



**VISIONEN SIND
KEIN ETIKETTEN-
SCHWINDEL.**

MARKT & ZAHLEN

PRINT SELLS – AUCH IN DIGITALEN ZEITEN.
Seite 10.

PRINT & FINISHING

WERBEBOTSCHAFTEN AUF KLEINSTEM
RAUM.
Seite 12.

ETIKETTEN

HERAUSFORDERER DIGITALDRUCK.
Seite 16.

TERMINKALENDER

TERMINE, BILDUNG & EVENTS
Seite 44.



QUARKXPRESS 2017

FANTASTISCHE NEUE FUNKTIONEN · KEIN ABO



-50%
430 EUR
SPAREN

RAUS AUS DER CLOUD – WOLKENLOS ARBEITEN WIE EIN PROFI

Seit Adobe® das Creative Cloud® Mietmodell eingeführt hat, suchen mehr und mehr Kreativprofis Wege, den fortwährenden Zahlungsverpflichtungen zu entkommen. Viele möchten ihre Software dauerhaft besitzen, damit sie unabhängig Dateien öffnen, auf Arbeiten zugreifen und upgraden können – und zwar dann, wenn der richtige Zeitpunkt für sie gekommen ist.

Quark bietet schon immer ein unbefristetes Lizenzmodell, bei dem die gekaufte Software dem Kunden lebenslang gehört und genutzt werden kann. Bevorzugen Sie ein faires Modell, mit dem Ihnen ein Software-Anbieter Tools für eine bessere Produktivität und damit Zeitersparnis zur Verfügung stellt und Sie selbst entscheiden, ob das sein Geld wert ist?

Dann wechseln Sie jetzt zu QuarkXPress! Quark bietet jetzt ein sogenanntes Competitive Upgrade an, was einer neuen Vollversion zum günstigen Preis eines Upgrades entspricht. Und Sie werden Eigentümer der Softwarelizenz. Alles, was Sie benötigen, ist ein qualifizierendes Drittanbieterprodukt, zum Beispiel InDesign®, Photoshop®, Creative Suite/Cloud und einigen andere. Wenn Sie zu QuarkXPress wechseln oder es zusätzlich in Ihren Kreativ-Workflow aufnehmen, sparen Sie jetzt 430 Euro gegenüber dem normalen Preis von 829 Euro (netto). Das sind mehr als 50% Rabatt auf eine neue unbeschränkte Vollversion von QuarkXPress. Befreien Sie sich jetzt aus der Cloud!

Fragen? Rufen Sie uns gerne an: 040/853 328 54

WWW.QUARKXPRESS.COM

VISIONEN SIND KEIN ETIKETTEN- SCHWINDEL

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 04 Synonym für Leistung und Zuverlässigkeit
- 08 Eine Berliner Erfolgsgeschichte
- 10 Print sells – auch in digitalen Zeiten
- 42 Schluss mit der Qualitätsdiskussion

Print & Finishing: Etiketten

- 12 Werbebotschaften auf kleinstem Raum
- 16 Herausforderer Digitaldruck
- 18 Modernisierung als Gesamtprojekt
- 20 Bier in Szene setzen
- 22 Etiketten im Wandel: LabelExpo News
- 23 Etiketten mit Gütesiegel
- 25 Automatisiertes Label-System
- 26 Alles im Zeichen der Leistung
- 28 Vereinfachen ist das Gebot der Zeit
- 32 CX3 macht OM-Klebertechnik flexibler
- 34 Die Alternative zu Kaltfolie und Heissprägung
- 39 Digital-Flexo für Etiketten

Termine, Bildung & Events

- 44 Terminkalender
- 45 Nachrichten
- 50 Seminare und sonstige Veranstaltungen
- 51 Business to Business
- 51 Impressum

Wenn aus grossen Bogen und Rollen, breiten oder schmalen Bahnen kleine Etiketten werden, sind zweifellos Spezialisten am Werk: Etikettendrucker. Das sind jene Profis, deren Drucksachen hoch intelligent sind, mittels thermosensitiver Farben anzeigen, ob ein Produkt noch für den Verzehr geeignet ist, oder die mit einem Transponder ausgestattet sind, um den Weg der Limonade vom Herstellungsprozess bis zum Verbraucher zu verfolgen und sogar erfassen, wer sein Leergut irgendwo im Wald entsorgt, statt es ordentlich zur Flaschenrücknahme zu bringen.

Nein? Nein. So sieht der Etikettendruck von heute noch nicht aus. Selbst wenn der Einzug digitaler Techniken praktisch jede Funktion und jedes Modul verändert hat, sehen die meisten (auch neue) Maschinen noch immer aus wie aus der Bastelbude, in der vergessen wurde, dem Gerät eine Karosserie zu verpassen. Hier ein Griff, dort ein Stellrad, gegossene Flanken mit Bohrungen, Umlenkrollen ... Und die Etiketten, die damit gedruckt werden, haben überwiegend die gleiche Funktion wie schon vor Jahrzehnten: Sie kennzeichnen und informieren. Das war's.

Sind also all die Visionen der letzten 20 Jahre nur Etikettenschwindel? Sind sie vergessen, wurden sie verworfen oder sind sie nur verschoben? Jedenfalls sind sie in der Breite der Anwendungen noch nicht erkennbar. Selbst im Digitaldruck werden auf dem europäischen Etikettenmarkt höchstens 10% produziert. Was aber längst nicht bedeutet, dass diese Labels auch individualisiert und personalisiert wären. Noch nicht einmal das!

Trotzdem sind wir sicher, dass sich da noch etwas tun wird. Sehr viel sogar. Denn die Techniken stehen an der Schwelle zur industriellen Massenfertigung. Sie müssen nur noch sinnvoll und wirtschaftlich zusammengeführt werden. Das muss ja nicht gleich Augmented Reality sein, das Kombinieren von Realität und virtueller Welt. Das könnten aber gedruckte, fälschungssichere und intelligente Etiketten sein, Indikator-Etiketten etwa, die bei der Reise eines Produktes jede Situation aufzeichnen, die zu einer Beschädigung führen: extreme Temperaturen, Feuchtigkeit, ein Aufprall. Auch «Sense Print», bei dem Gedrucktes auf Berührungen reagiert, wo Texte erscheinen oder sich verändern, ist denkbar – ebenso wie Etiketten mit selbstleuchtenden OLED-Elementen, die durch gedruckte Batterien oder Solarzellen angetrieben werden. Ja, das sind (noch) Visionen, aber kein Etikettenschwindel!

Auf der LabelExpo in Brüssel werden die Besucher allerdings den Status Quo des Etikettendrucks zu Gesicht bekommen. Das ist auch in Ordnung so. Wer sich aber intensiver mit der Zukunft der Etiketten beschäftigen will, dem sei die InPrint im November in München empfohlen.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

INITIATIVE DEUTSCHLAND DIGITAL Xerox gibt die Zusammenarbeit mit der Initiative Deutschland Digital (IDD) bekannt. Im Rahmen der Kooperation wird Xerox seine Partner und Kunden gemeinsam mit der Digital-Community der Initiative über die verschiedenen Aspekte von Digitalisierungsprojekten informieren und sie im Zuge des flächendeckenden Wandels von analogen zu digitalen Verfahren bei einer raschen Umsetzung unterstützen. Neben Xerox unterstützen namhafte Unternehmen die IDD. Die Unterstützung, die diese Vernetzung von Pionieren der Digitalwirtschaft, von Politik, Verbänden und Organisationen innerhalb kurzer Zeit gefunden hat, spricht für den hohen Stellenwert, der der Digitalisierung beigemessen wird. › www.xerox.de

SPATENSTICH Am 13. September 2017 fand im Gewerbegebiet Hückeswagen-Scheideweg der erste Spatenstich für die neue Betriebsstätte der Messerfabrik Neuenkamp GmbH statt. Die Messerfabrik ist Hersteller industrieller Präzisions Schneidwerkzeuge und zählt zu den Taktgebern dieses kleinen globalen Marktes. Die Messerfabrik Neuenkamp ist ein Unternehmen der Overather Dienes Gruppe, die weltweit mit Tochtergesellschaften und Vertretungen repräsentiert wird und mit ca. 450 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von knapp 50 Mio. € erzielt. › www.dienes.de

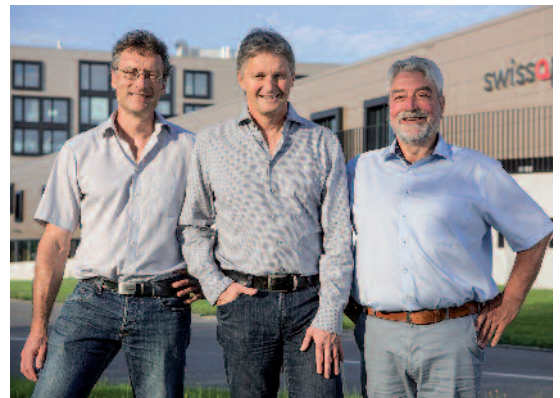
PAPIERATLAS 2017 Bundesministerin Dr. Barbara Hendricks hat Mitte September die Gewinner des Städte- und Hochschulwettbewerbs Papieratlas 2017 im Bundesumweltministerium für ihren vorbildlichen Einsatz von Recyclingpapier ausgezeichnet. Als «Recyclingpapierfreundlichste Stadt/Hochschule» setzten sich die Stadt Solingen und die Universität Osnabrück durch. Für die höchste Steigerung der Recyclingpapierquote wurden die Stadt Potsdam und die Hochschule Rhein-Waal als «Aufsteiger des Jahres» geehrt. Die Sonderauszeichnung «Mehrfachsieger» für den fünften Sieg in Folge ging an die Stadt Halle (Saale). Auch die Städte Essen, Bonn, Freiburg, Erlangen und Siegen sowie die Universität Tübingen konnten ihre Bestleistungen aus den Vorjahren erneut bestätigen. › www.papieratlas.de

ENTWICKLUNGSPLATTFORM Der Spezialchemiekonzern Altana hat von der US-amerikanischen NuLabel Technologies, Inc., ein Technologieportfolio sowie eine Forschungs- und Entwicklungsplattform erworben. Dazu gehören Technologien für die additive Fertigung von Dekorationslösungen ebenso wie eine neuartige Technologie für wiederverschliessbare Verpackungen. Die Technologien werden in den Altana Geschäftsbereich Actega North America integriert und dort zur Marktreife entwickelt. Altana übernimmt auch ein interdisziplinäres Forscherteam. › www.altana.de

ZEHN JAHRE SWISSQPRINT SYNONYM FÜR LEISTUNG UND ZUVERLÄSSIGKEIT

Wie aus dem Nichts tauchte vor zehn Jahren der Name swissQprint auf. Heute ist die Marke Synonym für Digitaldrucksysteme hoher Güte, grosser Vielseitigkeit und Schweizer Zuverlässigkeit. Reto Eicher, Hansjörg Untersander und Roland Fetting legten den Grundstein dieser Erfolgsgeschichte.

Heute sind am Haupt- und Produktionssitz 75 Personen tätig und weitere 35 in drei Tochterunternehmen. In knapp 40 Ländern sind zudem Vertriebs- und Servicepartner aktiv, sodass swissQprint rund um den Globus vertreten ist. Es war keine dieser ominösen Garagen, dafür aber die Ecke einer Lagerhalle, wo 2007 alles begann. Fünf Mann machten sich daran, einen neuen UV-Flachbett-drucker zu entwickeln. Der Markteintritt gelang trotz widriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen. Zuerst im deutschsprachigen Raum, dann in weiteren europäischen Ländern und bald auch in Übersee, immer über Partnerschaften mit Fachhändlern. Mit dem Erfolg erweiterte swissQprint die Produktions- und Büroflächen, bis alle Reserven in Widnau aufgebraucht waren. Anfang 2015 bezog das Unternehmen schliesslich ein neues Domizil in Kriessern. Im Oktober 2015 gründete swissQprint eine US-Tochterfirma, im März 2017 nahm die Tochterfirma in Japan ihre Arbeit auf und im April 2017 die dritte in Deutschland. Die Töchter sind reine Vertriebs- und Servicegesellschaften. Entwickelt und produziert wird ausschliesslich



Die Gründer Roland Fetting, Reto Eicher und Hansjörg Untersander (von links) sind nach wie vor im operativen Geschäft der eigenständigen Aktiengesellschaft tätig.

am Hauptsitz im Schweizer Kriessern, damit Prozesse schlank und die Produktqualität hoch bleiben. Zum heutigen Zeitpunkt sind gut 900 swissQprint-Drucker im Feld. Mit bestimmten Modellen, speziellen Anwendungen oder Optionen wurden swissQprint über die Jahre mehrere Fachpreise verliehen. Im vergangenen Jahr sogar ein Wirtschaftspreis. Von Anfang an konzentriert sich swissQprint auf UV-Flachbettdrucker mit modularem Aufbau. Die Basis lässt sich je nach Kundenbedürfnis konfigurieren und ausbauen. Der Erstling, Oryx, feierte seine Premiere 2008 am Rande der drupa. Zwei Jahre später überraschte swissQprint mit Impala. Der Drucker schlug seinerzeit alle Geschwindigkeitsrekorde seiner Klasse. 2012 erfolgte die Markteinführung von Nyala, dem grössten bisher gebauten

Modell. Wiederum zwei Jahre später lancierte swissQprint mit Nyala 2 eine neue Druckergeneration. Im Februar 2015 lieferte das Unternehmen sein 500. Gerät aus und vollendete drei Monate später den Maschinen-Generationenwechsel mit der Einführung von Oryx 2 und Impala 2. Zum Jahresbeginn 2017 brachte swissQprint die effizienzsteigernden 4x4-Versionen der Baureihe Impala 2 und Nyala 2 auf den Markt. Zur Fespa 2017 feierten Impala LED und Nyala LED Weltpremiere. Sie arbeiten mit LED-Technologie. Oryx LED soll noch dieses Jahr folgen.

› www.swissqprint.com

Konica Minolta

ÜBER 2 MIO. KG CO₂ EINGESPART

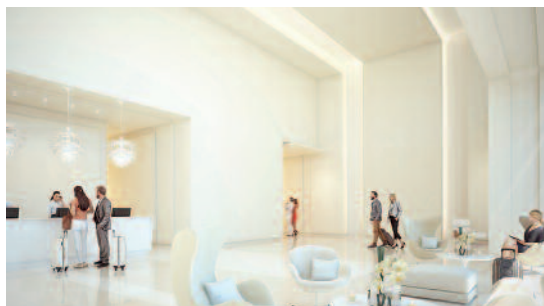
Seit dem Start des Programms «Klimaneutral Drucken» 2015 hat Konica Minolta insgesamt 2.629.660 kg CO₂ eingespart. Diese Zahlen berücksichtigen die Einsparungen von Kunden aus mehr als sechs Ländern, die den Service genutzt haben, verschiedene Veranstaltungen von Konica Minolta wie die CeBIT, deren CO₂-Emissionen ausgeglichen wurden, sowie die interne Kompensation. Konica Minolta arbeitet auch weiterhin daran, den CO₂-Ausstoss zu reduzieren.

Kunden von Konica Minolta können das Programm zum klimaneutralen Drucken einfach implementieren, dabei wie gewohnt mit ihren Systemen drucken, während die Gesamtemissionen über den Lebenszyklus jedes Systems berechnet und über zertifizierte Klimakompensationsprojekte ausgeglichen werden.

› www.konicaminolta.de

Antalis **INTERIOR DESIGN AWARD**

Mit dem neu ins Leben gerufene Antalis Interior Design Award unter dem Motto «Just print your imagination» will Antalis als Grosshandelsgruppe für Kommunikationsmedien Designer und Kreative motivieren, einzigartige und individualisierte Räume zu schaffen. Projekte können in folgenden Kategorien eingereicht werden: Hotel, Restaurant, Geschäfte, Büro, Wohnraum sowie öffentliche Bereiche. Einzige Bedingung zur Teilnahme an dem



Wettbewerb ist, dass die Einreichungen mit mindestens einem Produkt aus der Antalis Coala-Serie gestaltet werden müssen. Der Award wird von einer renommierten Jury betreut, Einreichungen sind bis zum 31. Dezember möglich. Teilnehmen können Architekten, Innenarchitekten, Raumausstatter, Werbetreibende und Druckereien. Die Gewinner werden im März 2018 bekannt gegeben.

› www.antalis.de



BoD

VERLAGSSOFTWARE BREBOOK ERWORBEN

Immer mehr Verlage nutzen Print-on-Demand für flexible und nahezu risikofreie Veröffentlichungen von Novitäten, den Vertrieb von sich langsam verkaufenden Büchern und für die Wiederauflage vergriffener Titel. Die Brebook-Verlagssoftware wird seit 2010 entwickelt und wickelt die Arbeitsabläufe für Print-on-Demand-Prozesse einschliesslich E-Book-Konvertierung und Distribution

in einem Verlag ab – von der Herstellung der Druckdaten über die weltweite Titelmeldung bis zur Bestellabwicklung. Derzeit werden mit der Software über 23.000 Druckdaten verwaltet.

Jetzt hat BoD – Books on Demand, Hersteller digitaler Buchpublikationen, die Verlagssoftware übernommen und baut die Unterstützung von Verlagen bei Print-on-Demand-Prozessen aus.

› www.bod.de

› <http://brebook-software.de>

diedruckerei.de

IMPRIM'VERT-SIEGEL ERHALTEN

diedruckerei.de hat nach bestandener Umwelt-Zertifizierung das französische Siegel Imprim'Vert (Grüner Druck) erhalten. Das Unternehmen hat nachgewiesen, dass die gesamte Fertigungskette umweltchonend gestaltet ist, vom Einkauf über die Produktion bis hin zu Energiemanagement und Mitarbeitersensibilisierung. «Diese Zertifizierung kommt unseren Kunden in ganz Europa

zugute. Wir haben die Gelegenheit genutzt, um unsere Produktion, die bereits auf Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung ausgerichtet war, noch umweltfreundlicher zu gestalten», kommen-



tiert **Dr. Michael Fries**, CEO von diedruckerei.de, diesen Schritt.

› www.diedruckerei.de

RAPID TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

Graphische
Maschinen

www.mkwgmbh.de

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

Tag der offenen Tür
**KOENIG & BAUER
IN RADEBEUL**

Rund 5.000 Besucher, Mitarbeiter mit ihren Familien, Freunden und Bekannten, Anwohner und viele Interessenten aus der Region nutzten am 9. September die Gelegenheit, hinter die Kulissen des Druckmaschinenbaus im Bogenoffset-Werk von Koenig & Bauer zu sehen. Im Vorfeld des 200. Jubiläums



Volles Haus: KBA-Mitarbeiter erläutern Druckprozess und Jobwechsel an einer Rapida 145.

des Würzburger Stammhauses hatten die in Radebeul ansässigen Unternehmen – KBA-Sheetfed Solutions, KBA-Industrial Solutions und KBA-Deutschland – dazu eingeladen.

In 24 moderierten Live-Demos wurden 18 Druckmotive, darunter Postkarten, Poster, Bastelbogen und Etiketten produziert. 73.300 Bogen liefen durch die Maschinen. Natürlich konnten die Besucher alle Drucksachen mit nach Hause nehmen – darunter Renner wie Poster der Lieblingsfußballmannschaft in der Region, Weltkarten und Tiermotive mit Lack- und Kaltfolienveredelungen.

› www.kba.com

Onlineprinters
**KALENDER IM
BROWSER GESTALTEN**

Kalender begleiten Kunden durch das ganze Jahr, entweder in den Arbeits- und Büroräumen oder zuhause. Deshalb gehören sie nach wie vor zu den beliebtesten Geschenken zum Jahreswechsel. Damit sie auch schnell gestaltet sind, hat Onlineprinters sein Web-to-Print-Tool pünktlich zur Kalender-Saison 2018 erweitert. Die Browser-Anwendung steht jetzt auch für Jahresplanner, Schreibtischunterlagen, Wand-, Taschen-, mehrseitige Tisch- sowie für Wandkalender mit Spiral- und Leimbindung zur Verfügung.

«Unser kostenfreies Web-to-Print-Tool ist für alle Kunden



Für Kunden ohne professionelle Gestaltungssoftware bietet Onlineprinters ein «Web-to-Print»-Tool an. Es ist nun auch für Kalender in vielen Varianten verfügbar.

interessant, die keine kostspielige Gestaltungs-Software anschaffen möchten, nur um einen Kalender zu gestalten», erklärt Julia Voigt, Marketingdirektorin bei Onlineprinters. Vor allem bei Kleinbetrieben, Handwerkern und Einzelunternehmen ist die Onlinegestaltung beliebt, weil sie schnell und einfach zu bedienen ist. Die Marketing-Expertin empfiehlt ihren Kunden nicht zu lange mit der Bestellung zu warten. Wenn die Kalender rechtzeitig beim Empfänger eintreffen sollen, ist die letzte Novemberwoche der späteste Versandtermin.

› www.onlineprinters.de

VDMB
**VERBAND AN NEUEM
STANDORT**

Der Verband Druck und Medien Bayern arbeitet ab sofort im Innovationszentrum Druck und Medien. Am neuen Standort in Aschheim bei München werden unter einem Dach der Branchenverband, das Aus und Weiterbildungszentrum sowie die Beratungsgesellschaft gebündelt. Im neuen Gebäude sitzt



Die neue Zentrale des Verbandes Druck und Medien Bayern in Aschheim bei München.

mit dem Fogra Forschungsinstitut für Medientechnologien zudem ein weiterer wichtiger Akteur der Branche, mit dem der VDMB seit vielen Jahren eng kooperiert. «Der neue Standort wird ein Kraftzentrum der Druckindustrie für Bayern, das auch für die Innovationskraft, die Veränderungsbereitschaft und die Zukunftsfähigkeit unserer Branche steht», sagt Christoph Schleunung, Landesvorsitzender des VDMB.

Der Verband erreicht mit dem Innovationszentrum Druck und Medien einen wichtigen Meilenstein auf dem Weg der Modernisierung und positioniert sich als Verband mit Zukunft. Kostenintensive Ressourcen wie Drucksaal und Seminarräume werden von Verband und der Fogra gemeinsam betrieben.

› www.vdmb.de

MENSCHEN & KARRIEREN



Hugo Beck, Hersteller von Folienverpackungs- und Weiterverarbeitungsmaschinen, hat mit **Mario Möglinger** einen neuen Verkaufsleiter International. • Die Ricoh Schweiz hat mit der Besetzung der Vakanz als Director Sales & Consulting und Member of the Board einen erfahrenen Manager aus den eigenen Reihen ernannt. **Thomas Szegö**, seit fünf Jahren bei Ricoh Schweiz als Head of Commercial and Industrial Printing Group,



wird seine neue Funktion per sofort antreten. • Marie-Francoise Ruesch hat die Canon (Schweiz) AG verlassen. An ihrer Stelle zeichnet **Lucien Descombes** per sofort verantwortlich für die externe Kommunikation des Unternehmens.



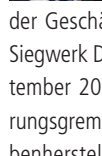
Er war seit Mai 2015 zuständig für die Kommunikation der Consumer Imaging Group. • Als Director Product Management unterstützt **Marko Ruschin** seit dem 1. Juli Druckereien bei der Integra-



tion von Smart MIS, Web-to-Print und Cross Media Marketing auf Basis der E-Business-Lösung Obility. **Marcus Silber** verstärkt seit August 2017 als Senior Software Consultant das Obility-Beratungsteam. • Seit 1. August leitet **Christiane Grün** als Managing Director die D/A/CH-Region des Multitechnologiekonzerns 3M. Sie verantwortet damit aus Neuss das Geschäft in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Sie folgt auf Dr. John Banovetz, der zum weltweiten Forschungschef des Unternehmens ernannt wurde. • Das Vertriebsteam von Xerox




in Deutschland hat eine neue Führung: **Lutz Ottersbach** ist seit Juni als Head of Direct Sales für den Direktvertrieb der Xerox GmbH verantwortlich. In dieser Rolle ist er Teil der Geschäftsleitung und berichtet direkt an Jacqueline Fechner, Vorsitzende der Geschäftsführung von Xerox. • Wechsel im Vorstand der Siegwerk Druckfarben AG & Co. KGaA: Am 1. September 2017 ist **Dr. Jan Breitkopf** in das Führungsgremium des global aufgestellten Druckfarbenherstellers vorgerückt. Als Mitglied des Vorstandes übernimmt er die Leitung des Bereichs Verpackung für die Region Europa, Naher Osten und Afrika. • Mutoh Belgium ernannt **Kenji Yasuhara** zum neuen Geschäftsführer. Yasuhara übernimmt damit alle Verantwortlichkeiten von seinem Vorgänger **Akio Kotake**, der die Aktivitäten von Mutoh Belgium in den letzten drei Jahren gesteuert hat. Kotake übernimmt neue Aufgaben als General Manager in Mutohs International Business



Headquarter in Tokio. • Ab sofort ist **Heiko Küttner** neben Jörg Westphal bei der EAE GmbH – ein Unternehmen der Q.I. Press Controls Gruppe – in Ahrensburg für die Geschäftsleitung verantwortlich.





ERLEBEN SIE DAS LEBENDIGE KULTURERBE DRUCKTECHNIK IM LEIPZIGER MUSEUM FÜR DRUCKKUNST. **NUTZEN** SIE DIESEN AUTHENTISCHEN ORT DER INDUSTRIEKULTUR FÜR IHR UNTERNEHMEN UND IHRE KUNDEN. **TREFFEN** SIE SICH ZUM NETWORKING IN DER FÖRDERGESELLSCHAFT. **SCHÖPFEN** SIE AUS DEM WISSENSPEICHER RUND UM PRINT. **WIRKEN** SIE MIT AM TREFFPUNKT DER DRUCKBRANCHE. **BETEILIGEN** SIE SICH AM ERHALT UND AUSBAU DER PRIVATEN MUSEUMSTIFTUNG. **SPENDEN** SIE AUF DAS KONTO: DE 92 XXXXX

WWW.DRUCKKUNST-MUSEUM.DE

Museum
für
Druckkunst
Leipzig

20 JAHRE LASERLINE EINE BERLINER ERFOLGSGESCHICHTE

Was vor 20 Jahren mit fünf Mitarbeitern und einer digitalen Druckmaschine im Weddinger Technologie- und Innovationspark begann, ist heute ein deutschlandweit bekanntes und aktives Unternehmen mit 160 Mitarbeitern und 21 Auszubildenden. Laserline gehört dabei zu den grössten und modernsten Onlinedruckereien Deutschlands und zeigt ausgeprägte soziale und Umwelt-Verantwortung.

Text und Bilder: Laserline

Gegründet wurde der Betrieb vor 20 Jahren von Tomislav Bucec, bis heute Inhaber und Geschäftsführer des Unternehmens. Er hatte Deutschlands grösste Schülerzeitung ins Leben gerufen und eine Grafikagentur eröffnet. «Damals gab es einfach keine Druckerei, die unse-

ren Ansprüchen an Qualität und Service entsprach», erinnert sich **Tomislav Bucec**. «Das wollten wir ändern und erfüllen diesen Anspruch mit Laserline seit 20 Jahren.»

Alles, was Berlin ausmacht, scheint sich in dem 1997 gegründeten Betrieb zu vereinen: «Wir sind ein Stück Berlin», sagt Bucec. «Nicht nur, weil wir hier gross geworden sind und unser Herz für die Stadt schlägt, sondern auch, weil das lebendige Berlin unsere Innovationskraft und unsere Kreativität stärkt.»

Bereits 2003 wurde der Onlineshop eingeführt, inzwischen ist die gesamte Wertschöpfungskette vollständig digitalisiert und mittlerweile können rund eine Million unterschiedlicher Produkte vom Flyer über komplette Broschüren bis zu aufwendigen Werbeaufstellern online konfiguriert und bestellt werden. Mit der automatischen Druckdatenkontrolle und der 3D-Ansicht der Druck-Erzeugnisse gehört der Laserline-Onlineshop zu den modernsten seiner Art.

Natürlich darf ein perfekter Service nicht fehlen: Das Unternehmen bietet in Bremen und an zwei Standorten in Berlin eine persönliche Druckannahme, die von der Erstberatung durch Fachkräfte über die Prüfung der Druckdaten bis hin zur Papier- und Materialauswahl reicht. Auch telefonisch oder per E-Mail ist immer ein Mitarbeiter erreichbar.

