation: seither sind Oryx 2 und Impala 2 mit einem 25% grösseren Drucktisch und erheblich höherer Produktivität als ihre Vorgänger verfügbar. Zusammen mit Nyala 2 war das Trio wieder komplett.

Auf dieser Basis decken die Modelle verschiedene Produktivitätsstufen ab. Oryx 2 ist das professionelle Einstiegsmodell mit einer Leistung von maximal 65 m²/h. Impala 2 liefert bis zu 18 m² Output pro Stunde und die Maximalgeschwindigkeit des Nyala 2-Modells beträgt 206 m²/h. Mit der Tandem-Funktion, die Stillstandzeiten während der Serienproduktion eliminiert, erreichen die Dru-

cker eine bemerkenswerte Produktivität. Die Printer mit der neuesten Druckkopfgeneration bringen eine Auflösung bis zu 1.080 dpi auf die Substrate, wofür andere Maschinen deutlich mehr Zeit in Anspruch nehmen. Platten bis zu 3,2 m x 4 m oder Endlosbahnen bis 3,2 m Breite lassen sich auf den UV-Maschinen dauerhaft bedrucken.

Zuverlässig mehrschichtig

Diese Eigenschaften der Nylala 2 nutzt auch das Atelier Bischof, wo sich die Maschine als Allrounder im Zweischichtbetrieb – es können in Spitzenzeiten auch drei sein – bewährt hat. Die Operatoren schätzen dabei vor allem die Zuverlässigkeit des Systems. «Wenn die Zeit drängt, sind Pannen das Letzte, was man braucht», sagt Inti Willmer, der täglich an der Nyala 2 arbeitet und der beteuert, dass der Job Spass macht.

Es sei so viel möglich und doch gehe der Wechsel zwischen den unterschiedlichen Aufträgen schnell und einfach von der Hand. Mal arbeite er palettenweise grossformatige Hartschaumplatten ab und fünf Minuten später könne er eine Serie A4-Acrylglas auflegen oder einen Rollendruck starten.

«Der grosse Vorteil ist, dass wir ganze Kampagnen auf ein und demselben Drucker erledigen können», ergänzt Roger Neff. Die Farbkonsistenz sei vom Banner bis zum POS-Aufsteller gewährleistet. Er hatte sich mit der Anschaffung des swissQprint-Druckers mehr Produktivität als zuvor versprochen. «Diese Erwartungen hat Nyala 2 erfüllt. Die Effizienzsteigerung hilft uns, den Margenzerfall auszugleichen und im Verdrängungskampf im Markt zu bestehen», sagt Neff. Normalerweise rechnet er mit drei bis vier Jahren Amortisationszeit für eine Maschine dieser Art. ▶

www.f-mp.de – Eine starke Gemeinschaft setzt sich durch.



«Wenn wir die Nyala 2 aber weiterhin so auslasten können, wird es viel früher so weit sein», rechnet Roger Neff.

Dabei erhöht sich die Wertschöpfung, sobald Atelier Bischof Ungeöhnliches liefern darf. Kürzlich bestellte ein Markenartikler eine Grossauflage Schaufensteraufsteller für Drogeriemärkte. Die in der ganzen Schweiz durchgeführte Kampagne war insofern speziell, da es sich bei den Aufstellern um Acrylplatten mit 3D-Effekt handelte. Ein spezielles Verfahren von swissQprint lässt die Nyala 2 optische Linsen aus Lack drucken, die einen Lentikular-Effekt ohne spezielle Folien erzeugen. Das Ergebnis sind dreidimensionale Effekte, echte Eye-Catcher, für die Kunden gerne auch einmal tiefer in die Tasche greifen.

Innovationslokomotive

Solche Anwendungen tragen aber nicht nur zum Erfolg der Kunden, sondern ebenso auch zu dem von swissQprint bei. Dabei reizt der Schweizer Hersteller die Möglichkeiten des UV-Drucks bis zum Grenzbe reich aus, wie im Showroom in Kries-

sern zu sehen und zu bestaunen ist. Denn hier werden nicht nur Maschinen vorgeführt, sondern auch neue Applikationen ausgetüfelt.

Über 50 der insgesamt 67 Mitarbeiter von swissQprint sind in Kriessern beschäftigt. Dass unter einem Dach entwickelt und gebaut wird, ist für swissQprint entscheidend: So kann sehr schnell auf sich ändernde Marktbedürfnisse reagiert werden und Neuentwicklungen können einfließen.

Dabei ist der Hersteller global ausgerichtet und vertreibt seine Produkte über ein internationales Netzwerk an Fachhändlern auf allen Kontinenten – in den USA ist swissQprint seit Herbst 2015 auch mit einer eigenen Tochterfirma aktiv. Die Vertriebspartner stehen auch für den Service vor Ort bereit.

Zudem pflegt swissQprint enge Kontakte mit den Anwendern. So fließen laufend neue Erkenntnisse, Anforderungen, Wünsche und auch Ideen aus der Praxis zurück in die Schweiz. Und zwar auf direktem Weg in die Entwicklungsabteilung, wo etwa 15% der hoch qualifizierten Belegschaft beschäftigt ist. Auch die drei Firmengründer sind nach wie vor im operativen Geschäft der eigenständigen AG tätig. «Wir sind mit unseren 67 Mitarbeitern ein kleiner, aber sehr agiler Player im Premium Grossformatdruck», sagt Reto Eicher. So gilt swissQprint als Innovationstreiber und hat die Fachwelt schon mehrfach mit Neuentwicklungen verblüfft. Und diesem Image will das Unternehmen auch in Zukunft gerecht werden. Es will Standards im Digitaldruck definieren und diese weiter verfeinern.

Übrigens: Anfang Februar 2016 feiert die Nyala 2 ihr erstes Jubiläum bei der Atelier Bischof AG. Spätestens dann will Roger Neff die Korken knallen lassen und rechnet damit, dass der Quadratmeterzähler des swissQprint-Druckers bis dahin auf 70.000 stehen wird.

› www.swissqprint.com

MIMAKI TEXTILDRUCKER
STOFFE ON DEMAND

Mimaki hat den TS500P-3200, einen 3,2 m breiten Rollen-Sublimationsdrucker angekündigt, der speziell für den Transferpapierdruck in der Textilindustrie entwickelt wurde. Er bietet Anwendungen für Heimtextilien und Dekorstoffe.

In der Bekleidungsproduktion werden konventionelle analoge Systeme immer häufiger durch On-Demand-Inkjet-Drucker ersetzt, da diese in kürzester Zeit Drucke mit hoher Variantenvielfalt in kleinen Auflagen produzieren.

«Den Anfang machte die Mode-Industrie, die die Vorteile nutzte, um massgeschneiderte Produkte herzustellen», erläutert **Mike Horsten**, General Manager Marketing EMEA bei Mimaki Europe.

«Heute sehen wir, dass sich dieser Trend auf die Innendekoration und des Home Styling ausdehnt. Zudem ist dieser Wandel nicht auf das Produktionsverfahren beschränkt, sondern betrifft auch die Produktionsstandorte, die von den weit entfernten Niedriglohnregionen näher an die Verbraucher kommen. Wir sind davon überzeugt, dass dieser Trend auch die Produktion von von Gardinen, Polsterungen und Bettwäsche erfassen wird. Personalisierung und lange Lieferzeiten passen eben nicht zusammen.»

Der TS500P-3200, der für diese Anwendungen konzipiert ist, besitzt einen neuen Druckkopf für den Druck mit bis zu 180 m²/h. Zwölf

Druckköpfe sind in drei Zeilen versetzt angeordnet, um den richtigen Winkel sowie eine exakte Positionierung bei grossem Kopfabstand zu gewährleisten. So werden auf dünnem Transferpapier hochwertige Druckergebnisse erzielt. Das Advanced Pass System 4 von Mimaki unterdrückt die Streifenbildung (Banding), indem die Grenzen des Farbauftrags durch eine reduzierte Tröpfchenzahl aufgelöst werden. Darüber hinaus erlaubt die neu entwickelte automatische Medienzuführung auch bei hohen Geschwindigkeiten den zuverlässigen Transport des Transferpapiers. Dabei werden keine Luftschadstoffe (VOC) abgegeben und die CO₂-Emissionen verringert.

