

**GEWALTIG VIEL
BEWEGUNG IM MARKT.**

Seite 4.

MARKT & ZAHLEN
ZUSAMMENSCHLÜSSE UND INSOLVENZEN
ab Seite 6.

PRINT & FINISHING
«PAY PER USE» ALS GESCHÄFTSMODELL
Seite 30.

TERMINKALENDER
TERMINE, BILDUNG & EVENTS
ab Seite 44.

MACHT ENTSCHEIDER **ENTSCHEIDUNGSSICHER**

mit relevanten Informationen auf der Homepage,
mit dem PDF-Magazin «Druckmarkt impressions»
im Internet, zweimonatlich mit dem gedruckten
Magazin und mit den Themenheften «Druckmarkt
COLLECTION».



arcus design 2017 | Foto: sw1861 / 123RF

www.druckmarkt.de
www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT
Printmediamagazin 

INHALT

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



Markt & Zahlen

04 Editorial

06 Nachrichten

06 Fujifilm übernimmt Xerox

07 Feldmuehle und Scheufelen insolvent

08 Synergien sollen Innovationskraft stärken

10 Hohe Nachfrage nach digitalen Produkten

12 Druckfarben im Minus

12 Wachstum, aber angespannte Kostensituation

14 Werbearbeitmarkt wächst weiter

16 Nachhaltigkeit ausgeblendet?

18 Menschen & Karrieren

Online-Print

20 10 Jahre Initiative Online Print

21 6. Online Print Symposium

22 Unitedprint/Print24: Noch Spielraum nach oben

25 Nachrichten

Print & Finishing

26 Nachrichten

27 Doppelmagnetzylinder jetzt serienmässig

28 Das Mosaik wird als Bild erkennbar

30 «Pay per Use» als Geschäftsmodell

32 Mehr Transparenz im Lager

34 Effizienz im B2-Format

36 Smart Books: Vision oder Irrweg?

40 Kodak Nexfinity: Drastisch verbesserte Vielseitigkeit

Digitaldruck

38 Eine neue Druckplattform für das Grossformat

39 Nachrichten

Termine, Bildung & Events

44 Terminkalender

46 Nachrichten

49 Tage der Medienproduktion: Facettenreiches Event-Trio

50 Arbeitskreis Bildung: Die duale Ausbildung stärken

52 Seminare und sonstige Veranstaltungen

53 Business to Business

53 Impressum

ZULIEFERINDUSTRIE GEWALTIG VIEL BEWEGUNG

Seit Jahresbeginn ist gewaltig viel Bewegung im Markt der Zulieferindustrie. Ob das nun gut oder eher zum Fürchten ist, lässt sich noch nicht sagen. Dramatisch erscheint es aber schon, was sich da tut. Es ist nämlich kaum anzunehmen, dass die sibirische Kälte der letzten Wochen Fujifilm und Xerox oder manroland web systems und Goss zum Kuscheln unter eine gemeinsame Decke gelockt hat. Oder etwa Kolbus gezwungen hat, sein Geschäft mit Klebebindesystemen nunmehr Müller Martini anzuvertrauen. Es ist wohl einmal mehr die kalte Schulter des Marktes samt Umfeld, die solche Zusammenschlüsse geradezu unumgänglich gemacht hat – auch die Insolvenzen der Papierfabriken Feldmühle Uetersen und Scheufelen.

Wir haben es also offensichtlich mit einer neuen Phase der Branchenkonsolidierung zu tun. Waren es in den letzten Jahren vorwiegend Druckereien, die sich zusammengeschlossen haben oder die schliessen mussten, sind es jetzt (wie schon vor knapp zehn Jahren während der Finanzkrise) die Hersteller von Maschinen und Verbrauchsmaterialien, die Konsequenzen ziehen müssen.

Dabei kommt das nicht unvorbereitet. Denn wenn das Druckvolumen weltweit zwar einigermaßen stabil bleibt, die Zahl der Druckereien und damit auch der Druckmaschinen aber weiter abnimmt, darf die Frage schon erlaubt sein, ob der Markt überhaupt noch so viele Hersteller mit ihrer Flut an unterschiedlichen Druckmaschinen-Modellen verträgt? Und das gilt nicht nur für den Offsetdruck, sondern ganz besonders für den Digitaldruck. Schon nach der drupa 2016 haben wir in unserem Beitrag «Eine Überdosis Digitaldruck» festgestellt, dass es zu viel von allem – und zu viel Unausgereiftes – gibt. Und haben prophezeit, dass es zu Zusammenschlüssen kommen wird.

Denn das Problem hat sich gerade für die Hersteller von Digitaldruckmaschinen weiter verschärft. Die Offsetmaschinen der in den letzten Jahren gerne als Dinosaurier gescholtenen Unternehmen Heidelberg und Koenig & Bauer bieten heute enorme Leistungen durch hohe Automatisierung und einer Gesamtanlageneffektivität, die in nächsten Jahren bei industriell ausgerichteten Betrieben noch einmal deutlich zunehmen wird. Das bedeutet in der Konsequenz aber auch: Die Anzahl der Druckwerke geht noch einmal zurück. Heidelberg hat darauf schon proaktiv reagiert und neue Modelle der Kundenbetreuung vorgestellt, um in diesem kleiner werdenden Maschinenmarkt überlebensfähig zu sein. Einen ersten Einblick in die neue Philosophie geben



wir in dieser Ausgabe auf Seite 30. Noch weiter ins Detail gehen wir in der nächsten gedruckten Ausgabe «Druckmarkt» 114.

Von solchen oder ähnlichen Modellen ist im Digitaldruck kaum etwas erkennbar. Hier gelten scheinbar noch immer die Gesetze der 1990er Jahre. Druckereien werden nicht als Partner, sondern als «Kaufvieh» gesehen, das man mit willkürlichen Click-Charges zu zähmen glaubt.

Auch das Finishing trägt die Zeichen der Veränderung. Der Markt scheint hier jedoch auf mehr kleinere Einheiten statt auf grosse Lösungen zu setzen, um flexibler zu werden. Das dürfte für Müller Martini bedeuten, das Angebot an grossen Klebebindestrassen zu straffen und weiter in das Finishing on Demand zu investieren. Weitere Schritte in die Digitalisierung also auch hier.

Es ist zwar nicht zu befürchten, dass sich die Branche nunmehr vor lauter Digitalisierung in Dots und einzelne Punkte auflöst, wie unser Titelbild suggerieren mag. Aber es ist Zeit für einen Wandel, bei dem auch bislang funktionierende Geschäftsmodelle auf den Prüfstand gestellt werden müssen, um den Kunden – eben den Druckereien – mehr Freiheit zu geben, sich weiterentwickeln zu können. Denn am Ende bewegen sich ja alle im gleichen Markt und müssten eigentlich an einem Strang ziehen.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

KOENIG & BAUER

Ready for the next step!

Die Rotationsstanze
Rapida RDC 106 gibt
Antrieb. Mit ihr investieren
Sie in innovative Techno-
logie, Geschwindigkeit
und Output. Eine Stanze,
drei Segmente, fünf
Technologien. Gehen Sie
den nächsten Schritt!

Print Assist AG
info@printassist.ch

koenig-bauer.com/rdc



we're on it.

Der japanische Fujifilm-Konzern hat die Mehrheitsanteile am ur-amerikanischen Druckspezialisten Xerox gekauft und wird Xerox komplett in das seit 1962 bestehende Gemeinschaftsunternehmen Fuji Xerox einbringen, an dem Fujifilm zuletzt 75% Anteile hielt. Nach dem Deal hält Fujifilm mit 50,1% die Mehrheit am neuen Unternehmen Fuji Xerox. Damit wurde Xerox faktisch von der Fujifilm Holding übernommen. Durch den Zusammenschluss soll Fuji Xerox einen Jahresumsatz von 18 Mrd. US-Dollar erzielen und über jeweils ein Headquarter in Japan und in den USA verfügen.

