

DRUCKMARKT impressions 110

27. August 2016

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

Swiss Edition

3. DRUPA-RÜCKBLICK ANALYSEN

MARKT & ZAHLEN
ALLES ANDERE ALS EINE SEIFENBLASE
Seite 3.

PRINT
DER DRUCKMASCHINE IST ES EGAL
Seite 10.

FINISHING
DIE HIGHEND-BUCHBINDEREI
Seite 20.

TERMINE
TERMINKALENDER
Seite 38.



QUARKXPRESS 2016

Love print, live digital



JETZT
€100
SPAREN



QuarkXPress 2016: Die bessere Alternative für Kreativ-Profis

NEU: PDF, EPS und AI in native editierbare QuarkXPress Elemente umwandeln.

NEU: Interaktive Broschüren, Flipbooks und Content Marketing Artikel ohne wiederkehrende Kosten einfach erstellen und veröffentlichen.

Extrem schnell, stabil und performant. 64-Bit für Mac und PC. KEIN Abonnement!

SPEZIAL-ANGEBOT FÜR DRUCKMARKT-LESER

Sparen Sie ganze €100 beim Kauf einer Vollversion oder eines Upgrades auf QuarkXPress 2016! Das Angebot ist auf den Erwerb von kommerziellen Lizenzen beschränkt und nur über den Kundendienst unter Nennung des Codes **DRUCKMARKT2016** erhältlich.

TELEFON +49 (0)40 853 328 54

Nur solange der Vorrat reicht. Alle Preise netto zzgl. MwSt.

“ Die neuen Möglichkeiten mit QuarkXPress 2016 Objekte und Seiten aus anderen Programmen zu konvertieren, macht diese Version zu einem wichtigen Upgrade für jeden Anwender. Die Fähigkeit, HTML5-basierte Publikationen mit Interaktivität zu exportieren wird moderne Publisher glücklich machen, und die vielen weiteren Verbesserungen machen das schon schnelle und effiziente Programm noch effizienter. ”



Mehr Informationen und kostenlose Testversion unter www.quark.com/2016

PRINT 4.0

ALLES ANDERE ALS EINE SEIFENBLASE

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 04 KBA berichtet von erfolgreicher drupa
- 06 Basis für Wachstum bei Heidelberg
- 08 Vom Schieferöl zur Druckfarbe
- 09 Unerwünschte Werbung schadet

drupa Review

- 10 Der Druckmaschine ist es egal
- 14 Kreatives Printmagazin CORTISSIMO
- 15 Print hat sich kraftvoll zurückgemeldet
- 16 Eine duftige drupa für Lacke von Follmann
- 20 Die Hightech-Buchbinderei
- 24 Auf Effizienz getrimmt
- 26 Besuchermagnet Smart Finishing
- 27 KAMA punktet beim Digitaldruck-Finishing
- 28 Kunden reden nicht über Print 4.0 – sie setzen es um

Print & Finishing

- 18 28 Meter Hightech-Bogenoffset
- 30 Grasl FairPrint optimiert das Falzen
- 36 swissQprint Creative Challenge

Bedruckstoffe

- 32 Spezial- statt Standardpapiere
- 34 Fedrigoni Kundenbroschüre A CASA

Termine, Bildung & Events

- 38 Terminkalender
- 39 Druck+Form 2016
- 40 Nachrichten
- 44 Seminare & Veranstaltungen

- 45 Business to Business
- 45 Impressum

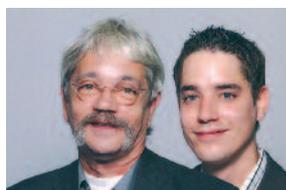
Wir sind immer etwas vorsichtig, wenn es um Trends geht. Die kommen und gehen und sind zum Teil so kurzlebig wie Seifenblasen. Doch es haben sich auch Technologien etabliert, die nur schwer als Trend einzuordnen sind. Das Internet etwa, von einigen in der Vergangenheit auch schon mal als Modeerscheinung bezeichnet, ist eine solche Realität geworden. Es wird auch so schnell nicht wieder verschwinden und dabei alles verändern, was in irgendeiner Form digitalisiert werden kann.

Doch davon abgesehen, sind wir in den letzten zwei Monaten immer wieder gefragt worden, welche Trends denn nun die drupa gesetzt hat. Bei genauem Hinsehen hat die Messe eigentlich keine neuen Trends gesetzt, sondern «nur» die ohnehin bekannten bestätigt. Drucker kämpfen mit geringeren Auflagen, mehr Kleinaufträgen oder Variationen, kürzeren Lieferzeiten oder Just-in-Time-Produktionen. Und das bei sinkenden Preisen und Margen – mit der Perspektive, dass der Kostendruck anhalten wird.

Jeder weiss inzwischen, dass auf diese generellen Herausforderungen nur schwerlich alleine mit neuen Maschinen reagiert werden kann. Es gibt in Wahrheit nur eine einzige Antwort. Print 4.0 als Adaption dessen, was als Industrie 4.0 auch in anderen Branchen erkennbar ist: die Vernetzung ganzer Produktionsprozesse auf Basis des Internet. Diese neue Dimension Print 4.0 wurde auf der drupa 2016 allerdings mehr als deutlich.

Doch auf dem Weg dorthin gibt es für viele Druckereien die Hürde oft nur unzureichender IT-Kompetenz. IT-Know-how, so viel ist heute schon abzusehen, wird aber in Zukunft noch weit mehr gefragt sein als bisher. Die Übernahme von Kundendaten im offenen Shop oder in geschlossenen B2B-Workflows (meist auch über Browser und Internet), gehört ebenso dazu wie die kompromisslose Vernetzung aller administrativen Systeme sowie Produktionsmaschinen von der Vorstufe bis zum Versand. Das lässt sich kaum noch mit Bordmitteln realisieren.

Deshalb dürften sich nicht wenige Drucker fragen, ob sie in einer derart datenlastigen Branche noch ihr Glück finden? Oder ob Print 4.0 nicht doch vielleicht nur etwas für Grossbetriebe ist? Die erste Frage muss jeder für sich selbst beantworten. Bei der zweiten können wir ein wenig weiterhelfen: Print 4.0 hilft gerade kleinen Unternehmen via Vernetzung mit Kunden und Kollegenbetrieben fehlende Grösse zu kompensieren. Und: Print 4.0 ist wie das Internet kein Trend, keine Modeerscheinung und schon gar keine Seifenblase, sondern der einzige Weg, zukünftig wirtschaftlich produzieren zu können. Und spätestens in zwei, drei Jahren werden sich viele Unternehmen fragen, wie sie vorher eigentlich produzieren konnten?



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

LACKIEREREI AUSGEGLIEDERT manroland web systems hat die bislang hausintern geführte Lackiererei ausgegliedert. Sie wurde zum 1. Juli dieses Jahres vom Dorrer & Englmeier Beschichtungszentrum übernommen. Das auf Lackierungen und Beschichtungen spezialisierte Unternehmen residiert zudem ab sofort auf dem Werksgelände von manroland. Die Anlagen von manroland web systems werden von Dorrer & Englmeier weitergeführt. Alle in der Lackiererei beschäftigten Mitarbeiter von manroland setzen ihr Arbeitsverhältnis bei Dorrer & Englmeier fort.

AUSGEZEICHNET Die Heidelberger Druckmaschinen AG wurde auf ihrem Digitalisierungsweg ausgezeichnet. Die Softwareanwendungen «Heidelberg Assistant» und «View 2Connect» wurden in unterschiedlichen Kategorien der Digital Leader Awards 2016 von IDG Business Media und Dimension Data Deutschland ausgezeichnet. Insgesamt wurden acht herausragende Digitalisierungsprojekte gekürt, die neuartige Ansätze gezeigt haben. > www.heidelberg.com

WACHSTUMSKURS Die technotrans AG bleibt auf Wachstumskurs. Vor allem die Entwicklung in der Druckindustrie und in den Perspektivmärkten trug nach Informationen des Unternehmens zum positiven Geschäftsverlauf im ersten Halbjahr 2016 bei. So stieg der Umsatz um 5,3% auf 63,6 Mio. €, während der operative Gewinn (EBIT) durch Sondereffekte auf dem Vorjahresniveau von 4,4 Mio. € verblieb. Der Vorstand bestätigte zugleich die Prognose für das laufende Geschäftsjahr. > www.technotrans.de

FINANZIERUNGSLÖSUNG EFI bietet seinen Kunden in zahlreichen europäischen Ländern ein Finanzierungsprogramm mit der niederländischen DLL Group, Eindhoven, an. Gegenstand sind Miet- und Leasingoptionen für EFI-Inkjet-Drucker für Werbetechnik, Verpackungen, Etiketten, den industriellen Textil- und Keramikdruck. > www.efi.com

WELT-FOTO-TAG Am 19. August 2016 war Welt-Foto-Tag. Was ja nicht heisst, dass nur an diesem Tag fotografiert wird. Jeden Tag wird millionenfach auf den Auslöser gedrückt. Im kommenden Jahr sollen wohl etwa 1,3 Billionen Bilder aufgenommen werden.

Was aber fangen wir mit all diesen Bildern an? Die meisten leben ausschliesslich in digitaler Form weiter, befinden sich auf Smartphones und werden geteilt. Aber auch der Ausdruck der Bilder wird immer attraktiver – und der Markt wächst. Fotobücher, Kalender, Karten oder anderen Fotoartikel liegen noch immer im Trend. > www.xerox.com

KBA BERICHTET VON ERFOLGREICHER DRUPA PROGNOSE FÜR UMSATZ UND ERGEBNIS ANGEHOBE

Der Halbjahresbericht von KBA zeugt von einer erfolgreichen drupa 2016 und hohen Bestellungen im Wert von 352,5 Mio. € im 2. Quartal. Dies sichert KBA eine Auslastung über das Jahr 2016 hinaus. Laut Halbjahresbericht hat sich auch das Ergebnis des Druckmaschinenherstellers stark verbessert.

Der Auftragseingang lag bei der Koenig & Bauer-Gruppe von April bis Juni 2016 mit 352,5 Mio. € um 17,2% über der Vorjahresperiode – obwohl in den Quartalszahlen nur etwa ein Drittel der zur Messe in dreistelliger Millionenhöhe erteilten Aufträge enthalten sei. Der Nachholeffekt werde für zusätzliche Impulse im zweiten Halbjahr sorgen, da KBA nur vollständig dokumentierte und finanziell abgesicherte Aufträge einbuche.

Nach den Zahlen des Halbjahresberichtes waren die Neubestellungen auf Konzernebene mit 618,8 Mio. € um 1,9% höher als im Vorjahr. Der Umsatz sei im Vergleich zu 2015 um 29,7% auf 553,9 Mio. € und der Auftragsbestand um 7% auf 639,8 Mio. € gestiegen. «Dies ist ein gutes Polster für die zweite Jahreshälfte und gibt uns ausreichend Sicherheit, trotz der bestehenden konjunkturellen und politischen Turbulenzen unsere Geschäftsziele für 2016 zu erhöhen. Wir erwarten nunmehr einen Konzernumsatz zwischen 1,1 und 1,2 Milliarden Euro», sagt der Vorstandsvorsitzende



Claus Bolza-Schünemann.

Im Segment Sheetfed hat die drupa laut KBA Aufträge in dreistelliger Millionenhöhe gebracht. Mit 290,8 Mio. €

habe der Auftragseingang bei guten Margen den geplanten Wert erreicht, angesichts der schwächeren Konjunktur in einigen Kernmärkten jedoch nicht die Vorjahreszahl von 368,1 Mio. €. Der Umsatz habe um 22,1%

zahlen nähergekommen. Die gestiegene Nachfrage im Wertpapier-, Blech-, Kennzeichnungs-, flexiblen Verpackungs- und Glasdirektdruck liess den Auftragseingang gegenüber 2015 um 47,7% auf 294,0 Mio. € an-



Gute Geschäftszahlen und eine sehr erfolgreiche drupa prägten das zweite Quartal 2016 bei KBA.

auf 291,7 Mio. € zugelegt. Obwohl bereits sämtliche drupa-Kosten und die Entwicklungsaufwendungen für eine neue digitale Bogen-Druckmaschine erfasst seien, stieg der Segmentgewinn laut KBA auf 8,6 Mio. € (gegenüber 3,8 Mio. € 2015). Für Digital & Web meldet KBA einen Auftragseingang von 66,0 Mio. €. Der Umsatz stieg dabei um über 75% auf 64,5 Mio. €, wobei Digitaldruckanlagen für den Dekor- und Wellpappenmarkt einen hohen Anteil ausmachen. Der Auftragsbestand mit 71,8 Mio. € blieb auf gutem Niveau. Trotz der Entwicklungsaufwendungen für den Digitaldruck wurde der Segmentverlust auf –0,9 Mio. € reduziert (2015: –8,9 Mio. €). Damit sei auch Digital & Web dem Jahresziel schwar-

steigen. KBA meldet zudem im Vergleich zum Vorjahr einen Umsatzanstieg von 37,7% auf 233,9 Mio. €. Der Auftragsbestand zur Jahresmitte sei mit 310,2 Mio. € um 38,2% höher als im Vorjahr. Der Segmentgewinn lag bei 20,1 Mio. €.

Die Exportquote im Konzern stieg im Vergleich zum Vorjahr von 84,9% auf 86,1%. Ins europäische Ausland gingen 28,4%, nach Nordamerika 14,1%, in die Region Asien/Pazifik 30,4% und nach Lateinamerika und Afrika 13,2% der Lieferungen. Ende Juni 2016 waren in der KBA-Gruppe 5.201 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig, 65 weniger als im Vorjahr.

> www.kba.com

Canon

REGIONALE D/A/CH-ORGANISATION

Canon hat das Consumer-Geschäft von Deutschland, Österreich und der Schweiz in der neu gegründeten Consumer Imaging Group (CIG) gebündelt. Mit dem regionalen Geschäftsmodell sollen Synergien besser genutzt, regionale Ressourcen und Know-how bestmöglich gebündelt sowie den lokalen Marktgegebenheiten die notwendige Bedeutung zugeordnet werden.

Der Canon Consumer-Bereich umfasst Marketing und Vertrieb von Foto- und Videokameras, Druckern, Multifunktionsgeräten, Scannern, Faxgeräten und Projektoren. Guido Jacobs, Country Director der Canon Consumer Imaging Group D/A/CH, berichtet an Rainer Führes, Geschäftsführer der Canon Deutschland GmbH.

› www.canon.de

Social Media Studie

SOCIAL VISITS IN LOKALZEITUNGEN

Gogol Publishing hat bei 212 Lokalzeitungen aus Deutschland untersucht, wie viele Besuche der Online-Auftritt durchschnittlich über Social-Media-Kanäle wie Facebook oder Twitter bekommt. Dazu wurde die Social-Reichweite ins Verhältnis zu der verbreiteten Auflage der Zeitung gesetzt.

Das Ergebnis: Durchschnittlich erzielen Lokalzeitungen im Monat 2,2 Social Visits pro gedrucktem Exemplar. Eine Zeitung mit einer Auflage von 50.000 würde also 110.000 Online-Visits über soziale Medien erhalten. Die meisten SocialVisits pro Auflage (11,6) erreicht die «Hamburger Morgenpost». Auch die kleinere «Ender Zeitung» ist unter den Top Ten vertreten.

Ihre Platzierung im Ranking können die Zeitungen bei Gogol Publishing erfragen.

› www.gogol-publishing.de

Klebesysteme

NESCHEN WILL WEITER WACHSEN

Seit mehr als 40 Jahren steht der Bereich Industrial Applications bei Neschen unter dem Motto «Develop, Design, Deliver». Der Spezialist für Selbstklebeprodukte bietet massgeschneiderte Produkte in der Lohn-, Format- und Silikonbeschichtung sowie bei Klebstoff-Technologien auch für kleine Losgrößen.

Mit dem Investor Blue Cap will Neschen in den Bereich Industrial Applications investieren und wachsen. «Wir sehen in Neschen die geeignete Plattform, um neue Produkte für industrielle Anwendungen zu entwickeln, um im wachsenden Markt für Schutz- und Funktionsfolien eine wichtige Rolle zu spielen», sagt Dr. Hannspeter Schubert, CEO der Blue Cap AG. Blue Cap hat im Juli einen Kaufvertrag für die Neschen AG unterzeichnet. Neschen hat zusätzliche Ressourcen geschaffen, um sich stärker auf Innovationen und Produkte zu konzentrieren.

› www.neschen.com

AWA 2016

REGIONALES LIEGT IM TREND

Anzeigenblätter spiegeln in besonderer Masse den Trend zu regionalen Produkten und das Interesse der deutschen Bevölkerung am lokalen Geschehen wieder. Dies belegt die aktuelle Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) des Instituts für Demoskopie Allensbach. Der Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) veröffentlicht zu den gattungsspezifischen Ergebnissen der Studie regelmäßig die Broschüre «Anzeigenblätter in der AWA». Wie die Erhebung deutlich macht, ist das lokale Geschehen das wichtigste Interessensgebiet für die Menschen in Deutschland. Mehr als 86% der deutschsprachigen Bevölkerung interessieren sich stärker für lokale Ereignisse in ihrem Umfeld als für andere Themen. Für Anzeigenblatt-Leser haben die Informationen aus dem Nahbereich mit 90,6% einen noch höheren Stellenwert als für den Bevölkerungsdurchschnitt.

Neben dem Geschehen vor der eigenen Haustür sind Wochenblatt-Leser in besonderer Masse an Produktangeboten in ihrem Umfeld interessiert. Von den mehr als 44 Mio. Menschen, die beim Einkaufen auf Sonderangebote achten, sind 61% Anzeigenblattleser (LpA). In der deutschsprachigen Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre liegt der in der AWA 2016 ermittelte Anteil des weitesten Leserkreises bei 78,3%. Das sind 54,5 Mio. Menschen. 53,2% der Bevölkerung gehören zu den Lesern pro Ausgabe (LpA) – damit erreichen Anzeigenblätter mit einer durchschnittlichen Ausgabe mehr als 37 Mio. Konsumenten.

› www.bvda.de

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

Duplex

MKWwww.mkwgmbh.de**Graphische
Maschinen**

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

HOHER AUFTRAGSEINGANG BASIS FÜR WACHSTUM BEI HEIDELBERG

Das erste Quartal der Heidelberger Druckmaschinen AG im Geschäftsjahr 2016/2017 (1. April 2016 bis 30. Juni 2016) ist wie erwartet von der drupa geprägt. Heidelberg sieht sich mit seinen neuen Produkten und Lösungen auch im Digitaldruck etabliert.

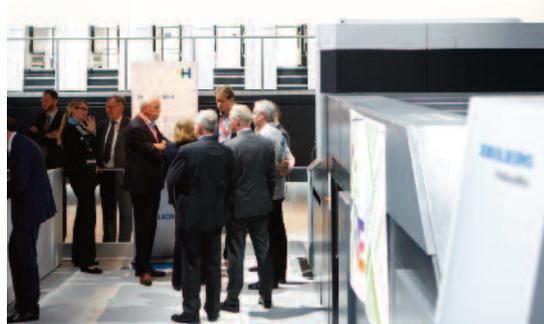
Entsprechend der hohen Nachfrage stieg der Auftragseingang zum 30. Juni auf 804 Mio. €. Der Auftragsbestand als Indikator für die zukünftige Entwicklung des Konzerns sprang gegenüber dem Vorquartal um 67% von 460 Mio. € auf 768 Mio. €. Die gute Nachfrage bildet eine solide Basis, um die Gesamtjahresziele zu erreichen. «Heidelberg ist mit einem erfolgreichen drupa-Auftritt stark in das neue Geschäftsjahr gestartet. Dies dokumentiert vor allem der hohe Auftragseingang auf der Messe. Die hohe Akzeptanz unserer Neuheiten am Markt stimmt uns für die Zukunft sehr optimistisch», sagt **Ge-**



rold Linzbach, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens.

Die übliche Kaufzurückhaltung im Vorfeld der Messe führte nach Angaben von Heidelberg allerdings zu einem mit 486 Mio. € gegenüber dem Vorjahr rückläufigen Umsatz (563 Mio. €). Die daraus resultierenden fehlenden Deckungsbeiträge, drupa-Kosten in Höhe von rund 10 Mio. € und tarifbedingt höhere Personalkosten hätten das Ergebnis im ersten Quartal wie erwartet belastet. Zum Quartalsende wies Heidelberg ein Ergebnis nach Steuern von –37 Mio. € (Vorjahr: –4 Mio. €) aus.

Dank des guten Auftragseingangs und des gestiegenen Auftragsbestands hält Heidelberg am Jahresziel für das laufende Geschäftsjahr unverändert fest. So wird weiter mit einem Umsatzwachstum von bis zu 4% gerech-



Heidelberg sieht sich in seiner Strategie bestätigt. Die Kunden quittierten es mit Bestellungen im Offset- und Digitaldruck.

net. Trotz der Vorleistungen für den Ausbau des Digital- und Servicegeschäfts soll zudem ein Ergebnis auf dem Niveau des Vorjahres erreicht werden. Damit strebt Heidelberg ein gegenüber dem Vorjahr moderat steigendes Ergebnis nach Steuern an. Nicht zuletzt deshalb, weil das Feedback der Kunden auf den drupa-Auftritt nach der Einschätzung von Heidelberg extrem positiv war. Das erstmals unter dem Namen «Fire» vorgestellte Digitaldruckportfolio habe grosse Aufmerksamkeit gefunden und Verkäufe über alle Produktkategorien generiert. Im industriellen Digitaldruck habe die Vorstellung der Primefire 106 zu zahlreichen Verkaufsabschlüssen in

Europa, den USA, Brasilien, China und Japan geführt. Zudem verkaufte Heidelberg auf der drupa die 1.000. Versafire, von der in Summe allein während der Messe so viele Maschinen verkauft wurden wie im gesamten

Geschäftsjahr 2014/2015. Im Etikettenmarkt fand die Gallus Labelfire hohes Interesse. Mit der Fire-Familie hat sich das Unternehmen nach eigenen Angaben im Markt als Digitaldruckanbieter etabliert. Insgesamt bestätigt das Investitionsverhalten der Kunden den Wandel zu höherer Automatisierung und Produktivität und zu Integration durch Software. So erwies sich die Speedmaster XL 106 als Bestseller und meist verkaufte Maschine während der Messe. Besonders nachgefragt waren Varianten für den weiter wachsenden Verpackungsmarkt und lange Wendemaschinen.

› www.heidelberg.com ■



Forum Packmittel

KAUFENTSCHEIDUNG FÄLLT SPONTAN AM POINT-OF-SALE

Der Trend zu hochwertigen und edel anmutenden Verpackungen, die mit auffälligen Farben, mit Metalleffekten und aufwändigen Prägungen Aufmerksamkeit erwecken, spielt den deutschen Maschinenbauern in die Hände. Weltweit wächst der Verpackungsmarkt laut Smithers Pira mit jährlich 4% und soll 2018 ein Volumen von 970 Mrd. US-Dollar oder etwa 860 Mrd. € erreichen.

Das anhaltende Wachstum im Verpackungsmarkt hat laut VDMA vor allem zwei Gründe: Erstens leben weltweit immer mehr Menschen in Städten. Sie tagtäglich mit frischen Lebensmitteln und anderen Waren zu versorgen, birgt enorme logistische Herausforderungen. Verpackungen sind die Lösung, Waren unverdorben und makellos zu Kunden zu transportieren. Schliesslich verderben jährlich etwa 1,3 Mrd. Tonnen Lebensmittel auf dem Weg vom Feld zum Verbraucher. Verpackungen helfen diesen Missstand zu beheben.

Zweitens tragen der steigende Konsum infolge wachsender Mittelschichten in Entwicklungs- und Schwellenländern sowie der wachsende Wettbewerb in reifen Märkten zum Wachstum im Verpackungsmarkt bei.