Verantwortung übernommen

Darüber hinaus ist es die soziale Verantwortung, die das inhabergeführte Unternehmen auszeichnet: Zwischen 20 und 30 Auszubildende bildete Laserline in den letzten zehn Jahren regelmässig aus – und das mit Erfolg: 2008 und 2010 stammte Deutschlands bester Azubi aus Bucecs Firma. Zudem erhielt Laserline für die Übernahme sozialer Verantwortung 2011 den Sonderpreis der Franz-von-Mendelssohn-Medaille und auch der Grosse Preis des Mittelstandes 2010

oder der Ausbildungsbuddy des Bezirks Reinickendorf 2015 gingen an den in Wedding gegründeten Betrieb. Als Sponsor unterstützt das Druckhaus zudem zahlreiche Sportvereine wie Hertha BSC, die Reinickendorfer Füchse, den Landessportbund Berlin und den Berliner Trabrenn Verein. Und auch die Umweltverantwortung spielt eine besondere Rolle: Der Betrieb ist als eines der ersten Druckzentren weltweit zu 100% CO₂-neutral. Auch die Emissionen, die beim Besuch der Laserline-Website anfallen, werden kompensiert. Darüber hinaus setzen die Mitarbeiter zu über 90% Recycling- oder FSC-zertifiziertes Material ein und sparen durch High-End-Druckgeräte bis zu 80% Makulatur.

Überzeugt von Print

Möglich wurde das durch die konsequente Modernisierung des Betriebs, der 2007 mit dem Einzug in

die Räume in der Scheringstrasse im Bezirk Wedding seinen vorläufigen Höhepunkt fand.

Doch was wären diese Erfolge ohne die Mitarbeiter und Kunden? Neben Tomislav Bucec sind immer noch vier Mitarbeiter der ersten Stunde bei Laserline aktiv und auch Kunden halten Laserline seit Jahren die Treue.

Und gefeiert wird auch: Mit einer internen Feier Anfang September, einer Rabattaktion für die Kunden sowie einer Jubiläumsfeier für treue Kunden und Freunde am 5. Oktober. «Alle Kunden konnten wir leider nicht einladen», erklärt Bucec, «denn das sind mittlerweile über 100.000. Dafür durften aber alle Mitarbeiter mitfeiern.»

Vor zwei Jahren ist Tomislav Bucec als Verleger der «Reinickendorfer Zeitung» in seine Ursprungsbranche zurückgekehrt. Die Lokalzeitung mit 40.000 Exemplaren informiert die Bewohner seines Heimatbezirks alle zwei Wochen über Neuigkeiten. Darüber hinaus gestaltet der hauseigene Verlag weitere Printzeitungen wie das Wirtschaftsmagazin «Berlin to go», das Spieltagsmagazin «Volley Max» und das Laserline Kundenmagazin «Print IT». Denn eines ist Bucec und seinen Mitarbeitern klar: Auch in Zukunft wird Print eine grosse Rolle spielen. «Der Wunsch nach Haptik wird bleiben, der Geruch, die Fühlbarkeit von Gedrucktem spricht auch heute noch viele an. Genau da setzen wir an», sagt Tomislav Bucec.



Das markante Firmengebäude in Berlin-Mitte am Humboldthain ist die Heimat des Berliner Druckzentrums.

» www.laser-line.de



Autonomes Drucken mit AutoRun

Mit AutoRun liefern wir Ihnen schon heute die Technologie der Zukunft. Ihre KBA-Maschine konfiguriert sich datenbasiert selbst und wechselt vollautomatisch die Jobs. So optimieren Sie Produktionszeiten und haben Zeit für zusätzliche Aufträge. Die anwenderorientierte Nutzung von Daten einschliesslich der Vernetzung ist Prinzip aller digitalen Services von KBA 4.0. Erfahren Sie, wie Sie die Digitalisierung des Druckens für erhöhte Profitabilität nutzen können. Mehr dazu unter: www.kba.com/trends/autorun

1
8
1 7
200 years
Koenig & Bauer
1
0
2



INSPIRATION@WORK

PRINT SELLS – AUCH IN DIGITALEN ZEITEN

Bierdeckel, Dosen mit Erfrischungsgetränken, Servietten, Sitzkissen, Bierzelt-Garnituren, Fahnen. Supermarkt? Nein. Möbelhaus? Auch nicht. So sehen die Angebote einiger Online-Druckereien im Sommer 2017 aus. Nichts von Buch- und Offsetdruck, Print-Service-Provider, Mediendienstleister oder Druck- und Medienhaus. Im Fokus steht ein individuelles Angebot für das, was die Menschen in der aktuellen Jahreszeit interessiert.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Das ist die Wirklichkeit, in der sich die grafische Branche bewegt. Sie muss umdenken, anders denken, weit mehr marketing-orientiert, als es bis heute der Fall ist. Was ja nicht heisst, dass jedem digitalen Hype des Online-Marketings hinterher gelaufen werden soll. Im Gegenteil. Print hat so viel Interessantes und Spannendes zu bieten, wie keines der wettbewerbenden Medien sonst. Der Schatz muss nur gehoben werden.

Und die Chancen dafür stehen gar nicht so schlecht. Denn in der Online- und Internet-Szene herrscht wieder einmal Aufregung, nachdem der Einsatz von Ad-Blockern wieder steigt. Schon 2015 hatte eine Studie festgestellt, dass die weltweite Werbebranche durch den Einsatz solcher Software rund 22 Mrd. US-\$ Umsatz einbüsst. Auch knapp 20% der Internetnutzer in Deutschland blockieren Werbung auf ihren Geräten.

Ob die Zahlen stimmen oder nicht, sei einmal dahingestellt. Viel interessanter wäre ja zu wissen, warum Ad-Blocker überhaupt eingesetzt werden. Die Antwort liegt nahe: Online-Werbung nervt! Frühere Studien haben bereits ergeben, dass Online-Werbung von 82% der US-Bürger ab 18 Jahren ignoriert wird. Print-Anzeigen in Magazinen werden jedoch von «nur» 35% der Leser übersehen. Und von Klickraten möchte man zurzeit schon gar nicht mehr reden. Für

Standardbanner liegen diese inzwischen bei 0,2% (im Jahr 2000 waren es noch 9%).

Eine Steilvorlage für Print!

Vielleicht sollten Werber, Mediaplaner und ihre Kunden doch noch einmal darüber nachdenken, wie viel Geld sie im Internet «verbrennen». Denn bei solchen Zahlen lässt sich weder das Argument aufrecht halten, Online-Werbung sei effektiver als Print, noch die These, Werbung im Internet sei preiswerter.

Diejenigen, die mit dieser Art von Werbung bombardiert werden, interessiert das nicht. Weil sich Menschen grundsätzlich nicht für Werbung interessieren – Menschen interessieren sich für Interessantes und wollen unterhalten werden. Eine Steilvorlage für Gedrucktes!

Denn Print spricht gleich mehrere Sinne an. Wenn man so will, haben Drucksachen schon alleine durch die Haptik des Papiers ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber allen anderen Medien, die wir kennen. In einer Welt, in der immer mehr Monitore, Displays oder Screens zum Alltags- und Arbeitsleben gehören, gibt es bei den Menschen geradezu eine Sehnsucht nach Haptischem, nach Anfassbarem und Begreifbarem.

Logisch also, dass Drucksachen edler, origineller und auch persönlicher werden müssen. Hier mal an einem Schieber ziehen oder am richtigen Falz geklappt – und Pop-ups überraschen und begeistern die Empfänger



gleichermaßen. Derart gelungene Kreationen stechen beim Aufmerksamkeitswert und durch ihre Emotionalität alle anderen Medien aus. Und sie bieten den Kunden den veritablen Vorteil, dass ihre Botschaften auch Wirkung erzielen. Hieraus dürfte sich beim Drucksachen-Verkauf durchaus Kapital schlagen lassen. Denn welcher Drucksachen-Kunde hat nicht das Bedürfnis, dass sein eingesetztes Geld auch gut investiert ist?

Print behauptet sich

Also alles gut, Freude weit und breit, weitermachen wie bisher? Mit Sicherheit nicht! Denn ob man es will

oder nicht: Print ist nicht mehr der einzige und auch nicht mehr der wichtigste Kanal für Werbung, Information und Kommunikation. Einige der «Brot-und-Butter-Druckjobs» sind schon in digitale Kanäle abgewandert und kommen auch nicht mehr wieder. Dennoch schrumpft Print nicht, sondern wird vielschichtiger und vielfältiger!

Zugleich gibt es unübersehbare Tendenzen, nach denen sich nicht nur die Druckereien, sondern auch die Drucksachen selbst verändern. Magazine werden zum Status-Symbol und verschmelzen mit Katalogen zu Magalogen, die die Verbraucher inspirieren und mit sicht- oder unsicht-

baren Code-Strukturen, persönlichen URLs oder Augmented Reality die Brücke in die Online-Welt und neue Erlebniswelten schlagen.

Dabei hatte man Magazinen und Katalogen noch vor wenigen Jahren den sicheren Tod prophezeit. Doch die Schwarzseher haben die menschliche Natur unterschätzt. Menschen blättern nun einmal gern in einem Katalog oder einer Reisebroschüre. Kataloge beflügeln die Phantasie auf eine emotionale Weise, wie es digitale Inhalte nicht vermögen. Deshalb wenden sich viele Händler (auch aus

Tirol verbringt, Informationen über die Nordsee erhalten? Stattdessen können via Digitaldruck Broschüren zusammengestellt und gedruckt werden, die ganz individuell auf die attraktivsten Hotels der Alpen aufmerksam machen, abgestimmt auf die Bedürfnisse von Senioren oder jungen Familien. Solche Broschüren werden zwar in geringerer Auflage gedruckt und vielleicht auch weniger umfangreich sein, dafür aber können bei Druckqualität und Papier höhere Standards angesetzt werden.

Drucksachen müssen also intelligenter und je nach Zielsetzung massgeschneidert werden. Wenn solche Digitaldruck-Produktionen nun zusätzlich noch mit Lack, Präge-Effekten, Stanzungen etc. veredelt werden, sind sie sich ihrer Aufmerksamkeit gewiss. Das Druck-Erzeugnis spricht dann (auch ohne Brücke zu elektronischen Medien) für sich, stärkt den Wert der Information visuell und erhöht den Nutzen für den Kunden.

Druckereien und Agenturen werden über kurz oder lang Dienstleistungen anbieten müssen, die über die klassischen Kompetenzen hinausgehen. Dazu gehören Design- und Layout-Services, Media- und IT-Tools, das Drucken von Auflage 1 bis einigen Tausend Exemplaren, Veredelungen nach allen Regeln der Kunst sowie Lieferungen in 24 Stunden (oder weniger) samt Fulfillment. Dafür muss jeder seine eigene Lösung finden. Erfolgsrezepte anderer zu kopieren, hilft wenig. Denn wenn alle das Gleiche anbieten, führt das wiederum zur Austauschbarkeit mit den bekannten Folgen. Doch Alleinstellungsmerkmale lassen sich nicht kaufen. Auch nicht über die Technik, denn die steht jedem zur Verfügung. Alleinstellungsmerkmale kann man sich nur erarbeiten.

Die wirkliche Chance besteht darin, Print zum Premium-Produkt zu erheben und begehrenswerter zu machen. Schliesslich sprechen Drucksachen im Gegensatz zu anderen Medien mehrere Sinne an (sehen, fühlen, riechen, hören) und wecken Emotionen, die zu dem Bedürfnis «das will ich haben» führen. Dies ist

ein echter Wert für die Kunden der Agenturen und Drucker und deren Kunden. Mit anderen Worten: weniger Volumen, dafür aber eine höhere Wertigkeit. Das eröffnet die Chance, sich über Qualität zu profilieren.

Hochwertige Veredelung im Druck fördert die Differenzierung eines Printmediums. Sie spiegelt den Wert und das Image eines Unternehmens, eines Produktes oder einer Marke wider. Gleichzeitig ziehen multisensorische und ungewöhnliche Effekte den Empfänger einer Nachricht in den Bann. Sie faszinieren und wecken Emotionen.

Und da Verbraucher Aufmerksamkeit und Wertschätzung erwarten, erreichen Individualisierungen den Leser auf eine andere Weise. Sie greifen seine Vorlieben auf und geben ihm die Informationen, die für ihn wichtig sind. Dabei geht der Individualprint weit über die bloße Adressierung des Empfängers hinaus. In Text, Bild und Gestaltung kann er in seinen Wünschen und Interessen abgeholt und begleitet werden.

Werden die Wertschöpfungsmöglichkeiten aus Veredelung und Individualisierung intelligent genutzt, entstehen wertvolle Kommunikationsin-

strumente, die Zusatznutzen und mehr Wert schaffen.

Inspiration@Work

Genau um diese Thematik geht es bei Inspiration@Work, einem Veranstaltungsformat, das sich so langsam zur Tradition entwickelt. Seit 2012 organisiert der Hamburger Papiergrosshändler Papier Union die Veranstaltung rund um hochwertige Papiere, den Digitaldruck und die Veredelung. Waren es vor fünf Jahren noch zwölf Industriepartner, die ihre Lösungen präsentierten, werden dieses Jahr am 28. September 45 Partner aus unterschiedlichen Bereichen erwartet.

Dabei wird nicht nur auf die Präsentation von Papier gesetzt, sondern vor allem auf Networking rund um Printproduktion und Veredelung. Im Mittelpunkt stehen die Wege und Möglichkeiten der besonderen Produktion. Neue Themen wie Augmented und Virtual Reality werden einen Spannungsbogen hin zum Druck herstellen und neueste Trends in der Veredelung werden für Abwechslung sorgen. Zudem wird geballtes Branchen-Know-how in Vorträgen den Weg von einer Produktidee bis hin zu Veredelungstechniken aufzeigen.

Die Papier Union geht damit konsequent den Weg der Positionierung im Premium-Bereich weiter. Wobei Premium auch für Zuverlässigkeit und Produktionssicherheit steht. Premium bedeutet darüber hinaus auch, gemeinsam und partnerschaftlich neue Wege zu testen und aus einem Partnernetz die optimale Lösung für den Interessenten zu schaffen. Egal, ob es sich um einen Copy-Shop, einen Druckdienstleister, ein Industrieunternehmen oder eine Agentur handelt. Innovation und der Mut, neue kreative Wege zu beschreiten, spiegeln sich bei diesem Event perfekt wieder.

› www.inspirationatwork2017.de



Gut gestaltete und sauber produzierte Druck-Erzeugnisse sind die Basis für eine wirkungsvolle Kommunikation. Werden sie zusätzlich veredelt oder personalisiert, steigt der Zusatznutzen für den Empfänger.

dem Online-Handel) wieder Print zu oder legen eigene Magazine neu auf, um ihre Kunden auf Papier daran zu erinnern, zum Bestellen doch bitte schön die Website zu besuchen.

Print wird Premium

So ändert Print auch seine traditionelle Ausprägung – weg von der Massendrucksache. Warum sollte jemand, der seinen Urlaub immer in

Vinothek, Bar, Ristorante

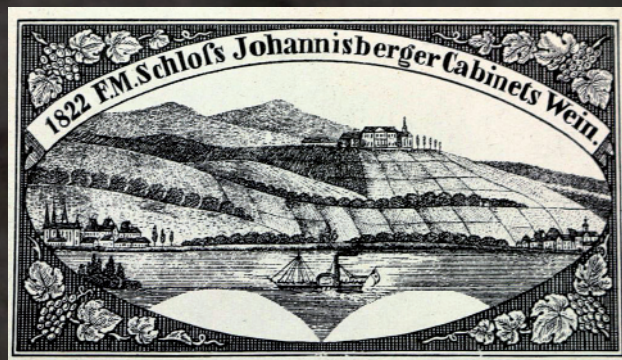
Seefeldstrasse 27
8008 Zürich
www.sazio.ch



Sprachlich geht das «Etikett» auf das altfranzösische Wort «estiquette» zurück, wonach «estequier» befestigen oder anhängen bedeutet. Ursprünglich war das Etikett ein Zettel mit Hinweisen zur Einhaltung des Hofzeremoniells. Auf der «Étiquette», einem angehefteten Zettel, war die Rangfolge der am Hofe zugelassenen Personen notiert. Die «Etikette» stand also am Königshof für einen Spickzettel mit Benimm- und Verhaltensregeln. Und noch heute bezeichnet Etikette das diplomatische Protokoll oder auch die Umgangsformen.

Vor gut 5.000 Jahren legten die Sumerer den Grundstein für das heutige Etikett. Sie versahen ihre Gefässe mit sogenannten Rollsiegeln, die Informationen über den enthaltenen Wein enthielten. Bei Griechen und Römern wurde das Rollsiegel durch einen Anhänger ersetzt, der an die Amphore gehängt wurde. Anhänger aus Leder oder Papier waren auch im Mittelalter noch gebräuchlich.

Die ältesten gedruckten Etiketten stammen aus der Zeit um 1700. Bis ins 18. Jahrhundert wurden Etiketten mit nassem Leim bestrichen und auf Warenballen geklebt. Erst mit den Weinetiketten kamen auch künstlerische Gestaltungen auf das Etikett. Das erste bekannte Weinetikett mit Bild war das für einen «1822er F.M. Schloss Johannisberger Cabinets», auf dem das Schloss mit den umliegenden Weinbergen dargestellt wurde.



Alois Senefelders Erfindung der Lithografie (1798) und der spätere Mehrfarbendruck (nach 1825) machten es zudem möglich, grössere Mengen zu vertretbaren Kosten herzustellen. Dabei entwickelte sich das Etikett immer mehr zu einem werbenden Kleinplakat und populären Werbemittel. 1935 präsentierte der Amerikaner Stanton Avery ein Preisschild, das auf der Rückseite mit Kleber versehen war. Es konnte aufgeklebt und später wieder abgezogen werden. Mit der Erfindung dieser Haftetiketten legte Avery den Grundstein für den Industriezweig, wie wir ihn heute als Markt für Selbstklebeetiketten kennen.

ETIKETTEN WERBEBOTSCHAFTEN AUF KLEINSTEM RAUM

Sie sind längst mehr als Dekoration. Etiketten übernehmen immer mehr Funktionen: Neben dem Marketing-Aspekt, den ein aufwendig bedrucktes Label für eine Marke hat, werden die flexiblen Aufkleber zunehmend auch für den Fälschungsschutz eingesetzt. Die Entwicklung der Drucktechnik, neue Farben und Substrate sowie Veredelungen ermöglichen es zudem, völlig neue Funktionen in Etiketten zu integrieren.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Es gibt noch eine Unzahl weiterer Anekdoten, Darstellungen und Geschichten, wo Etiketten erstmals zum Einsatz gekommen sein sollen und welche Funktion sie hatten. Etiketten, wie wir sie heute kennen, sind jedenfalls ein Hinweisschild an oder auf der Verpackung einer Ware oder auf dem Produkt selbst.

Neben dekorativen Aufgaben muss ein solches Etikett Angaben über den Inhalt, den Preis, die Adresse des Herstellers, je nach Produkt ein Mindesthaltbarkeitsdatum, Transport- und Gefahrenhinweise oder Gebrauchsanleitungen beinhalten. Und zu diesen Standard-Funktionen gesellen sich immer mehr (auch intelligente) Aufgaben.

Davon waren die ersten Etiketten im heutigen drucktechnischen Sinn vor mehr als 400 Jahren noch weit entfernt. Damals wurden sie mit Buchdruckmaschinen via Klischee (Holz oder Metall) auf handgeschöpftem Büttenpapier produziert.

Es sollte Jahrhunderte dauern, bis sich daran etwas änderte. Zwar veränderten sich die Druckmaschinen, die Papierherstellung und die Qualitäten, doch es waren andere Erfindungen, die den Markt für Etiketten veränderten. Es war die Massenproduktion von standardisierten Glasflaschen und Abfüllanlagen, es waren die Konserven oder pharmazeutischen Produkte. Damit und dafür wurden neue Etiketten und Druck-

maschinen samt Finishing-Optionen notwendig.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts folgten erste Schmalbahndruckmaschinen für gummierte Bänder. Die wichtigsten Entwicklungen kamen von Stan Avery, der selbstklebendes Material mit einer rückseitigen Trägerschicht versah und auf der Druckmaschine in Form stanzte. Erst das Stanzen des Materials auf einem Trägermaterial erlaubte es, die Klebeetiketten auf Rollen zu produzieren.

Später kamen dann der Schmalbahn-Siebdruck, Flexo- und Offsetdruck, Heissfolien und Kombinationsdruckmaschinen, der Inkjet-Druck samt UV-härtende Tinten dazu.

Gerade die Druckfarben spielen eine immer grössere Rolle bei der Entwicklung neuer Etiketten. So kann auf der Verpackung frischer Lebensmittel beispielsweise ein spezielles

47 MRD. QUADRATMETER IST DER WELTWEITE ETIKETTENBEDARF AKTUELL.

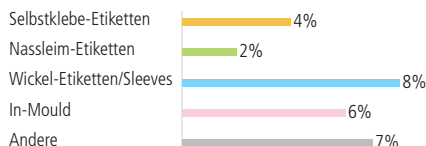
4,9% JÄHRLICHES WACHSTUM BIS 2018 WIRD DEM ETIKETTEN-MARKT PROGNOSTIERT AUF DANN 57 MRD. M².

114 MRD. US-DOLLAR UMSATZ SOLL DER WELTWEITE ETIKETTEN-MARKT BIS 2018 GROSS SEIN.

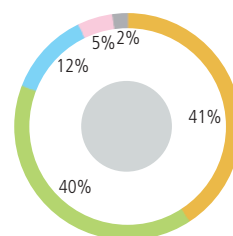
Quelle: Gallus; Freedonia Marktforschungsgesellschaft, August 2014.

WELTWEITER BEDARF AN ETIKETTEN: 47 MRD. M²/JAHR

Marktwachstum in %:



Marktanteile:



Quelle: Gallus Innovation Days 9/2014; Druckmarkt-Grafik 12/2014.

Etikett mit einem photochromen Pigment durch eine UV-Lichtquelle aktiviert werden, worauf sich das Etikett färbt und eine zusätzliche Funktion angestossen wird. Die Färbung der temperaturempfindlichen Pigmente ist abhängig von Zeit und Temperatur. Als eine Art 'Temperaturgedächtnis' macht das Etikett die gesammelte Zeit-Temperatur-Historie des verpackten Lebensmittels sichtbar. Solange der mittlere Bereich dunkler gefärbt ist als die ihn umgebende Referenzfarbe ist das Produkt frisch. Sobald der Kern heller wird, ist das Produkt nicht mehr für den Verzehr geeignet.

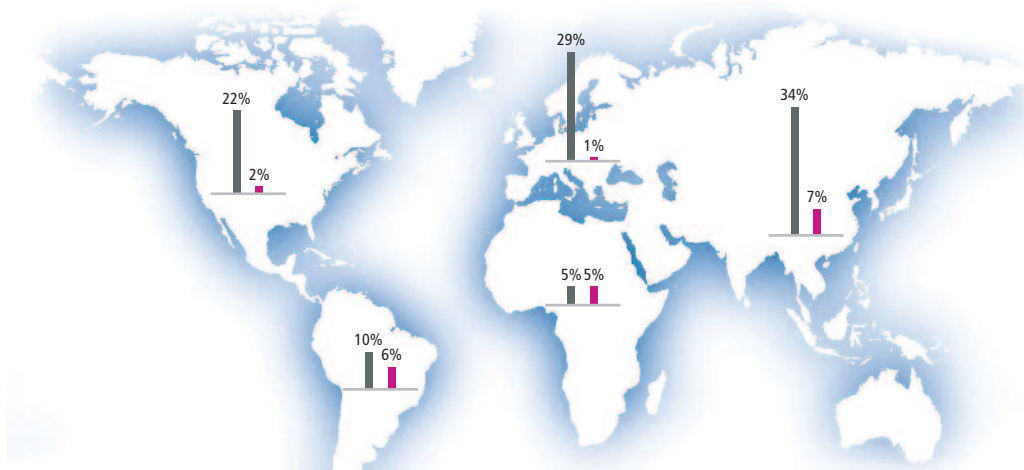
Der Markt

Solche Anwendungen gehören heute zwar noch eher in den Bereich des funktionalen Druckens, zeigen aber, wohin die Reise des Etiketts gehen wird. Sicherlich werden damit auch Elemente zum Fälschungsschutz verbunden sein – was allerdings, abhängig vom Wert des Produktes, nicht immer notwendig sein wird.

Doch schon heute bietet der Etikettenmarkt durchaus interessante Perspektiven. Etiketten haben einen Anteil von rund 20% am Segment Verpackungsdruck weltweit. Der globale Bedarf wächst derzeit mit rund 4,5% pro Jahr und lag 2015 weltweit bei 49,2 Mrd. m² bedruckter Fläche (in Europa bei rund 14 Mrd. m²). Bis 2018 soll der weltweite Etikettenmarkt 114 Mrd. US-Dollar Umsatz schwer sein.

Der Anteil von im Bogenoffset gedruckten Etiketten wächst aktuell genauso stark wie im Digitaldruck und liegt bei etwa 12% – zu Lasten des Flexodrucks.

Der höchst diversifizierte Markt der Etiketten, der sich grob in Nassleim- und Selbstklebeetiketten sowie in Wickeletiketten (Shrink Sleeves) unterteilen lässt, bedient vorwiegend die Getränkeindustrie (40%), die Lebensmittelbranche (30%) und die Bereiche Pharma, Kosmetik und Hygieneartikel (15%). Andere Branchen machen zusammen ebenfalls rund 15% aus.



In etwa jeweils ein Drittel des gesamten Etikettenmarktes vereinen Asien, Europa plus Afrika und Amerika auf sich. Dabei liegt der aktuelle Bedarf an Etiketten bei weltweit 47 Mrd. m². Das prognostizierte Wachstum in den jeweiligen Regionen ist zwar sehr unterschiedlich, liegt aber gemittelt bei etwas über 4%.

Stark bei Selbstklebe-Etiketten

Nassleim-Etiketten auf Papier machen in Europa etwa 35% Anteil am Etikettenmarkt (weltweit 40%) aus und werden heute und in absehbarer Zeit wohl überwiegend im Offsetdruck produziert werden. Marktwachstum ist in diesem Segment allerdings nicht erkennbar. Der Tiefdruck wird für spezielle Haft- und Nassleim-Etiketten eingesetzt, wird aber vom Platzhirsch Flexodruck, der zum Teil auf UV-Farben setzt, bedrängt. Der wiederum wird bei den auf Folien basierenden Selbstklebeetiketten seit einigen Jahren erfolgreich vom Digitaldruck angegangen. In dem in Europa etwa 5,6 Mrd. m² grossen Markt für Etiketten (41% Anteil der Selbstklebeetiketten am Gesamtmarkt) hat sich der Digitaldruck bereits Platz zwei erobert und wird noch weitere Marktanteile dazu gewinnen.

Shrink Sleeves

Bei den Wicketiketten (etwa 12% des Weltmarktes) ist der Flexodruck das Verfahren der Wahl und wird noch wachsen, zumal die Möglichkeiten dieser Etikettenform noch längst nicht erschöpft sind. Für die dekorative Ausstattung von Behältern, Plastikflaschen oder anderen Gefässen wird diese auch Shrink Sleeves oder Schrumpfetiketten genannte Variante immer beliebter. Der Schlauch wird über den Gegenstand gezogen und unter Hit-

zeinwirkung fixiert. Diese Etiketten passen sich jeder Behälterform an, dekorieren auch den Schulterbereich und können den Verschluss sichern. Bei der leimlosen Etikettierung wird in Heissluft- oder Infrarot-Tunneln geschrumpft, wobei unterschiedliche Materialien mit unterschiedlichem Schrumpfverhalten genutzt werden. Eine Herausforderung ist dabei, das Schrumpfverhalten der Materialien bei den Designs einzuberechnen, damit das Druckbild auch nach der Hitzebehandlung den Vorgaben der Kunden entspricht.

Folienetiketten

Folienetiketten sollen einerseits flexibel sein, andererseits aber auch genügend Festigkeit aufweisen. Daher wurde jetzt eine neue Folie entwickelt, die als Etikettenmaterial für Packmittel wie Tuben oder Kosmetik-Behälter eingesetzt werden kann und eine Kombination aus Selbstklebeetikett und Schrumpfetiketten darstellt. Denn die Folien passen sich

den oft anspruchsvoll geformten Behältern an, wobei die Steifigkeit des Materials Sicherheit beim Aufbringen gewährleistet. Durch die gute Bedruckbarkeit können auch ausgefallene Gestaltungsaufgaben umgesetzt werden.