«Die Nachfrage nach Heimtextilien steigt im Vergleich zum PVC-Lösemitteldruck weiter an. Der Grund dafür liegt in der flexiblen Produktion, die es erlaubt, Designs zu entwerfen, mit denen schnell auf aktuelle Modetrends reagiert werden kann», erklärt Mike Horsten. Der Markt für Innendekoe wachse weiter und dieses Drucksystem Sorge dafür, dass anspruchsvolle Designs auch produziert werden könnten.

› www.mimakieurope.com



Vorhang auf für den Mimaki TS500P-3200 Tintenstrahldrucker, der Sublimationsdrucke auf extrabreiten Stoffen zur Produktion von Heimtextilien produziert.

SAZIO
Vinothek, Bar, Ristorante

Seefeldstrasse 27
8008 Zürich
www.sazio.ch

«UV LOW ENERGY»

PRAXISERFAHRUNGEN

Donnerstag, 28. Januar 2016, 18.30 Uhr

Ort

Berufsschule für Gestaltung Zürich
medien form farbe
Ausstellungsstrasse 104
CH-8005 Zürich

Kosten

Mitglieder und Partnermitglieder:
CHF 20.- pro Person
Nichtmitglieder:
CHF 40.- pro Person
Lehrlingsmitglieder:
kostenlos

Grafisches Forum Zürich

Vereinigung für Weiterbildung
in der grafischen Industrie
Seefeldstrasse 62, 8008 Zürich
Telefon: 044 380 53 10
Fax: 044 380 53 09
www.gfz.ch info@gfz.ch

Nach zwei Jahren Erfahrung in der Produktion mit «UV Low Energy», ist die Zeit für eine Standortbestimmung gekommen.

Bernhard Wicki, Geschäftsführer von Epple Druckfarben GmbH Schweiz, ist seit Einführung dieser Technologie mit ihr konfrontiert und somit ein ausgewiesener Fachmann für eine Standortbestimmung.

In seinem Referat beleuchtet er die «UV Low Energy» einerseits unter dem Aspekt der Drucktechnologie (Platten, Farben, Gummituch und Prüfung), andererseits aus der Sicht der Kostenentwicklung. Ebenso gehören die Gesichtspunkte der Umwelt (Entsorgung), Sicherheit (Arbeitssicherheit) und Gesundheit (Erfahrungen) zum Inhalt seines Vortrags.

Besuchen Sie dieses Guerilla-Seminar «UV Low Energy» um aus erster Hand alle Aspekte dieser Technologie zu erfahren und ihre Kompetenz zu steigern.

Referent

Bernhard Wicki
Epple Druckfarben GmbH

Anmeldung auf www.gfz.ch

QuarkXPress 2015

EINS KAUFEN, ZWEI ERHALTEN

Der Beginn des neuen Jahres ist der ideale Zeitpunkt, um QuarkXPress 2015 zu erwerben. Bis zum 15. Februar 2016 erhalten alle Kunden, die eine QuarkXPress 2015 Lizenz erwerben oder ein Upgrade von einer beliebigen Vorgängerversion auf QuarkXPress 2015 durchführen, eine zusätzliche QuarkXPress 2015 Vollversion kostenlos dazu.

QuarkXPress 2015 ist die aktuelle Version der führenden Design- und Seitenlayout-Software von Quark für Kreativ-Profis. In einer kürzlich durchgeführten Umfrage haben die QuarkXPress Anwender die aktuelle Version QuarkXPress 2015 mit überwältigender Mehrheit zur QuarkXPress Lieblingsversion aller Zeiten gewählt. Die Software ist mit den zehn am häufigsten von den Anwen-

Epson

NEUE ROLLE-ZU-ROLLE-DRUCKER

Epson präsentiert drei neue 162,6 cm breite Rolle-zu-Rolle-Drucker für die Werbetechnik. Die neuen Modelle SureColor SC-S40600, S60600 und S80600 wurden gegenüber ihren Vorgängern umfassend überarbeitet und verbessert. Die Epson SureColor SC-S40600 und S60600 sind ab sofort, der Epson SureColor SC-S80600 ab März 2016 erhältlich.

Der neue Epson SureColor SC-S40600 ist als Vierfarbdrucker mit einer maximalen Druckgeschwindigkeit von bis zu 58,4 m²/h besonders für den Einstieg in den Werbetechnikdruck geeignet. Der Epson SureColor SC-S60600, ebenfalls ein Vierfarbdrucker aber mit doppelt ausgeführtem Druckkopf und daher mit einer maximalen Druckgeschwindigkeit von bis zu 95,3 m²/h, wurde speziell für

Mimaki auf der wetec

LÖSUNGEN FÜR ALLE BESUCHERGRUPPEN

Mimaki wird an der alle zwei Jahre stattfindenden Werbefachmesse wetec vom 4. bis 6. Februar 2016 in Stuttgart teilnehmen und seine innovativen Drucklösungen ausstellen.

Für die Produktion von Werbeplakaten und Bannern stehen die neuesten Eco-Solventdrucker-Serien JV150/JV300 und CJV150/CJV300 mit einer maximalen Druck-

kömmlichen Formate ändern zu müssen. Das System kann maximal 153 mm dicke Materialien bedrucken. Die Besonderheit dieses Druckers ist, dass sich der Tisch beim Drucken bewegt und nicht der Druckkopf. Dies führt zu einer genaueren Tropfenplatzierung, die feine Linien, Kanten und kleine Texte klar darstellt.

Ein weiteres Thema in Bezug auf den UV-Druck ist die Bemusterung beziehungsweise Kleinserienfertigung von Ver-

Colorrizer

KOLORIERUNG UND PRINTDESIGN

ColorGate bietet mit Colorrizer eine Kolorierungssoftware für den industriellen Digitaldruck. Mit Colorrizer erfolgt bereits die Design- und Kollektionsentwicklung im Arbeitsfarbraum des digitalen Produktionssystems, sodass die verfahrensbedingten Druckfarbräume direkt bei der Designgestaltung berücksichtigt werden können. Designer erhalten mit Color-



den gewünschten Verbesserungen ausgestattet und verfügt über 64-Bit-Leistung, zertifizierte PDF/X-4-Ausgabe und Funktionalität zum Erstellen von eBooks mit festem Layout. QuarkXPress ist als unbeschränkte Kauflizenz für Mac OS X und Windows verfügbar. Es ist kein Abonnement erforderlich.

› www.quark.com/2015

den hochproduktiven Dauereinsatz konzipiert. Beide Modelle setzen auf die neuen Epson UltraChrome GS3-Tinten. Der Epson SureColor SC-S80600 ist mit einem zweiten Druckkopf ausgestattet. Auch seine Nutzer profitieren von den neuen Epson UltraChrome GS3-Tinten aber mit einer zusätzlichen Rottinte. Zusätzlich bietet diese Maschine die Möglichkeit mit Weiss oder Metallic-Silber zu drucken.

› www.epson.de



breite von bis zu 161 cm bereit.

An Hersteller von Aufklebern, Etiketten und Fenstergrafiken richten sich die Mimaki Schneideplotter CG-SRIII und CG-FXII, die auf der Messe vorgestellt werden. Mit der Print & Cut Maschine CJV150/CJV300 zeigt Mimaki darüber hinaus, wie spezielle Etiketten für die Textilveredelung gefertigt werden können.