Um sich in diesem Markt mit Technik «Made in Germany» zu positionieren und ihre Angebote besser aufeinander abzustimmen, haben sich VDMA-Mitgliedsfirmen aus den Bereichen Folien- und Pappenherstellung über Druck und Veredelung bis hin zu Nahrungsmittelmaschinen, Abfüllanlagen und Verpackungsmaschinen zum Forum Packmittel zusammengeschlossen.

Verpackungen transportieren Informationen über Inhaltsstoffe, Güte- oder Umweltsiegel, vermitteln Marketingbotschaften der Hersteller. Und sie wecken durch edles Design Emotionen, die gerade dort den Unterschied ausmachen, wo Produkte qualitativ kaum noch unterscheidbar sind. «Kaufentscheidungen fallen meist spontan am Point-of-Sale. Daher machen sich Investitionen in Qualitätsmaschinen und -anlagen für die Herstellung hochwertiger Verpackungen für Markenartikel nicht nur schnell bezahlt – sie entfalten über die Stärkung der Marken vor allem auch Langzeitwirkung», betont Uta Leinburg, Projektleiterin für das Forum Packmittel beim Fachverband Druck- und Papiertechnik im VDMA.

› <http://packmittel.vdma.org>

ADD MORE KBA TO YOUR DAY

Gemeinsam machen wir die Welt bunter!

Die Präzision und Vielfalt unserer Printlösungen gibt Marken ihre eigene Identität – von der Banknote bis zur edlen Verpackung. Wir nutzen die Digitalisierung für neue Produkte und individuelle Services. Und erleichtern unseren Kunden ihr Geschäft mit mehr Performance, Qualität und Profitabilität. In der ganzen Welt machen wir den Alltag der Menschen bunter.

ADD MORE KBA TO YOUR DAY.

150 JAHRE ZELLER+GMELIN VOM SCHIEFERÖL ZUR DRUCKFARBE

Das schaffen nur Wenige: Als unabhängiges Familienunternehmen blickt Zeller+Gmelin auf eine 150-jährige Geschichte zurück. Seit den Anfängen im Jahr 1866 hat sich der Eislinger Experte für Druckfarben und Chemie zu einem wichtigen Partner grosser und kleiner Unternehmen entwickelt. Heute ist der Druckfarbenhersteller wichtiger Anbieter von strahlenhärtenden Farbsystemen.

Von KLEMENS EHRLITZER

Zeller+Gmelin erwirtschaftete im Geschäftsjahr mit 16 Tochtergesellschaften 269 Mio. €. Rund die Hälfte der 900 Mitarbeiter sind am Stammsitz in Eislingen beschäftigt und dort wiederum rund 20% in Forschung und Entwicklung.

«Wir sind stolz, als konzernunabhängiges Unternehmen auf eine erfolgreiche 150 Jahre währende Firmengeschichte zurückblicken zu können»,



sagt **Siegfried Müller**, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb bei Zeller+Gmelin, «und wollen den Menschen in der Region Eislingen auch in Zukunft sichere Arbeitsplätze bieten.»

Am 23. Februar 1866 wurde Zeller+Gmelin als Handelsgesellschaft und Schieferölfabrik eingetragen. Dahinter steckte die Idee des Eisenbahningenieurs Anton Zeller und des Apothekers Paul Gmelin, die Schiefersteilhalten in Groß-Eislingen zur Gewinnung von Leucht- und Heizöl zu nutzen. Doch bald verlagerte sich das Geschäft auf die Herstellung von Schmiermitteln, die noch heute mit der Marke Divinol hergestellt werden. Mit dem Zeitalter der Motorisierung stieg der Bedarf nach Mineralölprodukten. Die Zeichen der Zeit erkannt, gründete Julius Zeller 1898, ältester Sohn von Albert Zeller, auf dem heutigen Gelände eine Benzinaraffinerie, die bis heute das Herzstück des Fabrikgeländes ist.

Die Ölkrise führte zu einer Neuausrichtung, der Zeller+Gmelin bis heute treu geblieben ist: «Weg vom Massengeschäft, hin zur Produktion von Spezialitäten», erläutert Siegfried Müller. Im Geschäftsbereich Druckfarben war die Konzentration auf das Entwickeln von UV-Produkten der entscheidende Schritt für eine erfolgreiche Zukunft. Mit der UV-Härtung von Druckfarben und Lacken befasst sich das Unternehmen bereits seit 1970.

Heute hat Zeller+Gmelin neben konventionellen UV-Produkten weitere Farbsysteme im Programm, die für die Elektronenstrahlhärtung (ESH), die LED-UV- und LE-UV/HUV-Technologie konzipiert sind und einen wichtigen Stellenwert im Unternehmen einnehmen. Nach der Entscheidung im Jahr 1996, das Geschäft auf den Markt der strahlenhärtenden Farbsysteme auszurichten, konzentrierte Zeller+Gmelin sein Produktangebot konsequenterweise auf die Marktsegmente Verpackungen, Etiketten, Commercial (Mailings, Formulare, Werbepostersachen, Poster, Broschüren) und Metalldekorationen.

Bei den Druckfarben für Kunststoffkörper (Becher, Tuben sowie flexible Verpackungen und Faltschachteln) sieht sich Zeller+Gmelin aktuell als Marktführer. Nach Informationen des Farbherstellers sind in Deutschland rund 80% der Joghurt-Becher mit Farben aus Eislingen bedruckt. Das über die Jahre erarbeitete Fachwissen fließt auch in die Entwicklung von Druckfarben für flexible Verpa-



Entwicklung von Druckfarben in der Anfangszeit.



Seit 1970 befasst sich Zeller+Gmelin mit UV-härtenden Druckfarben.



Qualitätsprüfung von Druckfarben mit einem Andruckgerät im Labor.



Am Stammsitz in Eislingen unweit von Göppingen (Baden-Württemberg) arbeitet über die Hälfte der 900 Mitarbeiter. Die anderthalb Jahrhunderte währende Erfolgsgeschichte von Zeller+Gmelin wird das Unternehmen hier vom 22. bis 24. September mit Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern feiern.

ckungen und Faltschachteln ein. Im Etikettendruck (selbstklebende und In-Mould-Etiketten, Schrumpfsleeves) zählt der Druckfarbenhersteller zu den etablierten Herstellern. Ein weiterer Markt ist der von Metallverpackungen, beispielsweise Getränke- und Spraydosen, Tuben, Flaschen, Konservendosen, Deckelverschlüsse und Kronkorken.

Zentraler Erfolgsfaktor ist die Bündelung des anwendungstechnischen Know-hows im eigens zu diesem Zweck eingerichteten Technischen Service Center (TSC). Dahinter steht ein Team aus Anwendungstechnikern und Druckspezialisten, die allesamt aus der Praxis kommen. Somit sind sie mit den Herausforderungen im Drucksaal beziehungsweise an der Druckmaschine vertraut. Die enge Verknüpfung des TSC mit der Entwicklung sorgt zudem dafür, dass alle Informationen über die Anforderungen seitens der Anwender direkt in die Entwicklung einfließen und im Idealfall heute schon Lösungen für den Bedarf von morgen entstehen. Die anwendungstechnische Betreuung der Kunden reicht oft von der Vorstufe bis zur Weiterverarbeitung. Wachsender Bedarf besteht beim Aufbau von Farbmetriksystemen oder Farbmischstationen sowie im Bereitstellen von Analysemethoden. Gerade dieser Aufgabenbereich rückt aufgrund gesetzlicher Regelungen vor allem im Lebensmittelbereich immer stärker in den Vordergrund.

➤ www.zeller-gmelin.de

RICOH-STUDIE UNERWÜNSCHTE WERBUNG SCHADET

Die Flut irrelevanter Mitteilungen und unerwünschter Werbe-E-Mails stellt die Verbraucherloyalität in Europa auf eine harte Probe. 84% der Verbraucher sind bereit, sich gegen die Absender zu wehren.

Irrelevante Mitteilungen stellen für mehr als zwei Drittel aller Verbraucher ein Ärgernis dar. Sie betrachten rund 25% von dem, was sie täglich in ihren Postfächern vorfinden, als unerwünscht. Durch den hohen Aufwand für die Empfänger, sich durch die hohe Zahl an irrelevanten Informationen zu arbeiten, gab es für einige bereits unangenehme Konsequenzen. Während ein Viertel schon einmal einen Zahlungstermin versäumt hat, war sich mehr als ein Drittel nicht sicher, wie viel eine bestimmte Dienstleistung kosten sollte. 39% der Befragten verpasste Angebote, die für sie interessant gewesen wären.

Verbraucher reagieren auf für sie irrelevante Informationen negativ. Der Ärger darüber wirkt sich nachteilig auf die Loyalität, das Vertrauen und die Kaufbereitschaft der Verbraucher aus. 65% der Verbraucher geben an, dass ihre Bindung an eine Marke abnimmt, wenn sie mit unwichtigen Informationen überschwemmt werden. 63% würden auch weniger Geld ausgeben oder nie wieder etwas von solch einer Marke kaufen (57%). Rund 20% der Verbraucher haben die Marke gewechselt, weitere 20% haben sich beim Versender beschwert und 10% haben sich an eine Beschwerdestelle gewandt.

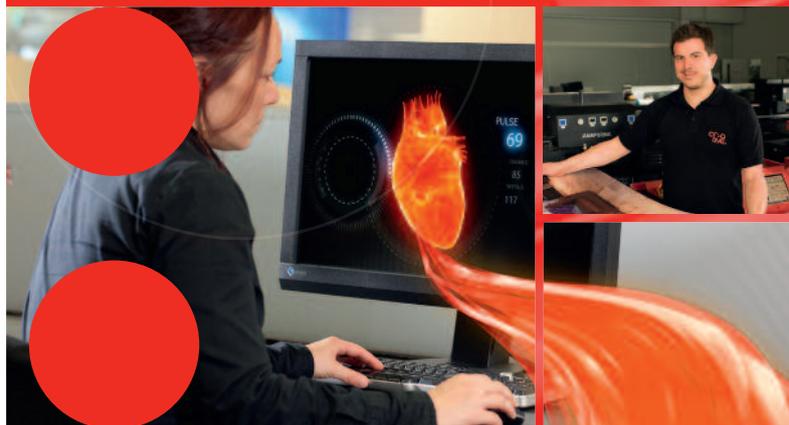
David Mills, CEO von Ricoh Europe, sagt: «Es ist so leicht wie nie zuvor, direkt mit einem Kunden zu kommunizieren, aber im digitalen Zeitalter ist es genauso einfach, ihn mit unerwünschter Werbung zu belästigen

und die Wirkung wichtiger Kommunikationskanäle zu zerstören. Es ist wichtig, den richtigen Ton zur richtigen Zeit zu treffen. Es ist wichtiger denn je, qualitativ hochwertige kundenspezifische Mitteilungen – digital wie gedruckt – zu produzieren.»

64% der Verbraucher glauben, dass mehr getan werden kann, um Mitteilungen auf ihre individuellen Umstände zuzuschneiden. Laut Ricoh-Studie sind sogar 80% bereit, persönliche Daten wie Beruf, Gehalt, Browsing-Verhalten und Krankengeschichte im Internet preiszugeben. Dabei wünschen sich 74% über neue Angebote und Verbesserungen informiert zu werden. Ihre Kontoauszüge und Rechnungen möchten 67% digital erhalten und 64% geben an, dass ihnen die neuesten AGB online zugeschickt werden sollen.

Nach Meinung der Verbraucher versenden Behörden, Finanzinstitute, Versorgungsbetriebe und Unternehmen des Gesundheitswesens am ehesten Mitteilungen, die für sie relevante Informationen enthalten. «Mit Ausnahme der Versorgungsbetriebe sind dies auch jene Bereiche, die beim Umgang mit persönlichen Daten als am vertrauenswürdigsten angesehen werden, auch wenn keiner von mehr als der Hälfte der Verbraucher positiv bewertet wird. Es muss also noch viel getan werden, um Vertrauen zu gewinnen. «Kunden müssen das Gefühl der Wertschätzung erfahren», folgert Mills.

› www.ricoh-europe.com



Asanti. Der Herzschlag Ihrer Wide Format Produktion.

Sign & Display Hersteller müssen ihre Prozesse und Ihre Produktivität optimieren, um Konsistenz in all ihren Anwendungen beizubehalten. Asanti ist eine anspruchsvolle, aber leicht zu bedienende Workflow-Lösung für den Wide Format Markt, die automatisiert arbeitet.

Asanti verbindet alles für die Optimierung der Druckvorstufe und Produktion, mit einem einzigen PDF-basierten Workflow. Die umfassende Integration von Datei-Handling, Farbmanagement und Preflighting bedeutet, dass Druckjobs fehlerfrei sind, wenn sie auf Wide Format Ausgabegeräte gesendet werden.

Asanti wird von Asanti StoreFront, einem Cloud-basierten Web-to-Print-System, ergänzt, um Nutzern das Wachstum ihrer Unternehmen und die Entdeckung neuer Märkte zu ermöglichen.

www.agfagraphics.com

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.



Foto: Messe Düsseldorf | ctillmann

AUTONOMES DRUCKEN DER DRUCKMASCHINE IST ES EGAL

Die Idee der vernetzten Druckerei war erst der Anfang. Was jetzt folgt, ist autonomes Drucken. Damit wird es nicht nur theoretisch möglich, dass jeder eine Druckmaschine bedienen kann. Oder auch: Der Beruf des Druckers wird sich wieder einmal und noch massiver als bisher verändern.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Fragt man einen Drucker, warum es den Beruf «Drucker» eigentlich gibt, wird er zuerst einen langen Moment überlegen, dann weit ausholen, drittens etwas vom Kommunikationsbedürfnis der Menschen erzählen, um dann viertens darauf zu verweisen, dass es ohne einen Drucker als Knöpfedrucker und Herumrenner an den monströsen Eisengi-

gantem gar nicht geht. Womit er gleichzeitig auch deutlich macht, dass die bisherigen Maschinen nach Druckern verlangen, weil sie so konstruiert sind, dass sie ohne den unmittelbaren menschlichen Eingriff gar nicht laufen. Genauso wie ein Auto, das laut Gesetzgebung nur dann seine Funktion ordnungsgemäss erfüllt, wenn ein Fahrer anwesend ist.

Und genau das stimmt eben seit der drupa 2016 nicht mehr! Zumindest

immer weniger, weil es auch anders geht. Denn möglicherweise drucken Offsetmaschinen bereits selbstständig, wenn autonomes Fahren in Politik und Legislative noch immer kontrovers diskutiert wird.

Zwar besteht eine Druckmaschine noch immer aus viel Metall, sie funktioniert auch noch wie eine Druckmaschine, aber innen drin ist viel, viel Elektronik – und Software. Und die folgt anderen Prinzi-

pien als dem klassischen Druckmaschinenbau.

Wir haben auf der drupa Druckmaschinen gesehen, an der tatsächlich noch Menschen arbeiteten – sorry, ein Mensch arbeitete. Aber dessen Arbeit an der Achtfarben beschränkte sich auf das Heran- und Wegkarren von Papier, das Einstecken von Druckplatten in automatische Plattenwechsel-Systeme und vielleicht noch auf einen hastigen Blick auf den Leitstand, der ihm vorgab, was

er jetzt zu tun hat. Von Drucken im herkömmlichen Sinne war da jedenfalls nichts mehr zu sehen.

Musste ein Drucker bisher zum Starten der Jobs Knöpfe drücken, startet die Maschine jetzt selbst, der Bediener folgt den Anweisungen der Maschine und muss sie eigentlich noch nicht einmal mehr anhalten. Die weiss nämlich selbst, wann die Jobs abgearbeitet sind, wenn keine neuen Platten mehr da sind oder wenn das Papier ausgegangen ist. Ein Kopierer im Grossformat, wenn man so will.

Prozess statt Maschinenbau

Noch bis kurz vor der Messe waren wir eher der Meinung, man müsse nun ganz genau und mit der Lupe hinsehen, um beim Offsetdruck überhaupt noch Fortschritte erkennen zu können.

Es kam dann doch anders. Plötzlich (aber nicht ganz unvorbereitet) ist vom «autonomen Drucken» die Rede. Durch die noch einmal weiter gefasste Automatisierung der Offsetdruckmaschinen und das Zusammenführen aller digitalen Informationen des Druckprozesses in einen ganzheitlichen Workflow lässt sich heute schon ausmalen, wie es künftig in einem Drucksaal aussehen könnte.

Die Heidelberg Speedmaster XL 106, die zehn Jobs in einer Stunde drucken kann (und auf der drupa acht

druckte), oder die Achtfarben-Rapida 106 mit Lack, an der Jobwechsel in einer Minute und 13 Sekunden (haben wir selbst gesehen) möglich sind, zeigen genau das, was machbar ist, wenn die Prozesse standardisiert sind.

Dass man Druckplatten aber auch via Roboterarm in die Maschine bringen kann, wissen wir von den manroland-Zeitungsdruckmaschinen seit einigen Jahren, und dass Papierstapel über Logistiksysteme zur Druckmaschine bewegt und wieder wegtransportiert werden können, ist keine Idee, die auf dieser drupa geboren wurde, sondern bei Verpackungsdruckereien seit Jahren tägliche Praxis. KBA beispielsweise bietet solche Logistik-Systeme seit Jahren an. Doch diese «letzte Meile» zur totalen Automatisierung der Druckmaschine ist noch immer eine Frage der Wirtschaftlichkeitsberechnungen.

Wir reden also nicht mehr ausschliesslich über die hochgelobte Ingenieurskunst, den Maschinenbau an sich oder irgendwelche Technik-Features, sondern schlicht und einfach um den Druckprozess. Und diese neue Perspektive macht die Sache wieder so spannend.

Allerdings muss die Standardisierung auch so weit getrieben werden, dass auf einer solchen Druckmaschine immer die gleichen Farben und die gleiche Papiersorte eingesetzt werden. Muss erst einmal Farbe oder Pa-

pier gewechselt werden, ist es vorbei mit der autonomen Produktionsweise. Aber wer würde schon die Verbrauchsmaterialien wechseln wollen, wenn es nicht nötig ist?

Jetzt kann jeder drucken

Noch vor rund 15 Jahren wurden in einer leistungsfähigen Druckerei auf einer Offsetmaschine 20 bis 30 Millionen Bogen pro Jahr produziert. Inzwischen hat sich der Output verdoppelt – heute liegt dieser Wert bei 40 bis 60 Millionen Druckbogen. Durch den anhaltenden Trend zu sinkenden Auflagen und einer gleichzeitig steigenden Anzahl an Aufträgen pro Maschine geht es heute allerdings weniger um eine Steigerung der Bogenzahl pro Jahr, sondern um den Durchsatz an Aufträgen pro Zeiteinheit.

Zehn Jobs pro Tag waren früher die Regel, dies änderte sich schnell auf zehn Jobs pro Schicht und heute produzieren insbesondere hochindustrialisierte Akzidenzdruckereien unter idealen Bedingungen zehn Jobs pro Stunde auf einer Druckmaschine.

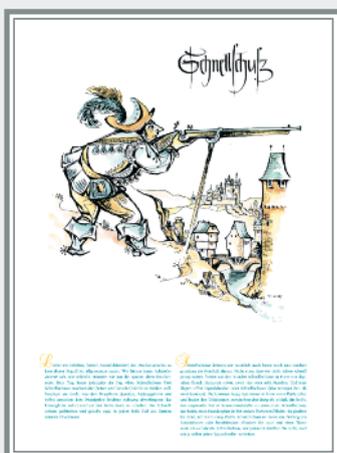
Das liegt nicht alleine an der Druckmaschine. Schon vor Jahren, sagen wir noch einmal mindestens 15, hatten sich Entwickler verschiedener Hersteller an einen Tisch gesetzt und ein Datenaustauschformat für die Beschreibung von Druckjobs entwickelt: JDF. Ob Offsetdruck- oder Falz-

maschine, Plattenbelichter oder Klebender – alle Maschinen sollten durch Datensätze gesteuert werden. Und werden es heute auch. Woraus der Wunsch nach weiterer Automatisierung in allen Bereichen einer Druckerei wuchs.

Dazu ist allerdings die Digitalisierung aller Prozesse einer Druckerei notwendig – vom Auftragseingang bis zum Versand (siehe «Druckmarkt» Heft 104 Seite 26). Und es wird ein völlig neuer Ansatz für die Maschinenbedienung nötig, um die Drucker (oder sagen wir künftig Bediener?) mit intelligenten Systemen so zu unterstützen, dass die Potenziale der Maschinen in Produktivität umgesetzt werden können.

Wer daraus schlussfolgert, dass dann ja wohl jeder drucken kann, wird mit Sicherheit für verrückt erklärt. Doch was eigentlich macht ein gelernter Drucker bisher anders, als der Maschine beizubringen, was er will? Er dreht und verstellt Knöpfe und Regler, damit herauskommt, was er für richtig hält. Diese Regler werden jetzt aber über Parameter, Zahlen und Daten gesteuert, damit herauskommt, wie es richtig ist. Dieses Richtige haben eine Software und ein Computer errechnet.

Der Druckmaschine ist das übrigens egal. Und es ist ihr auch egal, ob der Computer, der all diese Einstellungen errechnet, in der Druckerei steht oder irgendwo in der Cloud. ▶



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf Begriffe der Druckersprache (Aushängebogen, Schnellschuss, Spiess, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlagen, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdeggen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carl Fritz Nicolay. Jedes Blatt im Format 30 x 42 cm.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.

arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36, Telefax: 0 26 71 - 38 50, info@arcusdesigns.de





Die automatisierten Abläufe an der Achtfarben Rapida 106 und die entsprechend kurzen Rüstzeiten haben auf der drupa überzeugt.

Schlimm? Nein. Bei Flugzeugen beispielsweise ist das schon länger der Fall. Geflogen wird nämlich per Computer und Containerschiffe steuern so über die Weltmeere. Kraftwerke werden per Computer gesteuert, Signale und Weichen bei der Bahn gestellt, so werden Fernsehstationen überwacht, so wird Senf angemischt, so werden Brötchen hergestellt und in Grossküchen die Temperatur für den Spießbraten geregelt. Warum sollte nicht auch per Computer gedruckt werden?

Zwei Zentner Platten pro Stunde

Heidelberg sieht sich bei dieser Form der Prozessintegration und -automatisierung übrigens als Vorreiter in der



Industrie. Daher ist **Stephan Plenz**, Vorstand Equipment von Heidelberg, auch fest davon überzeugt: «Autonomes Drucken wird Realität. Wir gehen davon aus, dass dadurch in den nächsten Jahren die Produktivität nochmals um 50% gesteigert werden kann und die Maschinenbediener gleichzeitig bei Routineaufgaben erheblich entlastet werden.»

Das heisst aber auch, dass die Bedienerführung verändert werden muss. Es müssen Systeme entwickelt werden, die für den Bediener Entscheidungen treffen können, die sich selbst starten und überwachen, weil es der Drucker an der Maschine rein zeitlich gar nicht mehr schafft.

Man überlege doch nur einmal: Zehn Jobs an einer Achtfarben in der Stunde bedeutet für den Bediener auch das Bereitstellen von 80 Druckplatten. Das heisst rechnerisch, dass die Plattenwechselsysteme an den acht Druckwerken alle 45 Sekunden eine neue Platte erwarten. Nach einer Stunde hat der Bediener einige Hundert Meter zurückgelegt und – gehen wir einmal davon aus, dass eine 3 mm starke Aluminium-Offsetdruckplatte im Format 76 x 105 cm rund 650 Gramm wiegt – einen guten Zentner Druckplatten an die Maschine geschleppt hat und das gleiche Gewicht noch einmal von der Maschine weg!