Dem Markt der Selbstklebe-Etiketten wird für die nächsten Jahre weltweit ein jährliches Volumen-Wachstum von gut 4,0% (Europa + 4,9%) vorhergesagt. Zwar ist der Anteil digital gedruckter Etiketten mit gemittelt 9% noch relativ bescheiden, doch ist die Tendenz auf Wachstum eingestellt. Heute bereits sind etwa 30% der Neuinstallationen digitale Drucksysteme. Mittelfristig könnte jede zweite für diesen Markt verkaufte Maschine zumindest eine Digitaldruckeinheit beinhalten.

In-Mould-Labeling

Das In-Mould-Labeling (IML) ist die zurzeit modernste Etikettiertechnik für Kunststoffverpackungen, macht aber auch erst 5% am Gesamtvolu-

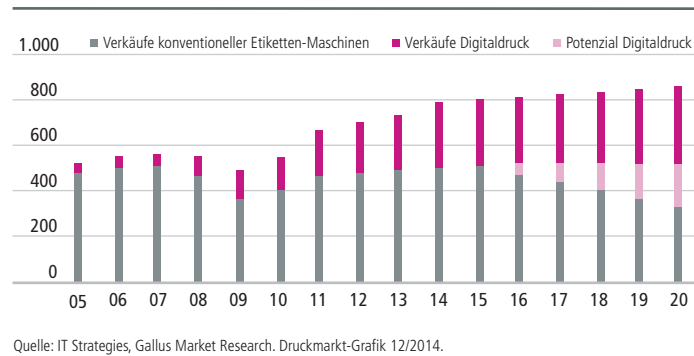
men des Etikettendrucks weltweit aus. Dieses Marktsegment bietet mit 6% Marktwachstum bis 2020 aber interessantes Potenzial. Gedruckt wird bisher üblicherweise mit Farben und Lacken auf Offsetmaschinen im UV-Betrieb.

Dieses bedruckte Etikett (Label) aus Polypropylen wird in eine Gussform (Mould) gelegt, die die Form des Endprodukts hat. Anschliessend wird der flüssige Kunststoff in die Gussform gespritzt, wo er mit dem Etikett verschmilzt und beim Aushärten die Form der Gussform annimmt. Etikett und Verpackung bilden ein untrennbares Ganzes und eine glatte, randlose Oberfläche. IML-Etiketten werden für Lebensmittelverpackungen sowie für Verpackungen in der Kosmetik-, Chemie-, Automobilindustrie etc. eingesetzt.

Variantenreichtum

Und schliesslich werden immer kreativere Formen gefunden. Etiketten als Onpack-Promotion liefern Werbebotschaften auf kleinstem Raum, können vom Falblatt bis zur Minibroschüre ausgebaut werden, Farben und Lacke werden für Spezialeffekte eingesetzt wie etwa thermosensible Farben, die innerhalb eines eingegrenzten Temperaturbereiches sichtbar werden, oder Farben, die im Dunkeln leuchten. Dem Variantenreichtum sind offenbar keine Grenzen gesetzt.

WELTMARKT ETIKETTENDRUCKMASCHINEN 2005 – 2020 (IN MIO. EURO)



Brilliantes
Neongelb
für die

Pro C7100X

RICOH
imagine. change.



Snap Me
Clickable Paper™

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



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



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



4 SEHEN
Sie nun weiter-
führende Informationen
zu diesem Thema



MURI
Calling

**OPEN HOUSE
MURI CALLING
21. SEPT. 2017**

muricalling.ricoh.ch

DIGITAL LABEL PRINTING HERAUSFORDERER DIGITALDRUCK

Dass der Digitaldruck ein Wachstumsmarkt ist, dürfte sich bereits herumgesprochen haben. Doch wie ist die aktuelle Situation des Inkjet-Drucks in der Etikettenindustrie einzuschätzen? Offenbar recht hoch. Denn nicht aus purer Langeweile wird Chromos eine eigene Division für dieses Marktsegment gegründet haben, in dem auch das Thema Hybrid-Druck gross geschrieben wird.

Von KLEMENS EHRLITZER

Die Gründung der Unternehmenseinheit «Digital Label Printing» folgt dem wachsenden Bedarf im Markt nach spezialisierter Dienstleistung. «Angesichts des extremen Wandels im Etikettendruck suchen viele Anwender nach beratender Expertise. Sie erwarten von ihren Lieferanten Informationen, die ihnen die Entscheidung für das richtige System ermöglichen», erläutert **Sven Hülscher**, Leiter der neuen Chromos-Division. «Da es im schmalbahnigen Digitaldruck aber nur selten universelle Lösungen gibt, ist umfangreiches Know-how erforderlich, um mit Kunden für individuelle Ausgangssituationen geeignete Lösungswege zu finden.»



Im Vergleich der unterschiedlichen Digitaldruck-Methoden bietet besonders der Inkjet Innovationspotenzial. Tonerbasierte Systeme, im Etikettendruck bereits etabliert, haben einen gewissen Vorsprung, der im Produktionsalltag und bei den Marktanteilen ablesbar ist. So haben die Installationszahlen der Digitaldrucksysteme die Verkäufe traditioneller Maschinen zum Teil deutlich übertroffen. Toner-Verfahren gelten als weitestgehend ausgereift, weshalb die Spielräume für Entwicklungssprünge in vielen Bereichen ausgereizt sind. Für den Inkjet-Druck werden dagegen noch Fortschritte vor allem bei

der Druckkopf-Technologie und der Software-Entwicklung erwartet. Natürlich sind auch Fragen nach Produktionsleistung oder Druckqualität relevant. Bei der Geschwindigkeit hat der Inkjet mittlerweile mit dem Toner-Druck gleichgezogen oder ihn überflügelt. Bei der Druckqualität ist ein Vergleich schwieriger, da manche Kriterien je nach Blickwinkel vor- oder nachteilig sein können. Ein Beispiel ist die in vielen Fällen leicht erhabene Struktur bei inkjet-gedruckten Motiven. Abhängig von der Anwendung ist dieses Merkmal für die einen ein Makel und für die anderen ausdrücklich erwünscht. Da die Formulierung der Tinte und die Tröpfchenform die Ursache sind, erwartet Sven Hülscher die Lösung auch auf diesem Gebiet. Die Schichtdicke wird über die Auswahl geeigneter Tinten-Systeme bestimmt.

Hybride Tinten-Systeme?

Mit hybriden Formen, zum Beispiel wasserbasierten und UV-Tinten in Kombination, könnte der Tinte im ersten Schritt das Wasser entzogen werden, um so den Schichtaufbau zu reduzieren. Die endgültige Aushärtung würde über eine UV-Bestrahlung erfolgen. Minimale Schichtdicke wird am wahrscheinlichsten mit rein wasserbasierten Tinten erzielt. Derzeit verfügbare Systeme ermöglichen bereits Ergebnisse in guter Qualität. Allerdings erfordern sie Bedruckstoffe, die mit einem Primer entsprechend vorbehandelt sind.

Das seit Jahren diskutierte Nanografie-Verfahren könnte eventuell einen Vorteil haben, weil die Tinte erst auf ein Drucktuch und dann auf das Substrat übertragen wird. Dabei kann ein Grossteil des Wassers entfernt werden. Allerdings gibt das Verfahren dadurch aber einen grossen Vorteil aus der Hand: das direkte Bedrucken ohne Druckform. Schliesslich stellen Zwischenschritte stets auch eine Fehlerquelle dar.

Trend zu hybriden Maschinen

Bei Druckmaschinen ist der Trend zu Hybrid-Systemen jedenfalls unübersehbar. Die Integration einer Inkjet-Druckeinheit in eine konventionelle Maschine haben alle namhaften Maschinenhersteller der Branche im Angebot. Sven Hülscher kann praktische Erfahrungen auf diesem Gebiet vorweisen. Schliesslich betreut Chromos mit Durst und Omet zwei Unternehmen, die gemeinsam eine Hybrid-Lösung, bestehend aus einer Durst Tau 330 und einer Omet XFlex X6, entwickelt haben.

Für ihn ist entscheidend, welche Rolle die beiden Partner in einer solchen Kooperation einnehmen. Eine Zusammenarbeit verspricht dann Erfolg, wenn die Inkjet-Einheit als Herzstück gesehen wird. Dem Inkjet-Anbieter fällt eine Schlüsselrolle zu, weil die Steuerungstechnik analoger Module für Druck- oder Verarbeitungsprozesse im Vergleich zu digitalen Inkjet-Druckeinheiten in der Regel weniger komplex ist. In vielen

Fällen kaufen traditionelle Maschinenbauer Inkjet-Einheiten im Markt, um sie in konventionelle Modelle zu integrieren. In der Folge müssen sie sich sehr viel Know-how aneignen. Ein Grossteil des Hintergrundwissens ist jedoch nicht ohne Weiteres transferierbar, da es während der Entwicklungsphase eines Inkjet-Systems entsteht.

Die Chromos GmbH setzt bei der angebotenen Hybrid-Lösung auf das Prinzip «Know-how aus einer Hand» und stellt mit den Partnern Durst und Omet dar, wie digitale und analoge Technik zu einem effizienten Hybrid-System verzahnt werden können. «Bei der Beratung im Vorfeld einer Installation steht für uns im Vordergrund, welche Kombinationen in der Praxis geeignet sind, die Anforderungen des Kunden zu erfüllen. Eine Inline- oder Near-Line-Lösung, die für einen Kunden sinnvoll ist», sagt Sven Hülscher, «kann für den nächsten komplett fehl am Platz sein, weil für ihn beispielsweise ein Stand-alone-Gerät oder eine Offline-Lösung besser geeignet sind.»

Im Verantwortungsbereich der Chromos GmbH ist aktuell eine ausgewogene Zahl an Near-Line-Lösungen und Stand-alone-Systemen installiert. Erstere sind mehrheitlich mit Werken für den Flexo- oder Siebdruck und Stanzaggregaten sowie mit Einrichtungen zur Bahnwendung oder zusätzlichen Abrollungen ausgestattet, um so massgeschneidert die individuellen Forderungen der Kunden abzudecken.

Die Chromos GmbH betreut mit Durst und Omet zwei Firmen, die gemeinsam eine Hybrid-Lösung – bestehend aus Durst Tau 330 und Omet XFlex X6 – entwickelt haben.



Volle Integration als Ziel

Die derzeit angebotenen Hybrid-Anlagen, bei denen digitaler und analoger Teil jeweils noch autark gesteuert werden, sind in den Augen von Sven Hülscher ein Zwischenstadium bei der Entwicklung zu voll integrierten Systemen. Am Ende dürfte vermutlich derjenige Anbieter von digitalen Etikettendrucksystemen die Nase vorn haben, der in einer Produktionslinie sämtliche Vorteile beider Verfahrenswelten verwirklicht. Dazu gehören eine nahezu makulaturfreie Fertigung ebenso wie ein nahtloser Anschluss beim Jobwechsel oder das automatische An- beziehungsweise Abstellen einer Lackierung mittels Code-Markierung.

Die Entwicklung integrierter Lösungen wurde zuletzt durch die wachsende Verbreitung der Inkjet-Systeme beschleunigt. Bei tonerbasierten Drucksystemen war die Offline-Verarbeitung in neun von zehn Fällen die Standardlösung. Seit sich jedoch die Geschwindigkeiten von Druck- und Verarbeitungseinheiten angenähert haben, setzen immer mehr Inkjet-Anwender auf die Inline-Fertigung, wie sie bei der konventionellen Produktion im Einsatz ist.

Ein Vorteil ist für Sven Hülscher die grosse Bandbreite an unterschiedlichen Lösungen, die Chromos in ihrer speziellen Situation als Handelsunternehmen anbieten kann. So ist die Zusammenarbeit mit der Firma Smag Graphique beispielsweise auch deshalb interessant, weil dadurch neben

Systemen zur Konfektionierung auch eine Laser-Stanze verfügbar ist. Der französische Maschinenhersteller ist für den Vertrieb der Spartanic-Laser in Europa verantwortlich.

Eine wirtschaftliche Produktion ist massgeblich davon abhängig, wie gut die Daten im Workflow verarbeitet werden. Ein guter Workflow erfüllt heutzutage längst weit mehr Aufgaben, als die blosser Umrechnung einer vierfarbigen Abbildung mittels RIP (Raster Image Processor) in ein Rasterbild. Um gezielt Inkjet-spezifische Anforderungen zu berücksichtigen, hat Durst mit Workflow-Label ein eigenes Produkt entwickelt. Es deckt alle Druckvorstufen-Prozesse ab, die vom Datenmanagement über die Aufbereitung der Daten bis zum Einspeisen in das Drucksystem und die Dokumentation reichen. Verfügbar sind auch Module für den Druck von variablen Daten, die Kalkulation von Tintenverbrauch und -kosten, Farbmanagement etc. Bei der steigenden Zahl von Jobs, die möglichst auch just-in-time zu liefern sind, wäre eine manuelle Bearbeitung der Daten nicht mehr profitabel.

Digitaldruck fordert traditionelle Technik heraus

Schnellere Durchlaufzeiten pro Job erwarten sich viele Anwender auch durch das Stanzen mittels Laser. Diese Technologie erzielte in den letzten Jahren grosse Fortschritte, was Geschwindigkeit, Schnittgenauigkeit, Toleranzen oder Schnittbreiten be-

trifft. Beim jetzigen Stand der Technik hat sie gute Chancen, sich über typische Einsatzgebiete in Web-to-Print-Shops wie Kleinserien, Bemusterung oder private Anwendungen zu etablieren.

Parallel zur Entwicklung digitaler Systeme wurden bei der konventionellen Stanztechnik mit Schnellwechselsystemen Rüstzeiten und Makulaturquoten reduziert. Ohnehin setzt der Wettbewerb zwischen digitalen und analogen Verfahren Potenzial frei. Seit der Digitaldruck in den Markt drängt, bietet auch der Flexodruck beträchtliche Entwicklungssprünge. Teilweise wurden Makulaturraten nahezu halbiert. Den Vormarsch der Digitaldrucksysteme wird das jedoch nicht aufhalten. Inzwischen gibt es kaum eine Etikettendruckerei, die sich nicht zumindest theoretisch mit dieser Thematik beschäftigt. Sobald es mit der Planung einer Digitaldruck-Investition ernst wird, beobachtet Sven Hülscher zwei unterschiedliche Herangehensweisen, die häufig von der Grösse eines Unternehmens geprägt sind.

Kleinere Etikettendruckereien agieren praxisbezogen. Sie beziehen sich fast immer auf konkrete Anwendungen, die mit einem neuen Drucksystem realisiert werden sollen. Den Ansatz von grösseren Druckereien beschreibt Sven Hülscher als meistens deutlich theoretischer: Dort werden bei entsprechenden personellen Kapazitäten in der Regel umfangreiche Recherchen im Rahmen eines Projektes durchgeführt. Die dabei gesammelten Detailinformationen über die im Markt angebotenen Technologien dienen anschliessend als rationale Entscheidungsgrundlage.

Der praxisbezogene Ansatz erscheint dabei gleichzeitig auch kundenorientiert. Für Markenartikler könnte es bei speziellen Projekten empfehlenswert sein, den Kontakt auch zu kleineren Etikettendruckereien zu suchen. Vielleicht ist dort so manche innovative Lösung bereits realisiert, die andernorts erst aufwendig entwickelt werden muss.

➤ www.chromos.de

SOS KINDERDORF STIFTUNG

Für Dich!
Ein Kinderlächeln. Was gibt es Schöneres? Schenken Sie eine unbeschwertere Kindheit – mit Ihrer Zuwendung an die SOS-Kinderdorf-Stiftung.

**Petra Träg, 089/12606-109,
petra.traeg@sos-kinderdorf.de**

Stiften Sie zu – jetzt online!

sos-kinderdorf-stiftung.de

MAUSSHARDT ETIKETTEN MODERNISIERUNG ALS GESAMTPROJEKT

Der Kauf eines neuen Konfektioniersystems bei der LabelExpo 2015 entpuppte sich für die A. Mausshardt Etiketten GmbH als Initialzündung für eine komplette Modernisierung des Unternehmens. Eineinhalb Jahre später ist die Etikettendruckerei in Dettenhausen mit ihren zehn Mitarbeitern nach Investitionen in aktuelle Produktionstechnik und Gebäude-Renovierungen ein Vorzeigebetrieb für ein erfolgreich geführtes Familienunternehmen.

Von KLEMENS EHRLITZER

Von der LabelExpo 2015 kam Markus Klein, Betriebsleiter und künftiger Geschäftsführer, mit einem Kaufvertrag für ein Konfektioniersystem zurück. Damit wollte der Enkel von Johann Zierlinger (der das Unternehmen 1969 erworben hatte) die fällige Erneuerung der Technik und die Erweiterung der Kapazitäten im Bereich der Konfektionierung anschieben. Zurück in Dettenhausen brachten die Überlegungen zur optimalen Platzierung der Maschine jedoch eine umfangreiche Modernisierungswelle ins Rollen. Umbaumaßnahmen, Maschineninstallationen und Renovierungsarbeiten waren im Jahr 2016 die Folge.

Heute ist eine Achtfarben-Flexo-druckmaschine XFlex X4 von Omet das Kernstück im Drucksaal, die zum Jahreswechsel 2016/17 aufgestellt wurde und eine Arsoma EM 260 mit fünf Druckwerken sowie zwei be-tagte Buchdruckmaschinen ersetzte. «Damit hatten wir das Kapitel Buch-

druck in unserem Unternehmen, wie schon länger geplant, beendet», resümiert Markus Klein.

Die Installation einer neuen Druckmaschine war anfänglich gar nicht geplant. Mit der neuen Inspektions-, Schneid- und Wickelmaschine reifte jedoch die Entscheidung, die Technik im gesamten Unternehmen auf den aktuellen Stand zu bringen – forciert auch durch die Tatsache, dass bis dahin ein Teil der Aufträge extern vergeben wurde, weil es an der geeigneten Fertigungstechnik fehlte. Dabei ging es hauptsächlich um Veredelungen wie Folienprägen, Rückseitendruck oder Druck einer Kleberschicht. «Heute produzieren wir diese Aufträge im eigenen Unternehmen», sagt Sandra Schmidt, Assistentin der Geschäftsführung.

Zuverlässige Partner bevorzugt

Für kleinere Unternehmen wie Mausshardt haben Investitionen in dieser Größenordnung eine enorme Bedeutung. «Egal, ob es um Gebäude oder Druckmaschinen geht, kann

jede Fehlinvestition fatale Folgen haben. Deshalb sind wir bei solchen Projekten auf zuverlässige Partner angewiesen», erklärt Markus Klein. «Für Chromos haben wir uns entschieden, weil wir bereits viel Positives gehört hatten. Gerade bei der Installation einer Druckmaschine ist es unerlässlich, dass sie ohne grosse Anlaufphase in Betrieb geht und schnell die geforderte Produktionsleistung erbringt.»

In dieser Hinsicht hat Mausshardt mit der Chromos GmbH die richtige Wahl getroffen, wie Markus Klein im Rückblick konstatiert. Das Handelsunternehmen betreut den deutschsprachigen Markt (D/A/CH) für den italienischen Maschinenhersteller Omet. Mit der Qualität von Betreuung und Maschine ist auch das Druckpersonal zufrieden. Die Einweisung durch Chromos wird als effektiv und ausführlich bezeichnet. Erleichtert wurde sie durch die Bedienerfreundlichkeit der Maschine. Die Prozesse sind logisch aufgebaut, sodass ein nahezu intuitives Arbeiten möglich ist.

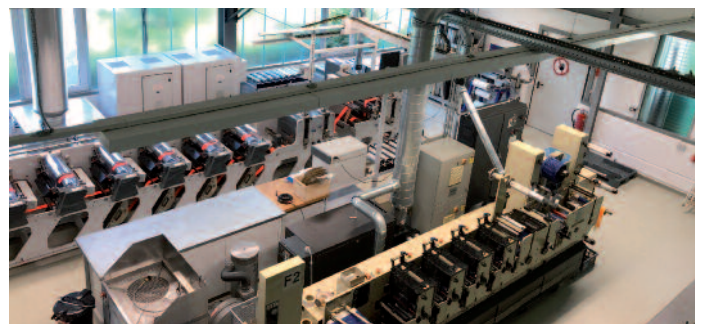
Lob erfährt auch die Passergenauigkeit, die von der automatischen Regelung unabhängig von Produktionsgeschwindigkeit und Anzahl der Druckwerke gehalten wird.

Massgeschneiderte Maschinenkonstellation

«Im Vorfeld der Kaufentscheidung hatte Chromos stets ein offenes Ohr für unsere Anforderungen, sodass wir heute mit der XFlex X4 eine Konfiguration haben, die auf unsere Bedürfnisse zugeschnitten ist», so Markus Klein. Die Maschine mit einer Bahnbreite von 370 mm und einer maximalen Leistung von 190 m/Min. umfasst eine Bahnreinigung und mit Blick auf den relativ hohen Anteil an Kunststoffmaterialien wie PE-Etiketten eine Corona-Anlage; desweiteren eine Delam-Relam-Einrichtung und ein Wendekreuz. Die acht Flexodruckwerke besitzen jeweils eine UV-Härtung. Vier der Druckwerke sind zusätzlich mit Heisslufttrocknung ausgerüstet, um bei bestimmten Aufträgen alternativ mit Wasser-



Im Vergleich: der Drucksaal der A. Mausshardt Etiketten GmbH vor ...



... und nach der Modernisierung – ein beeindruckender Unterschied.



Regina Klein, seit 1971 im Unternehmen, leitet die Mausshardt Etiketten GmbH seit 1999. Mit ihrem Sohn Markus ist seit 2009 mittlerweile die dritte Generation in der Firma tätig. Im Hintergrund die Achtfarben Omet XFlex X4, die im Januar 2017 als Kernstück eines Modernisierungsprogramms in Betrieb genommen wurde. Mit der Rock'n'Roll-Matrix-Aufwicklung lassen sich auch schwierige Aufträge entgittern (Abbildung rechts oben). Unabhängig von der Anzahl der verwendeten Druckwerke und der Geschwindigkeit hält die automatische Regelung Vision-1 der Omet XFlex zuverlässig den Passer.



farben drucken zu können. Im Zuge der Konzentration auf den Flexodruck hat das Unternehmen ausserdem komplett auf migrationsarme Farben umgestellt.

Eine Einheit zur Kaltfolienveredelung ist ebenso wie das Wendekreuz freipositionierbar. Dies bietet bei der Verarbeitung hochwertiger Materialien den Vorteil, stets einen kurzen Bahnweg von der letzten Druck- oder Veredelungseinheit zur Stanzung zu realisieren. Für verschiedene Verarbeitungsschritte wie Lochrandstanzung oder Längsperforation stehen drei Stanzwerke zur Verfügung. Praktischen Nutzen bietet auch die Rock'n'Roll-Matrix-Aufwicklung von Omet. So mancher Auftrag, bei dem früher Schwierigkeiten beim Entgittern auftraten, ist nun problemlos zu erledigen. Ein System zur 100-Prozent-Kontrolle rundet die Ausstattung der Druckmaschine ab.

Erweitertes Auftragspektrum

«Das Kamerasystem ist auch für unsere Zukunftspläne von Bedeutung.

Da wir nicht alle zwei Jahre in eine neue Maschine investieren können, muss obendrein der längerfristige Bedarf berücksichtigt werden», erklärt Markus Klein. Neben der üblichen Forderung an Neuinstallationen, bestehende Aufträge wirtschaftlicher fertigen zu können, geht es ihm zugleich darum, in Zukunft Auftragspektrum und Kundenkreis zu erweitern. Ersteres hat die Erfahrung der ersten Monate bereits bestätigt. Beim zweiten Ziel sieht sich das Unternehmen auf gutem Weg. Mausshardt ist bestrebt, den Anteil der Aufträge im Bereich zwischen 30.000 und 50.000 Laufmetern auszuweiten, nachdem in der Vergangenheit die Auflagen vieler Aufträge oft nur knapp über den typischen Digitaldruck-Jobs lagen. Wenn das gelingt, kann die 100-Prozent-Kontrolle an der Druckmaschine einen interessanten Nebeneffekt entfalten. Da der Bediener die Produktion nicht mehr ununterbrochen kontrollieren muss, kann er sich bei grösseren Auflagen dem Vorbereiten des nächsten Jobs widmen.

Damit diese Vorteile möglichst oft zum Tragen kommen können, wurde als ambitioniertes Ziel ausgegeben, innerhalb der nächsten fünf Jahre die Omet-Maschine zweischichtig auszulasten. Dazu werden neue Aufträge mit regelmässigen Werbeaktionen forciert, um das Stammkundengeschäft mit Neukunden zu ergänzen.

Modernisierung des Umfelds

Die Modernisierungen beschränkten sich nicht nur auf die Druck- und Verarbeitungsmaschinen. Verschiedene Investitionen im Umfeld der Produktion einschliesslich einer Erneuerung des Fussbodens in mehreren Teilabschnitten tragen zu spürbaren Verbesserungen bei. So ermöglicht ein Kransystem ein ergonomischeres Arbeiten. Die Installation der zentralen Randstreifenabsaugung reduziert den Entsorgungsaufwand und vermeidet Probleme mit Staub. Eine Teilwaschanlage erlaubt eine schnellere und gründlichere Reinigung. Spezielle Transportwagen erleichtern die Handhabung der Zylinder. Zu-

sammen mit einer sicheren und übersichtlichen Aufbewahrung von Rasterwalzen und ähnlichen Werkzeugen haben all diese Investitionen unter dem Strich einen positiven Einfluss auf die Produktivität.

Einen Zugewinn an Produktivität erzielt Mausshardt zudem durch die grössere Bahnbreite der Maschine. War sie bisher auf 250 mm begrenzt, steht dank 370 mm Druckbreite nunmehr ein deutliches Plus an Kapazität zur Verfügung. Die bestehende Vierfarbenmaschine, die seit mittlerweile 16 Jahren nahezu störungsfrei produziert, übernimmt hauptsächlich eine Back-up-Funktion.

Neben Technik und Gebäuden hat die Firma Mausshardt in den letzten 18 Monaten ebenso den gesamten Unternehmensauftritt modernisiert. Vor einiger Zeit ist auch die Homepage im neuen Design online gegangen. Sie spiegelt den gleichen frischen und ehrlichen Eindruck wider wie das Unternehmen selbst.

› www.chromos.de



Natürlich dürfen Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier oder Suchmaschinen wühlen, um entweder irgendwann den Überblick zu verlieren oder endlich auf die Informationen zu stossen, die Sie suchen. Aber warum? Das haben wir doch schon längst für Sie erledigt! Die Fachschriftenreihe des «Druckmarkt» bietet ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht. Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess. So auch die «Druckmarkt Collection 18 Large- und Wide-Format-Printing», die Anfang Oktober erscheint. Mit 16 Seiten Marktübersichten und etwa 200 Modellen samt redaktioneller Begleitung als «Investitionskompass».

KNOW-HOW AKTUELL



www.druckmarkt.com

99DESIGNS BIER IN SZENE SETZEN

Craft Beer ist ein Trend, der aktuell ganz Deutschland erobert. In den letzten zehn Jahren ist allein hierzulande die Zahl der Brauereien um 100 auf 1.400 gestiegen. Dieser Trend sorgt auch dafür, dass sich neue Präferenzen unter den Bierliebhabern herauskristallisiert haben und die Brauer ihre Marken mit Logos und Etiketten für Nostalgiker, Traditionalisten, Minimalisten und Individualisten positionieren.

Text und Bilder: 99designs

Dadurch steigt auch die Nachfrage nach neuen Logos und Etiketten für Biermarken und Brauereien auf 99designs.de, dem grossen Marktplatz für Grafikdesign. Daher haben die Experten von 99designs die neuen Etikett-Kreationen analysiert und zeigen, wie die Brauereien ihren Gerstensaft für ihre jeweilige Zielgruppe in Szene setzen.

Verlässt man sich auf ein klassisches Etiketten-Design, kann man an die jahrhundertlange Tradition des Bierbrauens anknüpfen und sich bereits auf den ersten Blick das Vertrauen der Zielgruppe sichern. Das bedeutet allerdings nicht, dass das Label nicht auch moderne Bestandteile enthalten darf, die letztlich für einen unvergesslichen Look sorgen.

So hat sich zum Beispiel Rüsselsheimer Bräu für eine flächige schwarz-goldene Farbgebung entschieden, die zwar an traditionelle Biersorten erinnert, aber durch die Serifenschrift mit klaren, geraden Zügen einen

hochwertigen Anstrich erhält. Für die modern-traditionelle Kombination sorgt die Illustration des Rüsselsheimer Leinreiter-Denkmals.