DIGITALDRUCK FUJIFILM ÜBERNIMMT XEROX



Bildquelle: 123rf.com

Fuji Xerox

MAKING AMERICA GREAT AGAIN?

Schon seit einigen Wochen hielten sich Gerüchte, dass es zu einer Übernahme von Xerox durch Fujifilm kommen könnte. Angefeuert wurden sie durch den Grossaktionär Carl Icahn, der mit der Performance von Xerox nicht zufrieden war und harte Attacken führte. Icahn schien besorgt, dass Xerox das gleiche Schicksal wie Kodak widerfähre und stigmatisierte den Xerox-CEO und sein Management-Team als Versager. Am 31. Januar 2018, etwas über ein Jahr nach der Aufspaltung von Xerox in Conduent und Xerox Corporation, entstand nun eine neue «Zweckgemeinschaft». Doch stellt sich die Frage, ob dies ein Verzweigungsakt oder

ein Geniestreich war? Und was wird sich durch das Zusammengehen verbessern? Es ist noch zu früh, Konkretes zu sagen. Soviel aber ist sicher: Es stehen Konsolidierung und Kosteneinsparungen in Milliardenhöhe an. Durch die Neustrukturierung sollen bis 2022 mindestens 1,7 Mrd. \$ eingespart werden. So wurde bekannt, dass 10.000 Arbeitsplätze gestrichen werden sollen. Vorerst aber wird die neue Fuji Xerox mit alten Problemen zu kämpfen haben. Verkrustete Strukturen, eine beunruhigende Kundenferne (zumindest in der alten Xerox-Welt) und Box Selling sind jedenfalls keine Vision. Jetzt sind erkennbare Innovationen gefragt, die Märkte und Anleger begeistern können und Wettbewerbs-Produkten überlegen wären.

Andreas Weber

Mengis Gruppe verkauft **MODEUNTERNEHMER ÜBERNIMMT**

Die Familie Mengis und der Hauptaktionär Nicolas Mengis haben rückwirkend zum 1. Januar 2018 die Mehrheit der Mengis Gruppe an den Modeunternehmer Fredy Bayard verkauft. Damit soll das traditionsreiche Walliser Medien- und Druck-Unternehmen langfristig gesichert werden, heisst es «In eigener Sache» auf 1815.ch, einem Portal der Gruppe. Der Käufer Fredy Bayard sei eine im Wallis ansässige Persönlichkeit mit ausgeprägten Führungskompetenzen, mit denen er gewillt sei, als Verwaltungsratspräsident verantwortlich zu agieren und seine langjährige Erfahrung als Unternehmer einzubringen, wird Nicolas Mengis zitiert, der weiterhin einen Minderheitsanteil an der Gruppe

halten wird und als Verwaltungsrat einen reibungslosen Übergang gestalten will. Zur Mengis Druck und Verlag AG gehören unter anderem der «Walliser Bote», die «RhoneZeitung», die Druckerei, der Rottenverlag sowie eine namhafte Beteiligung am Radio Rottu Oberwallis. Die Mengis Gruppe beschäftigt inklusive Frühzustellern rund 200 Mitarbeiter. Mitte 2015 hatte Mengis Druck für Schlagzeilen gesorgt, als das Unternehmen als weltweit erstes Unternehmen die Herstellung der Tageszeitung «Walliser Bote» komplett auf den Digitaldruck mit einer HP T410 umstellte. Nach gut eineinhalb Jahren beendete die Schweizer Druckerei ihr Experiment. Seit Januar 2017 wird das Blatt in einer externen Zeitungsdruckerei wieder im Offset hergestellt.

Epson **INVESTITIONEN IN DEN FORTSCHRITT**

Täglich 1,4 Mio. € investiert Epson nach eigenen Angaben in Forschung und Entwicklung, 400 Mio. € in neue Produktionsanlagen weltweit und treibt mit 185 Mio. € Euro die Entwicklung der PrecisionCore-Technologie bis 2019 voran. Der Fokus liege auf den eigenen Kerntechnologien in den Bereichen Tintenstrahltechnologie, visuelle Kommunikation und Robotertechnik. Zentrales Element sei der Nachhaltigkeitsaspekt. Epson ist überzeugt, dass Technologien, die ökologische Vorteile bieten, zum Mittel der Wahl werden. Epson rechnet auch 2018 mit Wachstum in allen Segmenten.

› www.epson.de

PAPIERINDUSTRIE FELDMUEHLE UND SCHEUFELN INSOLVENT

Wenige Tage nach der traditionsreichen Papierfabrik Feldmuehle Uetersen musste nunmehr auch die Papierfabrik Scheufelen in Lenningen Ende Januar 2018 einen Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens stellen. Beide Unternehmen setzen ihre Geschäftstätigkeit fort.

Die Papierfabrik Feldmuehle Uetersen GmbH hat am 24. Januar 2018 Insolvenzantrag beim Amtsgericht Pinneberg gestellt. Das 1904 gegründete Traditionsunternehmen stellt mit 420 Beschäftigten im schleswig-holsteinischen Uetersen westlich von Hamburg jährlich 250.000 Tonnen Papier für Printprodukte und Verpackungen her. Das Unternehmen befand sich bereits seit Jahren in einer wirtschaftlich kritischen Lage. Daher hatten die Gesellschafter im Mai 2017 den in der Papierbranche erfahrenen Manager Heiner Kayser (zuvor Sihl-Chef in Düren) zum Geschäftsführer berufen, der ein Rettungskonzept erarbeitete. Erste Erfolge zeigten sich bereits.

Der Geschäftsbetrieb wird uneingeschränkt fortgeführt. Zurzeit wird geprüft, ob die wirtschaftliche Sanierung aus eigener Kraft möglich ist. Die Papierfabrik Scheufelen hat am 30. Januar 2018 beim Amtsgericht Esslingen Insolvenz angemeldet. Die wirtschaftliche Situation des Unternehmens hatte sich seit der Übernahme durch ein Unternehmerkonsortium im Mai 2016 durch zahlreiche Restrukturierungsmaßnahmen, einen teilweisen Lohnverzicht der Belegschaft und die Ausrichtung auf den Verpackungsmarkt verbessert. Der Turnaround hat aber angesichts massiver Preissteigerungen für Zellstoff, Rohstoffe und Chemikalien im Jahr 2017 nicht erreicht werden können.

Angesichts der Zusammenarbeit mit dem Vertriebspartner IGEPa group für das Feinstpapier Heaven 42 und den Verpackungskarton phoenolux, dem grossen Kunden- und Investoreninteresse an Graspapier, dessen Grundstoff Graspfaser das Unternehmen mittelfristig von der Abhängigkeit von den Zellstoffmärkten befreien kann, sowie auf Basis struktureller Anpassungen glaubt die Geschäftsleitung von Scheufelen an den Fortbestand des Unternehmens. Im Geschäftsjahr 2017 erlöste das Unternehmen mit 340 Mitarbeitern einen Umsatz von 83 Mio € und produzierte 104.000 Tonnen Papier.