Das mit den Roboterarmen haben wir bereits erwähnt, aber bleibt denn auch genügend Zeit für den Nachschub an Papier? Und wer kümmert sich um die gedruckten Stapel im Ausleger?

Drucken ist Prozesskontrolle

Es gibt also noch einiges zu überdenken oder in Gang zu bringen. Dennoch hat Heidelberg mit dieser Philosophie die Weichen für die industrielle und autonome Druckproduktion der Zukunft gestellt.

Und wir als Beobachter der Druckszene gehen davon aus, dass dieses Konzept vor allem von Online-Druckereien wie flyeralarm oder Online-printers als Erste aufgegriffen wird. Die halten sich schon heute nicht mehr mit Farb- oder Papierwechseln an ihren Maschinen auf.



Mit dem nahezu autonomen Druck grossformatiger Druckbogen auf einer Speedmaster XL 106 setzte Heidelberg ein klares Zeichen für die Zukunft.

Denn modernes Drucken, das wurde auf der drupa überdeutlich, ist nichts anderes als das Empfangen von Daten, um diese dann über die eine oder andere Maschine auszugeben. Und so wird der Drucker an der Maschine demnächst das tun, was viele Maschinenbediener im industriellen Prozess schon heute tun: Sich auf das Kontrollieren der Kontrollfunktionen beschränken. Er wird schauen, ob der Computer richtig arbeitet und nur noch im Zweifelsfall die Notbremse ziehen.

Um ein mögliches Problem dann zu beseitigen, bedarf es jedoch wieder eines Computers – der im Zweifelsfall beim Druckmaschinenhersteller steht. Doch dieser Computer oder Server sollte das Problem eigentlich schon erkannt haben, bevor es akut geworden ist.

Drucken weiter fassen

Daran haben Heidelberg, KBA und andere Hersteller auch intensiv gearbeitet. Gerade bei den Druckmaschinenherstellern gab es zahlreiche Entwicklungen, die via Monitoring, Remote- und Service-Lösungen sowie Benchmark-Vergleiche mehr Transparenz in den Drucksaal und auf den Tisch des Druck-Unternehmers bringen sollen.

Es wäre allerdings fatal, den Drucksaal in Richtung autonomes Drucken zu forcieren und im Finishing alte Techniken samt entsprechender Prozesse einzusetzen. Einige Hersteller, allen voran Horizon und Müller Mar-

tini, haben dies früh erkannt und ihrerseits Konzepte vorgestellt, wie die Weiterverarbeitung sinnvoll in die automatisierten Konzepte eingeklinkt werden kann.



Rainer Börgerding, Geschäftsführer der Horizon GmbH, bringt es auf den Punkt: «Minimierte Rüstzeiten und Flexibilität sind heute die wichtigen Gütekriterien für vollautomatisierte Fertigungsprozesse auch in der Druckweiterverarbeitung. Die reine Druckgeschwindigkeit verliert demgegenüber an Bedeutung für den Produktionsalltag.»

Um Optimierungspotenziale auszuschöpfen, muss das automatisierte Finishing bei der Konzeption effizienter Produktionsworkflows heute mit an erster Stelle stehen. Dass man im Finishing von der «mannlosen» oder autonomen Produktion noch ein Stück entfernt ist, liegt in der Natur der Sache.

Aber ob dies nun in die Kategorie Print 4.0, Smart Printshop, Finishing 4.0 oder Smart Finishing fällt, ist zweitrangig. Fakt ist: Drucken samt Verarbeitung unterliegt immer mehr der Prozesskontrolle. Drucken jedenfalls wird immer mehr Kontrolle. Oder herumrennen! Wir haben es auf der drupa erlebt.

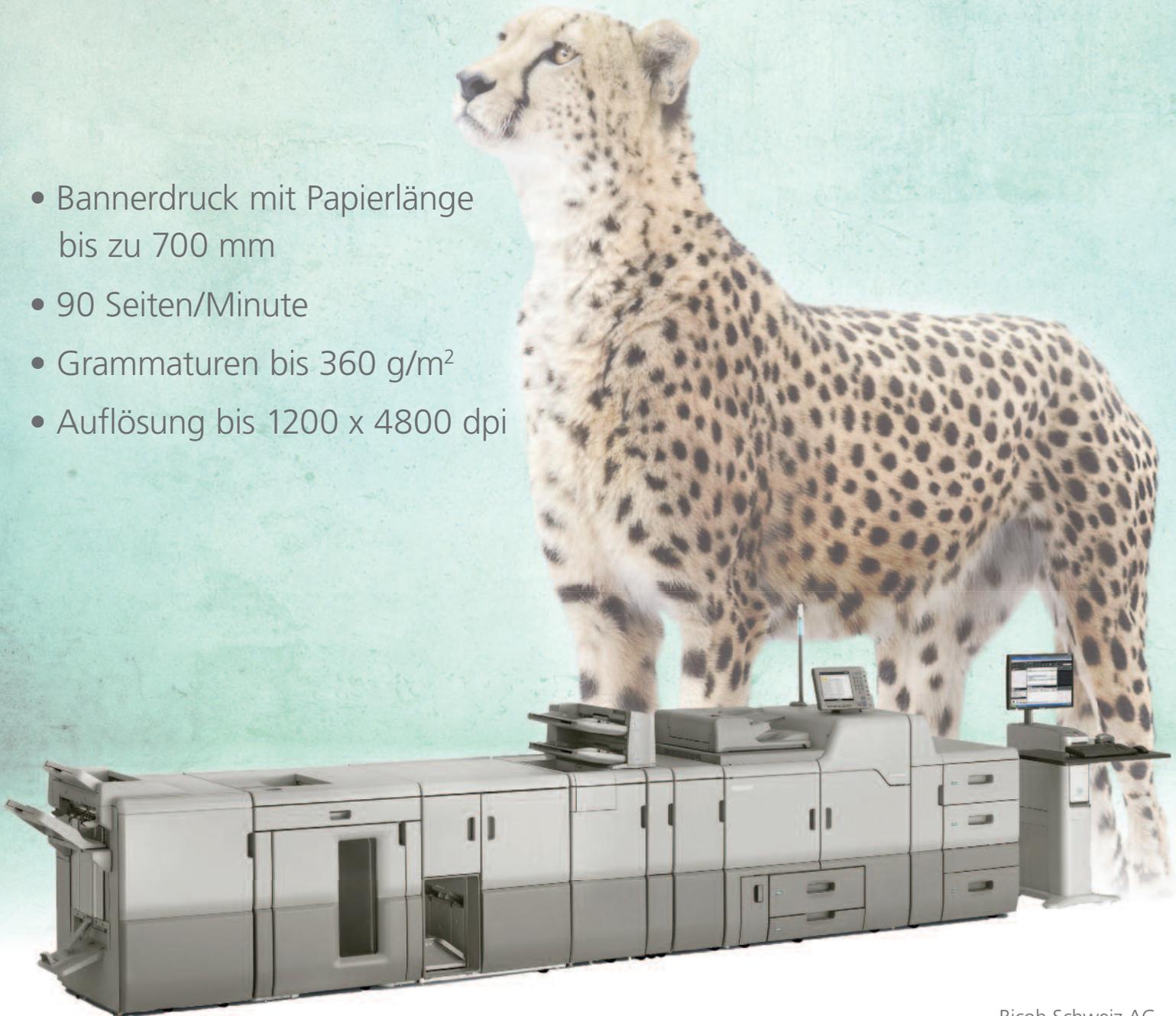
Und wir haben auf der drupa auch erlebt, welchen Einfluss die Peripherie auf den Druckprozess hat. Dazu mehr in der nächsten Ausgabe.

Modellreihe Ricoh Pro C7100X

RICOH
imagine. change.

Mit 5. Farbstation für transparenten und weissen Toner

- Bannerdruck mit Papierlänge bis zu 700 mm
- 90 Seiten/Minute
- Grammaturen bis 360 g/m²
- Auflösung bis 1200 x 4800 dpi



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

KBA CORTINA KREATIVES PRINTMAGAZIN CORTISSIMO

Der Rollenoffsetdruck spielte auf der drupa so gut wie keine Rolle. Und doch war er gegenwärtig. Mit dem Projekt CORTISSIMO wirbt die Rheinisch-Bergische Druckerei in Düsseldorf beispielsweise für Storytelling im Grossformat. Grossformatige Bilderwelten statt einfacher Werbebotschaften auf dem Smartphone oder kleinformatiger Flyer. Das kommt an. Bei den Werbern und den Lesern.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Die 19 Anwender der wasserlosen Offsetrotation KBA Cortina sind bei neuen Printprodukten für neue Zielgruppen besonders kreativ und verzeichnen damit zunehmenden Erfolg. Ein gelungenes Beispiel ist das von der in Düsseldorf ansässigen Rheinisch-Bergischen Druckerei (RBD), einem Unternehmen der Rheinische Post Mediengruppe, in unterschiedlichen Formaten publizierte Magazin CORTISSIMO, das inzwischen vier Mal erschienen ist.

Bei einem Pressefrühstück auf dem f.mp.-Stand sorgten KBA-Vorstandsvorsitzender Claus Bolza-Schünemann, RBD-Geschäftsführer Matthias Tietz, RBD-Marketingleiterin Katja Lümmer, Jelena Kohnen, Geschäftsführerin der Agentur Viva mediale, und f.mp.-Geschäftsführer Rüdiger Maaß für eine facettenreiche Diskussion zu einer offensiveren Rolle von gedruckten Zeitungen und Magazinen im Online-Zeitalter, bei der KBA-Marketingdirektor Klaus Schmidt die Rolle des Moderators übernahm.

Standardisierung und Qualität

Die Geschichte des Offsetdrucks ohne Wasser und Zonenschrauben begann 1995 mit der Computer-to-Press-Anlage 74 Karat und fand zur drupa 2000 mit der wasserlos druckenden Kompaktrotation KBA Cortina ihre Fortsetzung in der Zeitungs-

industrie. «Mit der Cortina und anderen wasserlos druckenden Bogen- und Rollenmaschinen hat KBA bewiesen, dass im Druck Ökonomie und Ökologie sowie Standardisierung und Qualität keine Widersprüche sind», erläuterte Claus Bolza-Schünemann. «Das Verfahren eröffnet neue Möglichkeiten. Dies beweist das qualitativ hochwertige und ökologisch unbedenkliche Zeitungsmagazin CORTISSIMO, das ohne Heissluft-Gastrockner, UV-Druckfarben oder Spezialpapiere produziert wurde.»

Print und Online

Jelena Kohnen von der Essener Agentur Viva mediale gab einen Einblick in die Agenturwelt und die dort weitverbreitete Fokussierung auf Online. Nach ihrer Meinung gilt es, den Kreativen die spezifischen Stärken



Claus Bolza-Schünemann bezeichnete das Zeitungsmagazin CORTISSIMO als eine inhaltliche und optische Augenweide.



Beim Pressefrühstück zum CORTISSIMO-Projekt auf dem f.mp.-Stand (von links): Katja Lümmer, Marketingleiterin RBD; Rüdiger Maaß, Geschäftsführer f.mp.; Matthias Tietz, Geschäftsführer RBD; Jelena Kohnen, Geschäftsführerin der Cross-media-Agentur Viva mediale; Klaus Schmidt, Marketingdirektor KBA und Claus Bolza-Schünemann, Vorstandsvorsitzender KBA.

des Gedruckten wie Haptik und Nachhaltigkeit bewusst zu machen und dabei Print und Online im Sinne einer integrierten Kommunikation miteinander zu vernetzen. Eine Möglichkeit sei die Ergänzung von Print durch Virtual Reality mit 3D-Animationen, Video-Clips und ähnlichen Möglichkeiten mehr.

Neue Ideen, neue Kunden

Als Ergänzung zur in unterschiedlichen Formaten gedruckten CORTISSIMO entwickelte Jelena Kohnen zusammen mit der RBD die Idee «Abtauchen. Auftauchen. Eintauchen» und präsentierte die daraus resultierende 3D-Animation zur wasserlosen KBA Cortina. Sie verbindet die reale mit der virtuellen Welt und soll dazu beitragen, online-affine Zielgruppen für Print zu gewinnen.

RBD Marketingleiterin Katja Lümmer stellte das zusammen mit der Agentur schaffrath concept entwickelte Zeitungsmagazin CORTISSIMO als das journalistische Ergebnis einer Marktstudie in der Agenturszene zum Thema wasserloser Cortina-Druck vor. Aus dieser Studie ging übrigens unmissverständlich hervor, dass Print alle Sinne anspricht und als derart sinnliches Medium vor allem durch Haptik, Geruch und Optik besticht.

Ihr Fazit: «Das seit 2014 publizierte Zeitungsmagazin CORTISSIMO vereint modernes Design aus dem Magazinbereich mit den ökonomischen und ökologischen Vorteilen des wasserlosen Rollenoffsetdrucks, optionaler Lackveredelung und der hohen Glaubwürdigkeit des Mediums Zeitung.» Durch diese und andere Initiativen konnte die RBD viele neue



Claus Bolza-Schünemann (rechts) im Gespräch mit Matthias Tietz.

Druckkunden aus der Konsumgüterindustrie und dem Dienstleistungsbereich gewinnen. Dabei liegen hauptsächlich angenehme Naturpapiere zunehmend im Trend.

Chance in der Krise

RBD-Geschäftsführer Matthias Tietz ist engagierter Verfechter einer aktiven Rolle der Zeitungsindustrie im Medienkonzert des 21. Jahrhunderts. Mit viel Herzblut wirbt er zusammen mit Katja Lümmer für die erweiterten Möglichkeiten seiner KBA Cortina mit Lackwerk und damit für das Medium Zeitung.

Aus seiner Sicht sprach er über die strategischen Herausforderungen bei der Neupositionierung eines Zeitungsbetriebs im 21. Jahrhundert. «Man muss die Kunden verstehen, sie näher kennenlernen, sich erschliessen und auch damit beginnen vorzudenken. Was viele eine Krise nennen, ist eher eine grosse Chance, den Wandel zu gestalten», so die Erkenntnis von Matthias Tietz, der mehr Mut und Phantasie bei der Neupositionierung von gedruckten Medien in einer multimedialen Welt fordert.

Und das Projekt CORTISSIMO beweist es. Auf der Cortina bei der RBD werden Formate und Anwendungen realisiert, die man von einer Zeitungsdruckerei nun wirklich nicht erwartet hätte.

➤ www.cortissimo.de
➤ www.kba.com

KBA PRINT HAT SICH KRAFTVOLL ZURÜCKGEMELDET

Eine ausgesprochen positive Schlussbilanz der drupa 2016 zieht KBA. Insbesondere die Bogenmaschinen waren stark gefragt und auch das Rollengeschäft entwickelte sich gut.

seende Bestellungen in dreistelliger Millionenhöhe. Ralf Sammeck, Geschäftsführer von KBA-Sheetfed Solutions: «Wir haben unser selbst gestecktes Verkaufsziel deutlich überschritten und aus über 40 Ländern auf allen sechs Kontinenten viele Aufträge in

fahrenstechnische Alternativen für diverse Marktsegmente zu sehen waren. Die praxisorientierten Vorführungen der Hybrid-Rotation NEO XD von KBA-Flexotecnica, die als einzige Flexodruckanlage auf der drupa Folien für Lebensmittelverpackungen migrationsarm mit wasserbasierenden Farben in höchster Qualität bedruckte, fanden bei den Fachleuten grosse Beachtung.

Noch grösser war der Andrang bei den Live-Präsentationen der Digitaldruckanlage RotaJET L, deren hohe Druckqualität und enorme Performance auf verschiedensten Bedruckstoffen, darunter auch gestrichene Offsetpapiere, nicht nur Verleger Dr. Hubert Burda bei seinem Besuch erstaunte. Die Bestellung von Rollendruckanlagen auf einer Messe ist eher die Ausnahme als die Regel. Dennoch konnte Christoph Müller, Geschäftsführer von KBA-Digital & Web Solutions den Verkauf einer Commander CL nach Deutschland und einer wasserlos druckenden Cortina auf die Insel La Réunion im Indischen Ozean melden. Oliver Volland, Geschäftsführer von KBA-Metronic, freute sich ebenfalls über das beachtliche Interesse an den Kennzeichnungslösungen seines Unternehmens. Angesichts vieler neuer Projekte erwartet KBA ein gutes Nachmessegeschäft. Bolza-Schünemann: «Der Bewertung «die beste drupa seit 2000» schliesse ich mich gerne an.»



Claus Bolza-Schünemann begrüsst die Teilnehmer der morgendlichen KBA-VIP-Show. Die praxisorientierten Vorführungen auf dem KBA-Stand zahlten sich aus. Bogenoffsetdrucker aus über 40 Ländern bestellten Rapida-Anlagen. Mit einer exzellenten Druckqualität und Performance, auch auf gestrichenen Offsetpapieren, überzeugte die Digitaldruckanlage KBA RotaJET L.

«Zur drupa 2016 hat sich Print nach den strukturellen Veränderungen der letzten Jahre in seiner ganzen Breite und Vielfalt kraftvoll zurückgemeldet. Man spürte in den Hallen, dass die meisten Unternehmen ihre Hausaufgaben gemacht und sich an die neuen Marktrealitäten angepasst haben. Die Quantität, Qualität und Internationalität der Besucher hat uns positiv überrascht. Viele kamen gut vorbereitet und mit klaren Vorstellungen zu uns, was die Beratung erleichtert. Viele Besucher haben uns für die offene und praxisorientierte Präsentation unserer Produkte und Dienstleistungen gelobt», resümiert der KBA-Vorstandsvorsitzende Claus Bolza-Schünemann. Im Segment Bogenoffset meldete der breit aufgestellte und im Faltschachtelmarkt führende Druckmaschinenhersteller zum Mes-

allen Formatklassen herein genommen. Die Ausrichtung unseres Messeauftritts auf wachsende Märkte wie den Digital-, LED-UV- und Verpackungsdruck ist voll aufgegangen. Die Ausdehnung unseres Angebotes auf die Druckweiterverarbeitung mit einer eigenen Rotationsstanze und der Übernahme des spanischen Stanzmaschinenherstellers Iberica findet bei unseren Kunden eine sehr positive Resonanz. Das Gleiche gilt für die konzeptionell vorgestellte digitale Bogenmaschine KBA VariJET 106 Powered by Xerox, deren Entwicklung in einigen Monaten abgeschlossen sein wird, und für unsere neuen Serviceangebote in Richtung Industrie 4.0.» Positiv auf die Besucherzahlen wirkte sich aus, dass auf dem KBA-Stand Lösungen im Digital-, Flexo- und Offsetdruck und damit auch ver-

DUFTLACKE UND DRUCKFARBEN EINE DUFTE DRUPA FÜR LACKE VON FOLLMANN

Erstmals stellte Follmann, der Experte für die Entwicklung und Herstellung von Spezialchemikalien, sein neues Duftbuch vor, demonstrierte am Stand von KBA-Flexotecnica seine wasserbasierten Farben auf flexibler Verpackungsfolie und informierte über Klebstoffe.

Mit Duftlacken, wasserbasierten Druckfarben und Dispersions- und Schmelzklebstoffen bietet Follmann ein Produktsortiment für die Druck- und Verpackungsindustrie an, das das Unternehmen aus Minden in diesem Jahr erstmals auf der drupa präsentierte. «Das Interesse an unseren Produkten und Serviceleistungen war sehr gross», freut sich Frank-Arnold Schlutter, Vertriebsleiter Mikroverkapselungen bei Follmann. «Besonders gut kam unser neues Duftbuch an, in dem wir zahlreiche Duftlacke anhand der Düfte, Bilder und Duftwirkungen vorstellen, um einen Eindruck über die vielfältigen Duftnoten und Anwendungen zu geben.» Duftlacke spielen eine wichtige Rolle im multisensorischen Marketing, da in der Sinneswahrnehmung direkt Emotionen ausgelöst werden und sich Verbraucher intensiver und länger an das zu beduftende Produkt erinnern. Das Interesse der Messebesucher galt jedoch nicht nur den Duftlacken, sondern auch den umweltfreundlichen wasserbasierten Druckfarbensystemen Folco Aquaflex, die speziell für den Flexo- und Tiefdruck auf druckvorbehandelten Kunststofffolien wie PE, PP, PET, PA und OPP entwickelt wurden.



Ein Beispiel aus dem Duftbuch: Popcorn. Diesen Duftlack hatte auch der «Druckmarkt» auf dem Cover der drupa-Ausgabe, Heft 103, eingesetzt (Bild unten). Ein leichtes Streichen über den aufgetragenen Duftlack reicht aus, um die Duftnote zu riechen und emotionale Sinneswahrnehmungen auszulösen.



Am Stand von KBA-Flexotecnica, Partner von Follmann, konnten Besucher live erleben, wie die wasserbasierten Druckfarben in der Praxis eingesetzt werden und sich von der hohen Druckgeschwindigkeit, den brillanten Farbtönen, der optimalen Punktschärfe, der guten Haftung sowie der schnellen Trocknung überzeugen. Aber auch mit leicht zu verarbeitenden und ergiebigen FolcoLit Dispersionsklebstoffen sowie FolcoMelt Schmelzklebstoffen, die zum

Kleben von Papieren, Katalogen, Broschüren und Kartonagen entwickelt wurden, überzeugte Follmann auf der drupa. «Aufgrund der guten Maschinenlaufeigenschaften, der hohen Anfangsfestigkeiten sowie des sparsamen Verbrauchs stellen unsere Klebstoffe eine Alternative zu herkömmlichen Produkten dar», sagt Thomas Bierwirth, Vertriebsleiter Klebstoffe bei Follmann.

Die rund 640 Follmann-Mitarbeiter erwirtschafteten 2015 weltweit einen Umsatz von 187 Mio. €. Die Produktion, Entwicklung und zentrale Funktionen der Gruppe sind in der Zentrale in Minden zusammengefasst.

› www.follmann.com

Papierfabrik Scheufelen PREMIUMKARTON PHOENOLUX

In Kooperation mit den Druckmaschinenherstellern KBA und Manroland Sheetfed stellte die Papierfabrik Scheufelen ihre neueste Entwicklung – den ein- oder zweiseitig gestrichenen Premiumkarton phoenolux – auf der Messe vor. Auf einer Pressekonferenz präsentierten die neuen Anteilseigner des Traditionsunternehmens Dr. Ulrich Scheufelen, der Chairman of the Board Alexander Schaeff und der Managing Director Stefan Radlmayr die künftige Strategie. Scheufelen will seinen Fokus auf die Aktivitäten im grafi-



Auf der drupa stellte Scheufelen seine neue Musterbox «A Perfect Day» vor, die die technischen Eigenschaften von phoenolux sowie seine vielseitigen Einsatzbereiche zeigt.

schon Premiumpapierbereich legen sowie mit der neuen Scheufelen-Marke phoenolux neue Wege im Verpackungsbereich gehen. Auf der drupa stellte Scheufelen auch seine Musterbox «A Perfect Day» vor, die die herausragenden technischen Eigenschaften von phoenolux sowie seine vielseitigen Einsatzbereiche zeigt.

› www.scheufelen.com

Saueressig und Merck UMSETZUNG DES RGB- DRUCKS

Die Möglichkeiten steigen und steigen – so lässt sich jetzt auch in RGB drucken. Im RGB-Druck können zum Beispiel Verpackungen mit changierender Strahlkraft realisiert werden. Mit von Merck entwickelten Farbpigmenten ist es möglich, Bilder aus mehreren Farben direkt auf ein schwarzes Substrat zu drucken. Bisher wurde beim Verpackungsdruck ausschliesslich auf weissem oder hellem Untergrund gedruckt. Die neue Methode nutzt hochreflektierende Perlglanz-Farben in rot, grün und blau sowie eine silberweisse Farbe.