Mit einem minimalistischen Design lässt sich ohne Umschweife das Wichtigste in den Vordergrund stellen. So zeigt man seiner Zielgruppe, dass man einerseits weiss, was zählt, andererseits vermittelt man damit die reinen und klassischen Grundlagen, die sich bestenfalls auch im Geschmack des Getränkes wiederfinden. Die Etiketten von Schlossbräu Mariakirchen und Wörthseer Bräu buhlen mit leuchtenden Farben vor

einem cleanen Hintergrund um die Gunst der Biertrinker und lenken mit ihren modernen Etiketten automatisch die Blicke auf sich.

Anspruchsvolle Bierliebhaber sind nicht nur beim Geschmack, sondern auch beim Label kritisch. Bei ihnen lässt sich vor allem mit künstlerisch inspirierten Labels punkten. Sie wirken einzigartig und zeigen, dass der Brauer seinem besonderen Bier auch ein besonderes Label verleiht. Hierfür kommen oft Landschaftsdarstellungen und Zeichnungen zum Einsatz. Beim österreichischen Stöffelbräu demonstriert die Illustration des schneebedeckten Gipfels die individualistische Seite der Marke und schlägt gleichzeitig den Bogen zu den charakteristischen Bergen Österreichs. Für ein nostalgisch, verträumtes Gefühl sorgen Labels im Retro-Look. Die emotionale Brücke, die hiermit geschlagen wird, ist ein entscheidender Kauffaktor. Insbesondere regionale Eigenheiten lassen ein Gefühl von Heimat aufkommen und stellen damit eine persönliche Verbindung für den Kunden dar. Das Brauhaus zu

Coburg und das GÜSCHU 58 Braui aus der Schweiz zeigen, was den angesagten Retro-Look ausmacht: Der leicht vergilbte Hintergrund und die geschwungene Schrift geben dem Design einen Eindruck wie von damals.

Bei der Gestaltung von Bier-Etiketten geht es darum, auf eine Wellenlänge mit dem Kunden zu kommen. Das erreichen Marken durch einen Appell an Vorlieben oder Emotionen – und am einfachsten durch einen Bezug zur Region.

➤ www.99designs.de



Minimalistisches Label von Schlossbräu Mariakirchen. Design von Kirill D.



Minimalistisches Label von Wörthseer Bräu. Design von Project 4.



Künstlerisches und illustriertes Label von Stöffelbräu. Design von Multipraktik.



Retro-Look beim Brauhaus zu Coburg. Design von Wooden Horse.



Retro-Look beim GÜSCHU 58 Braui. Design von Wooden Horse.



Klassisch-traditionelles Label von Rüsselsheimer Bräu. Design von ilomorelos.

NUTZEN SIE | UNFAIRE VORTEILE |



Mit der Anwendung neuer, bislang kaum genutzter Technologien können Sie Ihre Geschäftstätigkeit entscheidend verbessern. Auf der Labelexpo Europe 2017 treten Sie in den Fokus der neuesten technischen Entwicklungen für den Etiketten- und Verpackungsdruck – „Live in Action“.

Steigern Sie die Leistungsfähigkeit und Effizienz Ihrer Maschinen und verkürzen Sie damit Ihr „time-to-market“.

Nach dem Besuch dieser Fachmesse werden nicht nur die Kunden überrascht sein von Ihren neuen Angeboten – sondern auch die Konkurrenz.

**| 4 TAGE | 9 HALLEN | 600 AUSSTELLER | AUTOMATION ARENA | LINERLESS TRAIL
| LABEL ACADEMY MASTER CLASSES | INKS, COATINGS & VARNISHES WORKSHOP**

VERLIEREN SIE KEINE ZEIT UND BUCHEN SIE IHR TICKET NOCH HEUTE:

WWW.LABELEXPO-EUROPE.COM



25 - 28 September • Brussels

**LABELEXPO
EUROPE 2017**

LABELXPO EUROPE ETIKETTEN IM WANDEL

Europa macht etwa ein Drittel des weltweiten Etikettenverbrauchs aus und hat dabei einen Pro-Kopf-Verbrauch von bis zu 17 m², einen der höchsten unter den Industrieländern. Über 30.000 Besucher werden vom 25. bis 28. September zur LabelExpo Europe in Brüssel erwartet.

Die LabelExpo Europe ist die weltweit grösste Veranstaltung für Etikettierung, Produktauszeichnung und Drucktechnik, die alle zwei Jahre stattfindet. In diesem Jahr gibt es laut LabelExpo Messe-Team mehr Produkte, mehr Markteinführungen und mehr Live-Demonstrationen als je zuvor. Mehr als 600 Aussteller werden in Brüssel an vier Tagen in neun Messehallen ihre Lösungen rund um die Etiketten- und Verpackungsproduktion vorstellen.

Unter den Besuchern sind Experten der Druck- und Verarbeitungsindustrie sowie Etikettendesigner, die sich über die neuesten Maschinen und Materialien informieren, die globalen Trends und Herausforderungen kennenlernen und die Lieferanten der Branche kontaktieren möchten. Die Ausstellung deckt auch den Digitaldruck sowie umweltfreundliche Lösungen ab und wird von einem Seminarprogramm begleitet.

Ausgestellt werden unterschiedliche Druckverfahren und -systeme, Etiketten- und Verpackungsmaterialien, Vorstufen-Technologien, Finishing- und Konvertierungssysteme, Prüfmittel, Zubehör für unterschiedliche Druckverfahren, Stanzen, Schneidesysteme, Druckfarben und Beschichtungen, RFID- und Sicherheitslösungen sowie Software, Workflow-Lösungen und interaktive Technologie.

Einige der angekündigten Lösungen und Maschinen finden Sie auf den nächsten Seiten. Daraus lässt sich jetzt schon ableiten, dass es auf der LabelExpo einmal mehr um Automatisierung sowie den Digitaldruck geht und dass sich auch in der Etikettenherstellung über den gesamten Produktionsprozess hinweg nahezu alles verändern wird.

› www.labelexpo-europe.com



Domino

FLUORESZIERENDE SICHERHEITSTINTE

Domino Digital Printing Solutions wird auf der LabelExpo erstmals seine neue fluoreszierende Tinte für den K600i Piezo-Drop-on-Demand Inkjet-Drucker vorstellen. Ideal geeignet für den Markenschutz und Sicherheitsdruck, hilft die neue Sicherheitstinte UV80CL bei der Bekämpfung von Betrug und Fälschungen.



Unter UV-A-Schwarzlicht wird die Domino UV80CL-Tinte grünlich lesbar.

Mit der Tinte erstellte Aufdrucke sind transparent, unter UV-A-Schwarzlicht der Wellenlänge 365 nm jedoch leuchtend grün lesbar. Mit dieser neuen Sicherheitstinte können 2D-Codes, Barcodes, alphanumerische Codes, Bilder, Grafiken und personalisierte Daten gedruckt werden. Ihre Verwendung bietet sich daher zur Authentifizierung und zum Schutz vor Fälschungen an. Der Druck variabler Daten in fluoreszierender Tinte ermöglicht Ergebnisse höchster Komplexität, die extrem schwer replizierbar sind. Folglich eignet sich die Tinte insbesondere zur fälschungssicheren Kennzeichnung von Banknoten, Briefmarken, behördlichen Stempeln, Reisepässen und Urkunden.

› domino-deutschland.de

HP Indigo

400.000 EINZIGARTIGE ETIKETTEN

Amarula, südafrikanischer Sahnelikör-Produzent, brachte eine Special Edition von 400.000 Flaschen auf den Markt. Die mit HP Indigo Digitaldruck produzierte Serie zeigt individuelle Designs des markeneigenen Elefanten-Symbols. Damit möchte das Unternehmen auf die verbleibende Anzahl der gefährde-



Die mit HP Indigo Digitaldruck produzierte Serie des Amarula Sahnelikörs zeigt individuelle Designs des markeneigenen Elefanten-Symbols.

ten afrikanischen Elefanten aufmerksam machen.

In Zusammenarbeit mit HP verwandelte SA Litho, ein in Kapstadt ansässiger Etikettenproduzent, Flaschen des Amarula Sahnelikörs in einzigartige Produkte. Zur Umsetzung der Markenkampagne wird der HP Indigo Digitaldruck mit der HP SmartStream Mosaic Design-Technologie verwendet.

«Indem wir die Amarula-Flaschen individuell gestalten, verstärken wir die Botschaft, dass jeder Elefant ein Individuum mit einer einzigartigen Persönlichkeit ist», sagt Saraien Dekker, Global Marketing Manager für Amarula.

«Wir hatten schon immer eine besondere Beziehung zu diesen wunderbaren Tieren. Ziel der Kampagne ist, eine Verbindung zwischen uns Menschen und den Elefanten zu schaffen und so das Be-

wusstsein für den Elefantenschutz zu stärken.» Damit macht das Unternehmen auf die Gefahr der Wilderei und des Handels mit Elfenbein aufmerksam.

In der ersten Phase der Artenschutz-Kampagne konnten Kunden auf der Amarula-Website ihre eigenen virtuellen afrikanischen Elefanten designen, benennen und mit Freunden teilen. Jedes Etikett zeigt einen individuell de-

signierten Elefanten mit eigenem Namen. Die Anzahl an Flaschen entspricht dabei der geschätzten Anzahl der afrikanischen Elefanten, die nach aktuellen Zählungen derzeit in der Wildnis leben. Die Produktion der Etiketten basiert auf der HP SmartStream Mosaic Technologie, bei der zwei Muster in einem variablen Algorithmus verwendet werden, um sie auf der HP Indigo WS6800 Digital Press zu drucken. In weniger als einer Woche schloss SA Litho die gesamte Vorstufenarbeit und den Druck von 400.000 Etiketten mit HP Indigo ElectroInk (CMYK und weiss) basierend auf einem metallischen Substrat ab.

› www.hp.com

FINAT-WETTBEWERB ETIKETTEN MIT GÜTESIEGEL

Einer der jährlichen Höhepunkte der europäischen Etikettenindustrie ist die Bekanntgabe der Gewinner des FINAT-Etikettenwettbewerbs. Auf dieser jährlich ausgerichteten Veranstaltung werden seit 37 Jahren herausragende Leistungen ausgezeichnet.

Die diesjährigen Gewinner decken ein bemerkenswertes Spektrum von Anwendungen ab und reichen von RFID-Etiketten und Produktauthentifizierungen über funkelnde Etiketten für Mädchenkosmetik und auf Holzfurnier gedruckte Whisky-Etiketten bis zu Booklet-Etiketten für Motorkühflüssigkeit. Organisiert wird der Wettbewerb vom europäischen Etikettenverband FINAT.

Zum Wettbewerb haben 45 Unternehmen aus 24 Ländern weltweit mehr als 280 Beiträge eingesandt. Die Preise sind in fünf Hauptgruppen mit den entsprechenden Unterkategorien in die Bereiche Marketing und Endanwendungen, Druckverfahren, klebfreie Anwendungen, Innovation und elektronischer Druck sowie Digitaldruck unterteilt.

Ganz oben auf der Siegerliste von 2017 steht der Etikettenhersteller Royston Labels, UK, dessen Beitrag als «Best in Show» ausgezeichnet wurde.

Das King's Cross Weinetikett (①) belegte zudem in der Kategorie Marketing/Endanwendungen den ersten Platz. Das faszinierende Etikett wurde im UV-Flexodruck in sechs Farben auf einem Metallsubstrat vor einem tiefschwarzen Hintergrund produziert und lackiert.

Bei den Druckverfahren hat die Marzek Etiketten GmbH, Österreich, mit ihrem Bierflaschen-Etikett für das Sonnwend Bock (②) die Jury überzeugt. Dieser Wettbewerbsbeitrag wurde im Offsetdruck in vier Farben plus Silber produziert sowie mit goldener Heissfolienprägung und stark glänzendem Lack veredelt. Hinzu kam eine komplexe Stanzkontur.

Bei den klebfreien Anwendungen siegte IPE Industria Grafica aus Spanien mit einem Shrink-Sleeve-Etikett für den Cava Luna de Murviedro (③). Das Flaschenetikett wurde im Vierfarb-Flexodruck in Weiss, Schwarz, Grau sowie Perlweiss erstellt. Eine matt lackierte Kaltfolienprägung erzeugte den optisch «coolen Look».

Der Preis in der Gruppe Innovation und elektronischer Druck ging an die Schreiner Group, Deutschland, für den digital gedruckten UHF-RFID-Parkausweis (④) mit automatischer Fahr-

zeugidentifikation. Dieses Produkt muss über die gesamte Lebensdauer des Fahrzeuges nicht erneuert werden.

Der Digitaldruck, der heute bei Etiketten immer stärker Verbreitung findet, wurde von der Etiketten Carini GmbH, Österreich, mit ihrem Weinetikett für die Kress Beerenauslese (⑤) meisterhaft vertreten. Zum Einsatz kam eine Heissfolienprägung mit matter Lackierung, die den ersten Platz in der Gruppe Digitaldruck erreichte.



Die Jury vergab zwei Sonderpreise. Einer ging an Omnipack, Schweiz, für das Flaschenetikett einer limitierten Ausgabe des Glenfahrn Whiskys (⑥), das digital auf einem Holzfurnier gedruckt wurde.

Einen weiteren Sonderpreis erhielt Source Labels, UK, für sein Etikett für den Beluga-Kaviar von Fortnum & Mason (⑦). Auch dieses Etikett war digital gedruckt und enthielt als besonderen Blickfang 14 Swarovski-Kristalle im Design.

Tony White, Vorsitzender der Jury, betonte: «Im Laufe der Jahre hat es viele Änderungen in der Technologie und im Design gegeben. Auch der Wettbewerb selbst hat sich immer weiter entwickelt, um hier Schritt zu halten.»

› www.finat.com



Etiket Schiller

ETIKETTEN AUS STEINPAPIER

Etiket Schiller erweitert sein Produktportfolio um Etiketten aus Steinpapier. Die Etiketten zeichnen sich durch ihre nachhaltige Zusammensetzung und Herstellung aus. Grösstenteils besteht das Material aus Steinmehl von Marmor-Abfällen (Calciumcarbonat), das mit Hilfe von recycelter PE-Folie gebunden wird. Für die Herstellung werden kein Wasser, Holz, Säure oder Bleichmittel benötigt und damit wird deutlich weniger Energie aufgewendet als für herkömmliches Papier. Die Etiketten aus Steinpapier sind zu 100% zellstofffrei, sind aber beschreibbar wie



Hochwertige und optisch ansprechende Produkte profitieren von der samtigen Haptik der Etiketten aus Steinpapier.

Papier und wasserresistent wie eine Folie. Das Steinpapier lässt sich in den Recyclingkreislauf von Kunststoff integrieren. Beim Verbrennen von Steinpapier entstehen keine giftigen Gase. Unter permanenter Sonneneinstrahlung löst sich das Material auf und zerfällt nach etwa einem Jahr zu Staub. Das Etikettenmaterial eignet sich vor allem für umweltbewusste Unternehmen, die Wert auf eine nachhaltige Verpackung legen.
 › www.etiket-schiller.de



Mitsubishis vollautomatisches Lager mit HiTec-Labelpapier Jumborollen.

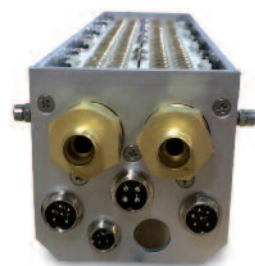
Mitsubishi HiTec Paper HITEC-LABELPAPIERE AUF DER LABELLEXPO

Mitsubishi HiTec Paper bietet ein breites Sortiment an gestrichenen Spezialpapieren für traditionelle und digitale Labelanwendungen. Erstmals beteiligt sich das Unternehmen am LabelExpo Linerless Trail, wo speziell für trägerlose Etikettenanwendungen neue Thermopapiere vorgestellt werden. Thermoscript LL 7077 und LL 8077 sind Phenol-frei, hochsensitiv und mit guter Silikonhaftung.
 › www.mitsubishi-paper.com

Fujifilm

LED-UV-HÄRTUNGSSYSTEMS ILLUMINA

Fujifilm stellt das nachrüstbare LED-UV-Härtungssystem Illumina vor. Damit können klassische Flexodruckmaschinen für UV beziehungsweise wasserbasierte Farben auf LED-UV-Aushärtung umgestellt werden. Illumina enthält neuartige LED-UV-Lampen und wurde



für den Einsatz mit einem neuen Flexodruckfarbensystem der Serie 300 von Fujifilm entwickelt. Dank des kompakten Designs passt die Illumina-Einheit auf die meisten UV-Flexomaschinen jeder Breite.
 › www.fujifilm.eu

Froben Druck

HP INDIGO WS6800 DIGITAL PRESS

Die auf Rollenhaftetiketten für den Lebensmittelbereich spezialisierte Froben Druck GmbH hat sich für die Installation einer HP Indigo WS6800 Digital Press entschieden, die in den modernen Maschinenpark in Ottersberg aufgenommen wurde. Bereits Ende letzten Jahres hat Froben Druck die Produktionsfläche um eine zusätzliche Halle vergrößert und weitere Druckmaschinen für grössere Auflagen in Betrieb genommen. Für Timo Wolfsdorf, Teil der Geschäftsführung und verantwortlich für das Qualitätsmanagement, war eine zusätzliche Digitaldruckmaschine essenziell. Die HP Indigo WS6800 ist eine Hochleistungs-Schmalbahnlösung für Etiketten und Verpackungen, die mit hoher Produktivität und vielfältigen Einsatzmöglichkeiten bereits viele Druckereien überzeugt hat.
 › www.froben.net
 › www.hp.com

Lewald & Partner

NEUER WORKFLOW AEPOS.LABEL

Auf einem Gemeinschaftsstand mit ALS Engineering zeigt Lewald & Partner seinen Workflow aepos.Label auf der 520 mm breiten ALS-Laserschneidanlage. Diese ist mit einem 500-Watt-Duallaser für hohe Schneidgeschwindigkeit ausgerüstet. aepos.Label ist eine Lösung speziell für den Etikettendruck, die Auftrags-Management-System und Produktionsplanung zugleich ist und eine Schnittstelle zu diversen Shopsystemen beinhaltet. Das System optimiert die digitale Etikettenproduktion vom Auftragseingang über die Datenaufbereitung und Produktionsplanung bis zur automatischen Auftragsübergabe an Druck- und Stanzmaschinen.
 › www.aepos.de
 › www.als-engineering.de
 › www.lundp.de

HP

NEUE TECHNOLOGIEN UND LÖSUNGEN

Auf der diesjährigen LabelExpo wird HP neue Technologien und Lösungen präsentieren, die die digitale Entwicklung des Etiketten- und Verpackungsdrucks weiter vorantreiben sollen. Auf dem 2.400 m² grossen Stand zeigt das Unternehmen mit HP Indigo das branchenweit grösste Portfolio an Etiketten- und Verpackungsdruckmaschinen einschliesslich der GEM-Technologie, die Schmalbahnmaschine HP Indigo 8000 Digital Press, die HP Indigo 20000, die neue Möglichkeiten beim Druck von flexiblen Verpackungen, Etiketten oder Sleeves bietet und in Kombination mit HP Indigo Pack Ready Lamination eine End-to-End Verpackung ermöglicht. Pack Ready Coating ist eine weitere Lösung, die die Produktion von leistungsintensiven Anwendungen unterstützt. Zudem erhalten Besucher einen Einblick in aktuelle und zukünftige Entwicklungen im Bereich der HP-Druckfarben wie HP Indigo ElectroInk Silver sowie fluoreszierend Grün, Gelb und Orange, Premium Weiss, Weiss für Sleeves und lichtbeständige Farben. Auch werden Lösungen zur cloudbasierenden Workflow-optimierung mit HP PrintOS präsentiert oder HP SmartStream Mosaic 3.0, die Technologie für variable Daten.
 › www.hp.com

POLAR AUTOMATISIERTES LABEL-SYSTEM

Polar zeigt auf der LabelExpo sein hoch automatisiertes LabelSystem DC-11plus. Dieses Stanzsystem ist für eine hochautomatisierte Inline-Produktion von gebündelten Stanzetiketten konzipiert. Mit geringstem Personaleinsatz können bis zu 1.440 Pakete in 60 Minuten produziert werden.

Das menügeführte Einrichten des Systems unterstützt den Bediener und verkürzt die Rüstzeiten deutlich. So kann ein Auftragswechsel dank OptiChange in nur 15 Minuten erfolgen. Auch die Makulatur kann auf ein Minimum reduziert werden. Mit One-PunchRegister wird nur ein Paket benötigt, um die Posi-

tionierung der Stanzform zum Druckbild durchzuführen. Und die Genauigkeit, für die Polar beim Schneiden bekannt ist, findet man auch in diesem LabelSystem. Durch Fixieren des Materials wird höchste Stanzgenauigkeit gewährleistet. Alle Einstellungen am LabelSystem sind ohne Werkzeug möglich.

Der Produktionsablauf beim Polar LabelSystem DC-11plus sieht wie folgt aus: Als erstes werden die zu bearbeitenden Druckbogen im Rüttelautomat kantengenau positioniert. In den Rüttler ist eine Zählwaage integriert, sodass gleichbleibende Schneidlagen gebildet werden können. Die Schneidlage wird anschließend im Polar Schnellschneider N 115 Pro HD zunächst rundum und dann in einzelne Streifen geschnitten. Der Schneidautomat Polar Autocut 25plus übernimmt die Streifen und schneidet jeweils zwei Streifen in einzelne Nutzenpakete. Über die automatische Nutzenzuführung werden die beiden Nutzen getrennt und einzeln in die Systemstanze transportiert. Der Stapel wird dann



Gebündelte Nassleimetiketten, gefertigt im Polar LabelSystem DC-11plus.

vom Stanzstempel durch die Stanzform gedrückt (Durchstossprinzip) und erhält seine vorgegebene Form. Nach dem Stanzen werden die Nutzenpakete automatisch in den Einnutzenbündler BD-plus geschoben und gebündelt. Die Ultraschall-Schweiss-einheit im BD erfordert dabei kein Vorheizen, ist immer

einsatzbereit, schon das Material und verursacht keine Geruchsbelästigung. Das LabelSystem DC-11plus ist nicht nur für alle üblichen Etikettenpapiere geeignet, sondern auch für andere Materialien, beispielsweise Plastikkarten.

› www.polar-mohr.com ■

**DRUCKLÖSUNGEN
FÜR IHRE FERTIGUNGS-
PROZESSE** 14. – 16. NOVEMBER 2017
MESSE MÜNCHEN

**IN
PRINT**
INDUSTRIAL PRINT SHOW
DIE FACHMESSE FÜR
INDUSTRIELLE DRUCKTECHNOLOGIE

Digital / Inkjet / Siebdruck / Spezialdruck

- Druckmaschinen & -systeme
- Komponenten & Spezialteile
- Druckkopftechnologie
- Geräte & Chemikalien für die Druckvorstufe
- Trocknungs- & Curingsysteme / UV-Technologie
- Sieb-, Digitaldruck- und Spezialtinten
- Primer & Beschichtungen
- Softwarelösungen

GALLUS ALLES IM ZEICHEN DER LEISTUNG

«Speed up for Success» lautet das Messemotto der Schweizer Heidelberg-Tochter Gallus zur LabelExpo in Brüssel. Im Fokus der Messe stehen die Maschinensysteme Gallus Labelmaster und die digitale Etikettendruckmaschine Labelfire sowie neue Angebote aus dem Bereich Gallus Siebdruck, die mit einer eindrucksvollen Performance den rotativen Siebdruck demonstrieren wollen.

Text und Bilder: Gallus

Nach der Premiere der Gallus Labelmaster im September 2016 wird Gallus auf der LabelExpo 2017 neben der Basis-Variante erstmals auch die Etikettendruckmaschine Labelmaster Advanced-Linie mit Multiweb-Ausstattung präsentieren. Die Advanced-Linie bietet einen modularen Aufbau und einen hohen Automatisierungsgrad, bietet dem Etikettendrucker hohe Prozess-Variabilität durch unterschiedliche Veredelungs- und Druckeinheiten an jeder Position der Maschine.

Grundsätzlich zeichnet sich die Gallus Labelmaster durch ihre spezielle Plattform-Bauweise aus und ist nach individuellen Anforderungen konfigurierbar. Mit offenen Schnittstellen bietet die Maschinenbaureihe hohe Investitionssicherheit und die Möglichkeit, flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren. Das Plattform-Prinzip der Labelmaster in Modulen

beinhaltet je zwei Druckeinheiten. Diese sind in drei unterschiedlichen Varianten erhältlich. Die Grundvariante deckt die erforderlichen Standards des Etikettendrucks ab, die Plus-Version ermöglicht eine höhere Flexibilität für Anwendungen der Etikettenindustrie und die Advanced-Linie ist im Automatisierungsgrad nahezu nach allen Bedürfnissen konfigurierbar.

Die Labelmaster bietet eine Reihe an Highlights wie den kurzen Bahnlauf von Druckwerk zu Druckwerk von nur 1,4 m und eine Geschwindigkeit von 200 m/Min., die die Labelmaster zur schnellsten Etikettendruckmaschine macht, die Gallus je gebaut hat. Mit nur wenigen Handgriffen lassen sich die speziell für diesen Maschinentyp entwickelten Aluminium-Leichtbau-Druckzylinder wechseln und ermöglichen schnelle Jobwechsel. Ein optimierter Farbkasten für die Kammerrakel benötigt nur 250 g Farbe; zudem wurde der Farbkasten hinsichtlich Ink-Spitting und

Schaumbildung optimiert. Das neue Flexodruckwerk – mit der Erfahrung aus dem Bogenoffsetdruck des Mutterunternehmens Heidelberg – wird über zwei Servomotoren direkt angetrieben. Neben Flexodruckwerken ist auch ein neues Siebdruckwerk verfügbar, das die Möglichkeit der High-End-Veredelung bietet.

Digitaldruck mit Inline-Finishing

Verkürzte Durchlaufzeiten in der Herstellung digital gedruckter Etiketten stehen im Fokus. Gallus präsentiert die digitale Etikettendruckmaschine Labelfire mit erweiterten Inline-Veredelungsprozessen. Im Gegensatz zu Etikettendruckmaschinen, die ausschließlich digital drucken und die Weiterverarbeitung des Etiketts in einen nachgelagerten Prozess angliedern, bietet die Gallus Labelfire die Produktion veredelter und fertig gestanzter Etiketten in nur einem Durchgang. Das garantiert schnellere Produktionszeiten mit weniger Ma-

kulatur, Zeit-, Kosten- und Material-Ersparnis. Die Inkjet-Druckköpfe von Fujifilm sorgen mit einer nativen Auflösung von 1.200 dpi für eine Druckqualität, die dem des Offsetdrucks entspricht.

Easy to Use – Fast to Print

Dass die Druckgeschwindigkeit des rotativen Siebdrucks kein limitierender Faktor im Etikettendruck sein muss, will Gallus mit Screeny und den richtigen System-Komponenten in der Kombination Siebdruck-Flexo-Offset beweisen. Unter dem Motto «Easy to Use – Fast to Print» stellen Experten des Gallus-Geschäftsbereichs Siebdruck die notwendigen System-Komponenten vor und produzieren live mit einer Labelmaster, ausgestattet mit Screeny Speedprinting-Komponenten. Es wird ein Etikett inklusiv Siebdruckveredelung mit hoher Produktionsgeschwindigkeit gedruckt.

Ausserdem wird in Kooperation mit Heidelberg der Phoenix UV-LED-Direktbelichter vorgestellt. Damit lassen sich Druckformen für nahezu alle Druckverfahren herstellen. Für den Sieb-, Flexo-, Buch- und Offsetdruck ist der Phoenix eine Lösung. Der Belichter bietet schnelles und einfaches Handling und stellt für Screen-Kunden einen wichtigen Baustein im prozessorientierten Siebherstellungsverfahren dar.

➤ www.gallus-group.com



Gallus präsentiert die digitale Etikettendruckmaschine Gallus Labelfire mit erweiterten Inline-Veredelungsprozessen.

AB Graphics

SCHARFE FORMEN AUS NEUER LASERSTANZE

Scharfe Formen, detailreiche Stanzkonturen und eine äusserst saubere Abgitterung: In seinem neuen Musterbuch zeigt AB Graphics, was mit Laserstanzen bei Etiketten inzwischen alles möglich ist. Der Spezialist für digitale Weiterverarbeitungsmaschinen setzt dabei auch auf HP Indigo Drucktechnologie und



Das Musterbuch zeigt anschaulich, wie ausgefallene Etiketten mit auffälligen Spezialeffekten und Eye-Catchern als effizientes Marketingtool eingesetzt werden können. Um diese Musteretiketten optimal zu gestalten und zu produzieren, waren HP und Herma die Partner.