> feldmuehle-uetersen.com
> scheufelen.com

Müller Martini ÜBERNAHME DER KOLBUS BINDESISTEME

Paukenschlag zum Jahresbeginn: Müller Martini übernimmt von Kolbus das Klebender- und Buchlinien-Geschäft einschliesslich Service und Ersatzteile für alle installierten Kolbus-Buchbindesysteme weltweit. Bis heute galt Kolbus als nahezu unumstössliche Grösse in diesem Segment der Druckweiterverarbeitung. Jetzt will sich der Hersteller aus Rahden unter der Führung von CEO Kai Büntemeyer mit 900 Mitarbeitern weltweit auf die Produktion von Verpackungs- und Buchdeckenautomaten, Teilefertigung und das Giesereigeschäft konzentrieren. Das Klebender-Geschäft von Kolbus geht samt der rund 250 Kolbus-Mitarbeiter an die neue Gesellschaft Müller Martini Buchbindesysteme GmbH, die als eigenständiges Werk im nordrhein-westfälischen Rahden in die Müller Martini-Gruppe integriert wird. «Der Strukturwandel hat die grafische Branche in den vergangenen Jahren stark ver-

ändert, wobei der Markt deutlich kleiner und gleichzeitig vielfältiger geworden ist», sagt **Bruno Müller**, CEO von Müller Martini. «Kunden verlangen



regelmässig Innovationen, die jedoch aus den Gewinnen weniger verkaufter Maschinen finanziert werden müssen.»

Bleibt also zu hoffen, dass sich Müller Martini mit der Übernahme nicht übernimmt. Denn die Tatsache, dass sich Kolbus vom klassischen Geschäft der Buchbinde-Maschinen trennt, darf als deutliches Zeichen gewertet werden, dass die grossen und schnell laufenden Buchlinien immer weniger gefragt sind – zugunsten kleinerer Modelle anderer Hersteller. Dennoch: Ähnlich wie nach der Übernahme der Klebender-Systeme von Heidelberg sorgt auch dieser Deal für eine weitere Konsolidierung im Markt des Finishings, aus der Müller Martini gestärkt hervorgehen könnte.

> www.mullermartini.com

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen • Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

www.mkwgmbh.de



**Graphische
Maschinen**

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



Wieder einmal stehen für die Belegschaft von manroland web systems in Augsburg Veränderungen an. Die Geschäftsleitung und der Gesellschafter L. Possehl haben Betriebsrat und IG Metall über den geplanten Zusammenschluss mit Goss informiert. Vertreter aller Parteien treten nunmehr in Gespräche über die konkrete Ausgestaltung dieses Vorhabens und die Auswirkungen auf die Mitarbeiter. Verfolgt wird das Ziel, am Ende eines offenen Dialogs mit Betriebsrat, Belegschaft und Gewerkschaft einen mehrjährigen Zukunftspakt für den Standort Augsburg zu schließen.

Bildquelle: manroland

MANROLAND WEB SYSTEMS UND GOSS SYNERGIEN SOLLEN INNOVATIONSKRAFT STÄRKEN

Die Druckmaschinenbauer manroland web systems und Goss wollen ihre Geschäftsaktivitäten zusammenlegen. Goss macht einen Jahresumsatz von 210 Mio. US-Dollar (rund 170 Mio. Euro), manroland web systems hat 2016 nach eigenen Angaben einen Umsatz von 242 Mio. Euro erzielt.

Seit einigen Jahren schon gehen die Verkäufe an neuen Rollenoffsetmaschinen permanent zurück. Zuletzt wurden erst gar keine aussagekräftigen Marktzahlen mehr veröffentlicht. Unsere aktuellste Zahl stammt von 2015 und weist für den weltweiten Absatz von Rollenoffsetmaschinen einen Umsatz von 450 Mio. € aus – mit der Tendenz nach unten. Wie viel bei den einzelnen Herstellern

hängen blieb, ist allenfalls Spekulation, da die Umsätze durch Retrofits aufgebessert werden.

So wurde schon seit einiger Zeit erwartet, dass es zu einem Zusammenschluss von Druckmaschinenherstellern kommen wird. Immer wieder handelt es dabei um Goss und manroland web systems. Jetzt ist es offenbar so weit. Die beiden Hersteller von Rollenoffsetdrucksystemen für Zeitungen, Illustrations-

produkte und Verpackungen planen ganz konkret einen Zusammenschluss ihrer Geschäftsaktivitäten.

Das neue, kombinierte Unternehmen soll von einer sich ergänzenden geografischen Marktpräsenz profitieren, Synergien freimachen und nutzerorientierte Lösungen im Systemgeschäft und Service ermöglichen. Vorbehaltlich der Zustimmung der Kartellbehörden soll der Zusammenschluss bis Mitte des Jahres 2018 realisiert sein.

Die Anteilseigner von manroland web systems und Goss International, die Lübecker Possehl-Gruppe und American Industrial Partners (AIP), sollen beide am neuen, kombinierten Unternehmen beteiligt bleiben, heißt es in einer von Goss und manroland web systems parallel verbreiteten Pressemitteilung.

Das Goss-Geschäftsfeld für Rollenwechsler und Trocknungssysteme von Contiweb ist in die Transaktion nicht eingebunden. Contiweb wird dadurch zu einem eigenständigen Unternehmen, bleibt aber im Besitz von AIP. «manroland ist auf einem nachhaltigen Erfolgsweg. Wir wollen diesen Weg fortsetzen und stärken, indem wir durch zielgerichtete Konsolidierung Synergien, die Weiterentwicklung unserer F&E-

Aktivitäten und unsere Innovationskraft stärken», beteuert Alexander Wassermann, CEO von manroland. Und auch Mohit Uberoi, CEO von Goss unterstreicht: «Unsere Kunden werden aus einem noch breiteren Portfolio von Produkten und Dienstleistungen auswählen können. Die Kombination ist der Schlüssel für ein erstklassiges Produktangebot und einen exzellenten Kundenservice.»

Das neue Unternehmen will neben dem Neumaschinen- und Servicegeschäft beim Geschäft mit Retrofits und Upgrades wachsen. Zudem soll Wachstum aus dem Ausbau der E-Commerce-Aktivitäten generiert werden.

› www.manroland-web.com
› www.gossinternational.com

Papierfabrik Hainsberg **SANIERUNG ABGESCHLOSSEN**

Das Sanierungsverfahren der Papierfabrik Hainsberg ist abgeschlossen. Die Gläubiger stimmten bei einer Versammlung am Amtsgericht Dresden dem Insolvenzplan einstimmig zu, den das Unternehmen in den vergangenen Monaten ausgearbeitet hat. Das sieht eine finanzielle Restrukturierung der Papierfabrik vor.

«Das einstimmige Votum der Gläubiger für den Insolvenzplan ist eine eindrucksvolle Bestätigung unserer Arbeit in den Monaten seit Beginn des Sanierungsverfahrens in Eigenverwaltung», freut sich Andreas Elsäßer von Schultze & Braun, der die Geschäftsführung der Papierfabrik als Sanierungsgeschäftsführer durch das Verfahren begleitete. «Es ist uns gelungen, das Unternehmen neu aufzustellen und damit eine tragfähige Basis für die Zukunft zu schaffen.»

Die traditionsreiche Papierfabrik hielt seit Beginn des Verfahrens im April 2017 den Geschäftsbetrieb ohne Einschränkungen aufrecht. «Wir mussten keinem unserer 120 Mitarbeiter betriebsbedingt kündigen und konnten unser Unternehmen auch strategisch weiter neu ausrichten», berichtet Geschäftsführer Dietrich Arnhold. «Wir haben bereits vor zwei Jahren begonnen, unser Produktportfolio in Richtung Spezialverpackungspapiere zu erweitern. Die Entwicklungsarbeiten dazu haben wir auch während der laufenden Sanierung weiter vorangetrieben und auf diese Weise neue Kunden gewonnen.»