Merck kontaktierte für die Umsetzung des RGB-Drucks die Experten von Saueressig. Bei Tests hat sich gezeigt, dass der Tiefdruck ein ideales System für die Übertragung der Farbpigmente ist. Das Volumen der Nöpfchen kann im Tiefdruck extrem genau auf die verwendete Farbe angepasst werden.

Der Effekt beim RGB-Druck ist geheimnisvoll. Das Bild scheint zu schimmern und von innen heraus zu leuchten. Diese Produkte stechen am Point of Sale aus der Masse hervor – eine neue Art, die Dinge zu sehen, die es in dieser Form noch nicht gegeben hat. Die Vorteile der RGB-Farben sind vielfältig: ein grösserer Farbraum, eine grössere Palette an Farben und Farbsättigungen sowie ein bisher unbekannter Oberflächenglanz.

› www.sgkinc.com

› www.saueressig.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.



SECHSTE KBA RAPIDA FÜR GRAFOBAL 28 METER HIGHTECH-BOGENOFFSET

Diverse Installationen von KBA-Bogenoffsetmaschinen in anderen Betrieben der neben dem Verpackungsdruck in weiteren Geschäftsfeldern und mehreren osteuropäischen Ländern tätigen slowakischen Unternehmensgruppe Grafobal führten zur Inbetriebnahme der ersten KBA Rapida 106 am Grafobal-Hauptsitz in Skalica. Die Konfiguration dieser 28 m langen Hightech-Anlage mit 13 Druck-, Lack- und Trockenwerken ist bemerkenswert.

Von MARTIN DÄNHARDT

Auf die neun Druckwerke folgen ein Lackwerk, zwei Trockentürme, ein weiteres Lackwerk und eine dreifache Auslageverlängerung mit weiteren Trocknern. Es handelt sich also um eine typische Doppellackmaschine für den konventionellen, UV- und einen möglichen Mischbetrieb für besonders hochwertig bedruckte und veredelte Faltschachtel-Verpackungen. Entsprechend ist die Rapida mit einem Kartonpaket und Stapellogistik ausgestattet sowie zur Verarbeitung größerer Stapel bei dickem Material um 675 mm höher gesetzt.

18.000 Bogen/h mit 13 Werken

Weniger selbstverständlich für eine solch lange Maschine ist die Druckleistung von bis zu 18.000 Bogen/h mit dem Highspeed-Paket. Möglich wird dies unter anderem durch die ziehmarkenfreie SIS-Bogenanlage (Sensoric Infeed System). Standard bei der Rapida 106, aber längst nicht bei anderen Mittelformatmaschinen dieser Kategorie, ist die Einzelantriebstechnik am Anleger mit separaten Antrieben für den Bogentrenner und den Anlegertisch. In Kombination mit der Bogenführung mit Venturi-Düsen, den VariDry-Trocknern und der dynamischen Bogenbremse in der Auslage sichern diese Details auch bei hohen Geschwindigkeiten eine optimale Druckqualität.

Jobwechsel per Tastendruck

Für eine hohe Nettoleistung sind neben der Fortdruckgeschwindigkeit auch die Rüstzeiten entscheidend. Das Jobwechsel-Programm der Rapida 106 stellt die automatische Ausführung sämtlicher angewählter Prozesse des Auftragswechsels in zeitoptimierter Reihenfolge sicher. Die für den nächsten Job und die dazugehörige Maschineneinstellung benötigten Daten werden am ErgoTronic-Leitstand mithilfe der Software LogoTronic Professional während der laufenden Produktion eingespielt. Der Jobwechsel erfolgt dann mit nur einem Tastendruck.

Das Schlüsselwort für einen schnellen Jobwechsel lautet bei der Rapida 106 schon seit über zehn Jahren «simultan». Konkret heisst dies, dass an der Rapida 106 in Skalica dank der Einzelantriebstechnik DriveTronic

(Simultaneous Plate Change) an den Plattenzylindern die Druckplatten in allen neun Druckwerken gleichzeitig gewechselt werden. KBA Plate Ident erkennt die Platten mittels DataMatrix-Codes. Parallel und ohne Zeitverlust können die Gummütücher und Druckzylinder mit CleanTronic Multi gewaschen werden. Eine weitere Funktion für kurze Rüstzeiten beim Faltschachteldruck mit vielen Farben ist das Waschsystem DriveTronic SRW für die Farbwalzen in den Druckwerken 1, 2, 7, 8 und 9. An nicht benutzten Druckwerken können die Walzen während der laufenden Produktion gereinigt werden. Das zeitaufwendige Wechseln der Farbe für den neuen Job wird so deutlich beschleunigt. Ein schneller Jobwechsel betrifft jedoch nicht nur die Druckwerke. Eines der Lackwerke verfügt über den AniloxLoader zum automatisierten Wechsel der Raster-

walze ohne jegliche physische Anstrengung des Bedieners. Direkt im Lackturm stehen drei Rasterwalzen für den Wechsel zur Verfügung.

Veredelungs-Vielfalt

Die Doppellackmaschine ermöglicht unzählige Lackeffekte. Umso mehr, wenn sie nicht nur mit einem Kreislauf für Dispersions- und UV-Lacke ausgestattet ist, sondern darüber hinaus für spezielle Lacktypen, wie zum Beispiel Gold-, Silber- oder Iridinlack. Darauf ist auch die Leistung der IR-/TL-Zwischentrockner und der VariDryBlue IR-, TL-, UV-Trockner in der dreifach verlängerten Auslage angepasst. Der VariDryBlue-Endtrockner ist sehr effizient, da er die in den vorderen Segmenten erzeugte Wärme zur Trocknung im Rest der Auslage nutzt. Bei einer klimatisierten Halle zeigt sich der Effekt der



Beindruckend und einzigartig in der Slowakei: Die ca. 28 m lange 13-Werke-Maschine Rapida 106 bei Grafobal.



Mit bis zu 18.000 Bogen/h, neun Druckwerken und jeweils zwei Lack- und Trockentürmen vereint die hoch automatisierte Rapida 106 in Skalica höchste Produktivität mit optimalen Druck- und Veredelungsoptionen.

wiederholten Wärmenutzung deutlich.

Kontrollierte Qualität

Bei anspruchsvollen Verpackungen, wie beispielsweise Zigarettenschachteln, ist eine kontinuierliche Qualitätskontrolle ein Muss. An der Rapida 106 ermöglicht ein Kamerasystem den Überblick über das Geschehen in der Druckmaschine. Das In-line-Mess- und Regelsystem QualiTronic Professional erkennt durch In-line-Messung und Auswertung jedes einzelnen Bogens Fehler im Druckbild, korrigiert bei Bedarf die Farbgebung und verhindert teure Makulatur. Der Kunde erhält auf Wunsch ein aussagekräftiges Qualitätsprotokoll. Mit ErgoTronic ColorControl zur Messung der Farbdichte und der L*a*b*-Werte und ErgoTronic ACR zur Messung des Registers stehen dem Bediener weitere Instrumente zur Qualitätsüberwachung zur Verfügung.

Das SPC-System für den simultanen Plattenwechsel kann auch für die Anpassung der Drucklänge verwendet werden. Diese praktische Funktion wird bei Bedarf gerne auch für die Steigerung der Qualität genutzt.

Komfort und Effizienz am Leitstand

Eine bequeme und effiziente Bedienung der Maschine ermöglicht der ErgoTronic-Leitstand. Mittels TouchTronic steuert der Bediener intuitiv

über einen TouchScreen alle Funktionen, wobei jeweils nur maximal zwei Klicks erforderlich sind. Das Programm «One-Button-Job-Change» beschleunigt über eine optimierte Schrittsequenz den Jobwechsel. Die Funktion «FastInkUp» kann die Makulatur bei Produktionsbeginn um bis zu 40% senken, weil das alte Farbprofil auf den Walzen vom Papier beseitigt und das Auftragen des neuen Profils beschleunigt wird. Der Bediener sieht eine übersichtliche Liste der Jobs mit den Daten bezüglich der Flächendeckung, mit Farbprofilen und Ansichten. Die Flächendeckungs-Daten der einzelnen Jobs ermöglichen eine optimale Reihenfolge zur Senkung der Anlaufmakulatur und der Rüstzeiten.

Die sechste Rapida-Installation in einem Unternehmen der Grafobal-Gruppe unterstreicht die starke Position von KBA-Sheetfed im Verpackungsdruck. Dies gilt nicht nur im Grossformat, wo KBA deutlich führt, sondern auch im von vielen Herstellern bedienten 3B-Format. Davon zeugen in der jüngsten Vergangenheit mehrere Installationen von KBA CEE bei Verpackungskunden im tschechischen und slowakischen Markt. Daneben schätzen auch Akzidenz- und Publikationsdrucker die praxisorientierte Automatisierung und hohe Druckleistung der KBA Rapidas.

➤ www.kba.com

Wer Italien liebt, liest Merum!

Jetzt kostenlos
Probeheft bestellen

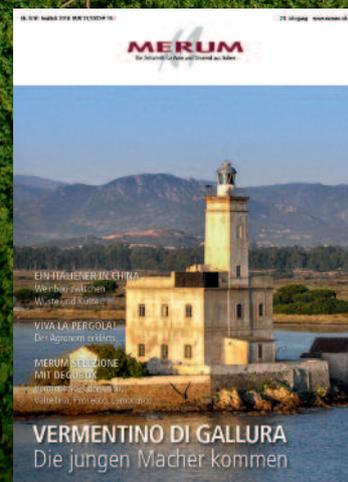




Foto: Horizon

FINISHING DIE HIGHTECH-BUCHBINDEREI

«To finish first you have to finish first» ist ein geflügeltes Wort im Motor-Rennsport, das die brutale Wahrheit beschreibt, einen Sieg auch noch in der letzten Kurve verlieren zu können. Übertragen auf die Drucktechnik, sind es die letzten Schritte Schneiden, Falzen und Binden, die über den Sieg entscheiden und Drucksachen erst zu verkäuflichen Waren machen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Deshalb darf die Weiterverarbeitung nicht als blosser Kostenfaktor oder als notwendiges Übel verstanden werden, sondern als riesige Chance für Wertschöpfung und Profit. Finishing kann im Gesamtprozess der Drucksachen-Produktion zum Erfolgsfaktor werden. Nachdem Vorstufe und Drucksaal weitestgehend digitalisiert und au-

tomatisiert wurden, hinkte die Weiterverarbeitung lange Zeit hinterher, wurde bei den Optimierungsrunden in den Druckereien vernachlässigt, unterschätzt oder übergangen. Aber angesichts schrumpfender Auflagen und immer enger werdender Zeitfenster sind schlankere Abläufe auch in der Weiterverarbeitung zu einem Muss geworden.

Deshalb gehören die Hersteller (um es einmal etwas altertümlich auszudrücken) von Buchbindereimaschi-

nen zu den grossen Gewinnern dieser drupa. Denen (allen voran Horizon, Kolbus und Müller Martini) ist es nämlich gelungen, die Druckweiterverarbeitung aus der Ecke des «Angestaubten» und des «notwenigen Übels» herauszuholen und den Wert des Finishing in seiner Bedeutung für zeitgemässe Drucksachen zu unterstreichen. Dabei gaben sie den Besuchern Konzepte an die Hand, um den Stellenwert der Weiterverarbeitung und deren enormes Potenzial wirk-

lich zu begreifen und in der eigenen «Denke» zu verankern.

Wenn Horizon nun «Finishing first» sagt, ist damit gemeint, nicht einfach blind loszudrucken, sondern die Weiterverarbeitung von Beginn an mit zu berücksichtigen. Und von Anfang an kann auch die Kurationsphase mit einschliessen. Denn nur bei einem durchdachten und durchgeplanten Objekt kann es zu gewünschten Einsparungen und profitablen Drucksachen kommen.

4.0 auch in der Buchbinderei

Für viele mag die Zauberformel Digitaldruck heissen, doch bieten auch alle anderen Verfahren via Workflow-Automatisierung, kürzeren Rüstzeiten und effizienterem Materialeinsatz noch erhebliches Potenzial auf dem Weg in künftige Arbeitsumgebungen.

Horizon hat genau dieses Thema bereits im Spätsommer 2015 unter dem Schlagwort Druckerei 4.0 öffentlich gemacht und dabei auf die Chancen hingewiesen, die eine durchgehend vernetzte Druckerei bietet. Und auch Kolbus und Müller Martini hatten zur drupa das Thema Finishing 4.0 aufgegriffen und dabei mit Automatisierung, Vernetzung sowie dem sogenannten «berührungslosen Workflow» den Nerv der grafischen Industrie getroffen.

Nicht zuletzt deshalb, weil geradezu überall und vor allem bei den Digitaldruckern vom grossen Entwicklungspotenzial individualisierter, va-

riabler und hochqualitativer Druck-Erzeugnisse gesprochen wurde. Dazu reicht der Druck alleine aber nicht aus. Die Produkte müssen schliesslich auch in der Weiterverarbeitung effizient hergestellt werden können. Dazu bot Book-on-Demand, das Geschäftsmodell, das den Büchermarkt vermutlich noch weiter verändern wird, die beste Möglichkeit, durchgängige Konzepte im Finishing und gleichzeitig die Flexibilität der Weiterverarbeitungsmaschinen zu demonstrieren.

Hinter Book-on-Demand stehen zwar auch Digitaldrucksysteme, die in Sachen Bildqualität und Materialvielfalt immer besser geworden sind, allerdings kommen deren Vorteile erst dann wirklich zum Tragen, wenn auch der Vorgang des Bindens automatisiert ist. Und das muss nicht zwingend inline hinter einer Rollenmaschine sein. Imponierend waren daher die Systeme der genannten Hersteller, die kleine Auflagen oder Einzelexemplare, bei denen zudem

Formate und Seitenzahlen von Exemplar zu Exemplar variierten, ohne Unterbrechung produzierten. Von der Buchblockbildung bis zur abschliessenden Klebebindung läuft alles in einem einzigen Arbeitsgang.

Netzwerkfähigkeit ist State-of-the-Art

Dies kann nur durch ausgeklügelte mechanische Systeme im Verbund mit intelligenter Software realisiert werden. Damit haben Horizon, Kolbus und Müller Martini bewiesen, dass sie mit ihren Maschinen am Ende des Produktionsprozesses durchaus Teil einer kompletten Vernetzung sein können.

Einer der Gründe ist die vom Druckprozess abgekoppelte Weiterverarbeitung, die – in sich abgeschlossen – dennoch Teil eines übergreifenden Workflows ist, der den Namen vernetzte Automatisierung durchaus verdient hat. In Zeiten von JDF-Jobtickets, Barcodes und elektronisch er-

fassbaren Markierungen sollte es eigentlich ein Kinderspiel sein, setzt aber voraus, dass Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung von Anfang an ins Gleichgewicht gebracht werden und die Weichen für einen schlanken Workflow gestellt werden. So hat auch Heidelberg das Finishing bei seinem Smart Print Shop voll im Visier. Bei all diesen Überlegungen und Realisierungen von Print und Finishing 4.0 geht es um Vernetzung, um frei zugängliche Schnittstellen und um Systeme, die miteinander kommunizieren können.

Dies gilt ebenso auch für andere Komponenten der Weiterverarbeitung wie etwa klassische Schneidemaschinen, Falzmaschinen und Sammelhefter. Zwar wurden die Vernetzungsfähigkeiten dieser Systeme auf der drupa von den Herstellern wie etwa Polar, MBO oder Hohner nicht besonders hervorgehoben, doch auch diese Maschinen lassen sich in Netzwerke einbinden. ▶

Höhere Fachschule für Gestaltung und Kunst

HF Fotografie
 HF Interaction Design
 HF Visuelle Gestaltung

Berufsorientierte
 Weiterbildungskurse
 in Technik, Gestaltung
 und Kunst

medien *form* farbe

Berufsschule für Gestaltung Zürich
www.medienformfarbe.ch/weiterbildung



Die vernetzte Produktion stand bei Müller Martini ganz im Vordergrund der Präsentation.



Auch das ist modernes Finishing: Bewegliches Objekt aus einem Laserschneider von Highcon.

Vernetzung ist State-of-the-Art und muss nicht mehr besonders betont werden.

Multifunktionssysteme im Trend

Doch auch «im Kleinen» hat die Weiterverarbeitung neue Massstäbe gesetzt, die wir künftig in anderen Teilbereichen der Branche sicherlich immer häufiger antreffen werden. So sind beispielsweise Multifunktionssysteme, die mehrere Arbeitsschritte wie Schneiden, Rillen, Perforieren etc. in einer Maschine miteinander verknüpfen, ein Durchbruch für viele Buchbindereien. Solche Systeme sind bei FKS/duplo seit längerem im Einsatz und seit der drupa auch bei Horizon erhältlich.

Interessant aber auch Laserschneidesysteme wie die von eurolaser, Highcon, Polar oder SEI in unterschiedlichen Formaten, die herkömmliche Stanzformen überflüssig machen. Diese Maschinen überzeugen bei der Einzelblattverarbeitung von Papier und Karton mit reduziertem Zeit-, Material- und Kostenaufwand und verbinden die Produktion mit einem ungeahnten Potenzial an kreativen Lösungen. In Ergänzung dazu können auch Schneideplotter und Cutter beispielsweise von Esko oder Zünd im Large-Format-Druck bei variantenreichen Kleinserien oder Sonderanfertigungen und Prototypen eingesetzt werden.

Daneben bieten sich für das Finishing auch hochwertige Veredelungen wie Folienprägungen, digitale

Lackierungen, dynamisches Stanzen, Heissfolien- und Hologrammprägungen und Ähnliches mehr an. Hier stehen auf der drupa sicherlich Kama sowie MGI, Scodix und Steinemann mit ihren digitalen Lösungen hervor, ohne damit den Wert anderer schmälern zu wollen. Welche enorme Wirkung mit dem Lackieren und anderen Veredelungen erzielt werden kann, muss in einem eigenen Beitrag aufgearbeitet werden. So gibt es ja auch kaum noch ein neues Buch, das nicht auch zumindest auf dem Cover veredelt ist. Was genauso auch für viele andere Drucksachen gilt. Ob diese Veredelungen nun inline oder offline erfolgen, ist sicherlich eine Frage der Anwendung oder der



Wissen, wo es lang geht

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Philosophie. Einer der faszinierenden Stände auf der Messe war der von Leonard Kurz. Das lag weniger am Standbau, sondern an den faszinierenden Anwendungen, die gezeigt wurden. Nicht nur Folien als Veredelungskomponente samt Maschinen, sondern auch Folien als Sicherheitsapplikation oder in Kombination mit gedruckter Elektronik.

Komplexe Inspektionen

Neben der klassischen Weiterverarbeitung (Schneiden, Falzen, Binden) gab es auf der drupa auch Finishing-Lösungen wie Stanzen, Faltschachtelklebmaschinen etc. wie etwa bei Bobst oder beim Heidelberg-Partner Masterwork Machinery, die traditionell dem Bereich der Verpackung zugeordnet werden.

Hier ist allerdings einiges in Bewegung, nachdem der Digitaldruck dieses Segment für sich entdeckt hat und nach entsprechend angepassten Lösungen verlangt. So hat Kama eine Lösung vorgestellt, die in enger Zusammenarbeit mit HP Indigo vorangetrieben wurde.

Was sich generell zu einem wichtigen Thema entwickelt hat, sind Inspektionssysteme. Denn gerade bei Faltschachteln und besonders bei solchen für die Pharma-Industrie sind fehlerhafte Produkte ein KO-Kriterium. Die Inspektionssysteme kommen aber an ihre Grenzen, sobald stark reflektierende Trägermaterialien oder Veredelungen wie Prägungen, Heiss- und Kaltfolienapplikatio-

nen, Hologramme und Codierungen überprüft werden sollen. Deshalb werden die Inspektionssysteme am Ende der Fertigungskette immer komplexer. Bei Heidelberg war das spezielle Offline-Inspektionssystem Diana Eye zu sehen, ausgestattet mit LED-Lichttechnik und Kamerasystemen mit leistungsfähiger Bildanalyse-Software. Doch auch für digitale Drucke ist Kontrolle das oberste Gebot. Die Kama FF 52i beispielsweise arbeitet mit Inspektionssystemen samt Ausschleusung bis hin zur vollständigen Kontrolle von Druckbild, Farbe, Text, Braille, Kratzern und Verunreinigungen, womit eine 100%-Inspektion der vollständigen Auflage möglich ist.

Vorsprung durch Wertschöpfung

Die Kombination von Veredelung und Finishing gewinnt also an Fahrt, macht Drucksachen vielfältiger und damit auch interessanter. Womit auch traditionelles Handwerk beispielsweise bei Schatullen, Verpackungen etc. gefragt ist. Auch wenn es sich wie ein Widerspruch anhört, hat es durchaus einen Reiz, wenn Einzelanfertigungen unter Einsatz neuer Materialien und aktueller Technik hergestellt werden. Schliesslich lebt Gedrucktes auch von der Haptik. So kann die Weiterverarbeitung auf dem Weg von der Massware zu kreativen Spitzenanwendungen eine tragende Rolle einnehmen.

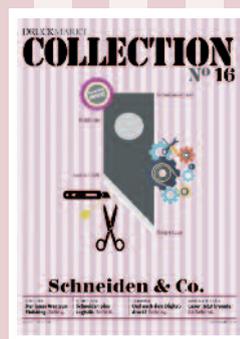
INVESTITIONSKOMPASS SCHNEIDEN & CO.



Schneiden ist in Druck und Verarbeitung eine zwar notwendige, wenn auch wenig spektakuläre Tätigkeit. Doch gerade in diesem Bereich hat sich in den letzten Jahren erhebliches verändert. Nicht nur bei den klassischen Planschneidern. So absolvieren kompakte Multifunktionssysteme mehrere Arbeitsschritte vollautomatisch in einem Schritt, Cutting-Systeme schneiden, fräsen und rillen und Laserschneider ermöglichen hoch filigrane Veredelungen.

Um die für Sie richtige Lösung zu finden, können Sie natürlich Kollegen befragen, sich durch Berge von Papier wühlen oder durch Suchmaschinen kämpfen, um irgendwann den Überblick zu verlieren. Aber warum? Diese Arbeit haben wir schon für Sie erledigt!

Die aktuelle «Druckmarkt COLLECTION» 16 greift praktische und theoretische Aspekte auf, stellt rund 240 verschiedene Schneidesysteme in Marktübersichten zusammen (Stand vom 6. November 2015), beschreibt und kommentiert sie. Daneben gibt es ein Glossar mit den wichtigsten Begriffen und ein Anbieterverzeichnis für die Ansprechpartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



«Investitionskompass»
Schneiden & Co.

48 Seiten DIN A4, davon
über 10 Seiten Markt-
übersichten sowie Tabellen,
Checklisten, Artikel, Glossar
und Anbieterverzeichnis.

Zu bestellen im Internet für
16,50 € / 16.50 CHF.



Bildquelle: fotolia

BROSCHÜRENFINISHING AUF EFFIZIENZ GETRIMMT

Natürlich könnte man angesichts des Wandels in der Branche, in der auch die Drucksachen selbst Veränderungen unterliegen, die Frage stellen, welche Zukunft rückengeheftete Broschüren überhaupt noch haben? Sie wirken im Vergleich nun einmal nicht so wertig wie klebegebundene oder fadengeheftete Produkte. Und die Erlöse, die für rückengeheftete Drucksachen erzielt werden können, wachsen auch nicht gerade in den Himmel.

Text: FKS

Dennoch sind diese Broschüren noch immer die beliebtesten gebundenen Produkte vom kleinen Prospekt bis zum ausgewachsenen Magazin. Weil sie vergleichsweise schnell, sicher und wirtschaftlich herzustellen sind.