Als Neuzugang für den industriellen Druck wird der UV LED Flachbett-Drucker UJF-7151 plus präsentiert, der ab sofort verfügbar ist. Damit können hochqualitative Inkjet-Drucke auf verschiedensten Materialien bis zu einer Größe von 71 cm x 51 cm hergestellt werden. Er ermöglicht vielen Siebdruckereien den Einstieg in den Digitaldruck, ohne ihre her-

packungen: So kann man zuerst mit einem kleinformatigen UV LED Flachbett-Drucker auf Kartonagen, Pappen etc. drucken, welche im zweiten Schritt mit dem Flachbett-Schneideplotter CFL-605RT konturgenau ausgeschnitten und gefalzt werden.

Zu guter Letzt zählt der Sublimationsdruck zum Ausstellungsfokus von Mimaki. Beach Flags, Banner, Light Boxen und vieles mehr dekorieren heute alle Arten von gut ausgestatteten Geschäften und Events. Mimaki zeigt mit der neuen TS300P-1800 Digitaldruckmaschine, wie man mithilfe des Sublimationsdruckes hochproduktiv verschiedenste qualitative Soft Signage- und Point-of-Sale Anwendungen erstellen kann.

› www.mimaki.de

rizer eine leistungsfähige Kolorierungssoftware, die ihnen schon beim Import von PSD-Dateien aus Photoshop den maximalen Farbraum (EN colorspace oder gamut) für die jeweilig eingesetzten Drucksysteme vorgibt. Dazu gehört auch eine automatische Farbtransformation, die Farben ausserhalb des gewählten Farbraums automatisch in die bestmögliche korrespondierende Farbe innerhalb des verfügbaren Farbraums konvertiert. Der Import von bestehenden Farbbüchern und -bibliotheken ist ebenso möglich wie der Import von Farbdaten aus konventionellen Druckverfahren.

› www.colorgate.com

THIEME 3020 D INDUSTRIELLER DIGITALDRUCK AM START

Bei der westfälischen Druckerei Blase wurde sie ein Dreivierteljahr im täglichen Einsatz und auf Herz und Nieren getestet, wobei noch manche Verbesserungen umgesetzt wurden. Jetzt übernimmt die erstmals installierte digitale Druckmaschine Thieme 3020 D industrielle Aufgaben, die bisher dem Siebdruck vorbehalten waren.

Text und Bild: Thieme

Die in Lübbecke bei Bielefeld ansässige Blase GmbH, mit rund 250 Mitarbeitern eine der größten deutschen Siebdruckereien, ist auf industrielle Druckanwendungen wie Schilder, Glasdrucke und Folientastaturen spezialisiert. Für solche Druckaufgaben wurde Anfang 2015 das Digitaldrucksystem 3020 D des Maschinenherstellers Thieme GmbH installiert.

«Mit dieser Digitaldruckmaschine beschreiten wir neue Wege im industriellen Druck und haben die Möglichkeit, unseren Kunden in der ihnen bekannten Qualität Produkte zu liefern, die die Vorteile des Digitaldrucks voll ausspielen. Dazu gehören insbesondere die Individualisierungsmöglichkeiten auch bei kleinen Auflagen, die Flexibilität in zeitlicher Hinsicht sowie die Möglichkeiten des Vierfarbdrucks von bildhaften Motiven», erklärt Blase-Geschäftsführer Thomas Struckmeier und ist sich sicher, in eine «zukunftsweisende Technologie» investiert zu haben.

Armin Gerland, Leiter des Bereichs Drucksysteme bei Thieme, gibt das Lob gern an seinen Kunden zurück: «Als Pioniere im industriellen Druck haben Thomas Struckmeier und sein Team einen grossen Anteil am erfolgreichen Abschluss der Testphase. Von ihrer Seite kamen zahlreiche konstruktive Ideen und Verbesserungsvorschläge, die wir kurzfristig umsetzen konnten.»

Die Druckerei Blase, die mehrere Siebdruck-Maschinen von Thieme im Einsatz hat, habe sich mit der Entscheidung für die neue Digitaldrucktechnik auf einen aussichtsreichen Weg begeben, da in Zukunft auch im industriellen Bereich immer mehr digital gedruckt werde, ist Gerland überzeugt.

Identische Maschinenplattform

Doch der Siebdruck bleibt bei vielen Anwendungen nach wie vor unverzichtbar. Die aus mehreren Folien-schichten bestehenden Tastaturen werden bei Blase in einem kombinierten Digital-/Siebdruck-Prozess hergestellt, der individuelle Gestaltungsmöglichkeiten ermöglicht. So wird der Digitaldruck den Siebdruck nicht ablösen, sondern ergänzen, da jede Drucktechnologie ihre spezifischen Vorteile aufweist.

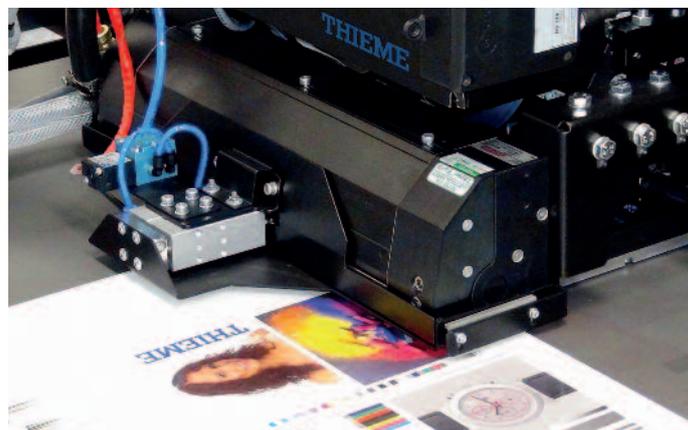
Bei Blase basieren die Drucksysteme auf derselben Thieme-Maschinenplattform. Für den industriellen Digitaldruck bedeute die Thieme-Eigenentwicklung einen grossen Sprung in puncto Qualität, teilt der Hersteller mit. Denn es handele sich um «echten Maschinenbau», der die hohen Anforderungen im industriellen Bereich an Druckgenauigkeit und Konturenschärfe erfülle.

Für Anwender beider Drucktechnologien hat die einheitliche Maschinenplattform zudem den Vorteil, dass das Materialhandling (zum Beispiel fahrbarer Drucktisch, Anlegepunkte, flexible Vakuumzonen) sowie Zusatzausrüstungen (Integration von Reinigungs- und Ionisationsanlagen) identisch sind, wodurch ein effektiver Druckablauf gewährleistet ist. Die Thieme 3020 D ist für einen Formatbereich von 780 mm x 1.080 mm bis 2.060 mm x 3.360 mm ausgelegt,

wobei sich auch kundenspezifische Formate realisieren lassen. Mit dem System lassen sich zudem unterschiedliche Materialien wie Papier, Kartonagen, Folien, Glas, Metall und Kunststoff mit einer Stärke von bis zu 50 mm bedrucken. Damit erfüllt die Thieme 3020 D die Anforderungen im industriellen Foliendruck, der bei Blase zu den Schwerpunktanwendungen gehört.

Flexibel und mit Spielraum

Auch das Druckwerk, das mit Druckköpfen von Konica-Minolta bestückt ist, wurde auf hohe Flexibilität ausgelegt. So sind Zahl und Anordnung der Druckköpfe mit einer maximalen Auflösung von 1.600 x 2.160 dpi variabel. Es können Tinten unterschiedlicher Hersteller und sogar kundenspezifische Tinten verwendet werden. «Gerade im industriellen Umfeld mit seiner Vielfalt an Anwendungen ist es wichtig, dass wir das Maschinenkonzept flexibel an sich verändernde Voraussetzungen anpassen können», erklärt Harry Götz, Produktmanager Digitaldrucksysteme bei Thieme. Thomas Struckmeier bestätigt dies aus Sicht des Anwenders: «Wir müssen täglich mit ganz unterschiedlichen Anforderungen unserer Kunden umgehen. Die Kombination aus industriellem Digital- und Siebdruck eröffnet uns neue Möglichkeiten.»



Das digitale Druckwerk lässt sich variabel mit Druckköpfen bestücken und bietet eine Auflösung von bis zu 1.600 x 2.160 dpi. Es können Tintensysteme verschiedener Hersteller und bei Bedarf auch hauseigene Tinten des Kunden verwendet werden.