› www.hainsberg-papier.de

Nachfolgeregelung **LANG DIREKT- WERBUNG AG**

Die beiden Schweizer Familienunternehmen Kromer Print AG, Lenzburg, und Lang Direktwerbung AG, Neudorf, gehen künftig gemeinsame Wege. Die mehrjährige Zusammenarbeit der Unternehmen war Basis für die Nachfolgeregelung der Lang Direktwerbung, nachdem Maja und Robert Lang die Entscheidung getroffen hatten, das Unternehmen in jüngere Hände zu legen.

Rückwirkend zum 1. Januar 2018 wurde das gesamte Aktienpaket an Kromer Print verkauft. Damit hat die Kromer Gruppe ein weiteres Geschäftsfeld in der Wertschöpfungskette. Geschäftsleiter Andy Amrein steht für eine optimale Fortsetzung des Lebenswerkes der Familie Lang ein. Der Umzug von Neudorf nach Lenzburg bietet Synergien. Während der Startphase wird Robert Lang seine Erfahrung weiterhin zur Verfügung stellen, um eine erfolgreiche Weiterführung im Sinne der Kunden nahtlos zu gewährleisten.

› www.kromer.ch



DRUCKMARKT
MACHT ENTSCHEIDER
ENTSCHEIDUNGSSICHER

Model Gruppe **FORTSETZUNG DES WACHSTUMSPFADES**

Die auf dem Gebiet von Verpackungen aus Voll- und Wellkarton tätige Model Gruppe erzielte im vergangenen Geschäftsjahr einen konsolidierten Gruppenumsatz von 915 Mio CHF, was im Vergleich zum Vorjahr einem Zuwachs von 4,6% entspricht. Im Berichtsjahr beschäftigte die Gruppe durchschnittlich 4.285 Mitarbeiter oder 68 mehr als im Vorjahr. Hauptwachstumsgrund ist das gleichzeitige Marktwachstum sämtlicher Ländermärkte, in denen die Model Gruppe tätig ist. Der Siegeszug der Verpackungslösungen aus Wellkarton ist zu einem gesamteuropäischen Phänomen geworden, sodass bei den Lieferungen von Wellkartonpapieren Engpässe aufgetreten sind, die bis heute markante Papierpreiserhöhungen bewirken. Diese konnten noch nicht im gebotenen Masse auf der Verpackungsseite am Markt weitergegeben werden.

Investitionen in der Höhe von 86 Mio. CHF flossen in Modernisierungs-, Ökologie- und Expansionsprojekte. Die Model Gruppe setzte in ihren Ländermärkten mehr als 1.246 km² Wellkartonverpackungen/Wellkartonbogen ab. Der Zusammenschluss sämtlicher Verpackungseinheiten aus Voll- und Wellkartonverpackungen ergab das Total von 3.778.401.502 Stück – also rund fünf Verpackungen pro Europäer. Die beiden Schweizer Papierfabriken in Weinfelden und Niedergösgen produzierten zusammen mehr als 388.000 Tonnen (Vorjahr 383.000) altpapierbasierte Wellkartonpapiere.

› www.modelgroup.com

PREISERHÖHUNG UM 3,7% Koenig & Bauer kündigt zum 1. April 2018 eine Preiserhöhung für das gesamte Produktportfolio an. «Die Preiserhöhung erfolgt in einem Umfeld steigender Kosten und ist ein erforderlicher Schritt, um unseren Kunden weiterhin innovative Lösungen und einen erstklassigen Service bieten zu können», sagt Ralf Sammeck, Vertriebsvorstand bei Koenig & Bauer. Die moderate Preisanhebung ermögliche weitere Innovationen und sei damit eine Investition in die Zukunft. › www.koenig-bauer.com

HOHER QUALITÄTSANSPRUCH Das Druck- und Medienhaus Langebartels & Jürgens und die Tochterfirmen Faltschachtel Hamburg und Labann Display haben nach erfolgreichem Audit Ende des Jahres 2017 die ISO 9001:2015 erhalten. Die DEKRA bescheinigte den drei Hamburger Unternehmen optimale integrierte Unternehmensabläufe. Das Qualitätsmanagementsystem vom Team Langebartels erfüllt sämtliche Vorgaben der Norm DIN EN ISO 9001:2015, der meist verbreiteten und bedeutendsten Norm im Qualitätsmanagement. › www.langebartelsdruck.de

PRINTCON REPRÄSENTANZ Rotocontrol hat Printcon nun offiziell als neuen Vertreter für Süddeutschland, Österreich und die Schweiz ernannt. Printcon wird die Konfektioniermaschinen für Anwendungen wie Wickeln, Schneiden, Stanzen und die Produktion von digital gedruckten Booklet Etiketten vertreiben. › www.printcon.net

ERFOLGREICHES JAHR Der Rasterwalzenhersteller Zecher ist weiter gewachsen und blickt auf eine Auftragssteigerung von rund 6% im Vergleich zum Vorjahr. Dazu hatte Zecher seine Produktionskapazitäten in der Lasergravur mit der Installation eines neuen Lasers erweitert und via Upgrade zwei bestehender Lasergravuranlagen auf den neusten technologischen Stand gebracht.

Zudem hat die von Zecher entwickelte SteppedHex-Gravur zum Erfolg beigetragen. Nach der Markteinführung 2016 etabliert sie sich als kostengünstige und leistungsstarke Alternative zur konventionellen Gravur. Erfolgreiche Projekte mit vielen Unternehmen wie Heidelberger, Tresu oder Christiansen Print unterstreichen die Performance der Zecher SteppedHex-Rasterwalzen. › www.zecher.com

VERTRIEBSKOOPERATION Die beiden schwedischen Unternehmen MWM Group und DCOS werden ihren Vertrieb in Deutschland, Österreich und der Schweiz bündeln. Die Unternehmen bieten sich ergänzende Systeme für die Automation und Steuerung von Druckprozessen an. DCOS ist Anbieter von Closed-Loop-Dichte-Messsystemen für Zeitungsdruckmaschinen und Retrofit-Lösungen für Antriebs- und Steuerungs-Systeme. MWM bietet Module Production Planning und Copy Track. › www.dcos.de › www.mwm.se

HEIDELBERG

HOHE NACHFRAGE NACH DIGITALEN PRODUKTEN

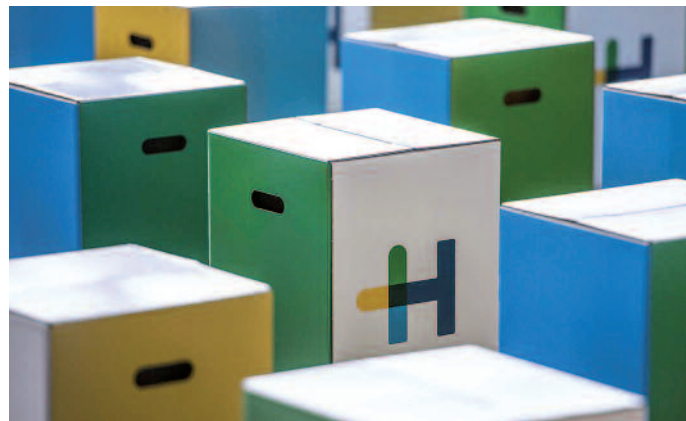
Die digitale Transformation der Heidelberger Druckmaschinen AG nimmt immer konkretere Formen an. So wurden erste Verträge nach dem neuen Subskriptionsmodell unterzeichnet, bei dem den Kunden ein über mehrere Jahre laufendes Performanceprodukt aus Maschine, Services, Verbrauchsgütern und Software garantiert wird. Die Markteinführung des neuen Geschäftsmodells ist ein wichtiger Baustein, um die künftigen Wachstumsziele zu erreichen.