Broschürenautomaten waren im Grunde genommen eine sehr frühe Form des aktuellen Trends, mehrere

Arbeitsschritte in einem System zusammenzufassen. Denn sie vereinen Zusammentragen, Falzen, Heften und Schneiden in einem reibungslosen Zusammenspiel. Und ebenso zahlreich, wie der Einsatz rückengehefteter Broschüren ist, so unterschiedlich sind auch die Lösungen vom direkt an eine Digitaldruckmaschine angeschlossenen Bookletmarker über professionelle Broschürenfinisher bis zu Sammelheftern (wobei diese jedoch gefalzte Bogen verar-

beiten). Was sie vereint ist das Heftprinzip mittels Drahtklammer. Sonst gibt es nur relativ wenig Gemeinsamkeiten, denn von der Anlage bis zur Ausgabe werden unterschiedliche Techniken und Module eingesetzt. Genau hier verbirgt sich «das Geheimnis» der Konzepte und Konstruktionen.

Ginge es nur um die mechanischen Abfolgen, wären möglicherweise auch ältere Maschinen noch einsatzfähig, denn an der Mechanik haben

sich in den letzten Jahren eher Optimierungen denn grundsätzlich neue Konstruktionen ergeben. Wenn aber neben ausgereifter Mechanik Elektronik und Software ins Spiel kommen, bestehen umfangreiche Möglichkeiten, die Arbeitsabläufe zu straffen und zu automatisieren – was mit älteren Systemen nur schwerlich umzusetzen ist.

Mit der über 40-jährigen Erfahrung in der Entwicklung von Broschürenautomaten und weiteren Technolo-

gien für die Druckweiterverarbeitung setzen Duplo und FKS auf eine Strategie der maximalen Automatisierung bei höchster Präzision. Den grössten Nutzen bieten dabei die modular aufgebauten multifunktionalen Systeme in Kombination mit intelligenten Workflows.

Rüstvorgänge

Merkmal für die Leistung von Broschürenautomaten war bisher die Maximalgeschwindigkeit, gemessen in Broschüren pro Stunde auf Basis von 80-g/m²-Papieren. Doch diese Bestmarken stehen im Zuge immer kleiner werdenden Auflagen längst nicht mehr im Mittelpunkt. Es geht um die Zeit, die ein Produkt für seine Gesamtherstellung benötigt. Statt Höchstleistungen werden heute hohe Flexibilität bei den Bedruckstoffen und Formaten, kurze Rüstzeiten und Fehlerquoten nahe Null gefordert. Null Makulatur durch möglichst einfache Bedienkonzepte ist dabei realisierte Praxis.

Da Rüstzeiten keinem einheitlich messbaren Standard unterliegen und in technischen Datenblättern nicht auf Anhieb erkennbar sind, lassen Faktoren wie werkzeuglose Formatwechsel, hoher Automatisierungsgrad, flexible Modi beim Produktionsprozess, sensorgestützte Kontrollen sowie intuitive Bedienung auf kurzes Rüsten und hohe Sicherheit schliessen.

Hierbei haben Duplo und FKS mit immer weiter automatisierten Arbeitsschritten die Rüstzeiten so weit verkürzt, dass die Maschinen in der Lage sind, einen Wechsel vom kleinsten zum grösstmöglichen Format innerhalb von 60 Sekunden vollautomatisch durchzuführen. Der Wechsel zwischen zwei Jobs ist in einer hal-

ben Minute erledigt – ohne dass weiteres Werkzeug benötigt wird. Es können Jobs neu erstellt, für zukünftige Aufträge gespeichert und häufig wiederkehrende Jobs über das zentrale Bedienerfeld jederzeit abgerufen werden. Dies ermöglicht eine Arbeitsweise, wie es eben die aktuellen Marktbedingungen verlangen: Viele kleine Aufträge innerhalb kürzester Zeit wirtschaftlich zu fertigen.

Qualitätskontrollen

Einige FKS-Finishingsysteme im Umfeld der Broschürenfertigung wurden speziell für die Anforderungen des Digitaldrucks entwickelt. Bereits Ende der 90er-Jahre wurde zusammen mit Duplo der erste Digitalbogenanleger konzipiert und bis heute in der dritten Generation stetig weiter optimiert. Neben einem für den Digitaldruck optimal geeigneten Einzugsystem beinhalten diese Systeme bereits werkseitig eine Markenlesung zum Ausgleich des Versatzes von Druckbogen aus Digitaldruckmaschinen, Satzende-Marken, optische und Ultraschall-Doppelbogenkontrollen und Barcode-Steuerungen.

Broschürenautomaten führen am Ende der Produktionskette die bedruckten Bogen zum fertigen Produkt zusammen. Dabei kann auch eine Überprüfung durchgeführt und der Nachdruck fehlender oder als fehlerhaft identifizierter Produkte ausgelöst werden. Schliesslich erkennen die integrierten Sensoren Fehlbogen, Doppelbogen, gedrehte Bogen oder Bogen, die nicht in der richtigen Drucksequenz liegen.

Doppelbogenkontrollen, OMR- und Barcode-Leser (1D-/2D-Barcodes) steuern und überwachen die Anlage für schnelle Rüstzeiten und zur Makulaturvermeidung auch bei Auf-

gabe 1. Systeme mit einer Endmarken-erkennung wissen genau, wann das Ende eines Jobs erreicht ist.

Weitere Automatisierungen

Schnell wechselnde Aufträge, variierende Auflagen und hohe Auslastungen setzen voraus, dass sich Auftragsdaten und Parameter einfach eingeben – oder noch besser, über Barcodes einlesen lassen. Das erspart die Mehrfacherfassung von Daten und verringert die Fehlerquoten, da die Codes Kunden- und Auftragsnummer sowie eine Jobbeschreibung mitliefern und im Management-Informationssystem ausgewertet werden können. So werden bei FKS ganze Systeme via PC, Touchscreen und Barcode-Leser gesteuert.

Dabei ist dies nicht neu. Schon seit gut 15 Jahren werden die Systeme mit solchen Automatismen ausgestattet. Und die einfache, intuitive Bedienoberfläche der Systeme ist in der neuen Generation für alle Systeme vereinheitlicht – ein weiterer Automatisierungsschritt.

Breites Leistungsspektrum

Maschinen von FKS decken ein breiteres Spektrum an Leistungsklassen ab und bieten nach dem «Nearline»-Prinzip Lösungen vom Einsteigersystem bis zum professionellen Sammelhefter für den Offset- oder Digitaldruck sowie die Kombination aus beidem.

Die modularen Systeme lassen sich auf die Bedürfnisse der Kunden anpassen und erweitern. So sind beispielsweise die Highend-Systeme für die Fertigung von bis zu 9.000 Broschüren pro Stunde ausgelegt, können aus bis zu sechs Zusammentrag-

türmen, Sammelhefter, Frontschneider und einem Modul für den Kopf- und Fussbeschnitt konfiguriert werden. Die Produktivität wird durch den Einsatz einer Rausschnitt-Einrichtung für die Broschürenfertigung im Doppelnutzen erhöht. Dank der professionellen Rill- und Falzeinrichtung lassen sich Broschüren mit bis zu 120 oder 200 Seiten Umfang fertigen und Formate von 90 x 75 mm bis zu 356 x 305 mm verarbeiten. Somit kann eine Bandbreite vom «Minibuch» bis zum im Trend liegenden A4 Landscape-Format abgedeckt und höchst wirtschaftlich hergestellt werden.

Voraussetzung Automatisierung

Das wirtschaftliche Herstellen von Broschüren unter Einsatz ausgeklügelter Verfahrenstechniken bis zum fertigen Produkt, das ein gutes Aufschlagverhalten und Stabilität mitbringt, ist bei den FKS-Lösungen sichergestellt. Denn gute Qualität setzen die Kunden voraus.

Heute und in Zukunft geht es ausserdem aber darum, das Finishing in einen transparenten Arbeitsablauf des gesamten Unternehmens einzubeziehen. Automatisierung ist dazu eine wesentliche Voraussetzung. Und durch Vernetzung dieser hochautomatisierten Maschinen mit anderen am Herstellungsprozess beteiligten Komponenten oder Management-Informationssystemen wird eine weitere Steigerung der Produktivität erreicht. So entstehen überzeugende und auf Effizienz ausgerichtete Produktionsketten, mit denen auch zielgerichtet individualisierte Drucksachen hergestellt werden können.

➤ www.fks-hamburg.de

Rod Krün Plau

Wir stellen die Fakten klar und bringen sie in die richtige Reihenfolge. DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

EFFIZIENZ FÜR KLEINAUFLAGEN KAMA PUNKTET BEIM DIGITALDRUCK-FINISHING

Der Dresdner Maschinenhersteller hat während der drupa seine Auftragsbücher gefüllt und nach eigenen Angaben Abschlüsse im Volumen von 3,5 Mio. € erzielt. Die Lösungen für Druckweiterverarbeitung und Veredelung gehen nach Deutschland, in weitere europäische Länder, den Nahen Osten und in die USA. Die erste Serie der weltweit ersten Faltschachtelklebemaschine KAMA FF 52i für Kleinauflagen sei bereits ausverkauft.

Text und Bilder: KAMA

Die dreijährige Entwicklungszeit für die FF 52i hat sich offenbar ausgezahlt. «Unser Konzept, als einer der ersten Hersteller Lösungen für den Trend Kleinauflagen in der Verpackung zu präsentieren, ist aufgegangen», erklärt KAMA Geschäftsführer **Marcus Tralau**. «Unsere Neuheiten für den digitalen Verpackungsdruck wurden vom internationalen Markt angenommen.»



KAMA hatte die Faltschachtelklebemaschine mit nahezu vollautomatischem Auftragswechsel in Düsseldorf erstmals als serienreifes Modell vorgestellt (wir hatten über den Prototyp im Februar 2015 in «Druckmarkt 95» berichtet) und das Umrüsten zum nächsten Schachtelformat in beeindruckenden fünf Minuten de-

monstriert. Damit hat sich KAMA aus dem bisherigen Kerngeschäft Akzidenzdruck in den Verpackungsmarkt und gleichzeitig in die Welt des digitalen Drucks gewagt.

Rekordschnell Umrüsten

«Die Lösung für kleine Faltschachtelaufgaben trifft den Nerv der Zeit», ist Marcus Tralau überzeugt. Der Anstieg von Kleinauflagen bei Kosmetika, Pharma, Beauty & Care sowie Lebensmittel stelle Verpackungsmittelhersteller vor neue Herausforderungen. «Die «Short runs» rechnen sich nicht auf High-Volume-Anlagen, doch sie entwickeln sich gerade vom unliebsamen Störfaktor zu einem eigenen Markt», erklärt Tralau.

Die FF 52i wird je nach Bedarf mit Inspektionssystemen für verschiedene Level ausgestattet – bis hin zur 100% Druckbildinspektion für den Pharmamarkt.

«In Kombination mit unserer Stanz- und Prägemaschine DC 76 ASB, die digital gedruckte Bogen auf den Zehntelmillimeter genau weiterverarbeitet und ohne Werkzeuge inline ausbricht, decken wir in der Faltschachtelherstellung den gesamten Workflow nach dem Druck ab», erklärt Tralau. «Das schnelle Umrüsten – mit der FF 52i jetzt auch beim Falten und Kleben – ist der Schlüssel für profitable Kleinauflagen. Ich kenne keine vergleichbare Lösung zum Weiterverarbeiten digital gedruckter Faltschachteln in der erforderlichen Qualität. Faltschachteln mit unterschiedlichen Designs und Individualisierungen werden im Verpackungsmarkt wohl schon bald neue Akzente setzen.»

Der «Speed-to-Market-Workflow für die Faltschachtelfertigung wurde in Halle 17 mit dem Partner HP Indigo demonstriert: Vom Druck auf der HP Indigo 30000 mit Tresu Lackierwerk

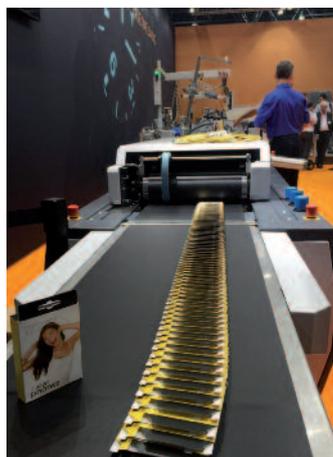
i-Coat 30000 über das Stanzen, Rillen, Ausbrechen und Nutzentrennen an der KAMA DC 76 ASB bis zum Falten und Kleben auf der KAMA FF 52i wurden personalisierte Längsnahtschachteln und Faltbodenschachteln innerhalb weniger Stunden gefertigt.

Mehr Leistung und Effizienz

Die Stanz- und Veredelungsmaschine ProCut 76 Foil zeigte KAMA in der «Generation S» mit modernster Servotechnik und neuem Heissfolienprägesystem und 50% mehr Leistung. Mit 5.000 Bg/h veredelte die ProCut 76 Foil eine Mappe mit Heissfolienmotiven, darunter ein Motiv mit Nanoembossing für feinste Strukturen. Ein servo-antriebener Anleger und bedienerfreundliche Features machen das Umrüsten an den KAMA Veredelungsstanzen noch einfacher und schneller – für mehr Wirtschaftlichkeit beim professionellen Stanzen und Veredeln kleiner und mittlerer Auflagen.

«Die effizienten Lösungen bringen im Postpress neue Workflow-Modelle auf den Plan», blickt Tralau nach vorn. Sein unkonventioneller Vorschlag: Drucken im B1-Format und die anschließende Weiterverarbeitung und Veredelung im Halbformat, um mit dem Wechsel zum kleineren Format Werkzeugkosten zu reduzieren und Einrichtezeit zu verkürzen.

› www.kama.info



Starkes Interesse am KAMA drupa Stand mit der weltweit ersten Faltschachtelklebemaschine FF 52i für Kleinauflagen (links).

SCHNEIDEN KUNDEN REDEN NICHT ÜBER PRINT 4.0 – SIE SETZEN ES UM

Die Baumann Maschinenbau Solms GmbH vernetzt und automatisiert die Prozesse rund um das Schneiden. Der Mittelständler mit 80 Mitarbeitern setzt auf modulare Technik, um schnell auf Marktveränderungen reagieren zu können. Im Interview erklärt Geschäftsführer Volkmar Assmann, warum er die voll vernetzte Druckerei als Chance für sein Unternehmen sieht.

Von KATHARINE ZEPF

Die Anfänge der Maschinenbau Solms GmbH liegen in den 1960er Jahren, als die Baumann Gruppe damals Wohlenberg-Schneidemaschine vertrieb und damit begann, Peripheriegeräte zu entwickeln. Ziel waren komplette Schneidesysteme. Das führte 1978 zur Gründung von Baumann Maschinenbau Solms. «Seither bieten wir Schüttelmaschinen, Stapelheber, Lufttische und Ladegeräte an, die wir mit 80 Mitarbeitern entwickeln, bauen und vertreiben», erläutert Geschäftsführer **Volkmar Assmann**. «Unser Eigenanteil an der Fertigung liegt bei über 80 Prozent. Unsere Ausbildungsquote beträgt gut zehn Prozent inklusive drei bis vier Studenten aus dualen Studiengängen, die wir in aller Regel bei uns behalten. In Forschung und Entwicklung sind es zehn Mitarbeiter. Wir sind also in der Lage, Ideen schnell umzusetzen und auf veränderte Kundenwünsche zu reagieren.»

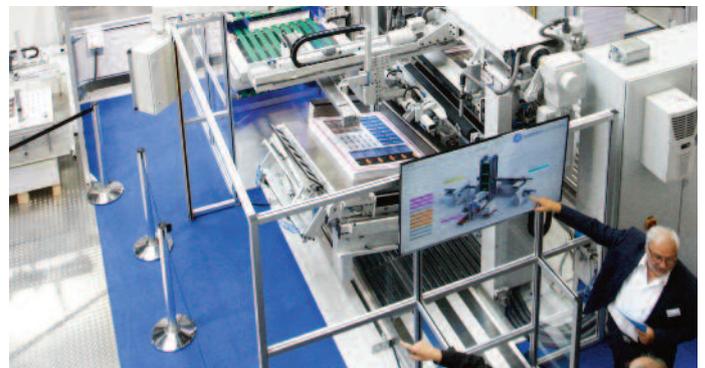
In den letzten Jahren hat das Unternehmen einen Generationswechsel eingeleitet und Leute von unter 30 Jahren in Führungspositionen eingesetzt. «Wir haben auch in den zuletzt schwierigen Zeiten darauf gesetzt, uns personell und technisch weiterzuentwickeln. Denn der Markt hat sich grundlegend verändert und fordert andere Maschinen und System-

lösungen als noch vor zehn Jahren», stellt Assmann fest.

Was verbirgt sich hinter Schneiden 4.0?

Auf der drupa hat Maschinenbau Solms einen voll vernetzten, automatisierten Schneidprozess vorgestellt. «Wir bieten heute über alle Formatebereiche hinweg automatisierte Lösungen und haben den Anspruch, Kunden für jede Aufgabenstellung rund um das Schneiden die passende Lösung anbieten zu können», sagt Volkmar Assmann. «Wir haben unsere Maschinen modularisiert und die Prozesse automatisiert.» Gerade für häufige Auftrags- und Formatwechsel sind die Lösungen gemacht. Auch Druckereien, die früher nur gedruckt haben, bieten mittlerweile Weiterverarbeitung und Veredelung an. Der Kostendruck ist enorm, die Lieferzeiten sind kurz und die Arbeit aufgrund sinkender Auflagen kleinteiliger. Die einzige Möglichkeit, dennoch produktiv und wirtschaftlich erfolgreich zu bleiben, ist Automation.

«Schneiden 4.0 ist unser Beitrag zur integrierten Prozesswelt. Digitalisierung bietet die Chance, Rüstzeiten zu eliminieren. Schneidprogramme für wechselnde Aufträge und Sammelbögen erstellt unser System automatisch anhand von Daten aus der Vorstufe. Schütteln, Zwischenlagern der geschüttelten Lagen, Transport zum automatisierten Schneiden und das Abladen sind komplett automatisiert.



Das Ganze ist in ERP-Systeme eingebunden, der Prozess ist gläsern und die Produktionsdaten sind in Echtzeit einsehbar. Auftrags- und Kostenkontrolle sind ebenso gegeben, wie eine ständig aktuelle Materialhaltung, die im Service ebenfalls automatisiert erfolgt», erläutert Assmann.

Wer benötigt solche Lösungen?

Es seien vor allem Druckereien aus Hochlohnländern, die den Kostendruck spüren und darauf mit Automation reagieren müssen, hat Volkmar Assmann festgestellt. «Wir spüren eine Intensität in den Gesprächen, die ich nicht für möglich gehalten hätte. Druckereien reden nicht nur über Print 4.0, sondern setzen es mit Hochdruck um», ist Assmann überzeugt.

Denn der Schneidprozess sei in den letzten Jahren oft stiefmütterlich behandelt worden. Im Bestand seien viele Maschinen aus den 1970er Jahren. Jetzt löse der Automationsdruck Investitionen aus. «Und unsere Lösungen sind gefragt, zumal die An-

bindung in die Prozessketten auf Basis des JDF-Standards recht problemlos ist. Die Vernetzung ist unabhängig vom Hersteller möglich und funktioniert in aller Regel per plug&play. Durch die Einbettung unserer 4.0-Lösungen in übergeordnete ERP-Systeme sehe ich für uns Wachstum im grafischen Bereich», sagt Assmann.

Nach wie vor ist die Druckindustrie grösster Bereich bei Maschinenbau Solms – neben Wertpapierherstellung, Verpackung, Zuführsystemen und der Lohnfertigung. Was für den Wertpapier- oder Verpackungssektor entwickelt wird, lässt sich oft auch auf die anderen Felder übertragen. Noch bleiben 90% der Maschinen und Systemlösungen in Europa. Auf der drupa gab es laut Assmann jedoch intensive Gespräche und auch Verträge mit Vertriebspartnern aus Asien, Ozeanien und Südamerika.

➤ www.baumann-mbs.de
➤ <http://dup.vdma.org>

MBO-Gruppe

RÜCKBLICK AUF EINE ERFOLGREICHE MESSE

Die MBO-Gruppe zeigt sich rückblickend sehr zufrieden mit ihrem Messeauftritt. Wie kein anderer Falzmaschinenhersteller habe man die ganze Breite des Angebots eindrücklich und live der Weltöffentlichkeit vorführen können. Den Besuchern wurde die technologische Leistung der MBO-Gruppe über alle Bereiche und in Funktion vermittelt. Bereits in den ersten



Das neue High-Speed Folding System Le Mans.

Messtagen seien mehrere Falz- und Auslage-Systeme verkauft worden.

Das Highlight der insgesamt zwölf Messe-Exponate war das neue High-Speed Falzsystem Le Mans, das erstmals präsentiert wurde. Es stellt laut MBO in puncto Geschwindigkeit und Ergonomie alles bisher Dagewesene in den Schatten. Darüber hinaus sei die Le Mans ein Meilenstein auf dem Weg zur Industrialisierung der Weiterverarbeitung, welche ideal für Betriebe geeignet sei, die ab ca. 70 Mio. Falzvolumen pro Jahr zu verarbeiten haben und dafür ein System mit höchster Produktivität und geringstem Personaleinsatz benötigen.

› www.mbo-folder.com

Hunkeler

GUTE VERKÄUFE UND GROSSES INTERESSE

Mehrere verkaufte Linien für Kunden aus allen Teilen der Welt – das ist die Bilanz der Hunkeler AG auf der drupa 2016. Bestellt wurden mehrere Produktionslinien für die Herstellung von Buchblocks in Verbindung mit Digitaldrucksystemen der Hochleistungs-kategorie.

Die Buchlinie sammelt 4-, 6- und 8-seitige Signaturen zu Buchblocks mit variabler For-



Die drupa 2016 war für Hunkeler ein Erfolg. Das Schweizer Unternehmen unterzeichnete Kaufverträge mit Kunden aus allen Teilen der Welt.

matlänge und wechselndem Seitenumfang von einem Buchblock zum nächsten – in Nonstop-Produktion bei bis zu 200 m/Min. Ein massgebendes Argument, weshalb Kunden die Buchlinie von Hunkeler bevorzugen, ist die dynamische Umstellung der kompletten Linie bei variablen Buchblockformaten. Bestellungen nahm Hunkeler auch von Kunden aus der Mailing-Industrie sowie aus dem Transaktionsdruck entgegen. Auf dem Messestand verkauft wurde das erstmals vorgestellte Laser-Modul HL6 mit einem neuen 300-Watt-Laser.

Zeitungsdruckereien und Verlagshäuser bekundeten an der Zeitungsline grosses Interesse. Besondere Beachtung fand die Möglichkeit, fliegend von der Broadsheet auf die Tabloid-Produktion zu wechseln.

› www.hunkeler.ch

Polar

OFFSET UND DIGITAL-DRUCK-LÖSUNGEN

Die positive Stimmung der gut 260.000 Besucher spiegelt sich für Polar in einer hohen Investitionsbereitschaft wider. Die Messe hat gezeigt, dass der Offsetdruck sehr lebendig und der Digitaldruck weiter am Wachsen ist. Polar ist in beiden Bereichen mit seinem Produktportfolio sehr gut aufgestellt. Die Hauptanziehungspunkte auf dem Polar Stand waren



Hauptanziehungspunkt am Stand von Polar war das Laserschneidesystem Digidcut Pro.

neben den beiden Laserschneidern auch das Label-System DC-11plus und das CuttingSystem 200 PACE. Besonders gross war das Interesse beim Digidcut Eco und dem Digidcut Pro. Neben der Faszination für die Technik des Schneidens mit Laser waren die Kunden von den vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten beeindruckt. «Neben einer Vielzahl von Solo-Maschinen konnten wir auch etliche Schneid- und Stanzsysteme vom Stand weg verkaufen. Zudem konnten wir viele weitere interessante Projekte anstossen», äussert sich Polar Geschäftsführer Dr. Markus Rall zufrieden.