Herma Haftmaterial. Anlass für das Musterbuch ist die Markteinführung der neuen Laserstanze Digilase S3.

Siegwerk

FOCUSED ON YOUR NEEDS

Unter dem Motto «Focused on your needs» bietet Siegwerk auf der LabelExpo einen Treffpunkt für Diskussionen und Gespräche über aktuelle Anforderungen und Lösungen sowie zukünftige Trends im Etiketten- und Verpackungsdruck. Zudem informiert Siegwerk über das komplette Produkt- und Serviceangebot.

Sicura Nutriflex Pro, die neue Farbserie für den UV-Flexodruck, ist hochpigmentiert und zugleich geeignet für Lebensmittel- und Pharmaanwendungen. Des Weiteren ist die Serie Sicura Nutriboard 2 für Anwendungen auf Papier und Karton geeignet sowie auf ausgewählten Folien. Sicura Nutriplast 2 eignet sich ebenso für Kunststoffe und Hochleistungsanwendungen. Ausserdem wird Siegwerk die neu entwickelten metallischen Farben sowie diverse Überdrucklacke der Produktreihe Sicura Nutriflex LEDTec vorstellen, der ersten migrationsoptimierten LED-UV-Flexo-Serie für Lebensmittel- und Pharmaverpackungen.

› www.siegwerk.com

LabelExpo 2017

FARBMANAGEMENT VON QUADTECH

Im Mittelpunkt von QuadTech auf der diesjährigen LabelExpo Europe wird die umfangreiche Palette des Unternehmens an Farb- und Fehlermanagement-Lösungen stehen. Daneben zeigt QuadTech auch ColorTrack, die neueste Farb-Workflow-Lösung für den Verpackungsdruck. Mit Optionen für den



Durch präzise Inline-Farbmessungen reduziert DeltaCam von QuadTech die Makulatur und sorgt für Druck-Erzeugnisse, die die Farbvorgaben des Kunden einhalten.

Handheld- und Inline-Einsatz erleichtert die Software das Korrigieren von Farbformulierungen direkt an der Druckmaschine.

› www.quadtechworld.com

Tresu

ZUBEHÖR FÜR DEN FLEXODRUCK

Eine umfassende Zubehörpalette für die Steuerung des Druckfarbenflusses beim Flexodruck für Etiketten und Verpackungen zeigt Tresu. Zur Zubehörpalette gehören Kammerrakelsysteme für schmale, mittlere und breite Bahnen im Flexodruck sowie Farbversorgungssysteme. Das Kammerrakelsortiment

von Tresu besteht aus leichten, korrosionsbeständigen Karbonfaser- und Keramikvarianten für alle Bereiche des Flexodrucks mit Breiten von 185 mm bis über 6.000 mm. Mit den Tresu-Schnellspannsystemen ist ein Rakelwechsel in weniger als zwei Minuten möglich.

› www.tresu.com

Zuverlässiger drucken

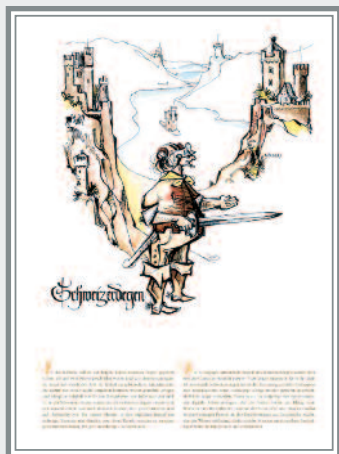
KÜHLLÖSUNGEN VON TECHNOTRANS

technotrans stellt Kühllösungen für den Etiketten- und Verpackungsdruck her, die einen gleichbleibend hochwertigen Druck ermöglichen sollen. Auf der LabelExpo zeigen die Sassenberger ihre Lösungen für alle Leistungsbereiche.

Produkte der Serie omega-line sind Kühlgeräte für Einzelmaschinen, die smartchiller-Produktserie kühlt Digitaldruckmaschinen für den unteren bis mittleren Leistungsbereich.

Lackierwerke an Druckmaschinen werden zum Teil ohne geeignete Umwälzeinrichtung für den Lack geliefert. Solche Werke, die nur mit Pumpen ausgestattet sind, erfüllen nicht immer die Anforderungen an eine professionelle Veredelung. Mit dem alpha.v und dem zeta.v zeigt technotrans Lackumwälzgeräte, die die Versorgung des Lackwerks mit Dispersions- und UV-Lack sicherstellen.

› www.technotrans.de



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf Begriffe der Druckersprache (Aushängebogen, Schnellschuss, Spiess, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlichten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz 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



START-UP MOUVENT AG VEREINFACHEN IST DAS GEBOT DER ZEIT

Laute Ankündigungsarien, bei denen hinterher nur heisse Luft herauskommt, kennt man in der Branche ja in der Zwischenzeit zur Genüge. Dass es auch anders geht, hat das Start-up Mouvent gleich bei seiner Vorstellung im Schweizer Wetzikon bewiesen. Alles geheim gehalten, eingeladen, sachlich informiert und gleichzeitig marktreife Maschinen vorgeführt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Vielleicht sollte man den 6. Juli 2017 tatsächlich als wichtiges Datum im Geschichtskalender eintragen, wie Andreas Weber auf der Internetseite der Value Communication AG meint: «Unpräzise, überzeugend und vertrauenswürdig wurde der Digitaldruck, wie wir ihn kannten (wohl inklusive Landa Nano), beerdigt. Und etwas Neues geboren.» Wahrscheinlich muss man es nicht ganz so dramatisch sehen, dennoch haben Jean-Pascal Bobst, CEO der Bobst Group SA, und Piero Pierantozzi, CEO der Radex AG und (vormals) Graph-Tech AG, mit der Mouvent AG ein Start-up als «Competence Center for Digital Printing» für Bobst aus der Taufe gehoben, das auf Antrieb überzeugt. Denn die Herangehensweise an die «Zukunft des Digitaldrucks» ist so

einfach und logisch wie verblüffend. Genauso verblüffend wie die Tatsache, ein Jahr nach der drupa 2016 eine neue Digitaldruck-Technologie aus dem Hut zu zaubern, ohne dass jemand etwas davon wusste! Beschäftigt werden bereits 80 Mitarbeiter mit hoher Kompetenz und viel Erfahrung. Und vor allem: Die neuen Produktionslösungen für den Etiketten- und Textildruck sind marktreif. Doch das ist wohl erst der Anfang: Die Rede ist auch von Lösungen für Wellpappe, flexible Verpackungen, Faltschachteln und von Akzidenz-Anwendungen. Warum auch nicht? Schliesslich baut die Technik von Mouvent auf der Radex-Expertise auf, wo das Know-how von über 20 Jahren Inkjet-Druck und besonders beim digitalen DOD-Inkjet-Druck (Drop-on-Demand) zu Hause ist. Denn nachdem Graph-Tech als OEM-Entwickler industrieller Inkjet-Lösungen 2012 von der Domino

Printing Sciences übernommen wurde, hatten die Graph-Tech-Gründer nichts Besseres zu tun, als die Radex AG zu formieren und sich auf die Entwicklung von Inkjet-Komplett-Lösungen zu konzentrieren.

Technik ist Vertrauen

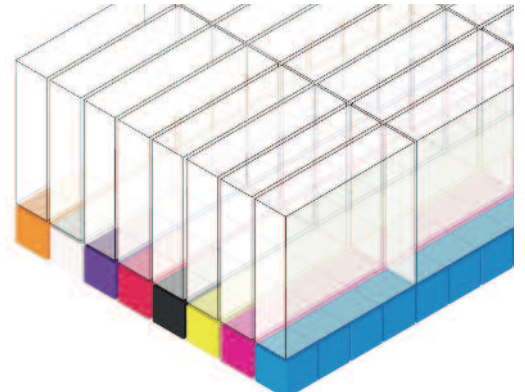
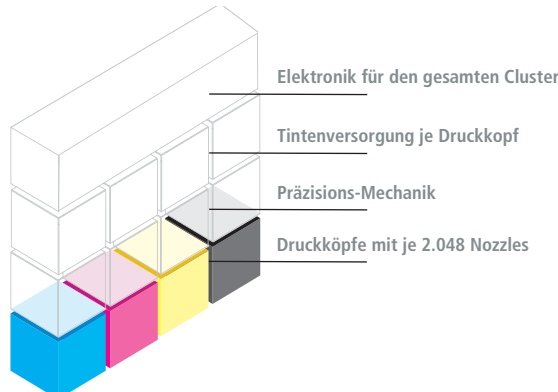
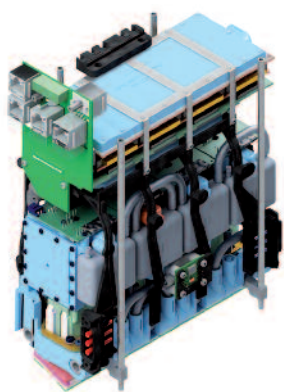
«Wir sind davon überzeugt, dass dies ein Wendepunkt im Digitaldruck ist», zeigte sich **Jean-Pascal Bobst** bei der Vorstellung der Neugründung in Wetzikon bei Zürich selbstbewusst.

«Viele Druckmärkte erleben einen schnellen Wechsel von analog zu digital und der Bedarf an verlässlichen Lösungen für den Inkjet-Druck wächst jeden Tag», erklärte Bobst. «Aktuelle Branchentrends wie die zur Digitalisierung, zu Kleinauflagen, kurzen Lieferfristen, Werbung und Versionierung, zu personalisierten und saiso-

nalen Produkten sowie ein wachsendes Kosten- und Umweltbewusstsein lassen den Bedarf an qualitativ hochwertigen und erschwinglichen Digitaldruckmaschinen steigen. Mit Mouvent möchten wir dem Markt letztlich das zur Verfügung stellen, was er am dringendsten benötigt: Zuverlässige und industrietaugliche Druckmaschinen, die verschiedene Substrate zu konkurrenzfähigen Preisen verarbeiten», führte Jean-Pascal Bobst wörtlich aus. «Die Basis im Geschäft mit Print-Techniken ist Vertrauen!»

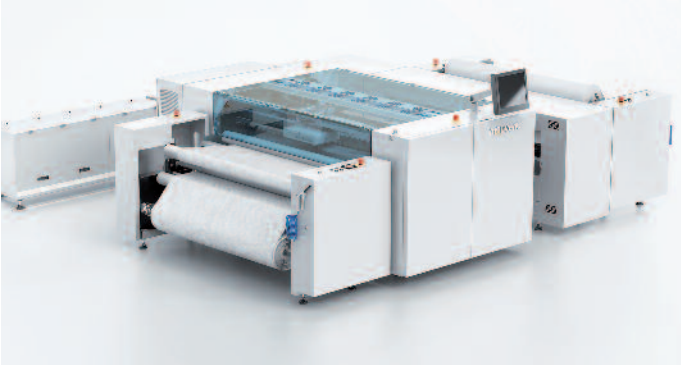
Das Cluster-Design

«Eigentlich erfinden wir ja nichts Neues, aber wir vereinfachen die Technik. Einfachheit ist unsere Firmenphilosophie», sagt **Piero Pierantozzi**. Das ist aber auch die Kunst in der

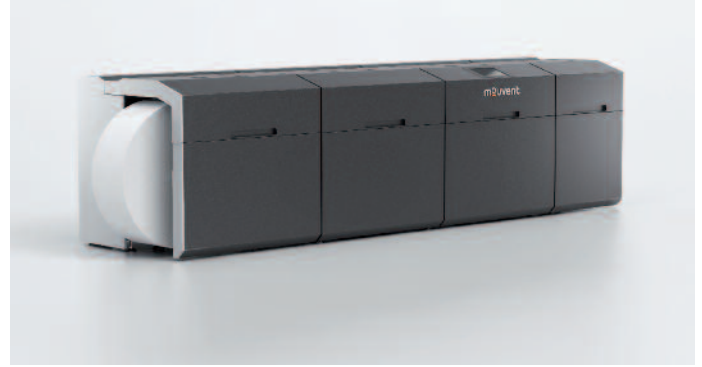


Die Basiskomponente aller Mouvent-Geräte – der Mouvent Cluster (ganz links und in der Schemazeichnung). Jeder einzelne autonome Cluster ist voll funktionsfähig. Die einzelnen Cluster können zu einer modularen, skalierbaren Matrix kombiniert

werden, bei der jede Reihe eine andere Farbe hat und jeder zusätzliche Cluster die Druckbreite um 170 mm erweitert. Dabei kann mit bis zu acht Farben gedruckt werden. Beispielsweise mit einer Breite von 3.290 mm mit 19 Clustern.



Sieht gar nicht so spektakulär aus, hat es aber in sich: Der Textildrucker Mouvent TX801 für eine Druckbreite von 1.800 mm nutzt die Cluster-Technologie.



Zur LabelExpo in Brüssel kommt Mouvent mit zwei Etikettendruckmaschinen neuer Bauart. Hier das grössere Modell LB 702-UV.

Technologie-Entwicklung. Bei Mouvent wurden die theoretischen Vorteile des Inkjet-Verfahrens komplett überdacht. Heraus kam das Cluster-Konzept, ein neuartiges Design, das in Maschinen aller Art auf Substraten aller Art produzieren kann. Dabei gewährleistet der Cluster eine bisher nicht gekannte Flexibilität in der Maschinenentwicklung.

Das radikal neue Konzept besteht darin, so Pierantozzi, mehrere Basis-Cluster in einer modularen und skalierbaren Matrix anzuordnen. «Daher müssen wir bei unterschiedlichen Anwendungen und Breiten keine Druckbalken tauschen.»

Jedes Basis-Cluster nutzt Samba-Inkjet-Druckköpfe von Fujifilm, die von Mouvent um neue Komponenten ergänzt werden. Mouvent schreibt ausserdem die Software und entwickelt Tinten für verschiedene Bedruckstoffe. Über den Druckköpfen sind die für den Betrieb notwendige

Präzisionsmechanik, die Tintenversorgung und die Elektronik angeordnet. Die Cluster-Gehäuse werden übrigens kostensparend im 3D-Druck hergestellt. Die Cluster mit einer Druckbreite von 170 mm können fast beliebig oft nebeneinander platziert werden: zum Beispiel 19 Cluster für eine 3,29 m breite Anwendung.

Maschinen auf der LabelExpo

Das erste Produkt, das Mouvent auf den Markt gebracht hat, ist eine Digitaldruckmaschine für Textilien, die bis zu acht Farben einsetzt. Die TX801 bietet eine optische Auflösung von 2.000 dpi bei einer Druckleistung von maximal 200 m²/h beziehungsweise 120 m/h. Verarbeitet wird Material mit einer Breite von bis zu 1.800 mm und einem Rollendurchmesser von 400 mm.

Daneben befindet sich bereits eine ganze Produktlinie in der Entwick-

lung. Auf der LabelExpo in Brüssel will Mouvent seine ersten Etikettendrucklösungen vorstellen. Dazu gehören die beiden Siebenfarben-UV-Inkjet-Maschinen LB 701-UV und LB 702-UV sowie eine neuartige digitale Inkjet-Etikettendruckmaschine für Schmalbahnanwendungen. Die Rollendruckmaschinen verarbeiten Papier, Selbstklebeetiketten und flexible Materialien bis 170 mm beziehungsweise 340 mm. Dabei soll eine Leistung von 100 m/Min. bei einer optischen Auflösung von 2.000 dpi erreicht werden.

«One-for-all»

«Das Cluster ist die Schlüsseltechnologie hinter unseren Maschinen, erlaubt eine hohe Auflösung, Druckqualität, erleichtert das Konfigurieren und senkt den Rüstaufwand aufgrund weniger Feineinstellungen», erläutert Piero Pierantozzi.

Zudem will Mouvent bei den Kosten, den Tintenpreisen, bei der Lebensdauer und Qualität der Druckköpfe sowie der Maschinenleistung punkten. Die bei Radex entwickelte Digitaldrucktechnologie ist dabei das zentrale Element – ganz gleich, welche Anwendung und welche Tinte. So einfach war Inkjet bisher nicht. Für alles und jedes wurde eine eigene Technik entwickelt, was zu der unüberschaubaren Vielfalt führte, die das ohnehin komplexe Thema noch komplizierter machte. Der von Mouvent eingeleitete Wechsel zum «One-for-all» ist schon jetzt als Wendepunkt zu werten.

«Die ganze Magie rund um die Techniken wird verschwinden», prophezeit Piero Pierantozzi, weil sie nicht ökonomisch seien. Recht hat er. Vereinfachen ist das Gebot der Zeit!

› www.mouvent.com

Wir schlagen den Bogen

KONZEPT, DESIGN, WERBUNG, REALISIERUNG

arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel
+49 (0) 26 71 - 38 36



KODAK FLEXCEL Kodak wird den Messebesuchern Flexo-, Inkjet- und Softwaretechnologien sowie Lösungen für den Etiketten- und Verpackungsdruck präsentieren. Dabei werden die technologischen Merkmale des Kodak Flexcel NX Systems vorgestellt. Eine Rolle spielt dabei die NX Advantage Technologie, die ausgefeilte Möglichkeiten zur Oberflächenstrukturierung von Flexodruckplatten bietet, um die Effizienz der Druckfarbübertragung bei unterschiedlichsten Flexodruckanwendungen zu verbessern. Anhand von Druckmustern und Fallstudien will Kodak die Qualitäts-, Produktivitäts- und Kostenvorteile der Flexcel NX-Technologie aufzeigen. > www.kodak.com

NANO-TECHNOLOGIE Folex zeigt die nächste Generation der hochglänzenden Nano-Technologie für Hochgeschwindigkeitsdrucker. Label Jet PP Gloss White ist eine 60µ Polypropylenfolie mit einer Glanzoberfläche. Diese spezielle Beschichtung verhält sich wie eine mikroskopisch kleine Wabenstruktur, die die Tintentropfen extrem schnell in die Foliensoberfläche absorbiert und fixiert, um perfekte Auflösung und Farbbrillanz zu erreichen. Durch die hohe Absorptionsrate ist die Folie sofort trocken. Die Hochglanzoberfläche ist zudem kratz- und wasserbeständig. Zudem werden matte und mikroporöse Versionen angeboten. Als Ergänzung zu den Inkjet-Produkten ist ein Sortiment von HP Indigo und Farblasermaterial verfügbar, das klare, weiss-glänzende und weiss-matte Folien sowie silber- und goldfarbene Klebefolien enthält. Die Folien sind vorbehandelt und hitzestabilisiert für eine optimale Tintenhaftung und Planlage. > www.folex.de

PERSONALISIERTE ETIKETTEN Primera, Hersteller von Spezialdrucksystemen, wird Color Management, variablen Datendruck, zertifizierte Etikettenmaterialien und POS-Lösungen zum Druck personalisierter Etiketten zeigen. Der Farbetikettendrucker LX500e mit einer Stellfläche von nur 26,4 x 38,9 cm und einer Höhe von 18 cm im geschlossenen Zustand ist eine der kompakten Drucklösungen von Primera. Geringe Ausfallzeiten werden durch die Tintenstrahltechnologie der Funai-Electric-Company, die nur eine Farbpatrone mit integriertem Druckkopf für den Farbdruck verwendet, ermöglicht. Die Dreifarbpatrone erleichtert den Arbeitsablauf und die Wartung und minimiert Stillstandzeiten während des Patronenwechsels. > www.primeralabel.eu

DALIM CROSSMEDIAL Dalim Software bietet Web- und Mobilplattformen auf HTML5-Basis, die das Verpackungs- und Marketingmanagement rationalisieren sollen. Mit Dalim ES 5.5 lassen sich Projektworkflows einrichten, schnelle Freigabezyklen und Rückverfolgbarkeit erreichen. Kampagnen lassen sich damit von A bis Z verwalten, wobei die Verpackung nur eine Komponente im Marketingmix darstellt. So können Querverbindungen zwischen Verpackungen und Werbematerialien angelegt werden. Zudem zeigt Dalim Twist 8.5, die Engine zur Produktionsautomatisierung bei crossmedialen Workflows. > www.dalim.com

Domino
WORKFLOW-LÖSUNG FÜR ETIKETTEN

Domino Digital Printing Solutions hat die DFE Workflow-Lösung (Digital Front End) speziell für die digitale N-Serie-Druckmaschine für die Etikettenindustrie entwickelt. DFEv2.0 bietet erhöhte Geschwindigkeit und optimierte Automatisierung, wahrt aber zugleich die Kompatibilität mit der Esko-Code-Basis und



Die Xeikon CX3 gibt Etiketten auf Weinen, Craft-Bieren und anderen Genussmitteln ein neues Gesicht.

kann mit verschiedenen VDP-Formaten für den Druck variabler Daten genutzt werden. Der volle Funktionsumfang von DFEv2.0 wird auf der LabelExpo vorgestellt. Der neue Screener, Domino ScreenPro, optimiert den Workflow, indem er mehrere Prozesse in einen einzigen JDF-Workflow integriert, wodurch sowohl Geschwindigkeit und Effizienz verbessert als auch der Offline-VDP-Betrieb ermöglicht wird. Durch den neuen JDF-Workflow ist eine manuelle Konvertierung von Dateien nicht mehr nötig, wichtige Informationen wie Lead-in/Lead-out und Zählung nach Menge oder Größe können direkt an die Digitaldruckmaschine weitergegeben werden.

> domino-deutschland.de

Jahn Etiketten
INVESTITION IN EINE XEIKON CX3

Das Gesamtpaket hat gestimmt: Das war die Ausgangsbasis, anhand der sich die Jahn Industrieschilder Etiketten GmbH aus Wiernsheim Ende 2016 für die Investition in eine Xeikon CX3 Digitaldruckanlage entschieden hat. Sie ersetzt die bisherige Xeikon 3300 und setzt neue Massstäbe bei der

Geschwindigkeit und Maschinenverfügbarkeit. Jahn Etiketten druckt auf der CX3 zu 90% Etiketten auf Papierbasis, die restlichen 10% entfallen auf transparente PE- und PP-Folien. Einsatzgebiet sind überwiegend Etiketten für Weine, trendige Craft-Biere, Olivenöle und andere Genussmittel. Da bei den Xeikon Trockentonermaschinen keine Primer nötig sind, können nahezu alle Standardpapiere eingesetzt werden. Weitere Vorteile sind die zertifizierte Lebensmittelverträglichkeit der Toner, das Deckweiss in der fünften Farbstation für transparente Folien, der variable Druck für Nummerierungen, die geringe Anlaufmakulatur und das gestochen scharfe Druckbild. > www.jahn-etiketten.de
> www.xeikon.com

BST eltromat International
LÖSUNGEN FÜR DEN SCHMALBAHNMARKT

Mit einer umfassenden Produktvielfalt für die Qualitätssicherung im Etikettendruck unterstreicht BST eltromat auf der LabelExpo Europe seine Position im Schmalbahnmarkt. So zeigt das Unternehmen neue und praxisbewährte Lösungen für Bahnlaufregelung, Bahnbeobachtung, 100%-Inspek-



BST eltromat zeigt eine Bahnlaufregelung CompactGuide mit Wide Array-Sensor.

tion, Farbmessung und Registerregelung. Diese decken die gesamte Bandbreite der Anforderungen in den verschiedenen Druckverfahren ab, mit denen Etiketten heute hergestellt werden. Ein Highlight sind die Produkte rund um das Farbmanagement für den Offsetdruck. So zeigt BST eltromat einen CompactGuide mit einem digitalen Linien- und Kontrastsensor CLS Pro 600 und einen CompactGuide mit Wide Array-Sensor. Mit seinem grossen Sichtbereich bietet er Möglichkeiten, wo Bahnkantensensoren an ihre Grenzen stossen. Darüber hinaus stellt BST eltromat einen EcoGuide aus, der besonders wirtschaftlich sein soll. Die Bahnlaufregelung ist je nach Anforderungen individuell konfigurierbar.

> www.bst-international.com

arcus design 2017 | Foto: H. Lehrie, 123RF.com

THEMEN AUF DEN PUNKT GEBRACHT



INK MANAGER Auf der LabelExpo präsentiert GSE Software für Druckfarbenmanagement, Dosiersysteme und Farbprüf-Lösungen, mit denen die Kosten im gesamten Workflow verringert werden sollen. Der Ink Manager bietet nach Angaben des Herstellers eine höhere Farbergiebigkeit durch einfache Restfarbenverwertung. Zu den Leistungsmerkmalen gehört eine Weboberfläche zur Integration anderer Anwendungen wie Farbrezeptur, MIS und Cloud-Software. Der GSE Ink Manager wird durch mobile Apps unterstützt, die den Zugriff auf Echtzeitdaten ermöglichen. Ausserdem erleichtert die Software die Sammlung und Analyse farbrelevanter Geschäftsdaten. › www.gsedispensing.com

PROZESSOPTIMIERUNG Die Carl Ostermann Erben GmbH (COE), Anbieter von Druckformen, zeigt neue web-basierte Druckdatenverwaltung. Neben dem «coe center», das Freigabeprozesse vereinfacht, zeigt COE, welche Möglichkeiten die neu kamerabasierte Flexplatten-Erkennung «coe cam» bietet. Mit «coe center» stehen Kunden Optionen für den Datenaustausch, den Freigabeprozess und die Datenarchivierung zur Verfügung. › www.coe-bremen.de

ANILOX-TECHNOLOGIEN Zecher sieht die LabelExpo als wichtige Messe im Eventkalender, weil Label und Verpackungen immer stärker als Werbefläche genutzt werden und hochqualitative Drucke erfordern, für die die neuesten Anilox-Technologien eingesetzt werden. Mit der Stepped-Hex-Gravur bietet Zecher neue Möglichkeiten für eine gesteigerte Druckperformance. Darüber hinaus stellt der Rasterwalzenhersteller die Laserreinigung als eine neue Serviceleistung vor. Zechers Rasterwalzen werden bei Nilpeter zu sehen sein. › www.zecher.com

INTELLIGENTER SENSOR Der Intelligent Bar Sensor IBS-100 ist das erste aus der Akquisition von Intro International durch Q.I. Press Controls (QIPC) hervorgegangene Produkt. Das System ermöglicht eine 100%ige Inspektion und kann mit der bestehenden Software von QIPC für Register- und Dichtemessung und -kontrolle kombiniert werden. Die bildbasierte Farbdichte-, Farbgregister-, Perforations-, Schnittregister- oder Seitenregisterregelung kann jetzt als Vollprüfung erfolgen. › www.qipc.com

KOMBINATIONSANGEBOT Auf der LabelExpo wollen X-Rite und dessen Tochtergesellschaft Pantone LLC gemeinsam mit ihren Schwestergesellschaften Esko und AVT die branchenweit umfassendsten Lösungen für den Etiketten- und Verpackungsmarkt – von der ersten Idee bis zum Verkaufsregal – präsentieren. Auf der Messe werden X-Rite, Pantone und Esko einen gemeinsamen Stand zur Präsentation ihrer Lösungen für kreatives Design, Kommunikation, Farbmanagement und Qualitätskontrolle haben. Die kombinierten Lösungen vereinfachen viele Arbeitsschritte bei der Etikettenproduktion und sorgen für eine höhere Produktionsqualität. › www.xrite.com

XEIKON CX3 MACHT OM-KLEBETECHNIK FLEXIBLER

Premiere im digitalen Etikettendruck auf Rolle: OM-Klebeteknik hat sich für eine Xeikon CX3 entschieden. Die Maschine, die seit Juni bei dem Etiketten-Converter in Deutschland steht, soll die Produktion von Etiketten und Kennzeichnungen noch flexibler gestalten.

Vor dem Hintergrund sinkender Auflagen mit gleichbleibenden Motiven und einer steigenden Sortenvielfalt innerhalb der Auflage erwartet OM-Klebeteknik deutliche Effektivitätsgewinne und schnellere Reaktionszeiten auf Kundenwünsche. Die Xeikon Softwarelösungen Vari-Lane für die Materialoptimierung und Vectorizer für den Konturschnitt auf dem ebenfalls neuen Lasercutter SEI Labelmaster runden die Investition ab.