Text und Bild: Heidelberg

Die Nachfrage nach Digitaldruckmaschinen ist unverändert hoch und in nahezu allen Regionen waren zuletzt deutlich ansteigende Auftragseingänge zu verzeichnen. Zudem hat Heidelberg mit der «Heidelberg Digital Unit» ein Kompetenzzentrum für digitales Marketing und E-Commerce gestartet, wodurch die E-Commerce-Umsätze in den nächsten Jahren auf rund 300 Mio. € verdreifacht werden sollen. Darüber hinaus erfolgte der Serienstart des «Heidelberg Assistant» zunächst in vier Ländern, womit die Kunden auf digitalem Wege über den gesamten Lebenszyklus ihrer Produkte betreut werden können.

Auftragseingang im Plus

Operativ ist Heidelberg nach drei Quartalen auf Kurs, seine Jahresziele für 2017/18 zu erreichen, meldet der Druckmaschinenhersteller. So lag der Konzernumsatz mit 1.657 Mio. € zwar leicht unter dem Vorjahreswert von 1.680 Mio. €, doch getrieben von der hohen Nachfrage nach digitalen Produkten sei im 3. Quartal eine erfreuliche Entwicklung beim Auftragseingang verzeichnet worden. Dieser legte um mehr als 16% auf 678 Mio. € zu. Nahezu alle für Heidelberg relevanten Regionen wie Europa und die USA verzeichneten Verbesserungen.



Der Auftragsbestand lag zum 31. Dezember 2017 mit 693 Mio. € auf einem guten Niveau.

«Heidelberg vollzieht den Wandel zu einem modernen digitalen Technologieunternehmen. Unsere neuen Lösungsangebote stossen auf die erhoffte Kundennachfrage. Dies gilt für die wegweisenden Subskriptionsmodelle, die E-Commerce-Angebote wie für unsere industriellen Digitaldruckmaschinen für Verpackungen und Etiketten», kommentiert **Rainer Hundsdörfer**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg, die Entwicklung. «Unser Ziel mittels technologischer Führerschaft, digitaler Transformation und operativer Exzellenz einen Umsatz von rund drei Milliarden Euro und einen Nachsteuergewinn von mehr als 100 Millionen Euro zu erzielen, wird damit immer greifbarer.»



Die Profitabilität wurde gegenüber den Vorjahreswerten weiter erhöht. Das EBITDA ohne Restrukturierungs-

ergebnis stieg nach drei Quartalen von 94 Mio. € auf 105 Mio. €; dabei erreichte die EBITDA-Marge nach neun Monaten 6,3%. Das EBIT ohne Restrukturierungsergebnis lag bei 54 Mio. € (Vorjahr: 43 Mio. €). Die gesunkenen Finanzierungskosten führten zu einem von –42 Mio. € auf –36 Mio. € verbesserten Finanzergebnis. Wie im Dezember kommuniziert, führt die US-Steuerreform zu einmaligen Belastungen von rund 25 Mio. €. Dies führte dazu, dass das Ergebnis nach Steuern mit –10 Mio. € auf Höhe des Vorjahreswertes lag. Ohne diesen Sondereffekt wäre ein deutlich positives Ergebnis erzielt worden.

«Unsere Finanzierungsstruktur ist sehr solide. Wir haben einen niedrigen Leverage und halten Liquidität vor, mit der wir unsere geplanten Investitionen in neue Geschäftsmodelle finanzieren können», sagte Dirk Kaliebe, Finanzvorstand von Heidelberg. «Daneben sind auch weitere Zukäufe denkbar, wenn sie unsere

digitale Transformation beschleunigen.»

Jahresziele weiterhin im Blick

Bezüglich der operativen Jahresziele hält Heidelberg unverändert an den kommunizierten Aussagen fest. Der Umsatz soll in etwa das Vorjahresniveau erreichen. Während sich die Entwicklung in Nordamerika aufhellt, belasten die Währungseffekte vor allem in Asien und aus dem US-Dollar sowie die gezielte Reduzierung des Gebrauchtmaschinenhandels das Geschäft. Mit Massnahmen zur Effizienzsteigerung strebt das Unternehmen im Geschäftsjahr 2017/18 unverändert eine EBITDA-Marge in einer Bandbreite von 7% bis 7,5% an. Beim Nachsteuerergebnis wird sich das weiter verbesserte Finanzergebnis positiv auswirken, die genannten Einmalbelastungen aus der US-Steuerreform einmalig negativ.

Wie geplant liegt der strategische Fokus im Geschäftsjahr 2017/18 auf der Initiierung und Umsetzung strategischer Massnahmen im Rahmen von «Heidelberg goes digital». Die Massnahmen beginnen sich positiv auszuwirken und werden zum Erreichen der mittelfristigen Unternehmensziele beitragen. Die Zuversicht hierfür hat sich im Verlauf des Geschäftsjahres weiter verstärkt.

➤ www.heidelberg.com

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



BILANZ 2017 DRUCKFARBEN IM MINUS

Hinter der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie liegt nach Angaben des Verbandes der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie (VdL) ein ausgesprochen durchwachsendes Geschäftsjahr.



Die Kosten für Rohmaterialien sind im Laufe des Jahres 2017 konstant gestiegen und hätten im 4. Quartal ihren vorläufigen Höchststand erreicht. Siegwerk hat daher zum 1. Februar 2018 die Preise für alle Verpackungsdruckfarben und -lacke erhöht.

Der Absatz von Lacken, Farben und Druckfarben reduzierte sich um 1,4% auf 1,7 Mio. Tonnen. Dennoch stieg der Umsatz mit 0,2% leicht an. Grund dafür sind Preiserhöhungen. Beim Absatz von Industrielacken wurde ein Mengenzuwachs von 1% erzielt und 569.000 Tonnen Industrielacke im Wert von 3 Mrd. € in Deutschland abgesetzt. Für die in der Menge dominierenden Bautenfarben ging die Nachfrage um 1,5% zurück. Der Umsatz stagnierte bei 1,7 Mrd. €. Absatzrückgang auch bei den Druckfarben: Hier ging die Nachfrage im Publikationsbereich zurück. Besser schnitten die Verpackungsdruckfarben ab. Insgesamt liegt der Rückgang bei Druckfarben in Deutschland aber bei 5% im Vergleich zum Vorjahr: das sind 271.000 Tonnen bei einem Umsatz von 705 Mio. €. Für das Jahr 2018 erwartet der VdL eine moderate Belebung, bei Druckfarben wird auch im laufenden Jahr wieder ein leichtes Minus erwartet. Hemmschuh für die Konjunktur in der Lack- und Druckfarbenindustrie sind die Rohstoffpreise, die bei Pigmenten Höchststände erreichten. Lösemittel sind seit Sommer 2016 um 15% teurer geworden, der Preis für Titandioxid ist um knapp 40% gestiegen. Aufgrund der reduzierten Verfügbarkeit der geforderten Pigmentqualitäten verlangen Rohstoffhersteller Preise, die um mehr als 20% gestiegen sind. Solche Preissteigerungen lassen sich laut VdL nicht kompensieren. Und eine Stabilisierung der Rohstoffpreise ist nicht in Sicht: Zu Beginn des neuen Jahres sind die Rohstoffpreise weiter gestiegen.

› www.wirsindfarbe.de

ETIKETTENINDUSTRIE WACHSTUM, ABER ANGESPANNTE KOSTENSITUATION

Der Markt für Haftetiketten verzeichnet seit Jahren stetiges Wachstum. In Europa lag es in den letzten fünf Jahren nach den Zahlen des Verbandes Finat bei durchschnittlich 5%. Selbst vergleichsweise gesättigte Märkte realisierten ein Wachstum, das deutlich über dem Bruttoinlandsprodukt lag.