› www.polar-mohr.com

drupa 2016

EIN VOLLER ERFOLG FÜR BOGRAMA UNTER DEM MOTTO «SIMPLY DIE-CUTTING.»

Den Messeauftritt unter dem Motto «Simply die-cutting.» wertet Bograma als vollen Erfolg – das hätten die durchwegs positiven Rückmeldungen sowie die kundenspezifischen Fachgespräche bestätigt.

Auf der drupa war die neue rotative Stanzmaschine BSR 550 basic im Dauereinsatz. Gezeigt wurde, wie fünf verschiedene Jobs mit einfachem und schnellem Werkzeugwechsel gestanzt werden können. Die kompakte Stanzmaschine ist für Anwender gedacht, welche kleine und mittlere Auflagen wirtschaftlich und effizient produzieren möchten. Die Offline-Anlage eignet sich zum Stanzen, Anstanzen, Rillen, Perforieren und Prägen verschiedenster Produkte wie Verpackungen, Etiketten, Mailings, Präsentationsmappen etc. – sowohl aus dem Offset- wie aus dem Digitaldruck.

Ein weiteres Highlight auf dem Bograma Stand war die Robo-Stack Linie, ein Gemeinschaftsprojekt von Bograma und ATSTanner, einem Banderolierspezialisten. Gezeigt wurde eine In-line-Lösung zum rotativen Stanzen von Etiketten im Mehrfachnutzen, einschliesslich automatischem Abgreifen und anschliessendem Banderolieren.

Das Ausstellungsprogramm von Bograma wurde abgerundet mit der Produktionslinie zur Herstellung eines 4-seitigen Falzprospekte im Doppelstrom und der Packaging-Linie Stamina, einem Gemeinschaftsprojekt mit Herzog + Heymann, welche auf dem Stand von MBO gezeigt wurde.

› www.bograma.ch

Toscana

Graubünden

Edle Weine der Brüder Davaz.

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

PROZESSOPTIMIERUNG GRASL FAIRPRINT OPTIMIERT DAS FALZEN

In Bad Vöslau, zwanzig Kilometer südlich von Wien, wird derzeit ein einzigartiges Projekt realisiert. Die namhaften österreichischen Druckereien agensketterl, AV+Astoria sowie Grasl FairPrint haben ihre Produktion unter einem Dach zu einer der grössten Akzidenzdruckereien im deutschsprachigen Raum zusammengeführt. Dabei treten die Unternehmen am Markt nach wie vor selbstständig auf.

Text und Bilder: Heidelberg

Mit diesem Schritt haben wir eine Unternehmensgrösse erreicht, die uns wettbewerbsfähig macht und mit der wir gemeinsam unsere Aktivitäten in Österreich ausbauen können», erklärt Walter Grasl, Geschäftsführer von Grasl FairPrint. «Dafür suchten wir auch nach einer Lösung für eine gemeinsame Weiterverarbeitung. Dabei wurden einige Bereiche durch Investitionen in zeitgemässe Maschinenkonzepte gänzlich neu aufgestellt, um eine wirtschaftliche und effiziente Produktion zu ermöglichen.»



Den Zuschlag für die Falztechnologie erhielt Heidelberg. Auf Grundlage existierender Auftragsauswertungen, Jobstrukturen und Auflagenhöhen aller drei Druckereien entwickelten Heidelberg und die Druckereien ein Gesamtkonzept. Aus ehemals sechzehn Falzmaschinen sind nunmehr acht geworden, darunter zwei neue Hochleistungsfalzanlagen Stahlfolder TX 96 mit PFX-Anleger und zwei Stahlfolder TH 66. Es folgt noch ein Polar PACE CuttingSystem, um das Schneiden zu optimieren.

200 Millionen Falzbogen im Jahr

Seit April dieses Jahres sind die Falzmaschinen in Bad Vöslau installiert und Walter Grasl zieht eine erste Bilanz: «Bereits bei der Vorstellung des

PFX-Palettenanlegers auf der drupa 2012 habe ich das Potenzial dieser neuen Technologie erkannt.» Der Anleger nutzt das gleiche Prinzip wie ein Druckmaschinenanleger. Die Bogen kommen geschuppt in den Anleger und ins Falzwerk, was für einen Durchsatz sorgt, der um bis zu 50% höher ist als bei einer konventionellen Kreuzbruch-Produktion.

«Auf den beiden Stahlfolder TX 96 verarbeiten wir alle 16-seitigen Signaturen. Was bisher acht Maschinen bewältigt haben, schaffen jetzt diese beiden Maschinen. Sie können mühelos mit dem hohen Ausstoss unserer Druckmaschinen mithalten. Wir haben einen schnelleren Auftragsdurchlauf und es entfallen auch die Arbeiten am Wochenende.» Zudem ist Grasl von der hohen Laufleistung mit 15.000 bis 20.000 Bg/h bei geringer Maschinengeschwindigkeit, hoher Verfügbarkeit und stabiler Produktion begeistert.

Die beiden Stahlfolder TX 96 sind über den Prinect Postpress Manager in den Workflow der vollstufigen Druckerei integriert, wodurch Daten über Mengen und Zeiten in Echtzeit zur Verfügung stehen.

Falzarbeiten für Mehrfach-Nutzen, Vielfach-Leporello oder Spezialanwendungen werden auf den beiden Stahlfolder TH 66 produziert. «Wir verarbeiten 200 Millionen Falzbogen pro Jahr und das von Heidelberg ausgearbeitete Gesamtkonzept passt zu unseren Anforderungen nach Produktivität und kurzen Rüstzeiten, sodass wir unseren Kunden bei vielen



Mit zwei Falzanlagen Stahlfolder TX 96 mit PFX-Anleger wird fast das gesamte Signaturen-Volumen bewältigt.

Produkten eine Just-in-time-Lieferung am gleichen Tag garantieren können.»

Prozessoptimierung geht weiter

Grasl FairPrint beliefert Kunden in ganz Österreich und über die Grenzen hinaus. Über 180 Mitarbeiter stellen ein breites Portfolio an Werbedrucken aller Art sowie Bücher, Geschäftsberichte und Kataloge her. Gearbeitet wird in drei Schichten. Im Drucksaal stehen 38 Druckwerke in den Formaten 35 x 50 cm, 70 x 100 cm und 100 x 145 cm – sowohl von Heidelberg als auch von anderen Herstellern.

Walter Grasl denkt bereits an die nächsten Projekte – zum einen wird

die Vernetzung der Weiterverarbeitung weiter ausgebaut: mit Remote-fähigkeit der neuen Falzmaschinen, um Fernwartungen umsetzen. Neben der Transparenz der Produktionsdaten sollen auch die Logistikprozesse rund um die Falzmaschinen optimiert werden. «Wir wollen unsere Kunden durch schnelle Prozesse, mit dem richtigen Know-how und einer hochwertigen Qualität jedes Mal aufs Neue begeistern», erklärt Walter Grasl und will seine Vision einer integrierten und prozessautomatisierten Druckerei Schritt für Schritt umsetzen.

➤ www.grasl.eu

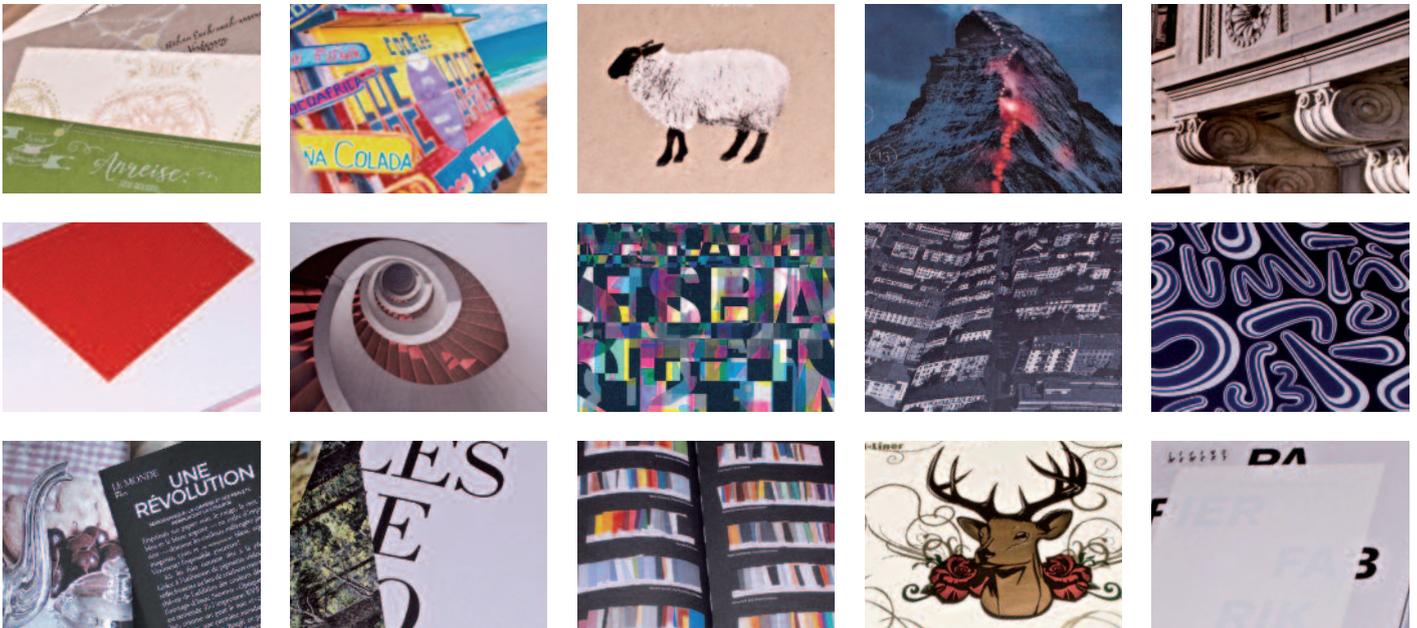
➤ www.heidelberg.com



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 2016.



EINSENDEN BIS
31. JANUAR 2017

- › 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 2016 bis zum Einsendeschluss am **31. Januar 2017** 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



ZANDERS SPEZIAL- STATT STANDARDPAPIERE

Im Mai 2015 erwarb die Beteiligungsgesellschaft mutares AG in München Metsä Board Zanders und kehrte mit der Umfirmierung in Zanders GmbH zum alten Namen zurück. Inzwischen hat der Papierhersteller sein Profil geschärft und will auch international wieder eine Rolle spielen. Dr. Lennart Schley, Geschäftsführer bei Zanders, spricht über das Portfolio und über die zukünftige Entwicklung des Unternehmens.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Natürlich geht der Name Zanders nicht nur den seit Jahrzehnten erfahrenen Fachleuten der Branche leichter über die Lippen als der sperrige finnische Name. Doch die Rückkehr zum alten Namen Zanders, der seit Mai 2015 wieder Gültigkeit hat, ist ja nicht gleich ein Zurück zu der alten Papiermacher-Herrlichkeit, die 1829 in Bergisch-Gladbach begann. Die Märkte haben sich geändert, sie werden sich weiterhin ändern und das bedeutet auch für einen Papierhersteller das ständige Orientieren an den Kundenwünschen und deren Anforderungen. Wie und womit Zanders diese Aufgabe lösen will, war wesentlicher Teil unseres Gesprächs mit dem Zanders-Geschäftsführer Dr. Lennart Schley.

Seit 2001 war Zanders Teil von M-real und nach dessen Umfirmierung als Metsä Board Zanders unterwegs. Welche Chancen sehen Sie in dem Neustart für Zanders?



Dr. Lennart Schley: Der Gesellschafterwechsel und die Umfirmierung zur Zanders GmbH sind ein klares Bekenntnis zu einem Traditionsunternehmen, das für hohe Produktqualität sowie Spezial- statt Standardpapier steht. Damit etabliert sich Zanders als eigenständiger, nicht von Konzerninteressen bestimmter Universalanbieter

ter für qualitativ hochwertige Nischen- und Spezialprodukte. Der Fokus liegt dabei auf der Verpackung. Ziel ist es, mit Lösungen und funktionalen Anwendungen für die Kunden einen Zusatznutzen zu generieren.

Das ist ein strategisches Ziel. Was aber heisst das für die praktische Umsetzung?

Wir haben bereits zusätzliche Spezialanwendungen für Flächengewichte von 25 bis 400 Gramm entwickelt. So produzieren wir zum Beispiel bereits seit einigen Monaten eine Barriereanwendung für die Lebensmittelindustrie. Aber auch für ausgewählte Nischen der grafischen Industrie wie den Digitaldruck werden neue Produkte entwickelt. Ausserdem wird die Lohnfertigung als zusätzliches Standbein aufgebaut. In diesem Kontext wird das Technologie-Know-how von Zanders durch den Aufbau der F&E-Abteilung sowie durch Kooperationen mit externen Instituten weiterentwickelt. Klar ist: Seit dem Gesellschafterwechsel steht nicht mehr die Fabrik als verlängerte Werkbank der Konzernmutter im Vordergrund, sondern das Bedienen von Kundenwünschen.

Dazu gehört erfahrungsgemäss ein schlagfertiger Vertrieb. Wie stellt sich Zanders künftig auf?

Zanders verfolgt einen klaren Wachstumskurs – organisch mit eigenen Produkten und Ressourcen sowie gegebenenfalls anorganisch durch Firmenzukäufe zur Abdeckung weiterer



Zanders produziert seine hochwertigen Spezialpapiere und -kartons in der Papierfabrik Gohrsmühle in Bergisch Gladbach.

Wertschöpfungsstufen oder Märkte. Für das anorganische Wachstum gibt es eine klare Definition. Geografischer Schwerpunkt für Zanders-Produkte ist Europa mit seinem Kernmarkt Deutschland. Die bereits begonnenen Aktivitäten in den USA werden aber weiter ausgebaut. Zusätzlich beginnen wir mit der Bearbeitung des südamerikanischen und asiatischen Marktes. Bisher werden solche Aktivitäten noch von Deutschland aus koordiniert, aber die Eröffnung weiterer Büros ist nur eine Frage der Zeit. Für die Bedienung der Kundenwünsche setzen wir künftig auf Präsenz durch lokal ansässige Vertriebsmitarbeiter. Des Weiteren bilden wir Kooperationen mit anderen Papierherstellern oder Veredlern und freuen uns auf die Zusammenarbeit mit dem Papierhandel.

Sie sprechen eben von neuen Produkten, Nischen und Spezial-

anwendungen. Was sind das für Entwicklungen?

Zunächst einmal: Zanders hat sehr loyale und gut ausgebildete Mitarbeiter und kann auf eine sehr breites Know-how zurückgreifen. Trotz einer anderen strategischen Orientierung in der Vergangenheit verfügen wir über ein vielfältiges, bisher ungenutztes Produkt- und Produktionswissen. Insbesondere im Rahmen der Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte wurden bereits erhebliche Ressourcen in die Bereiche Technologie und Vertrieb eingestellt. Und die Resultate können sich sehen lassen: So konnten wir innerhalb der letzten sechs Monate bereits vier Produkterweiterungen präsentieren: die Etikettenpapiere Zanlabel touch, Zanlabel lin, Zanlabel high gloss sowie das Verpackungspapier Zanflex. Ausserdem wurden sechs Produkte komplett neu entwickelt: das fettdicke Papier Zanbarrier, das Verpackungs-

und Laminierpapier Zankraft, der SBS-Karton Zanpack, ein Kalibrierpapier, ein Flüssigtonerpapier für einen namhaften Digitaldruckmaschinenhersteller sowie Highspeed Inkjet-Papiere. Um diese Ergebnisse kurzfristig zu erreichen und auch, um unsere geplanten Entwicklungen im Bereich der funktionalen Papieranwendungen weiter voranzubringen, wurden die Versuchsanlagen für unterschiedliche Streichverfahren wieder in Betrieb genommen. Dies alles zeigt, dass wir deutlich schneller und flexibler geworden sind.

Das klingt in der Tat sehr nach Verpackung.

Wir sind ganz klar branchenorientiert mit Schwerpunkt auf die Getränke-, Lebensmittel-, Zigaretten- und Pharmaindustrie sowie die Druckindustrie. Für diese bieten wir Lösungen bei Verkaufs- und Umverpackungen, der Verkaufsförderung, der Produktkennzeichnung sowie im Produktschutz an. Die Anwendungen werden mit unserer Premium-Marke Chromolux sowie der Zan-Produktgruppe bedient. Letztere gliedert sich in die Etikettenpapiere, den SBS-Karton, die gestrichenen und ungestrichenen Verpackungspapiere sowie das Funktionspapier mit Barrierestrich. Der grafische Markt wird hauptsächlich mit dem Digitaldruckpapier silver digital und Chromolux digital bedient.

Wo sehen Sie die Kernkompetenz von Zanders?

Sicherlich in der Herstellung von weissen und durchgefärbten Papieren von 25 bis 400 Gramm sowie dem Online- und Offline-Veredeln mit Strichen oder Beschichtung. Die Charakteristika der Oberflächen reichen dabei von rau oder glatt, matt, spezialmatt oder glänzend über leitfähig und isolierend, fett- und aromadicht bis hin zu wasserabweisend und wasserdampfdicht. Zusätzlich können wir mit unseren Ausrüstungsagregaten und dank des papiertechnischen Know-hows unseres Personals eine Schnittqualität innerhalb enger Fertigungstoleranzen hin-

sichtlich der Formatgenauigkeit anbieten.

Wie steht es um den Maschinenpark? Sind Investitionen geplant?

Zanders verfügt über eine Vielzahl an technischen Anlagen für die Papierherstellung, die Veredelung und Ausrüstung – allesamt ohne Investitionsstau. Ausschliesslich die Pilotanlagen benötigten Instandsetzungsmassnahmen für eine Wiederinbetriebnahme. Grundsätzlich haben die grosse Papier- sowie die Streichmaschine auf Grund des noch geringen Alters einen hohen technischen Standard, der die Basis für Erweiterung des Produktportfolios bildet. Was das geplante Investitionsvolumen angeht: Für die Erhöhung der Prozessstabilität werden zielgerichtete Investitionen im fast siebenstelligen Bereich an den Papiermaschinen und in der Ausrüstung vorgenommen. Die Stilllegung von Anlagen ist nicht geplant und passt auch nicht zum geplanten Wachstumsprozess. Hauptziel ist die weitere Verbesserung der Produktqualität. Parallel wird die Produktpalette erweitert oder durch Neueinführungen ergänzt.

Die Fremdausrüstung bildet eine weitere Säule im Rahmen der Lohnfertigung im Kundenauftrag. Die hierfür verfügbaren Kapazitäten werden aktiv vermarktet. Insbesondere die Kombination aus zentraler europäischer Lage, professioneller Lager- und Ausrüstungsprozesse sowie hoher hygienischer Standards überzeugen immer mehr Kunden, unsere Leistungen in Anspruch zu nehmen.

Wie wirken sich die Veränderungen für die Belegschaft aus?

Um schneller und flexibler reagieren zu können, wurden Hierarchiestufen zum Teil abgebaut und Abteilungen zusammengelegt. Ausserdem haben wir die Verantwortungsbereiche relevanter Personen erweitert. Das Zanders-Team ist hochmotiviert und freut sich auf künftiges Wachstum und neue Märkte.

➤ www.zanders.de



**KEEP
CALM
AND
PRINT
ON**

Talking about print online with Bernd Zipper
BEYONDPRINT 

JETZT WIRD'S BUNT FEDRIGONI KUNDENBROSCHÜRE A CASA VERSAMMELT FARBKOMPETENZ

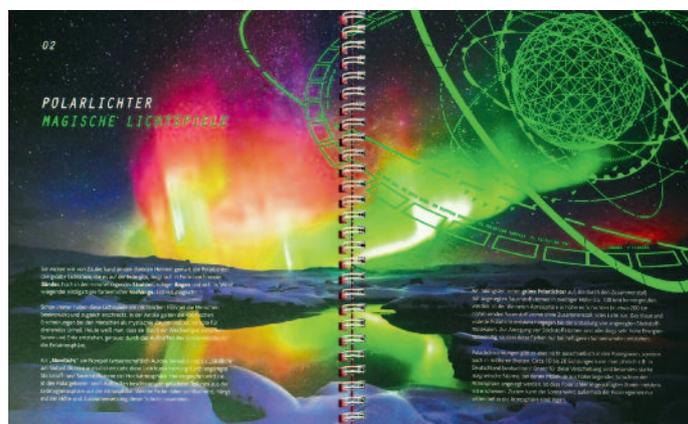
In unserer bunten Welt sind Farben eines der bedeutendsten Kommunikationsmittel: Sie erzeugen Aufmerksamkeit, machen Inhalte wiedererkennbar und wirken auf unsere Sinne und Emotionen. Deshalb widmete Fedrigoni diesem Thema eine ganze Ausgabe der Kundenbroschüre A CASA und beleuchtete Farbe von allen Seiten: aus Sicht der Kreation, Redaktion und aus Sicht der Farbenherstellung.

Text und Bilder: Fedrigoni

So wurden im Rahmen der Zusammenarbeit mit den Farbenspezialisten hubergroup Deutschland, Hersteller von Offset- und Verpackungsdruck-Farben, und RUCO Druckfarben, dem mittelständischen Hersteller und Systemanbieter für hochspezialisierte industrielle UV-Druckfarben, die Kompetenzen gebündelt. Ziel für den Druckfarbenhersteller hubergroup war es, die beste Farb Rezeptur unter Berücksichtigung von Tonigkeit und Oberflächeneigenschaften der verschiedenen Feinstpapiere, des Farbeinsatzes (vollflächig, punktuell oder Schriftfarbe) und der Druckart auszuarbeiten.

Produziert wurde A CASA im Offsetdruck, UV-Siebdruck und im LE-UV-Offsetdruck, der neue Perspektiven der Inline-Veredelung und Materialauswahl hinsichtlich Natur- und metallischer Papiere eröffnet. Im Siebdruck stand der Druckfarbenhersteller RUCO beratend zur Seite. Veredelt wurde die Broschüre im Siebdruck mit Brillantsilber, Tagesleuchtfarbe, UV-Glanzlacken, UV-Relieflacken und UV-Multicolor-Effektlacken mit Pigmentbeimischung.

Für Design, Text und Umsetzung zeichnet die Hamburger Agentur campaneros verantwortlich. Entstanden ist ein farbenfrohes Design mit leuchtenden Farben, brillantem Druck und faszinierenden Farbenspielen durch Effektlacke, die auf den vorwiegend weissen Papieren dieser



A CASA-Ausgabe ihre volle Wirkung entfalten. Beispielsweise auf den FSC-zertifizierten halbmatt gestrichenen Chromosulfatkartons der Kollektion Symbol Card, dem gestrichenen Papier Symbol Matt Plus

oder den Naturpapieren Splendorgel, Tintoretto Ceylon, Cotton Wove, Ispira, Arcoprint und Arcodesign. Besonders effektiv präsentieren sich auch die gussgestrichenen Kartonaugen der Splendorlux Kollektion in

den Qualitäten SPX 1 (weiss), Metal (Metallic-Effekt), Pearl (Perlmutter-Effekt), Versus (zweifarbige) und Mirror (Spiegel-Effekt). Die A CASA Color dokumentiert die hohe Qualität der Fedrigoni Feinstpapiere unter Verwendung besonderer Farben und Lacke. Sie dient als Druckmuster, Inspirationsquelle und Entscheidungshilfe für Kreative, Drucker, Verpackungshersteller, Verlage und Industriekunden.