➤ www.thieme.eu
➤ www.blase.de

INCA ONSET X-SERIE ZUKUNFTSSICHERE FLEXIBILITÄT

Ende Oktober gab Inca Digital die Markteinführung der neuen UV-Flachbett-Inkjet-Drucker der Serie Onset X für das Grossformat bekannt. Mit ihrer Produktivität, Qualität, Zuverlässigkeit und der «zukunftsicheren» Skalierbarkeit sollen die drei Modelle, die weltweit exklusiv von Fujifilm vertrieben werden, neue Massstäbe im Wide Format Printing setzen.

Text und Bild: Fujifilm

Die Onset X-Drucker basieren auf einer neuen skalierbaren Plattform, die einen grösseren Vakuumschisch mit 25 Zonen bietet. Auch der Druckkopfwagen zur Aufnahme von bis zu 14 Farbkanälen ist ein Novum. Dadurch lassen sich Onset X-Drucker im Hinblick auf Produktivität, Farben und Qualität auf sich ändernde Produktionsanforderungen konfigurieren. So lässt sich das Einstiegsmodell Onset X1 auf den leistungsfähigeren Onset X2 und schliesslich auf das Spitzenmodell Onset X3 aufrüsten. Die Drucksysteme verarbeiten Substrate bis zum Format 3,22 m x 1,6 m und einer Stärke bis zu 50 mm und arbeiten mit verschiedenen Fujifilm Dimatix-Druckköpfen, die sich abhängig von den Qualitäts- oder Geschwindigkeitsanforderungen konfigurieren lassen.

Mit einem Durchsatz von bis zu 560 m²/h (was 112 Druckbettbelegungen pro Stunde entspricht) ist der Onset X1 ein Drucksystem für hochwertige Grafiken und Bilder. Der Onset X1 verfügt über acht aktive Kanäle, darunter vier Kanäle für CMYK. Die übrigen Kanäle können nach Bedarf mit einer Kombination aus hellem Magenta, hellem Cyan, Weiss und Orange (LmLcWO) konfiguriert werden. Auf Wunsch lässt er sich durch einen zusätzlichen Wagen auf einen Onset X2 oder X3 aufrüsten.



Die Modellreihe Onset X lässt sich flexibel aufrüsten bis zum Spitzenmodell mit einer Leistung von 725 m²/h.

Mit einem zweiten CMYK-Satz zeichnet sich der Onset X2 durch noch höhere Produktivität (725 m²/h beziehungsweise 145 Druckbettbelegungen pro Stunde) aus. Sechs LmLcWO-Kanäle sorgen optional für zusätzliche Vielseitigkeit und Qualität. Mit 14 Kanälen lässt sich der Onset X2 ebenfalls aufrüsten und bietet die Möglichkeit, die Kapazität zu erhöhen. Abhängig von den jeweiligen Anforderungen können Aufträge in verschiedenen Druckmodi – unidirektional, bidirektional, Spitzenqualität – verarbeitet werden.

Mit seiner Druckgeschwindigkeit von bis zu 900 m²/h (180 Druckbettbelegungen pro Stunde) bietet der Onset X3 drei CMYK-Farbkanäle sowie wahlweise Weiss oder Orange und Druckköpfe mit einer Tröpfchengrösse von 14 oder 27 Pikolitern.

Hard- und Software verbessert

Die neue Produktfamilie zeichnet sich durch Verbesserung der Hard- und Software aus, die den Ruf von Inca als Entwickler von UV-Grossfor-

mat-Flachbettdruckern mit hoher Produktivität, Qualität und Zuverlässigkeit festigen.

Bemerkenswert ist der Vakuumschisch mit 25 Zonen, womit sich das Maskieren des Druckbetts erübrigt. Die Rüstzeiten können damit verringert und die Produktivität beim Druck von Kleinauflagen erhöht werden. Die Vakuumschisch lassen sich unabhängig voneinander steuern, häufig verwendete Formate können programmiert und in einer Datenbank gespeichert werden. Laut Inca erhöht allein diese Neuheit die Produktivität der Onset X-Serie um bis zu 20% gegenüber den Vorgängermodellen.

Eine absolut waagerechte Tischfläche ist entscheidend für die präzise Positionierung der Tintentröpfchen. Dabei soll der patentierte «Print-a-Shim»-Prozess von Inca helfen. Bei diesem Prozess misst ein Sensor das Profil des Tisches und definiert eine Kontur zur präzisen Erstellung von sogenannten Ink Shims, die als Abstandshalter fungieren.

Für die Onset X-Serie hat Inca auch eine neue Benutzeroberfläche mit

Funktionen für die Drucker- und Auftragsverwaltung entwickelt. Darüber kann der Operator Aufträge starten und abschliessen, Einstellungen speichern, Druckwarteschlangen einrichten und jede Phase des Druckprozesses steuern und optimieren. Durch die bessere Auftragseinrichtung ausserhalb der Druckmaschine ist eine grössere Anzahl von Parametern (Bedruckstoffe, Druckgeschwindigkeit, Qualitätsmodus, Glanzgrad etc.) bei der Weiterleitung von Aufträgen an den Drucker bereits definiert. Sämtliche Modelle der Onset X-Serie verfügen über Hochgeschwindigkeits-Shutter-Systeme zum Schutz der Druckköpfe, optionale Substratreinigung mit einem Haftwalzensystem zur Entfernung von Schmutzrückständen und ein neu entwickeltes Walzensystem für den Wellpappendruck.

«Die Markteinführung der Onset X stellt die Krönung der langjährigen Zusammenarbeit und der Bündelung des Know-hows von Fujifilm und Inca in der Hardware-, Tinten- und Anwendungstechnologie dar», sagt Steve Wood, Marketing Manager von Fujifilm. «Aus dieser Partnerschaft sind viele Inkjet-Drucksysteme in den letzten 15 Jahren hervorgegangen und haben die Onset zum marktführenden Flachbett-Drucksystem werden lassen. Mit der Markteinführung des Onset X wird diese Produktionsplattform weiter an Attraktivität gewinnen.»

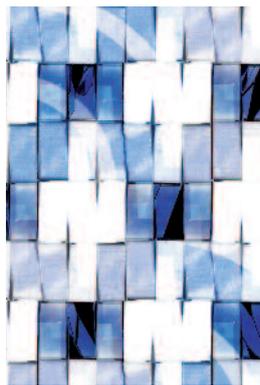
➤ www.incadigital.com

Heimtextil 2016

**ZUKUNFTS-
TECHNOLOGIE TINTE**

Auf der Heimtextil 2016, die in den letzten Tagen in Frankfurt stattfand, zeigte Epson eine Auswahl an Möglichkeiten, wie mit moderner Sublimationsdrucktechnologie hochwertiges Innenraumdekor kostengünstig produziert werden kann. So wurden Vasen, Teller, Tassen und Textilien mit individuellen Mustern und Designs gezeigt.

Individuelles Design im Wohnbereich und bei Textilien werden laut Epson immer stärker nachgefragt. Dazu bietet der Hersteller mit den SureColor SC-F-Druckern nach eigener Aussage effiziente Lösungen zur Produktion solcher Designs in mittleren oder kleinen Auflagen



Neben den Designs von Blooming Bryony, die speziell für die Heimtextil geschaffen wurden (Abbildung unten), konnten Fachbesucher ebenfalls mit Epson Sublimationsdruckern produzierte Materialien von Studenten der Hochschule Niederrhein sehen.

bis hinunter zur Auflage 1. Unterschiedliche Materialien eröffnen dabei der Kreativität Tür und Tor. So wurden Designs von Studenten der Hochschule Nie-

derrhein auf einer Auswahl von rund 20 Materialien unterschiedlicher Dichte und unterschiedlichen Flächengewichtes gedruckt (Abbildung links). Hierdurch eröffnen sich Anwendungen, denen keine Begrenzung durch die zur Verfügung stehende Technologie auferlegt werden.