Etiketten für Konsumgüter mit gestrichenem Papier als Obermaterial, Thermodirekt-Etiketten für Handel und Logistik sowie Folienetiketten für Produktdekorationen sind solche Wachstumssegmente. Da nahezu alle Wirtschaftsinstitute auch für 2018 gute Konjunkturaussichten in Aussicht stellen und der private Konsum einen wesentlichen Einfluss auf den Bedarf von Haftetiketten hat, dürfte das Wachstum anhalten.

Beflügelt wird der Verbrauch an Haftetiketten auch von den Zuwächsen im Online-Handel. Hier beginnt sich jedoch die Kehrseite der hohen Nachfrage abzuzeichnen. Kurriere und Paketdienste sind an der Grenze ihrer Kapazitäten, was laut dem Deutschen Speditions- und Logistikverband (DSL) spürbare Auswirkungen auf Lieferprozesse hat, zu Verzögerungen führt und nicht ohne Konsequenzen für das Preisniveau bleibt.

Noch deutlicheren Einfluss auf die Etikettenindustrie nimmt die Situation bei den Rohstoffen. Grösster Kostentreiber für Papier sind die Zellstoffpreise. 2017 haben alle namhaften Produzenten ihre Preise zum Teil mehrmals angehoben. Dabei kam es aufgrund der Nachfrage bei bestimmten Zellstoffqualitäten zu einer Verknappung.

Die höheren Marktpreise für Obermaterialien auf Papierbasis sowie Papierträger sind nicht ohne Folgen für die Etikettenbranche geblieben.

Auch andere Segmente der Verpackungsindustrie sehen sich mit drastisch steigenden Rohmaterialkosten konfrontiert. So verweist der Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI) neben den hohen Preisen für Zellstoff auch auf Rohstoffe wie Stärke und Titandioxid, die sich als Preistreiber bei Klebstoffen, Farben und Lacken zeigen. Höchststände haben im Herbst 2017 auch die Preise für Pigmente und Lösemittel erreicht, wie der Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie (VdL) meldet. Demnach seien Lösemittel um rund 15% teurer geworden und der Preis für Titandioxid seit Sommer 2016 um knapp 40% gestiegen.

Ein starker Kostenanstieg ist zudem bei Thermodirektpapier zu beobachten. Ursache dafür ist die globale Marktsituation bei Leukofarbstoffen, einem wichtigen Bestandteil für Thermo- und Selbstdurchschreibpapiere. Der überwiegende Teil der weltweiten Produktionskapazitäten konzentriert sich auf vier chinesische Hersteller. Zwei dieser Unternehmen wurden auf behördliche Veranlassung über längere Zeit stillgelegt. Vor diesem Hintergrund haben sämtliche Lieferanten

von Haftverbunden ihre Kunden seit Mitte 2017 über signifikante Preiserhöhungen in einer Größenordnung von bis zu 8% informiert. Dies ist deutlich im Materialkostendex (Maki) ablesbar, den der Verband der Hersteller selbstklebender Etiketten und Schmalbahnconverter e. V. (VsKE) vierteljährlich ermittelt und der seit Anfang 2015 öffentlich zugänglich ist. In dieser Zeit wies die dokumentierte Entwicklung für acht typische Materialkombinationen, Druckfarben und Energie moderate Veränderungen auf. Im 1. Quartal 2017 war mehr Bewegung als üblich zu beobachten und im zweiten Quartal zeigte die Kostenentwicklung einen deutlichen Trend nach oben, wie VsKE-Geschäftsführer Klemens Ehrhlitzer berichtet. Im 4. Quartal hat sich die Tendenz noch einmal verstärkt, sodass bei thermosensitiven Etiketten allein im Verlauf der letzten drei Quartale eine durchschnittliche Kostenzunahme von fast 6% zu verzeichnen war.

So positiv das Marktwachstum bei Haftetiketten auch sein mag, so sieht Ehrhlitzer aufgrund der beschriebenen Umstände für die Etikettenhersteller grosse Herausforderungen in diesem Jahr.

› www.vske.de

Epple Druckfarben AG

2017 POSITIVER GESCHÄFTSVERLAUF

Die Epple Druckfarben AG zeigt sich mit dem Geschäftsjahr 2017 sehr zufrieden. Entgegen dem Branchentrend habe sich das Unternehmen sehr positiv entwickelt. Erfolgreich gestartet sei Epple Italia mit Sitz in Mailand. Veranstaltungen wie die internationale Vertriebspartnertagung im April 2017 und neu eingeführte Kundenevents, wie zuletzt das Epple Experten Event Verpackung in Hamburg, geben die Richtung vor: Ein starkes Vertriebsnetz und Kundennähe sieht Epple als Grundlage für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg.

Epple ist auch erfolgreich in das Jahr 2018 gestartet: Die Absatz- und Produktionsmengen liegen nach Angaben des Druckfarbenherstellers über dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum. 2017 erwiesen sich die Farbsysteme Stability und Premium PSO als besonders gefragt bei Allrounddruckern. Einen erheblichen Mengenzuwachs hat Epple durch UV AtmosFair, die Farbserie für die Low Energy-UV und UV-LED-Systeme, erzielt. Aufgrund der zahlreichen Neuinstallationen dieser Systeme geht Epple von weiterem Wachstum mit dieser UV-Farbe in 2018 aus.

› www.epple-druckfarben.de

Wurzel Mediengruppe

PRODUKTIONSSTAND- ORT IN DÜSSELDORF

Die Wurzel Mediengruppe aus Esslingen bei Stuttgart wird jetzt auch einen Produktionsstandort in Düsseldorf mit einem Tag der offenen Tür am 22. März eröffnen. Hier sollen neben der klassischen Druckvorstufe vor allem Projekte im Bereich



Beim Tag der offenen Tür am 22. März 2018 präsentiert die Wurzel Mediengruppe unter anderem interaktive Augmented- und Virtual-Reality-Lösungen sowie 3D-Visualisierungen.

der neuen Medien in Form von Augmented- und Virtual Reality-Lösungen umgesetzt werden.

«Wir sind Spezialisten im Bereich der neuen Medien. Dafür gibt es in der Region eine grosse Nachfrage. Durch unsere Expertise und die Kundennähe erwarten wir entsprechende Wachstumschancen», erklärt Heinz Wurzel, Inhaber der Wurzel Mediengruppe. Denn mit den neuen Techniken könnten Unternehmen Millionen an Produktionskosten sparen. Mit 3D-Animation und CGI (Computer Generated Imagery) werden bewegte Bildwelten in Szene gesetzt. Aufwendige Fotoshootings oder Filmaufnahmen sind nicht mehr nötig. Zum Portfolio gehören aber auch interaktive Apps, Augmented-Reality-Anwendungen und Virtual-Reality-Applikationen.

› www.w-mg.com

Follmann

EINSTIEG IN DEN DIGITALDRUCK

Ob für Papier, Folien, Vliesstoffe oder Textilien – Mit der Übernahme des Geschäftsfeldes Coatings für den Digitaldruck der Firma com2C aus Porta Westfalica bietet Follmann seinen Kunden seit 1. März 2018 gebrauchsfertige, wässrige

Farbempfangsschichten für den Digitaldruck an. Damit geht das Familienunternehmen aus Minden auf den generellen Trend zur Digitalisierung ein und deckt einen stark wachsenden Bedarf ab. com2C will sich künftig auf sein Kerngeschäft, die Herstellung und den Vertrieb von beschichteten Digitaldruckmedien, konzentrieren. Follmann ergänzt mit der Übernahme die bereits bestehenden Aktivitäten und will neue Anwendungsmöglichkeiten und Märkte erschliessen. So lassen sich durch die gebrauchsfertigen Farbempfangsschichten eine Vielzahl von Substraten wie zum Beispiel Folien (PET, PVC, PE, PP), Papier, Karton, Vliesstoffe, Tissue oder Textilien (PES, CO und Mischungen) digital bedrucken.