› www.fedrigoni.de

„Gemeinsam besser.“

Das Agenturteam:
TBS & Partner AG, Kommunikation und Design
ASW-Mitglied seit 1999



KREATIV IM GROSSFORMAT SWISSQPRINT CREATIVE CHALLENGE

Ende 2015 forderte swissQprint seine Kunden zu einem Kreativ-Wettbewerb heraus. Gesucht waren dabei die originellsten, komplexesten, verblüffendsten und überzeugendsten Drucksachen, die mit einer swissQprint-Maschine entstanden sind. Der Facettenreichtum der Objekte untermauert die Vielseitigkeit der Schweizer Grossformatdrucker. Aus dem Wettbewerb sind fünf Gewinner hervorgegangen.

Text und Bilder: swissQprint

Der Aufruf des Druckerherstellers an seine internationale Kundschaft soll mit diesem Wettbewerb den Ideenaustausch unter den Anwendern fördern und die besonders innovativen unter ihnen auszeichnen. Die Gewinner aus zahlreichen Einsendungen und einer daraus resultierenden Shortlist von 25 Objekten brachten fünf Gewinner hervor:

1. Rang: «Reception Bikes», ein Hotelschild, eingereicht von Schilder Systeme GmbH aus Oberndorf, Österreich.
2. Rang: «Das Ziel», Teil einer Kunstausstellung von Thomas Koch, Hamburg, eingereicht von Alpha Sign AG aus Hünenberg, Schweiz.
3. Rang: «Strellson XMas», ein Schaufensterdisplay, eingereicht von movingposter.ch GmbH aus Cham, Schweiz.
4. Rang: «Membrane», ein Kunstobjekt, eingereicht von Laumont Photographics, Long Island City, USA.
5. Rang: «Speedo», ein Ladeneinrichtungskonzept, eingereicht von Digital Graphix aus Castle Hill, Australien.

Vielfalt

«Die Verschiedenartigkeit der eingereichten Anwendungen war enorm», berichtet der Projektleiter Adriano Gut. «Sie umfasse Teile von Film-

kulissen, Messestand- und Ladeneinrichtungs-Elemente, Thekensteller, Kunstobjekte, Kundgebungsplakate, Direct Mailing-Objekte, Produktkleber mit integrierten NFC-Chips, Schaufensterdisplays, Verpackungen, Werbemedien mit 3D-Effekten, Pokale, Warenetiketten, Fine Art-Produktionen, Inneneinrichtungsobjekte, Wegweiser und Schilder.» Die Hersteller der Objekte stammten aus aller Welt: von Australien, über Asien, Europa bis Amerika. «Entsprechend ausgeprägt und spannend war der Lokalkolorit gewisser Objekte», freut sich Gut. «Die Anzahl unterschiedlicher Substrate bestätigt und veranschaulicht die Vielseitigkeit unserer Grossformatdrucker», ergänzt er.

Bewertung

Eine achtköpfige Fachjury beurteilte die Objekte nach mehreren druck- und marketingtechnischen Kriterien. Die gesamte swissQprint-Belegschaft erkor unabhängig davon ihre Lieblingsobjekte. Parallel dazu nahm die Facebook-Community an einer Online-Abstimmung teil. Die zusammengefasste Wertung dieser drei Gremien führten am Ende zur Rangliste.

Die Shortlist einschliesslich der Gewinner bleibt noch für eine gewisse Zeit im News-Bereich auf der Internetseite publiziert. Es steht also auch Nutzern anderer Drucker offen, sich bei swissQprint zu inspirieren.

› www.swissqprint.com



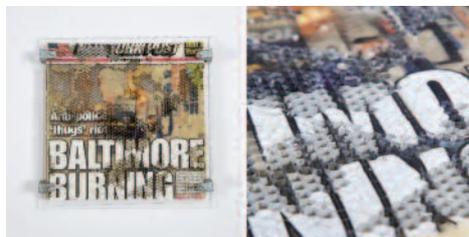
Gewinner der swissQprint Creative Challenge: «Reception Bikes», eingereicht von Schilder Systeme GmbH, Österreich.



2. Rang der swissQprint Creative Challenge: «Das Ziel», eingereicht von Alpha Sign AG, Schweiz.



3. Rang der swissQprint Creative Challenge: «Strellson X-Mas», eingereicht von movingposter.ch GmbH, Schweiz.



4. Rang der swissQprint Creative Challenge: «Membrane», eingereicht von Laumont Photographics, USA.



5. Rang der swissQprint Creative Challenge: «Speedo», eingereicht von Digital Graphix, Australien.



SOFTWARE *Best print support/design software: SAI DISPLAYGENIE • Best workflow and management solution: HP PRINTOS • Best special application software: HP SMARTSTREAM MOSAIC •*
COMMERCIAL PRINT *Best print support tool, Special Recognition: DIGI-CI EASY TRANSPORTER • Best roll to cutsheet A4+ printer: XEROX RIALTO 900 • Best cutsheet colour printer light production: KONICA MINOLTA BIZHUB PRESS C71HC • Best cutsheet colour A3+ printer high production: CANON IMAGEPRESS C10000VP/C8000VP • Best cutsheet colour B2+ printer: KONICA MINOLTA ACCURIOJET KM1 •*
WIDE FORMAT PRINTERS *Best wide format MFP for CAD: HP DESIGNJET T830 • Best photo printer: EPSON SURECOLOR SC-P20000 • Best wide format roll-to-roll printer up to 170 cm: ROLAND DG SOLJET EJ-640 • Best wide format roll-to-roll printer up to 320 cm: MIMAKI UJV55-320 • Best wide format flatbed/hybrid printer up to 250 sqm/h: AGFA GRAPHICS JETI MIRA • Best wide format flatbed/hybrid printer over 250 sqm/h: INCA ONSET X-SERIES • Best special object printer: MIMAKI UJF-7151 PLUS • Best textile printer roll-to-roll up to 100 sqm/h: MIMAKI TX300P-1800 • Best textile printer roll-to-roll over 100 sqm/h: DURST ALPHA SERIES • Best corrugated printer/solution: BOBST DIGITAL PRINTING PRESS FOR CORRUGATED • Best label printer: DOMINO N610I SEVEN-COLOUR PRESS •*
INDUSTRIAL PRINTING *Best industrial production solution: NMP SYSTEMS DIRECT PRINT POWERED BY KHS • Best industrial textile production: SPG PRINTS PIKE • Technical Committee's choice: HEIDELBERG OMNIFIRE 250/1000 •*
FINISHING *Best wide format print-and-cut solution: ROLAND TRUEVIS VG-640/540 • Best label printer finishing solution: MGI JETVARNISH 3DW & iFOIL W • Best wide format finishing solution: ZÜND D3 DIGITAL CUTTER •*
INKS & TONER *Best textile ink solution: DURST ALPHA INK P •*
SUBSTRATES *Best environmentally friendly substrate: 3A COMPOSITES DISPA • Best special application coating: EFI ARMOR SPECIALIST COATING • Best display hardware, Special Recognition: LION PANEL STAND*

GLÜCKWUNSCH!

Während der drupa 2016 feierten die 20 führenden europäischen Fachzeitschriften für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association (EDP) zusammengeschlossen haben, die Gewinner des 10. EDP Awards. Mehr als 150 neue Entwicklungen und Produkte wurden eingereicht. Schließlich wurden 27 Produkte mit einem EDP Award ausgezeichnet. Mit den begehrten EDP Awards werden jährlich die besten Lösungen und Produkte aus Software, Digitaldruck, Finishing, Substraten, Tinten und Tonern geehrt. So unterstützen die Magazine mehr als eine halbe Million Leser in 25 Ländern bei ihren Kaufentscheidungen – und werten mit den Awards die Produkte auf.

Austria | BeNeLux | Czech Republic/Slovakia | Denmark | Finland | France | Germany | Greece | Hungary/Romania | Italy | Liechtenstein | Norway | Poland | Russia | Spain | Sweden | Switzerland | Turkey | UK/Ireland | Ukraine

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.



www.edp-net.org

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

| Termin | Veranstaltung | Ort | Internet-Adresse |
|------------------------|---|------------|--|
| 2016 | | | |
| 30. 08. – 31. 08. 2016 | SuisseEMEX'16 | Zürich |  › www.suisse-emex.ch |
| 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 |
| 13. 10. – 15. 10. 2016 | VDMB, Jubiläums-Jahrestagung | Nürnberg |  › www.vdmb.de |
| 19. 10. – 20. 10. 2016 | Fogra, Anwenderforum UV-Druck | München |  › www.fogra.org |
| 19. 10. – 20. 10. 2016 | Printfair | Wien |  › www.printfair.at |
| 19. 10. – 20. 10. 2016 | Frankfurter Buchmesse | Frankfurt |  › www.buchmesse.de |
| 19. 10. – 26. 10. 2016 | K 2016, Messe für Kunststoff und Kautschuk | Düsseldorf |  › www.k-online.com |
| 25. 10. 2016 | 2. Vertriebskongress der Druck- und Medienbranche | Düsseldorf |  › www.vdmnw.de |
| 27. 10. – 28. 10. 2016 | Creative Paper Conference 2016 | München |  › www.creative-paper.de |
| 09. 11. – 11. 11. 2016 | InPrint 2016, Industrial Print Show | Mailand |  › www.inprintshow.com |
| 17. 11. – 18. 11. 2016 | Horizon Finishing First Event | Quickborn |  › www.horizon.de |
| 01. 12. – 02. 12. 2016 | Packaging Innovations | Wien |  › www.easyfairs.com |
| 2017 | | | |
| 28. 01. – 31. 01. 2017 | Paperworld | Frankfurt |  › paperworld.messefrankfurt.com |
| 15. 02. – 16. 02. 2017 | Digitaldruck-Kongress | Düsseldorf |  › www.bvdm-online.de/ddk2017 |
| 21. 03. – 23. 03. 2017 | CCE International, Corrugated & Carton Exhibition | München |  › www.cce-international.com |
| 21. 03. – 23. 03. 2017 | ICE Europe | München |  › www.ice-x.de |
| 21. 03. – 24. 03. 2017 | Graphispag 2017 | Barcelona |  › www.graphispag.com |
| 04. 04. – 06. 04. 2017 | Xfair, Print- und Crossmedia-Show | Wien |  › www.xfair.at |
| 06. 04. – 07. 04. 2017 | Online Print Symposium 2017 | München |  › www.online-print-symposium.de |
| 04. 05. – 10. 05. 2017 | Interpack | Düsseldorf |  › www.interpack.de |
| 08. 05. – 12. 05. 2017 | Fespa Digital | Hamburg |  › www.fespa.com |
| 14. 11. – 16. 11. 2017 | InPrint 2017, Industrial Print Show | München |  › www.inprintshow.com |
| 29. 11. – 30. 11. 2017 | Glassprint 2017 | Düsseldorf |  › www.glassprint.org |



DRUCK+FORM 2016

VERNETZTES PRINT-BUSINESS

Der Branchentreff der Druckdienstleister im Südwesten Deutschlands rückt in Sichtweite. Die 22. Druck+Form, Fachmesse für die druckende Industrie, zeigt Entscheidern und Fachleuten vom 12. bis 15. Oktober 2016, welche Systeme, Technologien und Geräte sofort für innovative Druckprozesse am Markt zur Verfügung stehen. Und wohin die Trends der Branche für nachhaltige Geschäfte und Geschäftsbeziehungen gehen.

Text und Bild: Messe Sinsheim

Der digitale Wandel durchzieht bereits seit Jahren die druckende Industrie und so ist die Druckbranche in punkto Industrie 4.0 bereits hervorragend aufgestellt. Moderne Druckunternehmen haben heuer einen sehr hohen Stand der Digitalisierung in ihren Prozessen und Workflows erreicht: Sie fertigen individuell ab Auflage Eins, automatisieren Produktionsprozesse weit möglichst, nutzen verstärkt vorhandene Ressourcen und sind mit Kunden sowie Partnern über die unterschiedlichsten E-Business-Kanäle vernetzt. Die 22. Druck+Form, Fachmesse für die druckende Industrie, präsentiert vom 12. bis 15. Oktober 2016 in Sinsheim die Neuheiten des digitalen Druck-Business in einer angenehmen persönlichen Messe-Atmosphäre. Welche neuen und weiterentwickelten Tools die Digitalisierung der Druckbranche bietet und welchen Mehrwert den Kunden dadurch geboten werden kann, zeigen und erläutern die fachkundigen Profis der ausstellenden Unternehmen ihrem Fachpublikum auf der Druck+Form 2016.

So hat beispielsweise die gerade in diesem Jahr entstandene Obility GmbH ihre Kompetenzen für die Druckbetriebe komplett vernetzt. Auf der Druck+Form wird den Geschäftsführern und Entscheidern der druckenden Unternehmen anschaulich gezeigt, wie umfassende Shop-Sys-

teme ihnen den Einstieg in die Welt des E-Commerce erleichtern. Die flexible Software für Web-to-Print-Anwendungen ist zu 100% für die Druckbranche konzipiert und die vielfältigen Funktionalitäten lassen sich per Schnittstellen leicht in bestehende Systeme integrieren. Sowohl für B2B- als auch B2C-Geschäftsmodelle gleichermaßen geeignet! Frank Siegel, Geschäftsführer der Obility GmbH, gibt sein langjähriges Know-how gerne weiter und referiert am Eröffnungs- und Thementag Industrie 4.0 in der Print Factory Academy der Fachmesse über Print 4.0 und zeigt dabei auf, wie der Transformationsprozess konkret umgesetzt werden kann.

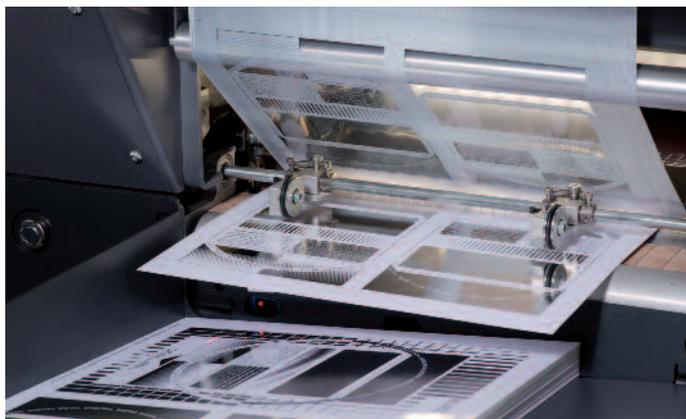
Ein stetig wachsender Markt ist der Textil- und Funktionsdruck. EFI bietet in diesem Bereich eine Vielzahl an Lösungen, die auf der diesjährigen Sonderschau der Druck+Form begutachtet werden können. Auf der Schau wird das Unternehmen ver-

schiedene Applikationen zum Textildruck sowie Boden- und Wandbeläge also auch gedruckte Fliesenapplikationen in einer typischen Wohnsituation präsentieren. Die für das Roomdesign verwendeten Druckfunktionen und die zugehörigen nachhaltigen, umweltfreundlichen Technologien und Prozesse können am Messestand in Fachgesprächen vertieft werden.

Modernes Design, überzeugende Technik und innovative Verfahren im Digitaldruck präsentiert die Ricoh Deutschland GmbH gemeinsam mit der Leonhard Kurz Stiftung & Co. KG. raffinierte Veredelung durch Echtmetall im Digitaldruck ist Thema ihres Vortrags in der Print Factory Academy sowie am Stand. Das Digital-Metal-Verfahren, eine Kombination aus Digitaldruck, Lack- und Metalltransferprozess, wird dort live zu sehen sein, vom Druck über die Veredelung bis hin zum Finishing. Eine erstklassige Adresse im süddeut-

schon Raum, wenn es um neueste digitale Druckanwendungen geht, ist die Firma Lüttich, die die Neuerungen der Systeme von Konica Minolta federführend anbietet. FKS Grafische Maschinen hat als führender Anbieter das relevante Portfolio zur Druckweiterverarbeitung für die Fachbesucher an Bord. Hochkompetente Anbieter von Materialien & Verbrauchsmittel sowie Zubehör & Dienstleistungen komplettieren wie immer das umfangreiche Messeportfolio der Druck+Form-Aussteller.

Vielfältige weitere inspirierende digitale Druckanwendungen erwartet das Fachpublikum auf der bereits erwähnten Druck+Form-Sonderschau. Beispielgebend dafür sind die neuen Möglichkeiten, Oberflächen mit elektronischen Funktionen per Drucker auszustatten, zu sehen bei der OE-A (Organic and Printed Electronics Association). Organische und gedruckte Elektronik steht für eine revolutionäre Art Elektronik, die einzigartige Einsatzfelder eröffnet: Wie bedruckte Pflaster, die die Körpertemperatur messen und die Daten via Bluetooth zum Smartphone schicken. Einen weiteren Trend zeigt die Live-Demo magnetischer 3D-Lackiereffekte. Ausserdem werden Druckmuster verschiedenster Funktionsbeschichtungen in unterschiedlichen Versionen von Barriere-Lacken bis hin zu Anti-rutsch-Lacken etc. in dem Messebereich Sonderschau gezeigt.



Ricoh Deutschland GmbH präsentiert gemeinsam mit der Leonhard Kurz Stiftung raffinierte Veredelungen durch Echtmetall.

➤ www.druckform-messe.de

GALLUS INNOVATION DAYS Die zweiten Gallus Innovation Days finden vom 20. bis 22. September wieder in St. Gallen statt. Es wird wieder eine Weltpremiere geben: Gallus wird das Vorserienmodell einer neuen Druckmaschine für den Etiketten- und Verpackungsmarkt präsentieren. Es sei die schnellste Schmalbahnmaschine, die Gallus je gebaut hat. Zudem werden weitere Neuerungen gezeigt, eine Partner-Leistungsschau und interessante Expertenbeiträge zu Trends und Entwicklungen im Etikettendruck runden das Programm an drei Tagen ab. > www.gallus-group.com

BESTER NATURPAPIERDRUCKER Gmund sucht die besten Naturpapierdrucker des Farbsystems Gmund Colors in den Kategorien «Farbe & mehr» und «Mix & Match». Prämiiert werden Drucksachen aller Anwendungsbereiche und Drucktechniken, die durch Qualität, Kreativität und Motiv überzeugen. Teilnehmen können Agenturen, Druckereien und Verpackungsunternehmen aus Deutschland, Österreich, Südtirol und der Schweiz. Einsendeschluss ist der 30. September 2016. > www.gmundcolors.com

GEPRÜFTER DIGITALDRUCKER Mit der Fortbildung «Geprüfter Digitaldruck Professional nach VDM» gelingt der Ein- oder Umstieg zum Digitaldrucker. Entscheidend bei der modularen Weiterbildung ist neben der Vermittlung von Praxisverständnis die Veranschaulichung der Möglichkeiten des Digitaldrucks. Der nächste Kurs startet am 24. November 2016 in Ostfildern, gefolgt von weiteren Modulen in Lünen und Ismaning. > www.digitaldruck-professional.de

GEMEINSAME TAGUNG Der Verband Schweizer Medien (VSM) und der Verband Schweizer Fachjournalisten (SFJ) führen ihre jährlichen Veranstaltungen, «Trendtagung Fach- und Spezialmedien» sowie das «Weiterbildungsseminar SFJ» in einem gemeinsamen Event zusammen. Der Event zum Thema Fach- und Spezialmedien wird am 23. November 2016 in Zürich durchgeführt. > www.schweizermedien.ch

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

bvdm
PROZESSSTANDARD OFFSETDRUCK
Rechtzeitig vor Beginn des neuen Berufsschuljahres fördert der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) die Ausbildung mit der druckfrischen Revision 2016 zum ProzessStandard Offsetdruck. Bereits im vergangenen Herbst stellte der bvdm der Lehrerbearbeitungsgemeinschaft Medien zahlreiche



Druckfrische Revision 2016 zum ProzessStandard Offsetdruck.

Exemplare des Handbuchs ProzessStandard Offsetdruck für Berufsschulen zur Verfügung. Damit steht im neuen Schuljahr das Wissen bereit, das benötigt wird, um auch Druck-Erzeugnisse auf optisch aufgehellten Papieren farbsicher und zugleich wirtschaftlich zu produzieren. Denn neben den Regelungen der 2013 grundlegend überarbeiteten zentralen Prozessnorm für den Offsetdruck, ISO 12647-2, berücksichtigt die Revision 2016 des ProzessStandard Offsetdruck zahlreiche weitere wichtige Neuerungen im internationalen Normenwerk. Zu nennen ist hier besonders die gerade verabschiedete Prüfdruck-Norm ISO 12647-7, deren Inhalte eine tragende Säule des Standardisierungskonzeptes bilden. Die 60 Seiten starke Revision 2016 kann mithilfe einer Ringösenheftung in das Handbuch ProzessStandard Offsetdruck eingefügt werden.
> www.bvdm-online.de

Fogra
ANWENDERFORUM UV-DRUCK
Wie die Resonanz auf die Produktpräsentationen verschiedener Strahler- und Druckmaschinenhersteller im letzten Jahr gezeigt hat, interessieren sich jetzt viele Neueinsteiger für die Strahlhärtingung. Mit der drupa kamen neue Verfahren wie die Elektronenstrahlhärtingung im Inkjet-Druck hinzu. Gar nicht in diese Technologie einzusteigen, obwohl man Kunden oder Märkte bedient, die Vorteile durch strahlengehärtete Druckprodukte hätten, ist sicher der schlechteste Weg.



Daher veranstaltet die Fogra Forschungsgesellschaft Druck e. V. in München am 19. und 20. Oktober 2016 erneut ein Anwenderforum rund um den UV-Druck. Das zweitägige Anwenderforum wird in erster Linie versuchen, Klarheit über die Vielfalt der auf dem Markt befindlichen Härtingungsverfahren und deren Möglichkeiten und Grenzen zu schaffen. Dazu dienen sowohl Vorträge und Diskussionen als auch Gespräche mit den Lieferanten in einer parallel stattfindenden Ausstellung.
Die zwei zentralen Fragestellungen des diesjährigen Anwenderforums lauten: Wo sind die Vorteile der einzelnen Techniken zur Strahlhärtingung und gibt es Limitierungen bei der Herstellung von Verpackungen auf Grund der Migration von Farbbestandteilen?
> www.fogra.org

DOXNET
VERANSTALTUNGEN IM HERBST 2016
In Kooperation mit Horizon hatte DOXNET am 6. und 7. Juli zum Education Day in die Horizon Academy eingeladen, das hauseigene Schulungszentrum des Finishing-Marktführers aus Quickborn bei Hamburg. Dort begrüßte Geschäftsführer Rainer Börgering die rund 60 Besucher aus ganz Deutschland. Die Teilnehmer erwartete ein spannendes Programm zum Thema «Finishing im Digitaldruck-Umfeld», inklusive Fachvorträgen, Anwenderprojekten und Live-Demonstrationen der Horizon Smart Finishing Lösungen. Lebhaftige Diskussionen im Anschluss an die Präsentationen und ein reger Erfahrungsaustausch bestätigten, dass die Kooperationspartner mit der Veranstaltung eine zentrale Herausforderung für viele Unternehmen aufgegriffen haben. Weiter mit den DOXNET Veranstaltungen geht es am 3./4. Oktober 2016 mit einer DOXNET-vor-Ort in Wien und Großbeersdorf. Traditionell findet dieser Anlass mit freundlicher Unterstützung der Dataform GmbH statt. Der nächste DOXNET Round Table findet während der Druck+Form am 13. Oktober 2016 in Sinsheim statt. Mit dieser Veranstaltungsreihe bietet der Verband Mitgliedern und Gästen ein Treffen in einem zwanglosen Rahmen an, um sich über aktuelle Themen auszutauschen. Der DOXNET Tag in München geht am 24. November 2016 im Novotel München Messe über die Bühne. Das Thema lautet «Update 2016 – wo stehen wir heute».
> www.doxnet.de

10. JUBILÄUMSVERANSTALTUNG

ICE EUROPE VOM 21. BIS 23. MÄRZ 2017 IN MÜNCHEN

Die 10. Veranstaltung der ICE Europe wird vom 21. bis 23. März 2017 auf dem Münchner Messegelände stattfinden. Die weltweite Leitmesse der Veredelung und Verarbeitung von flexiblen, bahnförmigen Materialien wie Papier, Film, Folie und Vliesstoffe, wendet sich an Branchenexperten auf der Suche nach moderner Ausrüstung und Lösungen für die Converting-Industrie.