«Materialien ohne Vorbehandlung digital zu bedrucken, das war für uns das wichtigste Entscheidungskriterium, das den Ausschlag für den Kauf einer Xeikon CX3 gegeben hat», sagt Andreas Guter, Technischer Leiter Etiketten bei OM-Klebe-

technik. «Unsere Kunden, die oft sehr strenge Anforderungen an das Rohmaterial stellen, sollen stets die gleiche Qualität auf dem Material erhalten, egal, ob es konventionell oder digital bedruckt wurde».

Gerade auf Bauteilen unterliegt die Kennzeichnung einer strengen Kontrolle. Nummerierungen und Barcodes lassen sich nun direkt in einem Druckverfahren realisieren. Bisher wurden die Etiketten konventionell vor-



«Die Xeikon CX3 macht unsere Produktion flexibler», sagt Andreas Guter, Technischer Leiter Etiketten bei OM-Klebeteknik.

Ein weiterer Vorteil für den Digitaldruck ist der Wegfall der Druckplatten und die Herstellung der Stanzwerkzeuge sowie alle damit verbundenen Arbeitsschritte und Kosten. Ziel ist es, einfach schneller, kurzfristiger und letztendlich lukrativer liefern zu können. In der fünften Farbstation sollen neben Deckweiss für Transparentfolien die Zusatzfarben Orange und Grün für eine Farbraumerweiterung eingesetzt werden. Die Option, Sicherheitstoner zu nutzen, hat OM-Klebeteknik ebenfalls überzeugt.

gedruckt und anschließend im Thermotransferdruck serialisiert. Neben der Druckgeschwindigkeit – schliesslich zählt die Xeikon CX3 zu den derzeit schnellsten Fünffarb-Digitaldruckmaschinen am Markt – gehören die Leuchtechtheit des Tonerauftrags und die Lebensmittelverträglichkeit der Toner zu den Vorteilen, die OM-Klebeteknik ausschöpfen möchte.

› www.om-klebeteknik.de
› www.xeikon.com



Mimaki**ETIKETTEN- & VERPA-
CKUNGS-WORKFLOW**

Mimaki wird eine Vielzahl digitaler Lösungen zum Druck und Schneiden von Kleinauflagen und kundenspezifisch angepassten Etiketten auf der LabelExpo präsentieren. Dabei wird das Flachbettdrucksystem UJF-7151plus den Direktdruck auf starren Substraten vorführen und hochwertige Typenschilder für die Industrie produzieren. Zusätzlich wird ein kleines Laserschneidegerät in Verbindung mit einem Drucker starke Etiketten verarbeiten. Darüber hinaus wird Mimaki Print & Cut-Lösungen für Spezialetiketten unter Einsatz der Farbe Silber vorstellen. Mimaki wird ebenfalls seine Kebab-Option vorführen, die preisgünstige Lösung für den 360°-Direktdruck auf zylindrischen Objekten. Auf der Messe wird das Kebab-System mit dem UV-LED-Drucksystem UJF-3042MkII von Mimaki auf Glas- und Kunststoffflaschen drucken.

› www.mimakieurope.com

SPGPrints**LÖSUNGEN FÜR DEN
SIEBDRUCK**

Auf der LabelExpo wird SPGPrints seine Hochleistungslösungen für jeden Schritt des Rotationsiebdruck-Workflows bei Etiketten und Verpackungen vorstellen. Im Mittelpunkt stehen dabei die bebilderten RotaMesh- und die wiederverwendbaren RotaPlate-Schablonen aus 100% Nickel. Beide Schablonenreihen brillieren über das gesamte Anwendungsspektrum – von groben Effekten und Brailleschrift bis hin zu feinen Linien und 3-Punkt-Texten. Neu im RotaMesh-Programm ist eine neu bebilderbare, nahtlose RotaMesh-Nickelschablone mit 40er-Mesh für Glitzereffekte. Hinzu kommt eine neue Entwicklungs- und Auswaschanlage für RotaPlate-Schablonen. Das Unternehmen zeigt auch den neuen RotaPlate Screen Cleaner, ein Gerät, das automatisch alle Arten von Schablonen entwickelt und trocknet, sowie seine Lasergravur-Prepresssysteme für den Rotationsieb-, Flexo-, Buch- und Trockenoffsetdruck.

› www.spgprints.com

Epson**SUREPRESS
ETIKETTENDRUCKER**

Epson stellt mit der SurePress L-4533A(W) den Nachfolger seiner industriellen Etikettendruckmaschine SurePress L-4033A(W) vor. Die Epson SurePress L-4533A(W) wurde für Hersteller kleinerer bis mittelgroßer Auflagen von Etiketten entwickelt. Die Maschine nutzt das SurePress AQ-Tintenset mit einer



Die SurePress L-4533A(W) ist erstmals in Brüssel zu sehen.

grünen und einer orangenen Tinte. Dies erweitert den Farbraum der Maschine und ermöglicht daher weitere Anwendungen. Die AQ-Tinten sind wasserbasierend, sodass bei Betrieb und Einrichtung der SurePress keine Anlagen zur Entsorgung von Chemikalien benötigt werden. Epson zeigt zudem sein UV-Modell L-6034VW sowie ein breites Portfolio an ColorWorks, LabelWorks und auch SureColor SC-S- und SC-P-Maschinen.

› www.epson.de

Konica Minolta**ZYKLUS ETIKETTEN-
PRODUKTION**

Konica Minolta informiert über den kompletten Ablauf seiner Etikettenproduktion. Damit unterstreicht das Unternehmen seine wachsende Marktstellung im Industriedruck. Schwerpunkt der Präsentation liegt auf Produkten und Lösungen, mit denen Kunden aus Akzidenz- und Industriedruck die Effizienz

ihrer Geschäftsprozesse steigern können. Vorgestellt wird der gesamte Zyklus der Etikettenproduktion – von der ersten Datei bis hin zu den fertigen Etiketten auf Rollen. Die digitale tonerbasierende Technologie von Konica Minolta wird bereits umfassend an Kundenstandorten auf der ganzen Welt eingesetzt. Mit der bizhub Press C71cf bietet Konica Minolta nun Dienstleistungs- und Supportangebote sowie Lieferoptionen für Verbrauchsmaterialien.

› www.konicaminolta.de

Domino**K600i WHITE
DIGITALDRUCKSYSTEM**

Domino wird auf der LabelExpo das neue Druckmodul K600i White vorstellen. Mit einem Tintenmanagementsystem wird die Zuverlässigkeit beim Einsatz der stark pigmentierten, UV-aushärtenden weissen Tinte gewährleistet. Der K600i White ist in erster Linie für Druckunternehmen konzipiert, die



Die K600i white eignet sich besonders gut für den Druck von hochauflösenden weissen Textinformationen in sehr kleinen Punktgrößen auf Etiketten.

eine digitale Alternative zum Siebdruck suchen. Der K600i White ist eine Weiterentwicklung des K600i Piezo-Drop-on-Demand-Inkjet-Systems. Der Drucker verfügt über eine Druckbreite von 333 mm und bietet Geschwindigkeit von 50 m/Min. beziehungsweise 75 m/Min. im Modus mit geringerer Abdeckung.

› domino-deutschland.de

DRUCKMARKT PRINT digital!



print-digital.biz

Technologisch ist der Digitaldruck in der Branche längst angekommen. Doch in der Kommunikationsindustrie kämpft er noch immer um eine massgebliche Marktdurchdringung. Weil die Entscheider in Industrie und Agenturen noch längst nicht alle Möglichkeiten, Wirkungsweisen und technischen Einsatzgebiete des Digitaldrucks kennen und nutzen.

Um das Gattungsmarketing für den Digitaldruck zu forcieren, hat der Fachverband Medienproduktion (f.mp.) die Brancheninitiative «PRINT digital!» ins Leben gerufen. Der «Druckmarkt» unterstützt diese aktiv. Lesen Sie in jeder gedruckten Ausgabe Berichte über interessante Projekte und beispielhafte Lösungen.

www.druckmarkt.com



VEREDELUNG IM DIGITALDRUCK DIE ALTERNATIVE ZU KALTFOLIE UND HEISSPRÄGUNG

Wer Drucksachen optisch oder haptisch aufwerten will, wird dazu Veredelungstechniken einsetzen, um sie attraktiver, aussergewöhnlicher und wertvoller erscheinen zu lassen. Nicht selten möchten Kunden für besondere Anlässe individuelle statt vorgefertigter Karten oder Etiketten. Dabei sollen sie durch den Einsatz von farbigen Effekten (zum Beispiel Gold oder Silber) edel und hochwertig aussehen.

Text und Bilder: FKS

Bislang ging für derartige Veredelungen nichts an der Heissfolienprägung oder Kaltfolien-Applikation in einer Offsetmaschine vorbei. Bei der klassischen Heissfolienprägung werden ein Prägestempel, eine Folie und eine spezielle Maschine benötigt, die mittels Hitze und Druck die durch den Stempel vorgegebene Form über die Folie auf das

Papier überträgt. Aufgrund der hohen Anschaffungs- und Materialkosten sind Kleinauflagen daher recht hochpreisig. Es lässt sich je Stempel auch nur ein Motiv prägen, weshalb eine Personalisierung unmöglich ist.

Die digitale Alternative

Digitale Folienprägung oder auch «Sleeking» (der Begriff aus dem Englischen hat mehrere Bedeutungen wie etwa glatt, elegant, geschmeidig

oder glänzend) ist nunmehr eine Alternative zur klassischen Veredelung. Hierzu sind zwar auch Maschinen, Geräte und Folien notwendig, doch bewegen sich die Investitionskosten in ganz anderen Dimensionen als bei klassischen Veredelungsverfahren. Die für das Sleeking notwendige Hardware beschränkt sich dabei auf ein elektrofotografisches Digitaldrucksystem, ein Folien-Kaschiersystem und die entsprechenden Folien zur Veredelung.

Damit lassen sich im Digitaldruck Metalleffekte schnell, werkzeuglos, wirtschaftlich und mit hoher Qualität erzeugen.

Seit Mitte 2016 bietet FKS die Over-Toner-Foiling-Option (OTF) für Komfi-Kaschiermaschinen an, die das Sleeking zur Aufwertung von Druckprodukten nutzt. Bei dieser digitalen Druckveredelung wird das gewählte Design, das hervorgehoben werden soll, im elektrofotografischen Digitaldruck auf das gewünschte Trägerma-

Die FKS/Komfi Folienkaschiermaschinen erfüllen trotz kompakter Abmessungen sämtliche Anforderungen an ein professionelles Produktionssystem. Auf den FKS/Komfi Folienkaschiersystemen ist der Einsatz unterschiedlichster Kaschierfolien für die Verarbeitung von Offset- und Digitaldrucken möglich. Es können sowohl OPP-, PET-, Nylon- als auch Strukturfolien verarbeitet werden.



terial gedruckt. Anschliessend werden die Druckbogen mit der Sleeking-Folie in einem Laminiergerät mit Druck und Hitze übertragen und so der gewünschte Metalleffekt aufgebracht. An den Stellen, auf die der Toner gedruckt wurde, verbindet sich die metallisierte Schicht mit dem Trägermaterial und erreicht ein einwandfreies Druckveredelungsergebnis mit hoher Feinheit.

Vollflächig oder partiell

Mit dieser neuen Transfertechnik, dem Sleeking beziehungsweise der OTF-Option, können neben Metalleffekten wie Gold und Silber auch changierende oder irisierende Effekte (Regenbogen), Hologrammfolien und bunte Metallfolien eingesetzt werden. Ebenso können mit Sleeking, ähnlich einer Spotlackierung, Motive partiell glänzend/matt hervorgehoben werden.

Auf die Metallfolie kann wiederum gedruckt werden, wodurch sich die hochwertigen Drucksachen noch weiter veredeln lassen. Durch die Vielzahl an Möglichkeiten sind gestalterischen Ideen kaum Grenzen gesetzt. Die hochwertigen und zudem aussergewöhnlichen Druck-Erzeugnisse erzeugen mit ihren Spezial-Effekten dabei höchste Aufmerksamkeit.

Die digitale Veredelungs-Alternative ist flexibler, schneller und gleichzeitig günstiger als die klassische Veredelung. Symbole, Ornamente oder Schriften können via Sleeking effekt-

voll gedruckt werden. So kann auch jede einzelne Karte personalisiert werden.

Einladungen, Etiketten, Urkunden, Gutscheine, Geschäftsdrucksachen, Visitenkarten, Gruss- oder Jubiläumskarten, Poster und Banner wirken hochwertiger und edler durch ihre haptischen und visuellen Effekte. Dabei lässt sich auch ein schöner Kontrast zwischen matten und glänzenden Elementen erzielen: Silber auf Schwarz, glänzender Lack auf dunklem Karton, eine matte Karte mit glänzenden Gold- oder Silbereffekten wirken dabei besonders edel. Derart veredelte Drucksachen werden nicht nur zum Hingucker, sondern machen aufmerksam und aus dem «Informationsträger Drucksache» ein emotionales und begehrenswertes Erzeugnis.

Der Charme dieser Lösung geht aber über das Sleeking hinaus. Denn eine Digitaldruckmaschine kann schliesslich auch für andere Arbeiten eingesetzt werden – genauso wie die FKS Komfi Kaschiermaschine Amiga 52, die generell den Einstieg in die Papierveredelung ermöglicht. Denn eine Folienkaschierung dient einmal dem Schutz von Druckprodukten und verlängert durch die Oberflächenversiegelung die Lebenszeit einer Drucksache. Auf den FKS/Komfi Folienkaschiersystemen ist der Einsatz unterschiedlichster Kaschierfolien für die Verarbeitung von Offset- und Digitaldrucken möglich.

› www.fks-hamburg.de

FREEWARE PREMIUM ONLINE TOOLS

GANZ HEISS



- PDF Preflight
- Color Preflight
- ISO↔PSO Converter



Auf die Website online-tools.ch gehen, den kostenlosen **Connector herunterladen** und loslegen: Preflights, Analysen und Konvertierungen pfannenfertig aus der Cloud. Einfacher war eine sichere Druckproduktion noch nie. Gleich ausprobieren!

www.online-tools.ch

PDFX-ready

Die PDFX-ready Online Tools werden unterstützt von



Durst Tau 330

ERSTE INSTALLATION IN EUROPA

Durst meldet die erste Installation des digitalen Inline-Laser-Finishing-Systems LFS 330 in Europa. Das System mit Stanztechnik von Spartacics ergänzt bei der renommierten französischen Druckerei Adesa einen Inkjet-Etikettendrucker des Modells Tau 330. Der End-to-End-Workflow ermöglicht den automatischen Auftragswechsel in einem Durchgang.

Der Tau 330 von Adesa ist mit sieben Farben (CMYK, Orange, Violett und Weiss) konfiguriert. Die Inline-Integration des Lasermoduls bietet immense Vorteile: Der Tau



Brice Carugati, Geschäftsführer der in der Nähe von Nîmes angesiedelten Druckerei Adesa, hat sich als erster für eine Installation der Durst Tau 330 in Europa entschieden.

330 kann ohne Verlangsamung mit einem Durchsatz von 48 m/Min. arbeiten, das Spektrum an Anwendungsmöglichkeiten ist breiter und mit der grösseren Weiss-Deckkraft erfüllt das System die Anforderungen beim Druck auf transparenten Etiketten, wie sie in der Lebensmittelbranche häufig benötigt werden.

› www.durst.it

Kindler Etikettenservice

HP INDIGO 20000 DIGITAL PRESS

Die Rolf Kindler Etikettenservice GmbH hat im Januar eine HP Indigo 20000 Digital Press in Betrieb genommen. Der Experte für Etikettierung baut die Kapazität für die digitale Produktion bei der Herstellung spezieller Etiketten im Grossformat aus. Kindler arbeitet bereits seit 2012 mit einer HP Indigo WS 6000. Bei der neuen Indigo 20000 handelt es sich um



Die HP Indigo 20000 Digital Press ermöglicht Kindler Etikettenservice den Eintritt in neue Märkte im Bereich flexibler Verpackungen, variablem Datendruck sowie Mosaik-Druck.

eine Lösung für Etiketten und flexible Verpackungen. Mit ihrem Format, der Geschwindigkeit und den Ausschussfunktionen ermöglicht die 762-mm-Rollenmaschine hohe Produktivität.

› www.hp.com

› www.kindler-etiketten.de

ContiTech

LASERLINE, CONTI-AIR UND PHOENIX XTRA

ContiTech präsentiert die Druckformen Conti Laserline CSX und CSC mit integrierter kompressibler Schicht, die sich für flexible Verpackungen und Etiketten eignen. Geht es um Lackanwendungen, sind Conti Laserline CSL und CAL ideal. Auch der Wellpappendirektdruck ist möglich: Conti Laserline CCX kann für alle gängigen Wellenarten genutzt werden.

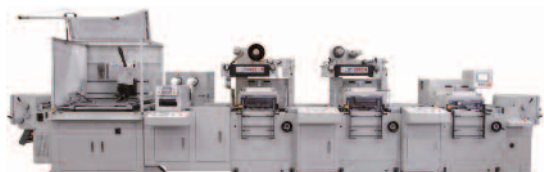
Speziell für den Tuben-, Becher- und Metalldruck wurde Conti Laserline CML entwickelt. Auch Conti-Air bietet neue Entwicklungen für den hochwertigen Etiketten- und Verpackungsdruck. Hier sind die Weiterentwicklungen der Deckplatten interessant. Neben den chemischen Eigenschaften wie Quellbeständigkeit und der einwandfreien Farbübertragung auch auf anspruchsvollen Substraten, bieten die Drucktücher hohe Standzeiten und eine gute Abriebbeständigkeit. Unter der Marke Phoenix Xtra Blankets präsentiert das Unternehmen eine selbstklebende Variante des Produkts Ruby. Das Vorzeigeprodukt des UV-Offsetdrucks steht für hochwertige Druckergebnisse für Verpackungen, Blech und Tuben.

› www.contitech.de

Link Label Machinery

ETIKETTEN-FINISHING-MASCHINE L 330 H

Link Label stellt die neue digitale Etiketten-Finishing-Maschine L 330 H vor. Das Design erlaubt eine kundenspezifische Kombination aus semirotativen und flachen Einheiten, Heissprägung plus Reliefprägung flach und semirotativ, Siebdruck flach, Flexo-, Offset- und Buchdruck auf Vorder- oder Rückseite semirotativ sowie Flach- und semirotative Stanzantriebe. Die Maschine hat Servoantrieb, Abwicklung, eine semirotative Heissprägeeinheit, ein semirotatives Offsetwerk, ein Siebdruckwerk, eine Heissprägeeinheit flach mit elektronisch gesteuertem Hub sowie längs oder quer drehbarer Folieneinführung, ein semirotatives Stanzwerk



Link Label Finishing System mit Siebdruck, 2 x Heissfolie und Flachstanze.

mit «Micro Link» Spaltmasseneinstellung und eine Aufwicklung. Ausserdem wird die servoantriebene semirotative Offsetmaschine Link 350 angeboten. In jedem Druckwerk steuern acht Servomotoren automatische Abläufe. Als Neuheit bietet Link Label diese Maschine als komplettes Inline-Hybrid Druck- und Konvertiersystem an, das mit allen für die 330 H Digitale Finishing Maschine konzipierten Werken ausgestattet werden kann.

› www.grafische-systeme.com

Bobst

INNOVATIONEN DER NÄCHSTEN STUFE

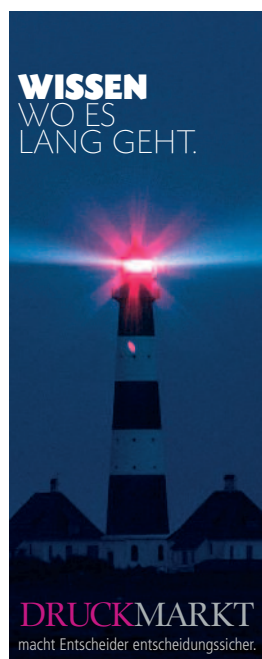
Nicht weniger als drei Inline-UV-Flexodruckmaschinen für den schmalen und mittleren Bahnbereich, M5X, M1 und M6, werden in ihrer neuesten Konfiguration und ausgestattet mit erweiterten Funktionen auf der LabelExpo den Druck und die Verarbeitung von Etiketten und flexibler Verpackungen demonstrieren.

Neben den Inline-Flexomaschinen, die Lösungen zur kontinuierlichen Steigerung der Maschinenleistung bieten, will Bobst auch brandneue Entwicklungen vorstellen.

Zudem wird das umfassende Spektrum der Web-fed-Lösungen präsentiert, die Bobst in den verschiedenen Seg-

menten der Etikettenindustrie anbietet. Dazu gehören Entwicklungen im CI-Flexodruck, Tiefdruck und im Kaschieren, die sich besonders für Kunden eignen, die hohe Effizienz bei kleinen Auflagen benötigen. Zudem informiert Bobst über Anlagen für Silikonbeschichtung, Klebstoffbeschichtung, Vor- und Nachmetallisierung sowie Vakuummetallisieren.

› www.bobst.com



TECNAVIA

The future of e-publishing.



Besuchen Sie uns
10 - 12 Okt. 2017 - Messe Berlin
Halle 21B - Stand Nr. C.09



Download on the
App Store

ANDROID APP ON
Google play

Windows
Store

Reshape your news!

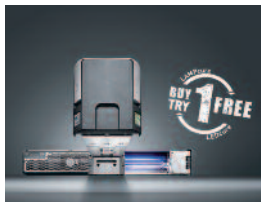
NEWSMEMORY **Bluebird**

Wir entwickeln innovative, zuverlässige **e-Publishing-Lösungen**, die Lesern eine neue Erfahrung **quer über alle Geräten** ermöglicht, und Verleger die notwendige Unterstützung und Tools bietet, um Kosten zu senken, Effizienz zu verbessern und Umsätze zu steigern.

WWW.TECNAVIA.COM
info@tecnavia.com - P +41 (0) 44 552 4046

**IST Metz
UV- UND LED-
LÖSUNGEN**

IST Metz ist in Brüssel mit der MBS-Produktreihe vertreten. Mit Hot-Swap kann im Betrieb zwischen der UV-Lampen-Technologie und der LED-Technologie gewechselt werden. Das Aussengehäuse bleibt an seinem Platz in der Maschine, das Einschubmodul LAMPcure wird gegen ein LEDcure-System ge-



Sowohl UV-Lampen- als auch UV-LED-Aggregate lassen sich mit demselben Vorschaltgerät betreiben.

tauscht. Der Kontakt zu den Versorgungsanschlüssen wird dabei automatisch hergestellt. Der Austausch erfolgt werkzeuglos in kurzer Zeit. Ausserdem stellt der UV-Anlagenhersteller das «Buy One, Try One» Konzept vor. Dabei soll die Frage, ob es für einen Betrieb lohnenswert ist, auf LED-Technologie umzurüsten, während einer kostenfreien Testphase geklärt werden: Kunden können beim Kauf einer MBS-LAMPcure-Anlage einen Monat lang die LED-Lösung MBS LEDcure gratis testen.
> www.ist-uv.com

**Fujifilm
FLEXOPLATTE FLENEX
FW**

Anhand konkreter Anwendungen stellt Fujifilm die Vorteile seiner Flexodruckplatte Flenex FW heraus. In Kombination mit dem kompakten Prozessor C-Touch 2530 MK2 oder den halbautomatischen Prozessoren der System-Unit MK2-Familie von Fujifilm verkürzt die wasser- auswaschbare Photopolymer-



Auf der LabelExpo Europe 2017 zeigt Fujifilm eine Vielzahl hochwertiger Musteretiketten, die Kunden mit der Flenex-Platte und den Uvivid-Farben von Fujifilm herstellen.

platte die Herstellzeiten auf etwa 40 Minuten pro Platte. Die Flexoplatte Flenex FW basiert auf einer speziellen sauerstoffunempfindlichen Kautschukverbindung. Diese erlaubt eine Auflösung bis 200 lpi und eine Punktweidergabe bis 1%. Die Prozessoren der C-Touch MK2-Familie sind für die Plattenformate (63 x 76 cm, 76 x 102 cm und 92 x 122 cm) erhältlich, bieten einen hohen Automatisierungsgrad und einen effizienten Herstellprozess.
> www.fujifilm.de

**Sappi
RELEASE LINER UND
LABEL PAPERS**

Die weltgrösste Veranstaltung für die Etiketten- und Verpackungsindustrie stellt für Sappi ein wichtiges Forum dar, um seine Expertise bei Träger- und Etikettenpapieren zu zeigen. Schwerpunkt sind Neuigkeiten in den Produktgruppen Release Liner und Label Papers. Dazu gehören das verbesserte Sili-



Einer der Messeschwerpunkte von Sappi sind Label Papers.

konbasis-Papier Sappi Sol DNC sowie mit Sappi Parade Face Stock C1S und Sappi Parade Face Stock Vellum zwei neue Etiketten-Papiere. Sie sind für den direkten Lebensmittelkontakt und nach DIN EN 71 für die Sicherheit von Spielzeug zugelassen. Das Einsatzgebiet der selbstklebenden Etiketten umfasst Deko-Etiketten für Dosen, Gläser, Einweg- und Mehrwegflaschen, Sticker, Preisschilder und mehr. Parade Face ist in der Grammaturn von 80 g/m² verfügbar, Parade Face Stock Vellum in Flächengewichten 70 und 80 g/m². Beide Papiere sind auch FSC-zertifiziert lieferbar.
> www.sappi.com

**Focus Label Machinery
ETIKETTEN IN EINEM
ARBEITSGANG**

Focus bringt mit der d-Flex eine kompakte Lösung zur Herstellung von in nur einem Arbeitsgang digital gedruckten und rotativ gestanzten Etiketten. Inkjet-Druckköpfe von Konica Minolta, integriert in die Konvertiermaschine Reflex mit Flexodruckwerk, Stanzen und Längsschneider produzieren bei bis

Focus dFlex mit der optionalen Ausstattung mit einem zweiten Flexodruckwerk.



zu 50 m/Min. aus einer Blankrolle fertige Etiketten auf Rolle oder Bogen. Mit einem zweiten Flexowerk kann das Material mit Coating optimiert werden. Gezeigt wird auch eine Reflex S Servo, die vorgedruckte Rollen rotativ veredelt und zu einfachen oder mehrlagigen Etiketten verarbeitet. Möglich sind Eindrücke, Beschichtungen, Kaltfolie, laminieren und lackieren von der Rolle oder vom Bogen bei 100 m/Min. Auch die Flexodruckmaschine Proflex SE wird im neuen Design mit Drop-in-Druckzylindern zu sehen sein.
> www.grafische-systeme.com

**Zeller+Gmelin
NEU ENTWICKELTE
FARBSYSTEME**

Der Druckfarbenhersteller Zeller+Gmelin präsentiert zur LabelExpo mehrere neue Farbsysteme. Ein Schwerpunkt ist dabei das wachsende Segment der migrationsarmen Druckfarben. Angesichts einer anhaltenden Verschärfung gesetzlicher Vorgaben wird die Wahl geeigneter Druckfarben- und

Lacksysteme immer wichtiger, um gesetzeskonforme Lebensmittelverpackungen und Etiketten herstellen zu können. Zeller+Gmelin wird in Brüssel ausserdem über neue Flexodruckfarben für den LED-UV-Druck informieren, die in den USA bereits im Einsatz sind. Sie sind für die LED-Härtung mit den Wellenlängen von 385 und 395 nm ausgelegt. Vor der kommerziellen Einführung im europäischen Markt ist noch eine Abstimmung mit den regionalen Anforderungen erforderlich.
> www.zeller-gmelin.de

**INVESTITIONSKOMPASS
DIGITALDRUCK**

52 Seiten Digitaldruck Farbe und Schwarz-Weiss. Rolle und Bogen, Formate A3+, B2 und B1. 12 Seiten Marktübersichten mit 235 Modellen. 18,50 €. Zu bestellen im Internet.



KNOW-HOW AKTUELL



www.druckmarkt.com

Ricoh VEREDELUNG MIT METALLIC-EFFEKTEN

Ricoh will auf der LabelExpo zeigen, wie Metallic-Effekte helfen können, sich auf Wachstumsmärkten, wie Etiketten, Grusskarten, Buchumschläge, Broschüren, Verpackungen und Geschenkgutscheine, zu etablieren.



Auf der LabelExpo präsentiert Ricoh Druckveredelungen mit Metallic-Effekten.