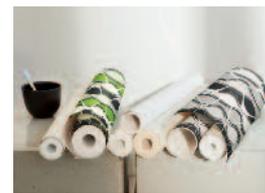
› www.epson.de



Metsä Board

**NACHHALTIGE
TAPETENROHPAPIERE**

Metsä Board präsentierte auf der Heimtextil 2016 die umfangreiche Produktlinie Cresta. Als Rohstoff zur Herstellung der Tapetenrohpa-piere setzt Metsä Board hauptsächlich nachwachsende Frischfasern aus nachhaltig bewirtschafteten nordischen



Wäldern ein und wird damit der Nachfrage nach natürlichen Materialien gerecht. Die Produktlinie Cresta ist für alle Druck- und Verarbeitungsverfahren konzipiert. Sie umfasst Produkte für abwaschbare und abziehbare Wandbeläge für die Wandklebetechnik sowie Vinyl-schaum-, PVC-beschichtete und Papier-Wandbeläge. Darüber hinaus werden Spezialprodukte angeboten, die eine hohe Temperaturbeständigkeit bei der Verarbeitung aufweisen oder die sich besonders für Farben mit Perlglanzpigmenten eignen.

› www.metsaboard.com

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

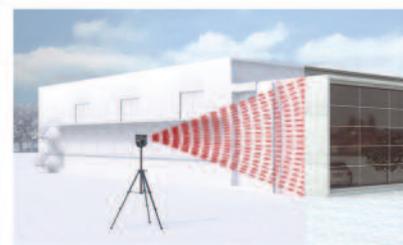
Seit mehr als 30 Jahren schätzen Kunden weltweit unsere Qualität auf höchstem Niveau.

**Grafische Systeme**

Wir entwickeln und fertigen Systeme und Anlagen für die Grafische Industrie. Im Besonderen für den Bereich Pre-Press des Offsetdruckes. Einzelsysteme bis zu vollautomatisierten Prozesslinien.

**Lasersintern**

Auch für unsere grafische Industrie. Wir konstruieren und fertigen lasergesinterte Kunststoffteile als Serienteil oder als Prototyp vollständig werkzeuglos.

**3D-Laserscan**

Auch für unsere grafische Industrie. Wir digitalisieren und dokumentieren Gebäude und Anlagen in den Bereichen Anlagenbau und Reverse Engineering.

PAPERLAB VON EPSON RECYCLING UND PAPIERHERSTELLUNG IM BÜRO

Epson hat eine Papier-Recycling- und Produktionsmaschine für Büros entwickelt, die aus Altpapier neues Papier herstellt. Die Maschine zerkleinert die Dokumente und produziert – ohne den zusätzlichen Einsatz von Wasser – neues Papier. Es handelt sich dabei um einen vereinfachten Recyclingprozess, bei dem das Papier durch einen Umformprozess entsteht.

Text und Bilder: Epson

Papier verfügt als Kommunikationsmittel nach wie vor über eine hohe Anziehungskraft. Dies zeigt auch eine aktuelle Studie von Epson in Europa. 77% der befragten Arbeitnehmer in Italien, Frankreich, Spanien, Deutschland und Grossbritannien nutzen Druck und Papier, um effizient zu arbeiten. 49% gaben an, dass es ohne Drucker erhebliche Auswirkungen auf die Produktivität ihrer Arbeit hätte. Darüber hinaus glauben 61% der Befragten, dass die Fehlerhäufigkeit bei der Bearbeitung eines elektronischen Dokuments höher ist als bei einem ausgedruckten Dokument. 88% der Befragten drucken durchschnittlich 21 Jobs pro Tag, was etwa 83 Seiten entspricht.

Mit anderen Worten: Papier ist aus den Büros nicht wegzudenken. Doch statt nun permanent Papier zu verbrauchen, wegzuerwerfen und neues zu kaufen, bietet Epson mit dem PaperLab einen neu durchdachten Recyclingprozess an.

Zerfasern, Binden, Formen

Altpapier wird im Idealfall in separaten Papiercontainern entsorgt und dem Recyclingprozess zur Papierherstellung zugeführt. Dies gilt auch für vertrauliche Dokumente, die nach dem Shreddern im Aktenvernichter im Altpapier landen. Epson führt diese beiden Prozesse nun zusammen und lokalisiert das Recycling.

Das PaperLab zerkleinert Papier-Dokumente laut Epson in lange, dünne Fasern. Damit sind die Informationen auf dem Papier komplett vernichtet und die Basis für die Papierherstellung im PaperLab geschaffen.

PaperLab erzeugt neues Papier ohne den Einsatz von Wasser. Für das PaperLab hat Epson ein Trockenverfahren entwickelt (Dry Fiber Technology), das sich aus drei separaten Prozessen zusammensetzt: Zerfasern (Fiberizing), Binden und Formen.

Nach dem Zerfasern (Fiberizing) wird eine nicht näher definierte Vielzahl unterschiedlicher Bindemittel zum zerkleinerten Material gegeben. Damit können Stärke, Weissheit, Farbe, Duft, Flammbeständigkeit und andere Eigenschaften beeinflusst werden. PaperLab erzeugt das erste neue Blatt Papier in etwa drei Minuten, nachdem es mit Altpapier befüllt und

der Prozess gestartet wurde. Bei diesem Umformprozess werden etwa 14 DIN-A4-Seiten pro Minute (rechnerisch 6.720 Blätter an einem Acht-Stunden-Tag) produziert. Es lassen sich dabei auch eine Vielzahl verschiedener Papierarten herstellen: A4- und A3-Papier in verschiedenen Stärken, Visitenkarten, farbiges Papier (Cyan, Magenta, Gelb und Mischfarben) und auch parfümiertes Papier.

Noch in Entwicklung

Erklärtes Ziel von Epson ist es, Unternehmen dabei zu unterstützen, die Effizienz zu steigern, Kosten zu sparen und gleichzeitig umweltfreundlicher arbeiten zu können. Dazu bietet Epson stromsparende Business Inkjet-Drucker, die eine hohe Qualität bei niedrigen Druckkosten pro Seite

liefern sollen. Bei Bedarf kann das bedruckte Papier zukünftig auch wiederverwendet werden. Der vereinfachte Recyclingprozess im PaperLab soll es erlauben, weniger neues Papier zu kaufen und die CO₂-Emissionen zu reduzieren.

Ein Prototyp des PaperLabs wurde auf der Eco-Products 2015 vorgestellt. Die Umweltmesse fand vom 10. bis zum 12. Dezember in Tokyo statt. Verkaufsstart des «PaperLab» ist für 2016 zunächst für den japanischen Markt geplant. Der Vertrieb in anderen Ländern steht noch nicht fest.

➤ www.epson.de

Anmerkung der Redaktion:

Die Idee ist ja ganz nett und Recycling grundsätzlich begrüßenswert. Bei diesem Prozess von Epson wird das Papier aber nicht de-inkt und der Papierherstellung als Rohstoff zugeführt, sondern nur verdichtet und unter Zugabe von Bindemitteln (uns unbekannt Chemikalien) neu geformt. Noch ist PaperLab ja ein Prototyp, vielleicht informiert Epson aber bei Markteinführung noch genauer über die Herstellung. Denn nur wenn die Bindemittel auch unbedenklich sind, kann ein solches Verfahren sinnvoll sein. Und endlos lässt sich Papier auch mit diesem Verfahren nicht herstellen, weil der Lebenszyklus einer Papierfaser endlich ist.



Das PaperLab von Epson zerkleinert das Papier bis auf Faserstärke, fügt den Fasern Bindemittel hinzu und formt es zu einem neuen Blatt Papier.