«Die ICE Europe hat sich in den letzten beiden Jahrzehnten als wichtigster Treffpunkt für die Converting-Industrie etabliert. Die Messe gibt einen Überblick über Technologien sowie allgemeine Branchentrends. Nach der Rekordmesse von 2015, die eine weitere Steigerung der Besucherzahlen um 7% erzielte, rückt die ICE Europe die rapide fortschreitende technologische Diversifizierung in den Mittelpunkt. Diese ist bedingt durch die in der Industrieproduktion allgemein vorherrschenden Trends der Automatisierung und Digitalisierung, die nun auch im Bereich des Converting zur Anwendung kommen. Die Converting-Branche ist ein sehr dynamischer Sek-

tor, in dem die Produktion und Verarbeitung von qualitativ hochwertigen flexiblen Materialien und die Umsetzung von umweltfreundlichen Produktionsmethoden wichtige Innovationstreiber sind», erklärt Nicola Hamann, Geschäftsführerin des Messeveranstalters Mack Brooks Exhibitions.

Weniger als ein Jahr vor der Messe haben 324 Aussteller aus 21 Ländern bereits 86% der Standfläche reserviert oder gebucht. Die vergangene Veranstaltung war mit 7.040 Besuchern und 439 Ausstellern auf einer Ausstellungsfläche von 11.000 m² ein grosser Erfolg. Das Messeprofil beinhaltet ein umfassendes Portfolio für die Converting-Industrie: Materialien, Beschichtung/Kaschierung, Trocknung/Härtung, Maschinenzubehör, Schneide- und Wickeltechnik, Flexo- und Tiefdruck, Konfektionierung, Fabrikmanagement, Retrofits, Kontroll-, Mess- & Prüfsysteme, Software, Dienstleistungen etc. Die neue Ausstellerbroschüre ist ab sofort in drei verschiedenen Sprachen erhältlich (Englisch, Deutsch und Italienisch) und über ein Formular im Ausstellermenü der Messeseite zu bestellen:

> www.ice.x.de

Finishing first EVENT IN DER HORIZON ACADEMY

Horizon lädt ein zu Finishing first, dem Event für Druckunternehmer, die nach Lösungen für die Geschäftsmodelle von morgen suchen. Im Fokus stehen hoch integrierte, automatisierte Fertigungsprozesse, in denen die Druckweiterverarbeitung eine zentrale Rolle einnimmt. Vom 17. bis 18. November erwar-



Horizon Academy – alle Neuheiten von der drupa im Livebetrieb.

tet Besucher in der Horizon Academy ein abwechslungsreiches Programm mit konkreten Praxisberichten zum Potenzial der integrierten Produktion, Analysen wichtiger Branchentrends sowie strategischen Überlegungen zur Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen. Live-Demonstrationen der neuesten Druckweiterverarbeitungstechnologien sowie Informationsstände von Partnern aus Druck, Paper Processing und Software runden die Veranstaltung ab. Das Finishing first Event bietet ideale Gelegenheiten für Diskussionen und Networking in entspannter Atmosphäre.

> www.horizon.de



papierbar <PRINT IST HAPTISCHE HIRNNAHRUNG>
Mehr als 250 Besucher nahmen bisher an den <papierbar>-Veranstaltungen von Geese Papier teil, konnten Druckern über die Schulter schauen und in den Geese-Fühltschen mit vielen Druckbeispielen und Papierfächern auf Geese-Papieren wühlen. Bei den Veranstaltungen geht es darum, wie Papier Geschichten erzählt, wie es Bedeutung, Wert oder Sinn erzeugt und wie über haptische Gestaltung von Drucksachen kommuniziert werden kann. Die <papierbar> wird im September fortgesetzt. Termine sind am 8. September in Berlin, am 14. September in Stuttgart, am 15. September in München und am 22. September in Essen.

> www.geese.de

Papier erlebbar machen ANTALIS CREATIVE POWER ROADSHOW

<Choosing paper is a creative act> – unter diesem Motto zeigt der Papiergrosshändler Antalis auf der Creative Power Roadshow sein Sortiment an Premiumpapieren. Letzter Halt der Roadshow ist auf der Creative Paper Conference in München am 27. und 28. Oktober 2016. Der Fokus liegt vor allem auf dem Mohawk Superfine Digital mit i-Tone Sortiment, ein Papier für den Digitaldruck. Das i-Tone-Verfahren ist eine Oberflächenbehandlung für den Digitaldruck und sorgt für eine einwandfreie Bildwiedergabe. Somit eignet es sich zum Beispiel für Fotobücher und Bildkataloge. Das Sortiment gibt es in zwei ver-

schiedenen Oberflächen und Farben sowie in Grammaturen von 118 bis 380 g/m². Das komplette Sortiment ist FSC- sowie HP-Indigo-zertifiziert. Das Sortiment ist auch im Herzstück der Roadshow, dem Antalis Brain Store, zu sehen: Hier können Interessenten in Musterfächern stöbern und Druckmuster mitnehmen. Workshops und Expertenvorträge rund um die Welt der Premiumpapiere sorgen für ein Plus an spannenden Inhalten, Informationsaustausch und geselligem Networking.

> www.antalis.de

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



ÜBER 70 TEILNEHMER

ERSTER VERTRIEBSTAG DER VERBÄNDE DRUCK UND MEDIEN

In Zeiten, in denen die Märkte stagnieren, die Intensität des Verdrängungswettbewerbs immer mehr zunimmt und der Kosten- und Konditionendruck kontinuierlich wachsen, wird der Vertrieb zur zentralen Stellschraube der Druckereien, um Auslas-

land Heindle, geschäftsführender Gesellschafter der Produktionsagentur Cross Marketing Produktion, hin. Beide warnten die Druckereien zudem davor, jeden ruiniösen Preiswettbewerb aus Auslastungsgründen mitzumachen: «Das wirkt sich zum



Hermann Scherer beim Vertriebstag der Verbände Druck und Medien Bayern und Baden Württemberg in Ismaning..

und Wachstum zu sichern. Das war eine der Kernbotschaften des ersten Vertriebstags der Verbände Druck und Medien Bayern und Baden Württemberg, der in Ismaning stattfand.

«Die hochwertige und effiziente Produktion von Druckprodukten beherrschen mittlerweile viele Betriebe. Umso notwendiger ist eine herausragende Vertriebsarbeit gegenüber dem Kunden», fasst Holger Busch, Hauptgeschäftsführer des VDDB, die Kernergebnisse der Veranstaltung zusammen. «Die grosse Resonanz der Teilnehmer zeigt, dass das mittlerweile offensichtlich auch von vielen Unternehmen so gesehen wird.» Druckereien müssen sich noch viel stärker als bislang auf die Anforderungen und Bedürfnisse ihrer Kunden ausrichten, weil diese ebenfalls viel stärkeren Änderungen in ihren jeweiligen Märkten unterworfen sind. Darauf wiesen Lars Reinecke, Produktionsdirektor beim Condé Nast Verlag, und Ro-

land Heindle, geschäftsführender Gesellschafter der Produktionsagentur Cross Marketing Produktion, hin. Beide warnten die Druckereien zudem davor, jeden ruiniösen Preiswettbewerb aus Auslastungsgründen mitzumachen: «Das wirkt sich zum

Nachteil der Druckereien und übrigens häufig am Ende auch zum Nachteil des Kunden selbst aus.» Wie wichtig eine eigenständige Markenpositionierung auch für mittelständische Druckereien ist, betonte Ralf Büttner, Vertriebsleiter der hofmann infocom. Für die Nürnberger Druckerei war dies ein entscheidender Erfolgsfaktor, um sich dem Verdrängungswettbewerb und der drohenden Austauschbarkeit mit einer klaren Positionierung des eigenen Unternehmens zu entziehen. Diana Esser, Prokuristin bei Esser printSolutions aus Bretzfeld, betonte dagegen die grundlegenden Änderungen, die die Neuausrichtung vom Offsetdruck auf den Digitaldruck gerade auch für den Vertrieb nach sich gezogen habe. Vertriebsprozesse, Vertriebsstrukturen und nicht zuletzt die Vergütungsmodelle im Vertrieb mussten neu aufgestellt werden: «Systemvertrieb ist die Königsdisziplin. Wir nehmen

unseren Kunden Arbeit ab und kümmern uns komplett um ihn. Er muss einen deutlichen Mehrwert durch die Zusammenarbeit mit uns spüren. Und er muss unsere Begeisterung spüren für das, was wir für ihn tun.»

Wie sich Margen im Vertriebsgeschäft von Druckereien durch den Einsatz von Veredelungen steigern lassen, präsentierte Jakob Kaikis, Geschäftsführer bei Seismographics in Unterschleißheim: «Kunden sind weniger an Druckprodukten sondern zuerst an Marketingfolgen interessiert. Veredelungen erzielen nachweislich deutlich höhere Wirkungen in der Nutzung von Druck-Erzeugnissen als herkömmliche Printprodukte. Damit lassen sich auch höhere Margen durchsetzen.»

Peter Jeschke und Dr. Wolfgang Jeschke, beide geschäftsführende Gesellschafter der Unternehmensberatung Graphic Consult erläuterten das notwendige strategische und operative Handwerkszeug, um als Druckerei in hart umkämpften Märkten erfolgreich sein zu können. Gerade eine systematische kundenorientierte Marktbearbeitung bietet den Unternehmen des graphischen Gewerbes noch spürbare Umsatzpotenziale. Den Abschluss der Veranstaltung bildete ein mitreissender und begeisternder Vortrag von Hermann Scherer, einem der prominentesten Vertriebs- und Unternehmenscoaches in Deutschland.

Die Teilnehmer der Veranstaltung waren sich einig: 100% der befragten Teilnehmer sahen den Mehrwert der Veranstaltung für ihr Tagesgeschäft und würden diese jederzeit weiterempfehlen.

› www.vdmb.de

InPrint Fachmesse

14. BIS 16. NOVEMBER 2017 IN MÜNCHEN

Die InPrint 2017 präsentiert vom 14. bis 16. November nächsten Jahres hochentwickelte Drucktechnologien und massgeschneiderte Drucklösungen für den Einsatz in der industriellen Produktion. Ausgerichtet auf die Anwendungsgebiete funktionaler und dekorativer Druck sowie Druck auf Verpackungen, zeigt die Fachmesse die wegweisenden Technologien, Komponenten und Services im Spezialdruck, Siebdruck, Digitaldruck, Inkjet-Druck und 3D-Druck. Die dritte InPrint in Deutschland findet 2017 erneut auf dem Münchner Messegelände statt, parallel zur productronica, der Weltleitmesse für die Entwicklung und Fertigung von Elektronik.

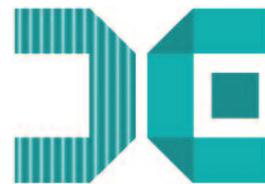
Das Ausstellungsprofil der InPrint 2017 umfasst innovative Technologien, Maschinen, Komponenten sowie Zubehör und entsprechende Dienstleistungen für das Bedrucken von Metall, Kunststoff, Folie, Textil, Glas, Keramik und Holz. Vor Ort finden sich sowohl Hersteller von Druckmaschinen & -systemen, Komponenten & Spezialteilen, Geräten & Chemikalien für die Druckvorstufe, Be- & Weiterverarbeitungsanlagen, Drucktinten, Flüssigkeiten & Zusatzstoffen wie auch Anbieter von Softwarelösungen, von Materialien & Bedruckstoffen und Dienstleistungen für den industriellen Drucksektor oder Vertreter der Forschung, aus Fachverbänden und von Fachpublikationen.

› www.inprintshow.com

CCE International

21. BIS 23. MÄRZ 2017 IN MÜNCHEN

Die Fachmesse CCE International 2017 präsentiert vom 21. bis 23. März 2017 in den Hallen B5 und B6 auf dem Münchner Messegelände neuste Maschinen und Zubehör speziell für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie. Erhöhter Rohstoffpreise zum Trotz soll der Markt für die Produktion von Well-



CCE INTERNATIONAL

Corrugated & Carton Exhibition

Die CCE International 2017 präsentiert vom 21. bis 23. März 2017 auf dem Münchner Messegelände neuste Maschinen und Zubehör speziell für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie.

pappe- und Faltschachteln um mehr als 4% jährlich wachsen, und die grosse Vielfalt an innovativen Herstellungs- und Verarbeitungsprozessen eröffnet neue Geschäftsmöglichkeiten in vielen verschiedenen Industrie-segmenten. In diesem hochdynamischen Sektor bietet die CCE International, als einzige Messe speziell für diesen Industriezweig in Europa, einen umfassenden Überblick über die neuesten Anwendungen, insbesondere im Bereich Converting, inklusive Druck.

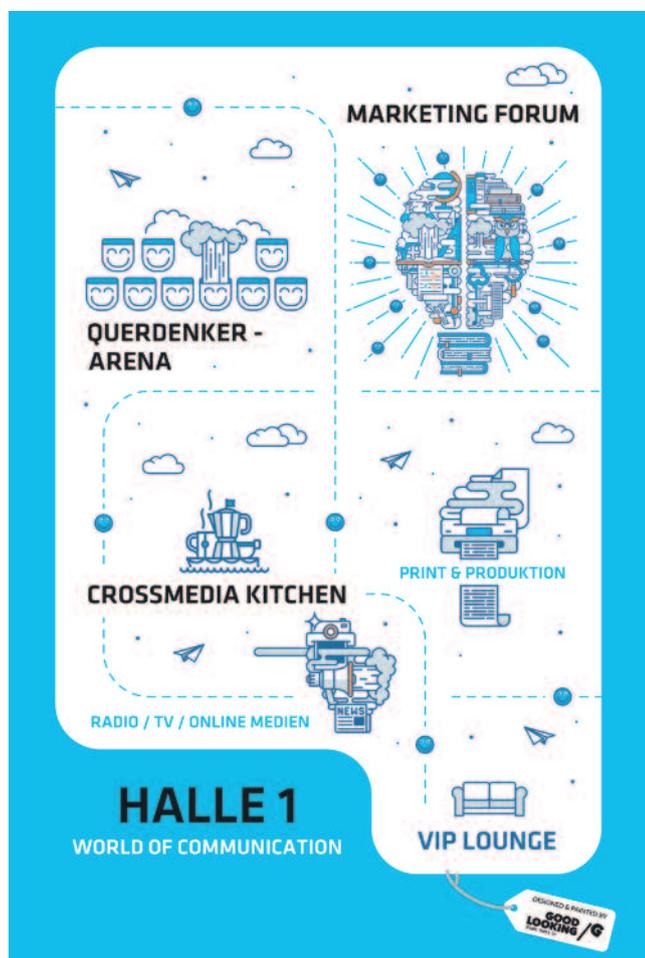
Zum jetzigen Zeitpunkt haben bereits über 100 Aussteller eine Gesamtnettofläche von 3.500 m² gebucht und reserviert – dies entspricht 77% der gesamten gebuchten Fläche von 2015.

› www.cce-international.com



World of **Communication**

by SuisseEMEX



Der Dialog mit dem Kunden – personalisiert & crossmedial

Erleben Sie wirkungsvolles Marketing für die Kommunikation der Zukunft! Von individualisierten Werbeideen über Dialog-Marketing bis zu Crossmedia-Kampagnen.

SuisseEMEX – der grösste Schweizer Messe-Event für neue Kontakte und Wissenstransfer. 15'000 Besucher, 500 Aussteller, inkl. Kongressprogramm mit Top Keynotes und Querdenker-Arena.

Jetzt Ticket bestellen unter
www.suisse-emex.ch

Nicht verpassen: EMEX Night
am 30. August 2016 ab 19.00 Uhr

Meet the future

30. & 31. August 2016 | Messe Zürich

10 Jahre
suisse
emex
Messe & Kongress



SEMINARE, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

| Termine 2016 | Veranstaltung | Ort | Weitere Informationen |
|-------------------|---|-------------|--|
| 29. 08. – 01. 09. | Akademie der Deutschen Medien, Schreibwerkstatt: Professionelle Texterstellung | München | › www.medien-akademie.de |
| 29. 08. – 02. 09. | Heidelberger Druckmaschinen, Falzen Basis (Modul 1) | Ludwigsburg | › www.heidelberg.com |
| 30. 08. – 31. 08. | VDM NW, Vertrieb – überzeugende Kommunikation im Vertrieb | Lünen | › www.vdmnw.de |
| 31. 08. | VDM NW, PDF/UA – Barrierefreie PDFs mit InDesign und Acrobat | Düsseldorf | › www.vdmnw.de |
| 01. 09. | VDM NW, Adobe Illustrator – Vektorgrafik fürs Web | Düsseldorf | › www.vdmnw.de |
| 02. 09. | Akademie der Deutschen Medien, Redaktionelle Qualitätssicherung und Schlusskorrektur | München | › www.medien-akademie.de |
| 02. 09. | VDM NW, Adobe Photoshop – Bildbearbeitung fürs Web | Düsseldorf | › www.vdmnw.de |
| 05. 09. – 09. 09. | Akademie der Deutschen Medien, E-Commerce-Manager | München | › www.medien-akademie.de |
| 06. 09. | VDM NW, Vertrieb – erfolgreiche Kundenrückgewinnung, professionelle Kundenbindung | Lünen | › www.vdmnw.de |
| 06. 09. | viscom, Netmapping – Vernetztes Denken | CH-Bern | › www.viscom.ch |
| 06. 09. – 07. 09. | VDM NW, Adobe InDesign – Workflows durch XML automatisieren | Düsseldorf | › www.vdmnw.de |
| 07. 09. – 08. 09. | cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting PitStop-Experten | Düsseldorf | › www.cleverprinting.de |
| 08. 09. | VDM NW, 3D – Druckverfahren und Fertigungstechniken | Düsseldorf | › www.vdmnw.de |
| 08. 09. – 09. 09. | Akademie der Deutschen Medien, Herstellung von digitalen Medien | München | › www.medien-akademie.de |
| 08. 09. – 09. 09. | Akademie der Deutschen Medien, Produkt- und Vermarktungsstrategien: digitale Inhalte | München | › www.medien-akademie.de |
| 12. 09. – 13. 09. | cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Datenchecker | Köln | › www.cleverprinting.de |
| 12. 09. – 16. 09. | cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting Next-Generation-Publishing-Experten | Köln | › www.cleverprinting.de |
| 12. 09. – 16. 09. | Heidelberger Druckmaschinen, Falzen Aufbau (Modul 2) | Ludwigsburg | › www.heidelberg.com |
| 13. 09. | ClimatePartner Academy, Klimaschutz umsetzen | A-Wien | › www.climatepartner.com |
| 13. 09. – 14. 09. | Akademie der Deutschen Medien, Mehr Erfolg im Verkauf | München | › www.medien-akademie.de |
| 14. 09. | cleverprinting, Responsive Webdesign mit WordPress | Köln | › www.cleverprinting.de |
| 14. 09. – 15. 09. | Innoform Coaching, Wechselwirkung zwischen Verpackung und Füllgut | Osnabrück | › www.innoform-coaching.de |
| 15. 09. | Akademie der Deutschen Medien, Interviews führen und redigieren | München | › www.medien-akademie.de |
| 15. 09. | cleverprinting, Next Generation Publishing mit Photoshop | Köln | › www.cleverprinting.de |
| 15. 09. | ClimatePartner Academy, Klimaschutz umsetzen | CH-Zürich | › www.climatepartner.com |
| 15. 09. – 16. 09. | Akademie der Deutschen Medien, Projektmanagement für digitale Medien | München | › www.medien-akademie.de |
| 15. 09. – 16. 09. | cleverprinting, Weiterbildung zum Next-Generation-Publisher | Köln | › www.cleverprinting.de |
| 21. 09. – 23. 09. | Typographische Gesellschaft München, Vortragsreihe «Technik-Zukunft» | München | › www.tgm-online.de |
| 22. 09. | viscom, Lean Basics mit Just-in-Time Simulation | CH-Bern | › www.viscom.ch |
| 23. 09. – 24. 09. | Innoform Coaching, Barriere-Verbundfolien – Verbesserte Haltbarkeit von Lebensmitteln | Würzburg | › www.innoform-coaching.de |
| 26. 09. – 27. 09. | Polar, Kurs für Schnellschneider Polar N Pro | Hofheim | › www.polar-mohr.com |
| 26. 09. – 27. 09. | cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Reinzeichner | Hamburg | › www.cleverprinting.de |
| 26. 09. – 30. 09. | cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting Next-Generation-Publishing-Experten | Hamburg | › www.cleverprinting.de |
| 28. 09. | cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop | Hamburg | › www.cleverprinting.de |
| 28. 09. | cleverprinting, Freistellen – die besten Tipps und Tricks | Frankfurt | › www.cleverprinting.de |
| 28. 09. – 29. 09. | cleverprinting, Weiterbildung zum Photoshop-Bildbearbeitungs-Experten | Frankfurt | › www.cleverprinting.de |
| 28. 09. – 29. 09. | Polar, Kurs für Polar Compucut | Hofheim | › www.polar-mohr.com |
| 29. 09. | cleverprinting, High-End-Composings | Frankfurt | › www.cleverprinting.de |
| 29. 09. | cleverprinting, Marken und Produkte mobil und digital präsentieren | Hamburg | › www.cleverprinting.de |
| 29. 09. – 30. 09. | cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting Online-Publisher | Hamburg | › www.cleverprinting.de |
| 30. 09. | cleverprinting, Responsive Webdesign mit WordPress | Hamburg | › www.cleverprinting.de |
| 03. 10. | DOXNET, DOXNET vor Ort | Wien | › www.doxnet.de |
| 04. 10. – 06. 10. | Heidelberger Druckmaschinen, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 Modul 1 | Ludwigsburg | › www.heidelberg.com |
| 05. 10. – 06. 10. | cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Digitaldruck-Operator | Düsseldorf | › www.cleverprinting.de |
| 05. 10. | VDM NW, Medienproduktion – Ausschneiden und Falzprinzipien | Düsseldorf | › www.vdmnw.de |
| 06. 10. | ClimatePartner Academy, Klimaschutz umsetzen | Berlin | › www.climatepartner.com |
| 06. 10. | VDMB, Grundlagen für die standardisierte Produktion in der Druckvorstufe | Ismaning | › www.vdmb.de |

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de

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 2016 ausgezeichnet.

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 be-
glaubigt 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



→ 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

Stefi Thalman



oberdorfstrasse 13 · 8001 zürich · www.stefitalman.ch

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung



Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.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

WIR GEBEN DER BRANCHE EIN Gesicht!



In fast jeder Ausgabe ein Neues. Denn wir analysieren sechs mal jährlich die Markt-Situation anhand von Trends, Meinungen und Ereignissen. Wir lassen Menschen, «Macher» und Manager zu Wort kommen, kommentieren, präsentieren und informieren.

Wenn der Druckmarkt bisher nicht zu Ihnen kam, können Sie dies sofort ändern. Mit einem Abo, das sein Geld wert ist.

Themen auf den Punkt gebracht.

Das Jahresabonnement kostet CHF 50.00 (Inland) beziehungsweise CHF 75.00 (Ausland) inkl. Porto + Versandkosten. Weitere Informationen und Bestellformulare auf unserer Internetseite.

DRUCKMARKT 
Managementmagazin

Druckmarkt • Abo-Service
Postfach 485 • CH-8034 Zürich
Telefon +41 44 380 53 03 • Fax +41 44 - 380 53 01
www.druckmarkt.ch