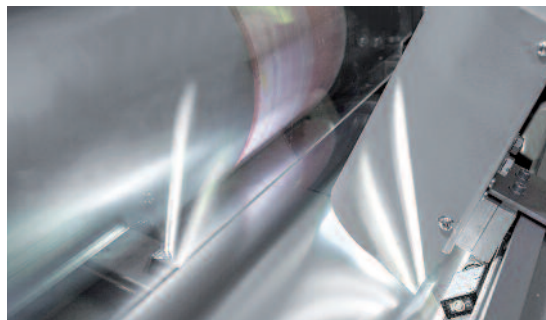
In Partnerschaft mit der MDV Group, einem Spezialisten für die Beschichtung von Papier und Folie, wird Ricoh das Leistungspotenzial der fünften Farbstation seines digitalen Einzelblattdrucksystems Ricoh Pro C7100X vorführen. Zu den Anwendungen gehören Etiketten mit Silber- und Gold-Effekten. Auch der Neonpink-Toner wird in Verbindung mit einer Vielzahl von Bedruckstoffen, darunter Kunstfasern, vorgestellt. Gezeigt werden auf der Messe auch Schilder und Displays, die mit dem Grossformat-Latexdrucker Pro L4100 von Ricoh produziert wurden. Dazu gehören auch Etiketten und Grafiken für den Innen- und Aussenbereich, wie beispielsweise für Bodenbeläge.

› www.ricoh.de

BOBST M8-PRODUKTLINIE DIGITAL-FLEXO FÜR ETIKETTEN

Auf der LabelExpo wird die Bobst M8 vorgestellt, ein schnelles und hochautomatisiertes Druck- und Verarbeitungssystem für flexible Verpackungen und Etiketten.

Die M8-Produktlinie ist eine Inline-Druck- und Weiterverarbeitungsmaschine mit der Möglichkeit des Kombinationsdrucks mit einer Bahnbreite von bis zu 1.070 mm und einer Geschwindigkeit bis zu 400 m/Min. Bobst «Digital-Flexo» ist eine vollständige automatisierte Druckmaschine mit Kameraüberwachung, die für die vollautomatische Register- und Druckbeistellung verantwortlich sind. Mit einer zusätzlichen 100%-Kontrollkamera wird das Gesamtbild (Register und Druck) mit dem PDF verglichen.



Die neue Bobst M8 Produktlinie für flexible Verpackungen mit «Digital-Flexo» verspricht Verbesserungen und Wachstumschancen für den Etikettendruck.

«Diese Fähigkeiten werden einen grossen Einfluss auf die weitere Entwicklung des Marktes haben», meint Matteo Cardinotti, Leiter für schmalbahnige Druck- und Weiterverarbeitungsmaschinen. «Die Druckereien wissen, dass sie auf Vielfalt setzen müssen, um ihren Marktanteil zu steigern oder zumindest konstant zu halten; viele Etikettendruckereien haben daher in weitere Anlagen investiert, um in den Markt kleiner Auflagen und flexibler Verpackungen einzusteigen. Die neue Bobst M8 passt besonders gut zu dieser zukunftsorientierten Denkweise». Für Anwender ist die hohe Flexibilität wichtig, die die Maschine in Bezug auf Träger, Material und Anwendungen bietet. Ebenfalls besteht die Möglichkeit mit UV-, Wasser- oder Lösungsmittelfarben zu drucken. Neben «Digital-Flexo» bietet die M8 einen automatisierten «fliegenden» Jobwechsel. Aufgrund dieser speziellen Eigenschaften kann die Druckmaschine mit allen Lauf-längen effizient arbeiten, auch bei Just-in-Time-Bestellungen. Ebenso bemerkenswert ist die grosse Auswahl an Substraten, die von der Maschine verarbeitet werden kann. Dazu gehören praktisch alle Arten von Substraten, die in der Verpackungsindustrie bei «Rolle-zu-Rolle»-Anwendungen verwendet werden: Folie, Alufolie, Laminattuben und Papier. Die Kartonversion M8 kann Karton bis zu 600 g/m² verarbeiten.

› www.bobst.com

Hapa an der drinktec INTEGRIERTER «REDCUBE PLUS»

Zusammen mit den Partnern SACMI und IMD hat Hapa das UV-Druckmodul «redcube plus» vorgestellt. Das Modul, integriert in eine digitale Etikettierlinie für zylindrische Behälter von SACMI, kombiniert den Druck in CMYK und die Applizierung der Etiketten auf Flaschen. Dabei ermöglicht die flexible Druckstation die Individualisierung des Designs bei kleinen Produktionsmengen. Die auf der SACMI Flaschenetikettierlinie verwendeten Tinten der Aposta-Linie wurden von Hapa Ink entwickelt. Das mit dem «redcube plus» ausgestattete Closure Direct Printing-System von IMD bedruckt Getränkeverschlüsse in CMYK plus Weiss. Auch die auf dieser Linie verwendeten Tinten wurden von Hapa Ink entwickelt und produziert und stammen aus der Enserra-Linie.

› www.hapa.ch

Grafische Systeme IMPRINTER 310 NEU IM VERTRIEB

Neu im Vertrieb von Grafische Systeme ist der Imprinter 310. Die Flexoeindruckmaschine passt in jeden Etikettenbetrieb, der Rollenetiketten als Vordrucke herstellt oder zukaft, um sie in kleinen Mengen oder auf Kundenabruf mit statischen Text- oder Symboleindrucken zu individualisieren. Bei Weinetiketten wird dieses Verfahren besonders gerne angewendet. Der Imprinter 310 verarbeitet auf Papier oder Folie vorgedruckte und gestanzte Etikettenrollen bis 400 mm Durchmesser und 315 mm Bahnbreite. Gedruckt wird mit Flexodruck oder UV-Farben bis 310 mm breit und 300 mm lang in einer Geschwindigkeit bis 30 m/Min. Zum Nummerieren und Eindrucken digitaler Daten kann ein Inkjet-Drucksystem integriert werden.

› www.grafische-systeme.com

Toscana

Graubünden

Edle Weine der Brüder Davaz.

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



Im Rahmen der Fespa 2017 feierte die European Digital Print Association (EDP) 31 Gewinner der begehrten EDP Awards. Die Technologie-Awards wurden 2017 zum elften Mal vergeben. Dabei wurden Produkte aus den Kategorien Hard- und Software, Print, Finishing und Consumables ausgezeichnet.

Foto: Herman Hartman

EDP ASSOCIATION UNTERSTÜTZUNG BEIM ENTSCHEIDUNGS- PROZESS

Vorrangiges Ziel der EDP ist es, ihre Leser und damit die Technologie-Anwender bei der Suche nach der richtigen Lösung für ihre Anforderungen im Praxiseinsatz zu unterstützen. Dabei helfen auch die EDP Awards: Seit 2007 hat die EDP die aus ihrer Sicht besten Lösungen aus Kategorien wie Hard- und Software, Large-Format-Printing, Digitaldruck, Finishing und Verbrauchsmaterialien ausgezeichnet.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Die European Digital Print Association (EDP), 2006 von sechs europäischen Fachzeitschriften gegründet, deren Fokus auf dem Digitaldruck und den digitalen Produktionstechniken liegt, hat inzwischen 20 Mitglieder, deren Magazine in 27 Ländern Europas erscheinen und dabei mehr als eine halbe Million Leser erreichen.

Ziel der EDP ist es, ihre Leser mit fundierten Informationen für die tägliche Praxis zu versorgen und die Entscheidungsfindung bei der Auswahl des Produktions-Equipments zu unterstützen. Dabei geben auch die seit 2007 verliehenen EDP-Awards wertvolle Hilfe. Über die letzten Jahre wurden bereits mehr als 230 Trophäen verliehen – Im Mai kamen noch einmal 31 EDP Awards dazu. Aus den von den Herstellern eingereichten Produkten (2017 waren es

mehr als 150) in den verschiedenen Kategorien wird vom Technischen Komitee der EDP eine Vorauswahl getroffen, aus der die EDP-Mitglieder die Gewinner wählen (die Preisträger 2017 sind auf der nächsten Seite aufgelistet). Kriterien bei der Nominierung sind jedoch nicht nur die nackten technischen Daten, sondern vor allem die Praxistauglichkeit, Qualität, Produktivität und Investitionssicherheit. Daran werden die eingereichten Produkte gemessen.

Weiterführende Informationen und eine umfangreiche Dokumentation zum Download stehen auf der Internetseite der EDP Association zur Verfügung.

Die Ausschreibung der EDP Awards 2018 startet im Oktober 2017 und endet voraussichtlich Anfang März 2018.

› www.edp-awards.org

»Die EDP Awards sind der renommierteste und wertvollste Technical Award für das digitale Print-Business in Europa.«



So die Stimme eines Teilnehmers.
Danke. Und herzlichen Glückwunsch den Gewinnern.

HARD/SOFTWARE Best robotics hardware: **swissQprint Rob** • Best layout, design and editing software: **Esko Artios CAD** • Best workflow technology: **Esko Automated Quality Assurance** • Best color management: **GMG Open Color** • Best special application software: **Ricoh Digital book printing solution** • **LARGE/WIDE FORMAT PRINTING** Best roll-to-roll printer up to 170 cm: **Canon Océ Colorado 1640** • Best flatbed/hybrid printer up to 20 m²/h: **Mutoh ValueJet 1638UH dual head LED UV** • Best flatbed/hybrid printer up to 250 m²/h: **swissQprint 4x4 version of Nyala 2** • Best print & cut solution: **Roland DG TrueVIS SG-Series** • Best object printer: **Mimaki UJF-3042/6042MkII** • Best textile printer roll-to-roll up to 100 m²/h: **Mimaki Tx300P-1800P** • Best textile printer roll-to-roll > 100 m²/h: **EFI VUTEk FabriVU 180/340** • **COMMERCIAL PRINTING** Best cutsheet printer color up to B3 < 200.000 A4/month: **Ricoh Pro C5200s** • Best cutsheet printer color up to B3 > 200.000 A4/month: **Kodak NexPress ZX 3900** • Best cutsheet printer color up to B3 > 600.000 A4/month: **Xerox Brenva HD** • Best cutsheet printer color B2 (+): **HP Indigo 12000 Digital Press** • Best webfed printer color < 550 mm width: **Canon Océ ProStream** • Best webfed printer color > 550 mm width: **HP Indigo 50000 Digital Press** • Best label printer > 321 mm web width: **HP Indigo 8000 Digital Press** • **PRINT & FINISHING SOLUTIONS** Best book printing solution: **Domino K630i book block solution** • Best folding carton solution: **KAMA FF 52i Folder Gluer** • Best corrugated solution: **Durst Delta WT 250** • Best textile solution: **SPGPrints Javelin** • **FINISHING** Best digital cutting system: **Zünd 3.6 kW Routing System RM-L** • Best laser cutting system: **Trotec Laser SP2000** • Best cutsheet finishing solution offline B2: **SEI Laser PaperOne 5000** • Best cutsheet finishing solution offline B1: **Highcon Beam** • Best enhancement solution: **Steinemann dmax/dfoil** • **CONSUMABLES** Best UV ink: **Agfa Graphics UV LED inks** • Best special application substrate: **Trotec Laser Digital print series** • **SPECIAL SOLUTIONS**: Best special: **Just LED proofStation 20 SP**

LOOKBOOK DIGITAL PRINT SCHLUSS MIT DER QUALITÄTS- DISKUSSION

Im Digitaldruck sind Preis- und Qualitätsunterschiede ein viel und gerne diskutiertes Thema. Und viele Drucksachenbesteller trauen sich erst gar nicht an den Digitaldruck heran, weil sie bei der Auswahl des bestmöglichen Druckverfahrens für das nächste Projekt unsicher sind.

Mit dem «Lookbook Digital Print», das Elanders Germany Ende Juni vorstellte, macht das Waiblinger Unternehmen der oftmals mühsamen Qualitätsdiskussion ein Ende. Denn in dem Buch werden unterschiedliche Digitaldruckverfahren gleich einem Musterbuch mit identischen Motiven auf dem gleichen Papier gegenübergestellt. Das «Lookbook Digital Print» beinhaltet 16 Beispiele (un-

skalen und eine Testform), die in verschiedenen Digitaldruckverfahren produziert wurden. Die Druckergebnisse der HP Indigo (Elanders betreibt in Waiblingen vier HP Indigo 7900 Digital Presses sowie vier Anlagen vom Typ Indigo 10000/12000) und die Qualitätsvarianten «Performance» und «HDNA» der HP High-speed-Inkjet-Rollenmaschinen Page-Wide Web Press

Das Lookbook ist damit eine wertvolle Unterstützung bei der Technologie-Auswahl, um sich projektbezogen für das am ehesten geeignete Digitaldruckverfahren entscheiden zu können. Inzwischen hat Elanders aber noch einmal nachgelegt. Aufgrund der grossen Nachfrage wurde eine Nachproduktion der Lookbooks angestossen, meldet der auf hochwertige Werbematerialien, Verpackungen, Publikationen und on-Demand-Drucksachen spezialisierte Druckdienstleister.

Zum anderen wurde ein Online-Kalkulator entwickelt, der die Möglichkeit bietet, einige Standardprodukte (Softcoverbroschüren in den Formaten DIN A5 und A4 ab 80 Seiten) ganz schnell und einfach selbst zu kalkulieren. So erhält der Interessierte zusätzlich zum Lookbook und den Qualitätsvergleichen zusätzlich noch ein Gefühl für das Preisgefüge – den verbindlichen Druckpreis erhält man «on the fly».

› www.elanders.com



terschiedliche Landschaften, technische Sujets, Hauttöne, Grafiken, graue und schwarze Flächen, kleine und negativ gestellte Schriften, Farb-

T240 HD können im direkten Vergleich bewertet werden. Dabei werden die Qualitätsunterschiede (je nach Bildmotiv) deutlich sichtbar und für unterschiedliche Einsatzmöglichkeiten auch greifbar.

Metsä Board

TEEVERPACKUNG GEWINNT DESIGN AWARDS

Finden Sie nicht auch, dass diese Melone zum Anbissen gut aussieht? Dabei ist es kein erfrischendes Obst, sondern eine Umverpackung für das «T2 Mini Fruit Tea»-Sortiment, dessen Verpackungsdesign von Metsä Board zahlreiche internationale Auszeichnungen erhalten und einen der renommierten iF Design Awards gewonnen hat. Die Form der Teeschachteln sind den Obstsorten der Geschmacksrichtungen Banane, Wassermelone, Apfel und Pfirsich nachempfunden. Das Design wird bewusst auf die ungestrichene Seite von MetsäBoard Pro



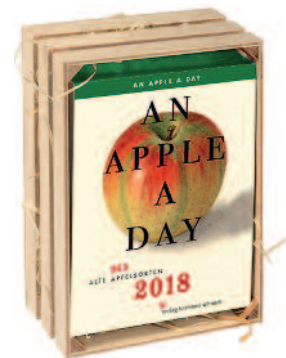
FBB Bright 250 g/m² gedruckt, um die natürliche Textur der Früchte aufzugreifen und die Schachteln griffsympathischer zu machen. Dank der hohen Steife des Kartons und durch raffiniertes Falzen und Falten des Materials kommt das Verpackungskonzept ganz ohne Klebstoff aus.

› www.metsaboard.com

An Apple a Day

365 NEUE ALTE APFELSORTEN

Die 2017er Auflage des Kalenders «An Apple a Day» wurde dem Verlag Hermann Schmidt begeistert aus den Händen gerissen und war schon im Oktober 2016 auf der Buchmesse restlos ausverkauft. Der grossen Nachfrage nach einem Nachfolger folgt der Verlag mit dem Abreisskalender für 2018 täglich mit schönen Apfel-Illustrationen und an Sonntagen mit besonders schönen Zeichnungen des beliebten Obstes mit Blattwerk und teilweise mit Blüten. Die 365 Apfelsorten aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Vereinigten Staaten werden im Kalender «An Apple a Day» zum Stellen, Hängen oder Legen ab sofort in einer Miniatur-Obstkisten geliefert.



Jochen Rädker
An Apple a Day
Kalender 2018
Tages-Abreisskalender mit 368
beidseitig vierfarbig bedruckten
Blättern mit zusätzlicher
Perforation zum Abtrennen des
Kalendariums und Sammeln
der Apfelbilder.
Format 11,4 x 15 cm.
Verpackt in einer eigens dafür
gefertigten Sperrholz-Mini-
Obstkiste.
24,80 Euro,
EAN 42 6017281 063 0.

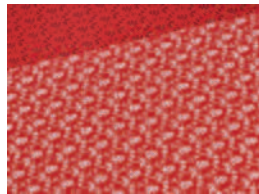
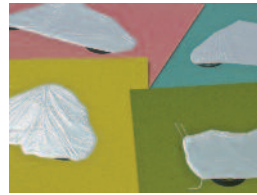


LUST AUF PRINT

Drucken hat neue Dimensionen erreicht, ist multi-

dimensional und multimedial. Gedrucktes ist so ansprechend, erlebnisreich, verwandlungsfähig, vielfältig und qualitativ hochstehend wie kein anderes Medium. Print ist Impulsgeber in der Kommunikation und eine unantastbare Grösse im Medienmix.

Beim Wettbewerb «Swiss Print Award» können Agenturen, Verlage, Drucker, Buchbinder sowie ihre Auftraggeber mit kreativen Druck-Erzeugnissen beweisen, wie ideenreich, erfolgreich und kommunikativ bedrucktes Papier sein kann.



Abbildungen: Eingereichte Arbeiten für den Swiss Print Award 2017.


EINSENDEN BIS
15. FEBRUAR 2018

› Für den Wettbewerb «Swiss Print Award 2018» kann alles eingereicht werden, was gedruckt wurde: Imagewerbung, Broschüren, Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Bücher, Mailings, auch vernetzte Printprodukte und cross-mediale Arbeiten, Etiketten, Verpackungen, POS-Materialien wie Displays sowie Aussenwerbung, Plakate etc.

› Die Arbeiten müssen im zurückliegenden Jahre oder bis zum Einsendeschluss am **15. Februar 2018** aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.
› Teilnahmberechtigt sind alle Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Hersteller, Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe mit von ihnen erstellten oder beauftragten 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



INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2017			
19. 09. – 21. 09. 2017	swiss publishing days	Bern	 › www.swiss-publishing-days.ch
21. 09. – 22. 09. 2017	ZLV, Verpackungssymposium 2017	Kempten	 › www.zlv.de
25. 09. – 28. 09. 2017	LabelExpo Europe	Brüssel	 › www.labelexpo-europe.com
26. 09. – 29. 09. 2017	Horizon, Finishing First Event	Quickborn	 › www.horizon.de
10. 10. – 12. 10. 2017	World Publishing Expo	Berlin	 › www.wan-ifra.org
11. 10. 2017	3. Vertriebskongress der Druck- und Medienbranche	Düsseldorf	 › www.vdmnw.de
11. 10. – 15. 10. 2017	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	 › www.buchmesse.de
18. 10. – 19. 10. 2017	print fair 17	Wien	 › www.printfair.at
18. 10. – 20. 10. 2017	viscom, Fachmesse für visuelle Kommunikation	Düsseldorf	 › www.viscom-messe.com
19. 10. – 20. 10. 2017	bvdm, Treffpunkt Technik 2017	Berlin	 › www.bvdm-online.de
24. 10. – 25. 10. 2017	The Inkjet Conference	Düsseldorf	 › www.theijc.com
26. 10. 2017	Fogra, Verpackungssymposium	Aschheim	 › www.fogra.org
31. 10. – 03. 11. 2017	IPEX 2017	Birmingham	 › www.ipex.org
14. 11. – 16. 11. 2017	InPrint 2017, Industrial Print Show	München	 › www.inprintshow.com
27. 11. – 28. 11. 2017	Direct Container Print Conference	Düsseldorf	 › www.dcp2017.org
29. 11. 2017	Future Summit Print 2017	München	 › www.vdmb.de/veranstaltungen
29. 11. – 30. 11. 2017	Fogra, Digitaldruck trifft Offset	Aschheim	 › www.fogra.org
29. 11. – 30. 11. 2017	Glassprint 2017	Düsseldorf	 › www.glassprint.org



Schule für Gestaltung Zürich

Berufsorientierte Weiterbildungskurse in Technik, Gestaltung und Kunst

Übersicht und Anmeldung für Kurse im Herbstsemester 2017/2018 online: www.sfgz.ch

Schule für Gestaltung Zürich
Ausstellungsstrasse 104
8005 Zürich
Telefon 044 446 97 77
www.sfgz.ch

VDMB

**ÜBERBETRIEBLICHE
AUSBILDUNG**

Rechtzeitig zum neuen Ausbildungsjahr startet die Überbetriebliche Ausbildung (üba) ihren Betrieb im neuen Innovationszentrum Druck und Medien in Aschheim bei München. Das 30 Tonnen schwere Herzstück des Innovationszentrums steht schon bereit und wartet auf seinen Einsatz: die neue Heidelberg Speedmaster CD75-XL, die Fogra und VDMB künftig gemeinsam nutzen. Schon ab Ende September wird die üba hier die ersten Auszubildenden begrüßen und in allen Facetten von Druck und Medien fit machen.

Die Trainer Reinhold Rill und Christoph Görke freuen sich auf den Branchennachwuchs: Viele angehende Mediengestalter und Medientechnologen starteten mit der Überbetrieblichen Ausbildung in die Ausbildung. «Wir begleiten die Azubis der Branche nun schon seit über 30 Jahren. Diesen Erfahrungsschatz teilen wir gerne, um den Auszubildenden gute Grundlagen für eine erfolgreiche Ausbildung mitzugeben», erklärt üba-Ausbilder Reinhold Rill.

Mit der üba sorgt der VDMB dafür, dass der Branchennachwuchs schneller fit ist für die Aufgaben, mit denen die Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft Geld verdienen. Deshalb bietet der Verband seit vielen Jahren Spezialkurse, Programmschulungen und Schulungen in Medientechnik, Vorstufe und Drucktechnik an – vom Einstieg in die Ausbildung bis hin zur Prüfungsvorbereitung.

› www.vdmb.de

MBO

**AUSBILDUNGSBEGINN
FÜR MBO-AZUBIS**

Zwei neue Azubis sind vor Kurzem in der Firmenzentrale der MBO-Gruppe in Oppenweiler bei Stuttgart ins Berufsleben gestartet. Während ihrer dreieinhalbjährigen Ausbildung erlernen die beiden Jugendlichen den Beruf des Industriemechanikers beziehungsweise des Elektronikers für Betriebstechnik. Mit den beiden neuen Azubis hat die MBO-Gruppe nun insgesamt sieben junge Menschen in Ausbildung. Damit setzt die Gruppe ihre jahrzehntelange Tradition als Ausbildungsbetrieb erfolgreich fort.

› www.mbo-folder.com



«Es sei künftig mein Bestreben stets ein tugendhaftes Leben», so gelobten die Industriemeister Digital und Print sowie Medienfachwirte aus Voll- und Teilzeitklassen der privaten Fachschule Druck und Medien in Biberach. Nachdem die Hauchler-Absolventen für ausserordentliche Prüfungsleistungen Preise und Belobigungen erhielten, ging es zur feuchtfröhlichen Verabschiedung in der kalten Bütt, um nach altem Brauch von den Sünden der Aus- und Weiterbildung reingewaschen zu werden.

› www.hauchler.de

Polar

**ACHT JUGENDLICHE
STARTEN BERUFSWEG**

Für acht Jugendliche begann am 1. September mit ihrer Ausbildung bei Polar-Mohr ein neuer Lebensabschnitt. Sie werden in den nächsten dreieinhalb Jahren intensiv auf ihr zukünftiges Berufsleben vorbereitet. Jeweils drei Jugendliche werden zum Industriemechaniker und zum Mechatroniker ausgebildet



Die neuen Auszubildenden bei ihrem Start ins Berufsleben.

und zwei zum Industriekaufmann.

Die Personalleitung und der Ausbildungsleiter begrüßten die neuen Auszubildenden und wünschten ihnen für die kommenden Jahre alles Gute, viel Erfolg und einen guten Start in das Berufsleben. Die Ausbildung junger Menschen liegt Polar-Mohr sehr am Herzen. So bildet das Unternehmen seit vielen Jahrzehnten hochqualifizierten Nachwuchs aus. In diesem Jahr wurde auch ein neues Ausbildungszentrum investiert.

Am Begrüßungstag erhielten die neuen Mitarbeiter neben wichtigen Informationen rund um ihre Ausbildung und den Ausbildungsbetrieb bei einem Firmenrundgang auch einen ersten Einblick in die verschiedenen Bereiche des Unternehmens.

› www.polar-mohr.com

Digitalisierung im Fokus

**NEUER AUSBILDUNGS-
JAHRGANG**

Ausbildungsstart bei der Heidelberger Druckmaschinen AG am 1. September 2017: 99 junge Frauen und Männer beginnen ihre Ausbildung beziehungsweise ihr duales Studium an einem der vier Standorte des Unternehmens in Deutschland. Im Zuge der strategischen Ausrichtung «Heidelberg goes Digital»



67 junge Frauen und Männer starteten am 1. September am Heidelberg Standort Wiesloch-Walldorf mit ihrer Ausbildung beziehungsweise einem dualen Studiengang.

richtet der Branchenführer auch bei der Ausbildung verstärkt den Fokus auf das Thema der digitalen Transformation. So bildet das Unternehmen beispielsweise Mechatroniker gezielt im Umgang mit der virtuellen Kollaborations- und Kommunikationsplattform View2Connect aus, die unter anderem eine vollständig digitale Montageplanung ermöglicht. Künftig sollen zudem in verschiedenen Unternehmensbereichen digitale Arbeitsplätze für Auszubildende entstehen.

Zudem werden alle gewerblich technischen Auszubildenden bei Heidelberg mittlerweile an den Berufsschulen in der Metropolregion Rhein-Neckar in einer «Lernfabrik 4.0» ausgebildet. Dabei handelt es sich um ein vom Land Baden-Württemberg unterstütztes Projekt zur Förderung der digitalen Kompetenz.

› www.heidelberg.com

Gute Perspektiven

**94 NEUE AZUBIS BEI
KBA**

In diesem Jahr starten 94 junge Leute eine technische oder kaufmännische Ausbildung an den deutschen und österreichischen Standorten der Koenig & Bauer-Gruppe, vier mehr als im Vorjahr. Im Stammwerk Würzburg werden 36 und im Bogenoffsetwerk Radebeul 32 Nachwuchskräfte in Theorie und Praxis auf das Berufsleben vorbereitet. Bei den Tochtergesellschaften KBA-Metal-Print in Stuttgart, KBA-Metronic in Veitshöchheim, KBA-Kammann in Bad Oeynhausen, Albert-Frankenthal in Frankenthal/Pfalz und KBA-Mödling nahe Wien beginnen 26 Azubis eine Berufsausbildung.

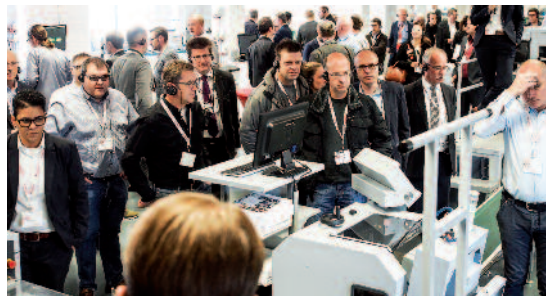
Bei Koenig & Bauer sind die Berufe Mechatroniker sowie Industrie- und Zerspanungsmechaniker am stärksten besetzt. Hinzu kommen Elektroniker, Industriekaufleute, Technische Produktdesigner, Konstruktions- und Giesereimechaniker, Technische Modellbauer, Medientechnologen Druck, Kauffrauen für Büromanagement sowie je ein Fachinformatiker für Systemintegration und ein Fachlagerist. Zudem wird ein ehemaliger Auszubildender eigenen der dualen Studiengänge Maschinenbau, Mechatronik, Elektro- und Produktionstechnik, welche ebenfalls vom Druckmaschinenbauer angeboten werden, beginnen. Neben den Nachwuchskräften des Stammwerkes erwerben auch die technischen Auszubildenden der KBA-Metronic GmbH und einiger Unternehmen aus dem Umland ihr berufliches Wissen in der Koenig & Bauer Werkberufsschule in Würzburg.

www.kba.com

AB 20. SEP.

**Metapaper-Roadshow
THE NEW SPIRIT OF
PAPER AND PRINT**

Die E-Commerce Plattform Metapaper lädt unter dem Titel «The new Spirit of Paper and Print» zur jährlichen Frühstücks-Roadshow. Los geht es am 20. September in Frankfurt, gefolgt von Düsseldorf (21. September), Stuttgart (22. September),



Finishing First: Zwei intensive Tage Know-how und Networking in der Horizon Academy.