**”Der Austausch innerhalb
der ASW belebt den
Agenturalltag und schafft
neue Perspektiven.“**

Dave Mürner / Patrick Schiess
Inhaber Himmelblau AG
ASW-Mitglied seit 2012

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2016			
04. 02. – 06. 02. 2016	wetec 2016, Fachmesse für Werbetechnik	Stuttgart	 www.wetec-messe.de
18. 02. – 19. 02. 2016	Fogra, Colour Management Symposium	München	 www.fogra.org
08. 03. – 11. 03. 2016	Fespa Digital	Amsterdam	 www.fespa.com
14. 03. – 18. 03. 2016	CeBIT, Global Event for Digital Business	Hannover	 www.cebit.de
15. 03. – 16. 03. 2016	ZLV, 2. Internationale Verpackungskonferenz	Kempten	 www.zlv.de
17. 03. – 18. 03. 2016	Online Print Symposium	München	 www.online-print-symposium.de
06. 04. – 07. 04. 2016	Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Zürich	 www.easyfairs.com
11. 05. – 13. 05. 2016	Deutscher Druck- und Medientag	Bonn	 www.vdmnw.de
31. 05. – 03. 06. 2016	Empack, Label&Print	Hannover	 www.easyfairs.com
31. 05. – 10. 06. 2016	drupa 2016	Düsseldorf	 www.drupa.de
02. 06. 2016	DOXNET-vor-Ort	Düsseldorf	 www.doxnet.eu
16. 06. 2016	Fogra, Forum Smart-Card-Produktion	München	 www.fogra.org
23. 06. – 24. 06. 2016	Packaging Innovations	Hamburg	 www.easyfairs.com
20. 06. – 22. 06. 2016	DOXNET, 18. Jahreskonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	 www.doxnet.eu
29. 06. – 30. 06. 2016	CO-Reach, Dialogmarketing-Messe	Nürnberg	 www.co-reach.de
20. 09. – 25. 09. 2016	photokina	Köln	 www.photokina.de
27. 09. – 29. 09. 2016	FachPack, Fachmesse für Verpackung	Nürnberg	 www.fachpack.de
10. 10. – 12. 10. 2016	World Publishing Expo	Wien	 www.worldpublishing.com
12. 10. – 15. 10. 2016	22. Druck+Form	Sinsheim	 www.druckform-messe.de
19. 10. – 20. 10. 2016	Fogra, Anwenderforum UV-Druck	München	 www.fogra.org
09. 11. – 11. 11. 2016	InPrint	Mailand	 www.inprintshow.com
01. 12. – 02. 12. 2016	Packaging Innovations	Wien	 www.easyfairs.com



COLLIER | VERSCHLUSS: 750ER RO-SÉGOLD. STEINE: AQUAMARIN, AMETHYST, PERIDOT, SPESSARTIN, TANZANIT, TURMALIN
DESIGN BY BARBARA HAUSER

SEEFELDSTRASSE 40
CH-8008 ZÜRICH
TEL +41 44 252 21 55
WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH

ÖFFNUNGSZEITEN

MONTAG
14.15 UHR – 18.30 UHR

DIENSTAG BIS FREITAG
10.15 UHR – 13.00 UHR
14.00 UHR – 18.30 UHR

SAMSTAG
NACH VEREINBARUNG

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

Vorträge erwünscht

18. DOXNET FACH-KONFERENZ

Die Jahresplanung der DOXNET Veranstaltungen im nächsten Jahr läuft an und der Vorstand möchte interessierten Mitgliedern, Ausstellern und Sponsoren frühzeitig die Gelegenheit geben, sich für einen Vortrag während der 18. DOXNET Fachkonferenz & Ausstellung, vom 20. bis 22. Juni 2016 in Baden-Baden zu bewerben. Von Montag bis Mittwoch stehen wieder Führungskräfte aus dem Bereich des Dokumentenmanagements Rede und Antwort, berichten Anwender von interessanten Projekten. Anbieter renommierter Hard- und Softwareunternehmen zeigen ihre neuesten Produkte und Lösungen.

Der grosse Erfolg der neuen Education Vorträge hat den Vorstand bestärkt, dieses Angebot weiterzuführen. So werden am Dienstag wieder Fachvorträge rund um das Thema Dokument anbieten. Angesprochen werden insbesondere Auszubildende, Studenten und Trainees aus den Reihen der Konferenzbesucher.

Interessierten Mitgliedern, Ausstellern und Sponsoren bietet man die Möglichkeit, sich heute schon für einen Hersteller-, Anwender- oder Grundsatzvortrag anzumelden. Details sind auf der Webseite des Verbandes zu finden.

Abgabetermin ist der 15. Februar 2016. Die Vergabe der Vortrags-Slots erfolgt im März 2016 durch den Vorstand.

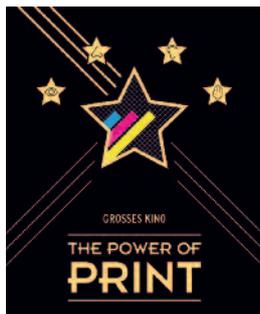
› www.doxnet.eu

Grosses Kino bei Creatura

AUF TOUR DURCH DEUTSCHLAND

Aktuelles Wissen und praxiserprobte Lösungen werden bei den Creatura-Roadshows immer spannend verpackt. Doch diesmal liegt eine besondere Würze neben den faszinierenden Vorträgen auch in der Atmosphäre. Ganz passend zum Motto wird die Creatura-Roadshow in den CinemaxX-Kinopalästen zu Gast sein.

Auf der neuen Creatura-Roadshow zeigen führende Experten auf dem Gebiet der multisensorischen Kommunikation, wie man Printprodukte von Anfang an richtig kon-



zipiert, gestaltet, produziert und einsetzt, um schnell und nachhaltig Aufmerksamkeit zu gewinnen, die Botschaft tief im Gedächtnis zu verankern und mehr Reaktion zu bekommen.

Darüber hinaus erwartet die Besucher auch ein Messeboulevard mit 15 Ausstellern und zahlreichen inspirierenden Exponaten und Case Studies. Jeder Teilnehmer bekommt auf Wunsch auch eine ganz persönliche Beratung zu Konzeption, Kreation und dem wirkungsvollen Einsatz von Druckveredelungen und Printeffekten.

Die Creatura-Roadshow macht im Februar beziehungsweise März Halt in Hamburg, Dortmund, Köln, Offenbach, München und Stuttgart.

› www.creatura.de

HAST DU PROFIL BIST DU READY



Für die sichere Druckproduktion

Produktionssicherheit und mehr Effizienz durch den ISO-Standard PDF/X.

PDFX-ready hat sich als Verein zum Ziel gesetzt, eine sichere Druckproduktion zu gewährleisten. Bei PDFX-ready sind die führenden Köpfe dabei. Werde Mitglied und lehne dich mit den richtigen Prüfprofilen und Settings für die Adobe-Software entspannt zurück.



PDFX-ready-Leitfaden
Mit Tipps für einen sicheren PDF/X-Workflow.

www.pdfx-ready.ch

PDFX-ready



5. FARBMANAGEMENT-SYMPOSIUM Nach vier erfolgreichen Veranstaltungen lädt die Fogra am 18. und 19. Februar 2016 zur fünften Auflage des Farbmanagement-Symposiums nach München ein. Diesmal berichten ausschliesslich Anwender über ihre Erfahrungen mit den aktuellen Aufgaben und Trends im Bereich des Farbmanagements. Natürlich erhalten Fogra-Mitglieder wie gewohnt einen Vorzugspreis.