› www.follmann.com

Herma

2017 EIN REKORD- GESCHÄFTSJAHR

Das Geschäft mit Haftmaterial, Etiketten und Etikettiermaschinen entwickelt sich weiterhin positiv: Herma verzeichnete für das Geschäftsjahr 2017 erneut einen Rekordumsatz und wächst zum Teil deutlich stärker als der Markt. Die Erlöse stiegen um



Am Herma Hauptsitz in Filderstadt wird mit Hochdruck an den neuen Fertigungskapazitäten gebaut: Ende 2018 soll die Produktion von Etikettiermaschinen starten. Das neue Beschichtungswerk für den Bereich Haftmaterial folgt im Herbst 2019.

6,5% von 321,5 Mio. € auf jetzt 342,3 Mio. €. Auch die Aussichten sind positiv. Nach Angaben der Geschäftsführer Sven Schneller und Dr. Thomas Baumgärtner schafft Herma deshalb 2018 in Filderstadt knapp 100 neue Arbeitsplätze, zum überwiegenden Teil in Entwicklung, Fertigung und Vertrieb. Herma profitiert von der guten Konjunktur in vielen wichtigen Wirtschaftsregionen: Die Exportquote liegt annähernd stabil bei 60%. Nicht zuletzt aufgrund der seit Langem vorangetriebenen Internationalisierung gelang es dem Geschäftsbereich Haftmaterial erneut, die allgemein ohnehin positive Marktentwicklung noch zu übertreffen. Der Umsatz mit diesem Ausgangsmaterial für die Etikettenproduktion stieg von 192,8 Mio. € um 5,9% auf 204,1 Mio. €. In Deutschland und Europa konnte Herma damit Markt-

anteile bei Haftmaterial gewinnen. Die oftmals zweistelligen Zuwachsraten des Online-Handels und die damit verbundene wachsende Nachfrage nach Logisticketiketten gaben auch dem Geschäftsbereich Etiketten Rückenwind.

Im Verbund mit einem sich erfreulich entwickelnden Geschäft mit Schulartikeln stieg

der Umsatz um 4,8% auf 85,5 Mio. € in diesem Geschäftsbereich. Den prozentual grössten Sprung machten die Etikettiermaschinen: Der Bereich wuchs um 16,4% auf 49,8 Mio. €. Ein Wachstumstreiber war hier – neben der fortgesetzten Internationalisierung – die Lieferung ganzer Etikettiermodule in hohen Stückzahlen an die Hersteller von Verpackungsanlagen.

Für das kommende Jahr planen die Herma Geschäftsführer ein Umsatzplus von 4%.

› www.herma.de



Bildquelle: PSI

PSI 2018 WERBEARTIKELMARKT WÄCHST WEITER

Die PSI 2018, Europas grösste Messe der Werbeartikelwirtschaft, lockte Anfang Januar über 17.000 Besucher aus 37 Nationen nach Düsseldorf. Zudem zählte der Veranstalter Reed Exhibitions Deutschland insgesamt 925 Aussteller aus 37 Nationen und knüpfte damit an die Vorjahreszahlen an.

Nach Meinung des Veranstalters war «Digital only» gestern. Heute seien Werbeträger zum Anfassen gefragt. Konsumenten, speziell Millennials, suchten verstärkt authentische Markenerlebnisse, hätten weniger Vorbehalte und Berührungsängste, sich mit einer Marke zu identifizieren und seien offen, sich mit ihnen zu zeigen. «Was wir beobachten, lässt sich vielleicht am besten als ana-

loge oder haptische Revolution bezeichnen. Menschen suchen im Zeitalter der digitalen Reproduzierbarkeit und Beliebigkeit nach Dingen, die sie real und multisensorisch erleben können. Ein Trend, der sich positiv auf die Werbeartikelbranche auswirkt», sagt PSI-Chef Michael Freter. Eine Einschätzung, die sich in den Branchendaten widerspiegelt, die vom Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) zur PSI veröf-

fentlicht wurden. Erstmals erreichte die Branche einen Umsatz von 3,5 Mrd. € (Vorjahr 3,47 Mrd. €) in Deutschland. Ein Trend, der sich fortsetzen wird, wie der GWW-Vorsitzende Frank Dangmann erwartet: «Fast jedes Grossunternehmen und 75 Prozent aller mittelständischen Unternehmen in Deutschland setzen heute in der Kommunikation mit Kunden Werbeartikel ein.»

Für den europäischen Markt wird für 2018 mit einem

Wachstum von 5,3% gerechnet. Das geht aus dem PSI Branchenbarometer hervor, das vom PSI Institut im Vorfeld der Messe erhoben wird. Befragt wurden knapp 1.000 Lieferanten und Werbeartikelhändler aus ganz Europa. Auch in den USA bleibt die Branche auf Wachstumskurs. Für das abgelaufene Jahr rechnet das Advertising Specialty Institute (ASI) mit Umsätzen von 22,9 Mrd. \$. Ein Plus von rund 3% gegenüber dem Vorjahr.

Im Ranking der Topseller auf Platz 1 sind Textilien, T-Shirts und Caps. Trends sind die nachhaltige Fertigung und nachvollziehbare Lieferkette. Die Trends bestimmten auch das Bild der diesjährigen PSI. «Der Trend zur Nachhaltigkeit und zu qualitativ hochwertigeren Produkten ist eindeutig», sagt Michael Freter. Eine Aussage, die das aktu-

elle PSI Branchenbarometer unterstreicht. Demnach haben inzwischen über 90% der befragten Werbeartikel-Lieferanten und Händler zertifizierte oder nachweislich nachhaltige Produkte im Sortiment. Bei mehr als der Hälfte der Lieferanten und Händler liegt der Anteil nachhaltiger Produkte am Gesamtsortiment bei über 30%.

Werbeartikel in Szene setzen – das macht den Charakter der PSI aus. Sei es im Rahmen des PSI Catwalk, im Gusto Pavillon oder mit überraschenden Produktideen und Neuheiten, die nur auf der PSI zu sehen waren. Die kommende PSI findet vom 8. bis 10. Januar 2019 in Düsseldorf statt.

› www.psi-messe.com

20 Jahre Books on Demand BOD AUF WACHSTUMSKURS

Seit 20 Jahren ist Books on Demand (BoD) Vorreiter in der digitalen Buchpublikation für Autoren und Verlage. Zum Start des Jubiläumsjahres setzt BoD seinen Wachstumskurs fort.

Am 1. Juli 1998 erschien mit «Die Verfassung der Freien- u. Hansestadt Hamburg» das erste Buch über BoD im Print on Demand. Als Abteilung der Libri GmbH gegründet, ist BoD heute europäischer Markt- und Technologieführer im Bereich der digitalen Buchpublikation und neben Deutschland, Österreich und der Schweiz auch in Frankreich, Dänemark, Finnland, Schweden sowie Norwegen aktiv.

Mehr als 80.000 Self-Publishing-Titel sind aktuell über BoD im gesamten Buchhandel verfügbar. Seit Einführung der E-Book-Publikation bei Books on Demand im Oktober 2010 kommen über 60.000 lieferbare E-Books hinzu. Insgesamt veröffentlichten mehr als 40.000 Autoren ihre Bücher mit BoD. Der Wachstumskurs von BoD setzt sich auch im Verlagsgeschäft fort. Bei der Kundenanzahl konnte BoD einen deutlichen Zuwachs um 25% erzielen. Nutzten Anfang 2017 mehr als 2.000 Verlage BoD als Publikations- und Distributionspartner, so sind es mit Beginn 2018 bereits über 2.500 Verlage. Noch stärker ist im gleichen Zeitraum mit 33% die Zahl der bei BoD druckbereiten Titel gestiegen – von mehr als 2,7 Mio. auf über 3,6 Mio. Titel.