Hamburg (27. September), Berlin (28. September) und München (19. Oktober) immer um 9:30 Uhr. Bei Café und Croissants geht es um Trendthemen rund um Papier und Print mit etlichen deutschen Letterpress- und Riso-Pionieren wie Drucken 3000 (Berlin), duplo press (Stuttgart), P98A / Die Lettertypen (Berlin) etc. Natürlich mit spannenden Druckprojekten auf dem Riso, im Digitaldruck und auf der weltgrößten Buchdruck-Maschine (Letterpress) gedruckt. Wenn Print zur Erlebniskommunikation wird, dürfen natürlich auch neue Papiere nicht fehlen. Dabei zeigt Metapaper, wie gemeinsam mit der Papierfabrik Zerkall das erste Büttenspapier für den Digitaldruck entwickelt wurde, wie aus einem geprägten Material 15 werden oder wieso das Metapaper Paperlab gegründet wurde. www.metapaper.io

26. SEP. BIS 29. SEP.

**Zweite Runde
HORIZON FINISHING
FIRST**

Bereits zum zweiten Mal lädt Horizon zu Finishing First, dem Event für innovative Druckunternehmer, die Lösungen für die Geschäftsmodelle von morgen suchen: Just-in-time-Produktion, echte On-Demand-Fertigung und intelligente Vernetzung

mit den Prozessen der eigenen Kunden. An je zwei intensiven Tagen erwartet internationale (26./27. September) und deutschsprachige Besucher (28./29. September) eine abwechslungsreiche Mischung aus anschaulichen Praxisberichten, aktuellen Branchentrends und strategischen Betrachtungen zur Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen. Hauptpartner 2017 ist die Hunkeler AG, die gemeinsam mit Horizon ihre neue Mailinglinie präsentieren wird. Weitere Anbieter aus den Segmenten Druck, Papier und Software komplettieren das Programm. So bietet Finishing First den perfekten Rahmen für ausführliche Diskussionen, Erfahrungsaustausch und umfassendes Networking.

› www.horizon.de

27. SEP.

**Fachkongress Offsetdruck
FLAGGSCHIFF DER
DRUCKVERFAHREN**

Mit einem Anteil von über 60% des gefertigten Umsatzes der Druckindustrie nimmt der Offsetdruck im Vergleich mit dem Digital-, Tief-, Sieb- oder Flexodruck mit weitem Abstand die Spitzenposition ein. Mit höchster Qualität und Produktivität bietet der Offsetdruck die breitesten Einsatzmöglichkeiten für anspruchsvolle Druck-Erzeugnisse. Auch zukünftig wird eine Vielzahl von Unternehmen der Druckindustrie ihren Gewinn im Offsetdruck erwirtschaften.

Am 27. September 2017 findet daher in Frankfurt der Fachkongress Offsetdruck statt. Aktuelle Themen des Offsetdrucks werden anhand von Berichten aus der Praxis und in Diskussionsrunden aufgegriffen. Sie zeigen, wie im Drucksaal die Verfügbarkeit, die Performance und die Qualität laufend optimiert werden kann. Denn die Druckmaschine als wichtigster Wertschöpfungsfaktor im Unternehmen ist entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg.

Das Themenspektrum reicht von der praktischen Umsetzung der neuen PSO-Norm über Automatisierung in der Offsetdruckproduktion bis hin den Vorteilen einer unabhängigen Maschinenabnahme. Einen Schwerpunkt wird der UV-Druck bilden.

Der Fachkongress wird veranstaltet von printXmedia Süd und printXmedia Consult Nord-Ost, den Beratungsgesellschaften der Druck- und Medienverbände.

› www.offsetkongress.de

AB 4. OKT.

**printdata insight 2017
DREITÄGIGE
HAUSMESSEN**

Mit printdata insight ruft das Karlsruher Kompetenz-Center für digitale Drucklösungen eine neue Veranstaltungsreihe ins Leben. So dreht sich auf den Kompetenz-Tagen von Printdata vom 4. bis 6. Oktober in Hamburg und vom 18. bis 20. Oktober 2017 in Karlsruhe-Eggenstein alles um innovative Ideen, Trends und Technologien für den erfolgreichen Digitaldruck. Dank der sich sowohl in Hamburg als auch in Karlsruhe-Eggenstein etwa zehn aktiv beteiligenden Partnerunternehmen blicken die beiden Veranstaltungen ganzheitlich auf den Digitaldruck – angefangen bei unter anderem der Auftragsgenerierung über die Kalkulation bis hin zu Druck und Weiterverarbeitung. Abgerundet wird das Informationsangebot der printdata insight-Hausmessen an den Donnerstagen und Freitagen jeweils mit interessanten und für den Alltag im Print-Business sehr nützlichen Vorträgen. Dabei beleuchten die Präsentationen an den Donnerstagen die Themen eher aus Management-Sicht, während die Vorträge an den Freitagen mehr einen Workshop-Charakter haben und somit stärker die Mitarbeiter aus der Produktion ansprechen.

printdata insight ist die zweite Veranstaltungsreihe des Karlsruher Kompetenz-Centers für digitale Drucklösungen. Erst im Mai 2017 fand in Grünstadt-Asselheim das zweite Printdata-Forum zum Thema «Erfolgsrezepte für den Digitaldruck» statt.

› www.printdata.org

5. OKT.

**Photoindustrie-Verband
PIV START-UP DAY AM
5. OKTOBER 2017**

Mit dem neuen Veranstaltungsformat PIV Start-up Day am 5. Oktober 2017 bietet der Photoindustrie-Verband e. V. (PIV) als Imaging-Interessenvertretung und ideeller Träger der photokina, Start-ups aus dem Imagingbereich, etablierten Imaging-Unternehmen und Organisationen, Institutionen und Medienvertretern eine Plattform zum Netzwerken. Beim PIV Start-up Day können Unternehmer, Investoren und Manager sowie Gründer Imaging-Geschäftsideen und Technologien der Zukunft live erleben ihr Businessnetzwerk erweitern.

www.piv-imaging.com

10. OKT. BIS 12. OKT.

**Advertising Trends
DCX DIGITAL
CONTENT EXPO**

Werbung ist noch immer ein wichtiger Bestandteil im Portfolio von Nachrichtenmedien. Im «Digital Advertising Pavilion» der DCX Digital Content Expo sowie im Begleitprogramm zu der Messe erhalten Medienmacher vom 10. bis 12. Oktober 2017 in Berlin ein Update in kompakter Form: Technik-Partner und weiteren Experten bringen sie auf den neusten Stand.

Anmeldung auf www.gfz.ch

Für unsere Mitglieder und interessierte Gäste haben wir informative und spannende Veranstaltungen vorbereitet.

Nutzen Sie die Gelegenheit ihr fachlich-berufliches Wissen zu erweitern und sich zu vernetzen.

Donnerstag, 28.9.2017 um 18.30 Uhr:

Besichtigung Briefzentrum ZH-Mülligen

Erfahren Sie wie im Briefzentrum Zürich-Mülligen täglich rund 15 Millionen Sendungen im Zusammenspiel mit hochmoderner Technik und vielen fleissigen Händen an die richtigen Adressen gebracht werden.

Besammlng: 18.15 Uhr

Beginn: 18.30 Uhr

Dienstag, 24.10.17 ab 18 Uhr:

Beginn Kurs InDesign Scripting (8 Einheiten)

Sie wollen Adobe InDesign noch besser kennenlernen? Den Aufbau, die Programmierung von Scripten und die Arbeit mit Datenbanken erlernen? Dann sind Sie bei diesem Kurs für erfahrene Anwender an acht Abenden mit je vier Unterrichtsstunden genau richtig! Von 24.10.2017 bis 12.12.2017 ab 18 Uhr, Berufsschule für Gestaltung Zürich.

Weitere Informationen zu diesen und unseren weiteren Veranstaltungen finden Sie auf unserer Website

www.gfz.ch.

Wir heissen alle unsere Mitglieder sowie interessierte Gäste zu diesen Veranstaltungen sehr herzlich willkommen!

Sichern Sie sich Ihren Platz durch Ihre frühzeitige Anmeldung!

12. OKT.

**Hilfe – der Kunde reklamiert
WORKSHOP &
GEDANKENAUSTAUSCH**

Nicht immer ist der Kunde mit den Leistungen einer Druckerei zufrieden – eine Reklamation droht! Doch wo sind die Grenzen zwischen einem «dritten Preisgespräch» und einem Grund zur Reklamation? Eine Reklamation kann für einen Betrieb betriebswirtschaftlich bedrohliche Ausmaße annehmen! Preisnachlass? Gerichtliche Auseinandersetzung? Wie kann ich eine Reklamation abwehren? Was mache ich, wenn die Reklamation berechtigt ist? Welche Normen, welche Toleranzen sind anwendbar? Wo kann ich nachschlagen? Wie kann ich optimal reagieren? Diese Fragen werden im Workshop «Hilfe – der Kunde reklamiert» am 12. Oktober (in 4532 Rohr, Österreich) anhand von praktischen Beispielen von Daniel Fürstberger und Harald Sexl, Gerichtssachverständige in Kooperation, beantwortet.
www.sexl.eu

AB 17. OKT.

**Lean Management
SEMINAR-ANGEBOT
DES VDMB**

Probleme lösen, Verschwendung reduzieren, Prozesse optimieren, Mitarbeiter fördern und fördern – das sind die Ziele von Lean Manage-

ment. Der Verband Druck- und Medien Bayern (VDMB) bietet in einem deutschlandweit einzigartigen Seminar Druck- und Medienunternehmen die Möglichkeit, schnell und praxisorientiert Lean Management Profis zu werden. Die Umsetzung im Tagesgeschäft steht dabei im Vordergrund.

Ein wesentliches Element von Lean Management ist es, zu lernen, dass Lean Management auf wissenschaftlicher Problemlösung aufbaut. «All unsere Aktivitäten sollen entweder Probleme lösen, Innovationen und Verbesserungen tätigen oder ein positives Umfeld erschaffen, welches es uns ermöglicht, jeden Tag und auf jeder Hierarchie-Ebene effizient Verbesserungen durchführen zu können. Im Kern geht es darum Verschwendung zu minimieren, Probleme pragmatisch zu lösen, Prozesse zu optimieren und vor allem ein Umfeld innerhalb des Unternehmens zu schaffen, in dem der einzelne Mitarbeiter im Fokus aller Betrachtungen steht. Und in dem sich jeder einzelne Mitarbeiter persönlich einbringen kann», sagt Marius Dammig, Leitung Innovationsmanagement beim Verpackungsspezialisten Kroha GmbH und einer der beiden Referenten beim VDMB-Seminar, das in drei Module aufgebaut ist und am 17. Oktober startet.

› www.vdmb.de

18. OKT. BIS 20. OKT.

**viscom
TRENDS FÜR PACKAGING UND DISPLAYS**

Wie müssen Verpackungen aussehen, damit Kunden zu greifen? Eine Antwort will die viscom vom 18. bis 20. Oktober 2017 in Düsseldorf geben. Mit der Packaging-Fläche und dem «Fokustag POS, Display und Packaging» am zweiten Messetag bietet Europas Fachmesse für visuelle Kommunikation dieses Jahr ein pralles Programm für Verpackungs-Fachleute. Erklärtes Ziel ist die Vernetzung von Kreativen und der Packaging-Industrie nach dem viscom-Motto «We connect». Konzipiert ist die Fläche für gelungene Anwendungsbeispiele, neue Materialien sowie Produktionstechniken – von der Prototypenherstellung über Veredelungsmöglichkeiten bis zu Druck- und Verarbeitungslösungen. Das schliesst auch Software und Web-to-Print-Anwendungen ein.

www.viscom-messe.com

18. OKT. BIS 20. OKT.

**Experten treffen Experten
BOBST LÄDT ZU DEN
EXPERTENTAGEN EIN**

Unter dem Motto «Experten treffen Experten» lädt Bobst Meerbusch Verpackungshersteller vom 18. bis 20. Oktober zu den Expertentagen 2017 in sein Competence Center in Meerbusch ein. Am

18. und am 20. Oktober ist das Programm auf die Faltschachtelindustrie ausgerichtet, während sich der 19. Oktober der Wellpappenbranche widmet. Alle drei Tage warten mit einem bunten Mix aus Informationen zu aktuellen Branchentrends, Maschinendemonstrationen mit Live-Produktion von Musterverpackungen, der Vorstellung neuester Lösungen aus dem Hause Bobst und einem Experten-Forum mehrerer Partnerunternehmen auf, die sich an der Veranstaltung beteiligen. Ein Fokus der Expertentage liegt auf dem Thema Kaschierung. So wird die sowohl für Kleinstserien als auch für Grossserien geeignete Bogen-Bogen-Kaschiermaschine FolioStar – sie wartet mit einer Leistung von 9.000 Bogen pro Stunde beziehungsweise 150 m/Min. pro Minute auf – in Aktion zu sehen sein. Gleiches gilt für die Flachbettstanzen Visi-oncut 106 LER 3.0 und Mastercut 1.7 sowie die Faltschachtel-Klebmaschine Expertfold 110 A2 mit halbautomatischem Abpacker Handypack GT. Diese Maschinen sind im Bobst Competence Center Meerbusch derzeit zu Demo- und Schulungszwecken installiert.

› www.bobst.com

19. OKT. BIS 20. OKT.

**bvdm
TREFFPUNKT TECHNIK:
FORUM INNOVATION**

Am 19. und 20. Oktober wird der Treffpunkt Technik des bvdm zeigen, welche Potenziale aus technischen Innovationen für die Strategien der Druck- und Medienunternehmen erwachsen – und wie man sie gewinnbringend nutzen kann. Das ehemals verbandsinterne Gremientreffen hat sich inzwischen zu einem Highlight unter den Branchenevents entwickelt. Im Forum Innovation, der Plenarveranstaltung am ersten Tag zeigt sich der Wandel der Druckindustrie vom ehemals eher technikorientierten Gewerbe hin zur markt- und kundenfokussierten Branche: Moderne Technik wird hier nicht zum Selbstzweck erhoben, sondern im Hinblick auf ihre Bedeutung für den wirtschaftlichen Erfolg diskutiert. Wie schafft man mit innovativen Technologien neue Produkte und generiert Kundennutzen? Wie lassen sich mit mobilen Endgeräten Prozesse in Produktion und Vertrieb verschlanken? Und wo können Druckereien Augmented Reality und Robotik gewinnbringend einsetzen? Die Referenten – allesamt nicht nur mit grosser Sachkenntnis, sondern auch mit einer guten Portion Pioniergeist ausgestattet – gewähren den Teilnehmern interessante Blicke auf die Branchenzukunft.

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

Weitere Hintergrundartikel, Berichte und Nachrichten finden Sie alle 14 Tage im PDF-Magazin «Druckmarkt impressions».

www.druckmarkt.com



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

Der zweite Veranstaltungstag wird durch parallel angebotene Themenpanels bestimmt. Dort können sich in diesem Jahr erstmals auch Nichtmitglieder der bvdmgremien entsprechend ihrer Interessenschwerpunkte über aktuelle Projekte und Vorhaben des bvdmgremien informieren, diskutieren und eigene Impulse für die weitere Arbeit geben. Die geplante Themenpalette reicht vom Prozess-Standard Offsetdruck über die Beilagenlogistik bei der Zeitungs- beziehungsweise Zeitschriftenproduktion und die Relevanz von Umweltzertifikaten bis hin zu Print-4.0-Szenarien.

«Der rege Austausch von Meinungen und Erfahrungen und die Gespräche mit ausgewählten Fachexperten in diesen Gruppen kennzeichnen die von vielen Teilnehmern geschätzte einzigartige kollegiale Atmosphäre des Treffpunkts Technik», sagt



Harry Belz, der die Veranstaltung für den bvdmgremien organisiert. «Indem wir die Panels öffnen, stärken wir das Branchennetzwerk und erhalten zusätzliche Impulse für unsere Arbeit.» Der Treffpunkt Technik richtet sich somit an alle, die nicht nur zuhören, sondern mitreden möchten. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist nach Voranmeldung kostenlos.

www.bvdmgremien-online.de

20. BIS 22. OKT.

Designer's Open

DESIGN IN ALL SEINEN FACETTEN

Design, wohin das Auge reicht: Vom 20. bis 22. Oktober 2017 wird Leipzig wieder

zum Design-Hotspot. Zu ihrer nunmehr 13. Ausgabe fokussieren sich die Designer's Open neben den Trends von heute & morgen vor allem auf Nachwuchsdesigner. Über 200 Akteure präsentieren ihre individuellen Produkte in der Kongresshalle am Zoo Leipzig. www.designersopen.de

26. OKT.

Fogra-Symposium

FALTSCHACHTELN IM DIGITALDRUCK

Das Forschungsinstitut für Medientechnologien lädt am 26. Oktober 2017 in ihr neues Institutsgebäude in Aschheim bei München zum 5. Verpackungsdruck-Symposium, das sich in diesem Jahr im Digitaldruck hergestellte Faltschachteln zum Themenschwerpunkt nimmt. Damit greift das Symposium den aktuellen Trend zum wachsenden Anteil des Digitaldrucks am Verpackungsdruck auf. Der Fokus liegt auf den neuen Möglichkeiten der individualisierten Faltschachtelproduktion.

Neben Überlegungen darüber, wie eine optimale Verpackung aussehen sollte, stehen die Praxis-Erfahrungen bei der Umsetzung und Problemvermeidung im Mittelpunkt. Flankiert von Erläuterungen zu neuesten Gesetzesinitiativen werden intensiv Materialien und Prozesse diskutiert, die etwa eine Erweiterung des konventionellen Verpackungsdrucks auf Digitaldruck oder gar die komplette Umstellung erleichtern können.

Dieses Symposium ist die erste grössere Veranstaltung, die im neu errichteten Fogra-Institut stattfindet. In den Symposiumspausen und im

Rahmen eines bayrischen Abends wird man also – neben der Vertiefung der Netzwerke unter den Teilnehmern – auch die neuen Räumlichkeiten samt hochmoderner Ausstattung in Augenschein nehmen können.

› www.fogra.org

6. BIS 9. NOV.

Industrieller Digitaldruck HANDS-ON TRAINING MIT ZERTIFIKAT

ESMA, das Fraunhofer Institut für Produktionstechnik und Automatisierung (IPA) und die Hochschule der Medien veranstalten den ersten Theorie- und Praxiskurs über die Digitaldrucktechnologie für industrielle Anwendungen.

Der Kurs, der vom 6. bis 9. November 2017 in den Laboren des Fraunhofer Instituts für Produktionstechnik und Automatisierung (IPA), Stuttgart, stattfindet, richtet sich an alle, die einen fundierten Überblick über Digitaldrucktechnologien, insbesondere Piezo-Inkjet, bekommen möchten, oder einen Einstieg in den Inkjet-Druck planen oder bereits gemacht haben, aber noch am Anfang stehen.

Die Teilnehmerzahl ist durch die Anzahl der Versuchsstationen begrenzt – es sind aber noch Plätze verfügbar.

› www.esma.com/academy

10. BIS 12. NOV.

Typo St.Gallen 2017

«RESONANZ» LIEGT IN DER LUFT

Im Herbst 2017 kommt es zur 4. Neuauflage der Typo St.Gallen – dem Branchentreff, der weit über die Ostschweizer Grenzen höchstes

Ansehen genießt. Das dreitägige Typografie-Symposium wird von der Schule für Gestaltung St.Gallen organisiert und findet vom 10. bis 12. November 2017 statt.

Typo St.Gallen
10. - 12. November 2017
Typoglyphen.ch



Dieses Mal geht es um das Tagungsthema «Resonanz». Es werden erneut rund 300 an Typografie Interessierte aus dem In- und Ausland erwartet. Ziel des Kongresses ist es, Trends zu erkennen und die Vermittlung von Know-how aus der Praxis zu initiieren.

› www.typo-stgallen.ch

14. BIS 16. NOV.

InPrint 2017

INDUSTRIELLE DRUCKTECHNOLOGIE

Die InPrint 2017, Fachmesse für industrielle Drucktechnologie, findet vom 14. bis 16. November 2017 auf dem Münchener Messegelände statt.



Auf der InPrint 2017 präsentieren internationale Unternehmen Technologien, Maschinen, Komponenten sowie Zubehör und Dienstleistungen für den funktionalen und dekorativen Druck sowie den Verpackungsdruck. 118 Aussteller aus 17 Ländern haben ihre Teilnahme an der Fach-

messe bereits bestätigt. Neben der Optimierung von Fertigungsprozessen gewinnt die effiziente Individualisierung von Produkten, zur Schaffung von Mehrwert beim Kunden, immer mehr an Bedeutung. Die InPrint 2017 steht daher unter dem Motto «Mit individualisierten Produkten Mehrwert schaffen», um diesen Trend der Aufwertung von Produkten durch industrielle Druckverfahren aufzugreifen. www.inprintshow.com

17. BIS 19. APR. 2018

FM Brooks

DIGITALDRUCKMESSE PURE DIGITAL

FM Brooks hat die Ausrichtung der ersten reinen Digitaldruckmesse Pure Digital bekannt gegeben – einer wegweisenden Veranstaltung, die eine Networking-Plattform zwischen innovativen Digitaldruckanwendungen und der Kreativindustrie bieten soll. Die Fachmesse wird vom 17. bis 19. April 2018 im RAI-Messezentrum, Amsterdam, stattfinden.

Die Einführung der Pure Digital ist ein Beleg dafür, dass der Digitaldruck in die nächste Entwicklungsphase eintritt. Sie wird als wichtiges Bindeglied zwischen den technischen Möglichkeiten des Digitaldrucks und der Kreativbranche fungieren. Die Pure Digital wird parallel zur Building Holland stattfinden, einer führenden BauFachmesse für Architekten, Innendesigner und Bauunternehmer. Somit sprechen diese Fachmessen gezielt ein einschlägiges Fachpublikum an und bieten einen Mehrwert für Besucher beider Veranstaltungen.

› www.puredigitalshow.com

SEMINARE UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2017	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
20. 09.	Cleverprinting, Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Hamburg	› www.cleverprinting.de
20. 09.	VDMH, Grundlagen für die standardisierte Produktion (In der Druckvorstufe)	Frankfurt	› www.vdmh.de
20. 09. – 21. 09.	ADM, Der Unternehmensbericht	Berlin	› www.medien-akademie.de
20. 09. – 21. 09.	Verpackungsakademie, Logistik & Transportverpackungen	Leipzig	› www.verpackungsakademie.de
20. 09. – 22. 09.	ADM, Social Media Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	Berlin	› www.medien-akademie.de
20. 09. – 22. 09.	VDMB, Gestaltung von Layouts mit Adobe InDesign (Einstieg in das Layouten)	Dornach	› www.vdmb.de
21. 09.	Cleverprinting, Colormangement und PDF/X – Kompaktkurs	Hamburg	› www.cleverprinting.de
21. 09.	VDMH, PSO-Update: Was steckt hinter dem neuen Standard?	Frankfurt	› www.vdmh.de
22. 09.	Cleverprinting, Webdesign mit WordPress	Hamburg	› www.cleverprinting.de
25. 09. – 26. 09.	Cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting Datenchecker	Frankfurt	› www.cleverprinting.de
26. 09. – 27. 09.	Verpackungsakademie, Verpackungsdruck und –veredelung	Stuttgart	› www.verpackungsakademie.de
27. 09.	Cleverprinting, Webdesign mit WordPress	Frankfurt	› www.cleverprinting.de
27. 09. – 29. 09.	VDMH, Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Einstieg Bildbearbeitung)	Frankfurt	› www.vdmh.de
28. 09.	Cleverprinting, Colormangement und PDF/X – Kompaktkurs	Frankfurt	› www.cleverprinting.de
29. 09.	tgm, Architekturfotografie und Bildbearbeitung	Leipzig	› www.tgm-online.de
04. 10. – 05. 10.	ADM, Mehr Erfolg im Verkauf – Intensivtraining	München	› www.medien-akademie.de
05. 10.	Cleverprinting, Photoshop: Freistellen – die besten Strategien, Tipps und Tricks	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
05. 10.	Cleverprinting, Vektorgrafik mit Adobe InDesign und Illustrator	Hamburg	› www.cleverprinting.de
05. 10.	ClimatePartner Academy, Klimaschutz-Workshop	München	› www.climatepartner.com
05. 10.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSD	Aschheim	› www.fogra.org
05. 10. – 06. 10.	ADM, Projektmanagement für digitale Medien	München	› www.medien-akademie.de
05. 10. – 06. 10.	Cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting Photoshop-Composing-Experten	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
05. 10. – 06. 10.	Cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting Vektorgrafik-Experten	Hamburg	› www.cleverprinting.de
06. 10.	Cleverprinting, Illustrator Expertentag: Fortgeschrittene Techniken für Adobe Illustrator	Hamburg	› www.cleverprinting.de
06. 10.	Cleverprinting, Photoshop: High-End-Bildretusche und High-End-Digital-Composing	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
07. 10.	tgm, Classical Hand Lettering	München	› www.tgm-online.de
09. 10. – 10. 10.	ADM, Digitales Content Marketing	München	› www.medien-akademie.de
09. 10. – 10. 10.	Fogra, Farbmanagement – Grundlagen	Aschheim	› www.fogra.org
09. 10. – 10. 10.	Innoform Coaching, Der Hygienemanager	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
09. 10. – 11. 10.	VDMB, Adobe InDesign für Einsteiger und Fortgeschrittene (Einsteiger)	Dornach	› www.vdmb.de
10. 10.	ClimatePartner Academy, Klimaschutz-Workshop	A-Wien	› www.climatepartner.com
10. 10.	tgm, Schriftwahl und Schriftkombination – Welches Kleid ziehe ich dem Text an?	München	› www.tgm-online.de
10. 10.	VDMB, Adobe Creative Cloud: Neue Features und Zusatzprogramme	Dornach	› www.vdmb.de
11. 10.	Fogra, Farbmanagement im Digitaldruck	Aschheim	› www.fogra.org
11. 10. – 12. 10.	Cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting Reinzeichner	München	› www.cleverprinting.de
11. 10. – 12. 10.	VDMB, Erfolgreich führen – Fachlehrgang für die Druck- und Medienindustrie (Modul 4)	Dornach	› www.vdmb.de
12. 10.	Fogra, Farbmanagement für Druckeinkäufer	Aschheim	› www.fogra.org
12. 10.	VDMB, Intensiv-Trainings für Adobe InDesign (Buch- & Zeitschriftenproduktion)	Dornach	› www.vdmb.de
12. 10.	VDMB, Know-how für Kundenberater und Quereinsteiger (Projektmanagement)	Dornach	› www.vdmb.de
12. 10.	VDMB, PSO-Update: Was steckt hinter dem neuen Standard?	Dornach	› www.vdmb.de
13. 10.	Cleverprinting, Webdesign mit WordPress	München	› www.cleverprinting.de
13. 10.	VDMB, Intensivtraining: Verkaufskonflikte lösen und Umsätze generieren	Dornach	› www.vdmb.de
16. 10.	Cleverprinting, Photoshop: Next Generation Publishing	München	› www.cleverprinting.de
16. 10. – 17. 10.	Cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting Next Generation Publisher	München	› www.cleverprinting.de
16. 10. – 18. 10.	VDMB, Adobe Illustrator für Einsteiger und Fortgeschrittene (Einsteiger)	Dornach	› www.vdmb.de
16. 10. – 19. 10.	Fogra, Grundlagen der Drucktechnik	Aschheim	› www.fogra.org
17. 10.	ADM, E-Mail- und Newsletter-Marketing – Öffnungs-, Lese- und Klickraten erhöhen	München	› www.medien-akademie.de
17. 10.	Cleverprinting, Adobe InDesign: Next Generation Publishing	München	› www.cleverprinting.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.



Publikation 2016
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 2017
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 beglaubigt 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
thalman@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

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget im Druckmarkt und im Internet im PDF-Magazin «Druckmarkt impressions».
Telefon +41 44 380 53 03

»Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen, kann ebenso seine Uhr anhalten, um Zeit zu sparen.«

Henry Ford



Verbraucher vergessen schnell. Auch Marken. Und Kunden vergessen Ihre Produkte, wenn die Impulse fehlen. Deshalb ist das Unterbrechen der Werbe-Kommunikation mit hohen Risiken verbunden. Druckmarkt bietet auch in Zeiten schmaler Etats budgetfreundliche Anzeigenpreise. Informieren Sie sich auf unserer Internetseite. www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT 
Managementmagazin



KNOW-HOW AKTUELL



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.