› www.fogra.org

FESPA DIGITAL 2016 Anlässlich ihres zehnjährigen Jubiläums wird die Fespa Digital 2016 vom 8. bis 11. März 2016 in Amsterdam stattfinden und mit einer Ausstellungsfläche von 42.000 m² in sieben Messehallen aufwarten. Parallel zur Fespa Digital 2016 wird die Fespa Textile, vormals Fespa Fabric, stattfinden. Dabei werden Textildrucksysteme und -anwendungen in einer eigenen Halle auf 7.342 m² zu sehen sein. Auch die Printeriors 2016 findet parallel statt. › fespadigital.com

SECHS THEMENPARKS In wohl kaum einer anderen Messehalle wird die Innovationsdichte zur drupa 2016 so hoch sein, wie in Halle 7. Im drupa innovation park zeigen rund 130 Aussteller in sechs Themenparks Innovationen rund um Workflowprozesse, Automatisierung und Printtechnologien. Erstmals werden in einem Themenpark auch Geschäfts- und Marketingkonzepte präsentiert. › www.drupa.de

FMI-JAHRESTAGUNG Im Steigenberger-Hotel Thüringer Hof in Eisenach und auf der Wartburg veranstaltet der Fachverband für multimediale Informationsverarbeitung e. V. (FMI) vom 9. bis 11. Juni 2016 seine Jahrestagung. Neben dem Erfahrungsaustausch, Fachvorträgen und der Mitgliederversammlung mit Neuwahlen des Vorstandes geht es im Rahmen des Netzwerkprogrammes auf die Wartburg, zum Burschenschaftsdenkmal und ins AWE-Oldtimer-Museum. › www.fmi-ev.de

POST-INNOVATOR Der Brief ist nicht tot. Im Gegenteil. Er geht ganz neue Wege. Immer mehr Geschäftsdokumente werden auf immer mehr Kanälen verschickt – analog und elektronisch. Individuelle Marketingbotschaften spielen im Kundendialog eine wachsende Rolle. Es wird also Zeit für eine Leistungsschau der Postproduktion und -logistik. Deshalb rufen die Veranstalter zu einem Wettbewerb auf. Gesucht wird der «Post-Innovator des Jahres!». Einsendeschluss ist der 28. Februar 2016. Dann tagt die Jury, gebildet aus Experten des Bundesverbandes Briefdienste, des DOXNET-Verbands, des Postmaster-Magazins und Pitney Bowes. Die Preise werden im Mai auf der drupa 2016 in Düsseldorf übergeben. Die drei Gewinner und deren innovative Projekte werden im Postmaster Magazin vorgestellt. › www.doxnet.eu. › www.briefdienste-online.de › www.pitneybowes.com

22. Leipziger Typotage ÜBER DAS «NEUE» IN SCHRIFTGESTALTUNG

Am 23. April 2016 finden die 22. Leipziger Typotage unter dem Thema «Schrift Neu. Über das «Neue» in Schriftgestaltung und Typografie» im Museum für Druckkunst Leipzig statt. Dabei wird der Bogen von der Erfindung der Druckseite über die Neue Typografie der 1920er Jahre bis zu digitalen Endgeräten und aktuellen Entwicklungen in Schriftgestaltung und -technologie gespannt. Den Auftakt zu den Typotagen 2016 bildet die Eröffnung der von Jost Hochuli kuratierten Ausstellung «Typografie in Briefen» am Vorabend, 22. April 2016. Präsentiert werden von Hand geschriebene Briefe bekannter Gestalter, Typografen und Verleger, die nicht wegen ihres Inhalts, sondern wegen ihrer Schrift gezeigt werden. Nach dem Erfolg der letzten Typotage führen Maurice Göldner und Britt Schlehahn im Anschluss an die Konferenz wieder in einem «typografischen Rundgang» am 24. April durch die Stadt. Alternativ kann man die Typotage bei einem Letterpress-Workshop im Museum ausklingen lassen.

› www.typotage.de

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:
In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin «Druckmarkt impressions».

Telefon 0 26 71 - 38 36
E-Mail:
nico@druckmarkt.com

Printeriors 2016 MESSE FÜR INNEN- RAUMGESTALTUNG

Die Printeriors 2016 findet vom 8. bis 11. März in Amsterdam parallel zur Fespa Digital 2016 statt. Einmal mehr dreht sich dabei alles um die Frage, wie Innenräumen mithilfe von Print eine individuelle Note verliehen werden kann. Besucher der diesjährigen Veranstaltung dürfen sich



auf einen besonderen visuellen und interaktiven Leckerbissen freuen. Die Möglichkeiten des Drucks werden an einem «Hotel» mit 16 Räumen demonstriert, die von Foyers, Badezimmern und Schlafzimmern bis hin zu Cafés, Bars, Sitzungssälen und Läden reichen. Der Print- wie auch der Design-Community möchte dieses anwendungsorientierte Exponat die immer vielfältigeren Diversifizierungsmöglichkeiten im Grossformat aufzeigen – informierend, inspirierend und sensibilisierend. Die Fachmesse wird durch eine eintägige Konferenz zum Thema gedruckte Innendekoration ergänzt, die am 10. März stattfindet. Auf dem Konferenzprogramm stehen Vorträge von Branchenexperten. Die Themen reichen von Design für den Arbeitsplatz, PVC-Anwendungen im Innendekor und bedruckten Möbeln bis hin zu der Frage, wie Grossformatdrucke zu einem echten Blickfang werden können. › www.printeriors.net

Impress DRUCKGRAFISCHE SYMPOSIEN

Aus Anlass des 25-jährigen Jubiläums des BBK Leipzig e. V. zeigt das Museum für Druckkunst bis 24. Januar 2016 aktuelle Arbeiten, die im Rahmen der druckgrafischen Symposien des Vereins im Sommer 2015 in Leipzig und Umgebung entstanden sind. Die Ausstellung wird ergänzt durch Werke aus über zwei Jahrzehnten. Erstmals wird eine Auswahl der beachtlichen Resultate der Symposien in einer gemeinsamen Schau präsentiert. Die alljährlich stattfindenden Symposien in Kooperation mit mehreren Druckwerkstätten vermitteln einen Überblick über die Tendenzen in der zeitgenössischen Druckgrafik im Hoch-, Tief- und Flachdruck. Die über 60 ausgewählten Grafiken zeigen, wie vital, innovativ und facettenreich diese Techniken sind. Unter den Teilnehmern sind sowohl Leipziger als auch internationale Künstler. Neben der Vernetzung steht vor allem die Förderung des künstlerischen Nachwuchses sowie die Schaffung von Arbeitsbedingungen im Vordergrund, die es den teilnehmenden Künstlern ermöglichen, frei von finanziellen Belangen zu arbeiten und sich untereinander auszutauschen. Ergänzt wird die Schau Impress durch historische Druckpressen aus dem Museum. Bei einem Rundgang durch die Dauerausstellung können die Drucktechniken und ihre Geschichte aktiv erlebt werden.

› druckkunst-museum.de



<Druckmarkt
impressions> ist eine
Ergänzung zu den
gedruckten Aus-
gaben. Was nicht
bis zum nächsten Er-
scheinungstermin
warten kann oder
soll, wird in diesem
Zeitschriftenformat
veröffentlicht.

Also: schnell **kostenlos**
bestellen!

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
impressions
PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2016	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
21. 01. – 22. 01.	Akademie der Deutschen Medien, Kompaktseminar E-Books	München	› www.medien-akademie.de
21. 01. – 22. 01.	VDM NW, Adobe Photoshop – Medienneutrale Farbkorrekturen mit ICC-Profil	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
25. 01. – 26. 01.	VDM NW, HTML/CSS – Response Webdesign versus Adaptive Webdesign	Lünen	› www.vdmnw.de
26. 01.	Akademie der Deutschen Medien, Augmented Reality	München	› www.medien-akademie.de
26. 01.	Fogra, Umsetzung der neuen ISO 12647-2	München	› www.fogra.org
26. 01. – 27. 01.	VDM NW, PDF/X – Erzeugung perfekter Druckdaten	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
27. 01.	Schweizerisches Verpackungsinstitut, Einführungstag in das Verpackungswesen	CH-Zürich	› www.svi-verpackung.ch
27. 01.	ZLV, Neue Verfahren und Produkte für Hygiene und Prozesskontrolle	Kempten	› www.zlv.de
28. 01.	VDM NW, PDF/X – Analyse und Korrekturen mit Adobe Acrobat	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
28. 01.	VDM NW, Vertrieb – Akquisitionsmanagement	Lünen	› www.vdmnw.de
01. 02. – 02. 02.	VDMB, Noch erfolgreicher verkaufen! Das Vertriebstaining – Modul 3	Ismaning	› www.vdmb.de
02. 02. – 03. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Produktentwicklung von digitalen Medien	München	› www.medien-akademie.de
02. 02. – 03. 02.	Innoform Coaching, Elektrostatik bei Folienherstellung, -verarbeitung und -nutzung	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
02. 02. – 05. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung	München	› www.medien-akademie.de
03. 02.	Management Forum Starnberg, 3D-Druck – Additive Fertigungstechnologien	München	› www.management-forum.de
04. 02.	VDM NW, Vertrieb – erfolgreiche Kundenrückgewinnung, professionelle Kundenbindung	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
06. 02. – 07. 02.	Typographische Gesellschaft München, Monotypie – Drucken ohne Presse	München	› www.tgm-online.de
08. 02. – 09. 02.	Polar, Kurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
08. 02. – 11. 02.	VDM NW, Neue Medien – Expertentraining	Lünen	› www.vdmnw.de
09. 02. – 10. 02.	Innoform Coaching, Einsteigerseminar: Typische Folienverpackungen für Lebensmittel	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
09. 02. – 10. 02.	VDM NW, Adobe Photoshop – komplexe Freisteller und Masken	Lünen	› www.vdmnw.de
11. 02. – 14. 02.	Typographische Gesellschaft München, Modul: Text und Typografie	München	› www.tgm-online.de
12. 02. – 13. 02.	Typographische Gesellschaft München, Das grosse 1x1 der Printproduktion	München	› www.tgm-online.de
16. 02.	Typographische Gesellschaft München, Druckmedien nachhaltig produzieren	München	› www.tgm-online.de
18. 02. – 19. 02.	Akademie der Deutschen Medien, XML und E-Publishing für freie Lektoren	München	› www.medien-akademie.de
19. 02.	Typographische Gesellschaft München, Geschäftsfeld B-to-B	München	› www.tgm-online.de
19. 02.	VDM NW, Vertrieb – technische Grundlagen der Kalkulation	Lünen	› www.vdmnw.de
19. 02. – 20. 02.	Typographische Gesellschaft München, Schrift: Basis, Schriftart, Schriftwahl	Germering	› www.tgm-online.de
22. 02. – 23. 02.	Management Forum Starnberg, Auftritt und Wirkung	München	› www.management-forum.de
22. 02. – 23. 02.	VDM NW, jQuery – Web-Animationen und Interaktionen per Javascript-Framework	Hamburg	› www.vdmnw.de
22. 02. – 23. 02.	VDM NW, Vertrieb – Basiswissen Kalkulation	Lünen	› www.vdmnw.de
22. 02. – 24. 02.	VDM NW, Adobe InDesign – Basiswissen Layout und Satztechniken	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
22. 02. – 26. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Corporate Publishing Manager	München	› www.medien-akademie.de
22. 02. – 26. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Manager Digitale Medienproduktion	München	› www.medien-akademie.de
23. 02.	Akademie der Deutschen Medien, E-Book-Vertrieb und -Marketing 2.0	München	› www.medien-akademie.de
23. 02. – 24. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Strategieentwicklung in dynamischen Märkten	München	› www.medien-akademie.de
24. 02.	ZLV, Einstieg in die Folienverpackung für Lebensmittel	Kempten	› www.zlv.de
24. 02. – 25. 02.	Innoform Coaching, Mechanische Folienprüfung – Theorie und Praxis	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
29. 02.	impressed, Enfocus PitStop Starter	Hofheim	› www.impressed.de
29. 02. – 02. 03.	VDM NW, Adobe InDesign – Basiswissen Layout und Satztechniken	Hamburg	› www.vdmnw.de
29. 02. – 04. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Online-Marketing Manager	München	› www.medien-akademie.de
01. 03.	impressed, Enfocus PitStop Insider	Hofheim	› www.impressed.de
01. 03. – 02. 03.	Innoform Coaching, Megatrend Convenience: Machen Sie Ihre Verpackungen höflich	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
02. 03.	VDMB, ProzessStandard Offsetdruck: PSO Update: Refresh your Standard	Ismaning	› www.vdmb.de
02. 03.	VDM NW, PDF/X-4 – der neue Standard für digitale Druckvorlagen	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
02. 03. – 03. 03.	Fogra, Farbmanagement – Grundlagen	München	› www.fogra.org
03. 03.	VDM NW, Vertrieb – Akquisitionsmanagement	Hamburg	› www.vdmnw.de

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



→ XYZ.CH gestaltet alles, was es für ein visuelles Erscheinungsbild braucht. Ob Inserate, Werbung, Logos oder Webseiten – am Anfang steht bei uns die Idee.

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung



Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch

WEITERVERARBEITUNG

BEORDA
Direktwerbung



Couvertieren, Folieren...
ein Fall für uns!

www.beorda.ch

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget im Druckmarkt und im Internet im PDF-Magazin «Druckmarkt impressions».

Telefon +41 44 380 53 03

VERSCHIEDENES

GÜTESIEGEL.



Publikation2016
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

ZERTIFIZIERTE QUALITÄT.

DRUCKMARKT wurde vom Verband Schweizer Medien mit dem Gütesiegel für das Jahr 2015 ausgezeichnet.

Stefi Talman



oberdorfstrasse 13 - 8001 zürich - www.stefitalman.ch



Karl Schwegler AG
Druckerei mit Format*

*Plakate Offset + Digital
Grossformatdruck bis 130 x 185cm

Karl Schwegler AG Hagenholzstrasse 65 8050 Zürich
Telefon 044 308 84 11 www.schwegler.com

IMPRESSUM

«Druckmarkt» ist ein unabhängiges Magazin und offizielles Mitteilungsorgan von asw, «gib» Zürich, GFZ, IRD und anderer Vereinigungen. Informationen der Verbände oder Organisationen erfolgen in deren redaktioneller Eigenständigkeit und ausserhalb der Verantwortung der «Druckmarkt»-Redaktion. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion dar. Der Verfasser von Beiträgen ist für die inhaltliche Richtigkeit, rechtliche Korrektheit sowie für die Beachtung der Rechte Dritter verantwortlich. Er verpflichtet sich, «Druckmarkt Schweiz» von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die aufgrund seiner Beiträge geltend gemacht werden, freizustellen.

© by Druckmarkt 2016
Alle Informationen unterliegen dem Copyright. Vervielfältigungen gleich welcher Form oder Menge sind nur mit Genehmigung des Verlages und unter Quellenangabe zulässig.

Auflage und Bezug

Druckmarkt Schweiz erscheint im 14. Jahrgang 6 mal pro Jahr in einer Auflage von 3'700 Exemplaren (verbreitete Auflage: 2'473, WEMF-blaugibt 11/2014).
Jahres-Abopreis: 50.00 CHF (Ausland: 75,00 CHF).

Verlag und Herausgeber

DVZ Druckmarkt Verlag
Zürich GmbH
Seefeldstrasse 62, CH-8008 Zürich
T +41 44 380 53 03

Redaktionsbüro Schweiz

Druckmarkt Schweiz
Ansprechpartner Verkauf:
Seefeldstrasse 62, CH-8008 Zürich
Jean-Paul Thalman
thalmann@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
M +41 79 405 60 77

Redaktion

Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay
(Chefredaktor)
nico@druckmarkt.com
T +41 44 380 53 04
M +49 160 970 790 73
Ahornweg 20, D-56814 Fankel

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

Druckmarkt im Internet:

www.druckmarkt-schweiz.ch
www.druckmarkt.ch
www.druckmarkt.com



Die «Druckmarkt COLLECTION» ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und permanent aktualisiert. Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Dossiers zu speziellen Themen und künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als «Investitionskompass» bündelt die Fachschriftenreihe «Druckmarkt COLLECTION» ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht. Mehr kann eine Messe auch nicht bieten.