› www.bod.de

Future Champion 2018 MBO ERHÄLT AUSZEICHNUNG

In Ausgabe 5/2018 hat die «Wirtschaftswoche» Falzmaschinenbauer MBO als «Weltmarktführer Future Champion 2018» ausgezeichnet. Von MBO sowie von den weiteren 53 gelisteten Unternehmen wird erwartet, dass sie aufgrund ihres Unternehmenswachstums die höchste Kategorie «Weltmarktführer Champion» mittelfristig erreichen.

In der D/A/CH-Region gibt es besonders viele Spitzenunternehmen, die familiengeführt sind. Gerade darin sieht auch



MBO-Geschäftsführer **Thomas Heining** den grossen Wett-

bewerbsvorteil der MBO-Gruppe: «Als Familienunternehmen sind unsere Entscheidungswege besonders kurz und wir können dadurch schneller auf Marktentwicklungen reagieren. Im Gegensatz zu börsennotierten Unternehmen sind für uns nicht die kurzfristigen Gewinne entscheidend. Unsere Kunden und unsere Mitarbeiter haben für uns die höchste Priorität. Wir setzen auf langfristige Partnerschaften und auf eine stabile Zukunft. Die Auszeichnung der «Wirtschaftswoche» bestätigt uns darin, dass wir auf dem richtigen Weg sind.»

Darüber hinaus wurde MBO für den «Grossen Preis des Mittelstands» nominiert. Nur jedes tausendste Unternehmen Deutschlands erreicht diese Nominierungsliste. Bereits die Nominierung zum Wettbewerb, zu dem man sich nicht selbst bewerben kann, gilt als Eintrittskarte ins «Netzwerk der Besten».

› www.mbo-folder.com

VDM Nord-West NEUES DESIGN FOLGT NEUAUSRICHTUNG

Mit neuen Leistungsangeboten, Qualifizierungen und inhaltlichen Schwerpunkten hatte der VDM Nord-West 2017 seine Neuausrichtung vorangetrieben und kann mit 32 neu hinzugewonnenen Mitgliedern und zahlreiche gebuchte Beratungs- und Qualifizierungsleistungen erste Erfolge bilanzieren.



Mit dem neuen Markenauftritt soll das Moderne mit dem Bewährten verbunden werden.

Jetzt hat der Verband sein Erscheinungsbild verändert und tritt mit verändertem Corporate Design und neuem Logo auf. Es soll die Dachmarke Verband Druck + Medien Nord-West stärken. «Wir wollen für unsere Mitglieder die erste Adresse sein, wenn es um Impulse für die Unternehmensentwicklung, kompetente Beratung und zeitgemässe Qualifizierung geht. Wir sind ein starker Partner, der sich den Herausforderungen der Transformation stellt – genau das spiegelt nun auch unser äusseres Erscheinungsbild wider», erklärt Oliver Curdt, Geschäftsführer des VDM Nord-West.

› www.vdmnw.de

BVDM-KONJUNKTURTELEGRAMM Nach einem positiven Start ins neue Jahr zeigt sich das Geschäftsklima in der Druck- und Medienbranche im Februar 2018 gedämpft. Den Umfragedaten des ifo Instituts zufolge verschlechterte es sich gegenüber dem Vormonat um 2,4%. Im Vorjahresvergleich blieb die Entwicklung hingegen unverändert positiv. Der Index nahm um 4,9% zu. Gegenüber dem Januar 2018 fielen die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage und die Erwartung über die künftige Lage negativ aus – beide Werte bestimmen das Geschäftsklima. Das sank gegenüber dem Vormonat um 3,4%.

Die sich offenbar wieder entspannende Lage bei den Verkaufspreisen für Druckereileistungen – neben einer vergleichsweise stabilen Nachfrageentwicklung nach Druckprodukten – wird überschattet von den sich häufenden Meldungen über Preiserhöhungen bei Druckfarben und beim Papier. Die teilweise erschwerten Lieferbedingungen beim Papier sorgten in der Branche zudem für eine Verunsicherung. Gleichwohl fielen im Vergleich zum Vorjahr die Beurteilung der aktuellen Lage und die Erwartungen positiv aus.

› www.bvdm-online.de

FINANZIERUNGSPRAXIS 2016 stieg die Investitionstätigkeit der deutschen Druckindustrie deutlich. Dies belegen die kürzlich veröffentlichten Zahlen des Statistischen Bundesamtes, wonach die Bruttoanlageinvestitionen der Branche gegenüber dem Vorjahr um 21,7% auf 665 Mio. € angestiegen sind.

Hält dieser Trend an, wächst auch die Bedeutung fundierter Informationen zur Finanzierungspraxis. Bekommen Druck- und Medienunternehmen wirklich die Kredite, die sie brauchen – zu Bedingungen, die erfüllbar sind? Auf diese Fragen soll die jährliche Befragung zur Unternehmensfinanzierung des Bundesverband Druck und Medien Antworten geben. Sie ist eine wichtige Grundlage auch für die Interessenvertretung der Verbände Druck und Medien gegenüber Politik und Kreditwirtschaft. Die Beantwortung ist bis zum 16. März möglich. › www.bvdm-online.de

ERÖFFNUNGSFEIER Im vergangenen Jahr hatte Papyrus die Investition in einen neuen Standort in Köln-Niehl bekanntgeben. Nach rund elf-monatiger Bauphase steht die Eröffnung des europäischen «PCC Papyrus Competence Centers» nun bevor. Es wird als europaweites Zentrallager für grafische und technische Papiere genutzt. Neben einer Lagerfläche von 22.000 m² und Räumen für Schulungen und Seminare, wird es über eine Papierakademie mit rund 500 m² Fläche verfügen.

Ausserdem wird das Competence Centers zukünftig auch für Events genutzt. Den Auftakt bildet die Eröffnung am 22. und 23. März 2018. An beiden Tagen erwarten die Gäste aus der grafischen Branche Abwechslungsreiches rund um das Thema Papier, geführte Touren durch das Gebäude sowie eine eigene Hausmesse mit Partnern von Papyrus.

› www.papyrus.com

Der Bundesverband Druck und Medien und seine Landesverbände unterstützen Druckereien nunmehr seit zehn Jahren mit ihrer Klimainitiative, bei der die Emissionen von Druck-Erzeugnissen quantifiziert, optimiert und ausgeglichen werden. Das Engagement kann sich sehen lassen: Seit Gründung der Initiative wurden über 131.000 Druckprodukte klimaneutral produziert und dabei insgesamt 185.000 Tonnen CO₂ durch Investitionen in Klimaschutzprojekte kompensiert. In diesem Jahr werden die Verbände jene Unternehmen auszeichnen, die der Klimainitiative von Beginn an die Treue halten.

KLIMAWANDEL NACHHALTIGKEIT AUSGEBLENDET?



Bildquelle: manroland AG

Klimaneutral drucken **NOCH MEHR TUN FÜR KLIMASCHUTZ**

Die Klimainitiative des Verbandes und der gute Wille der rund 150 Druckereien, die sich daran beteiligen, ist lobenswert – doch leider nur ein Tropfen auf den heißen Stein. Bei rund 10.000 Druckereien, die es in Deutschland gibt, dürften es zwar einige mehr sein, die sich (in anderen Klimaprojekten) beteiligen, doch scheint das Thema Nachhaltigkeit offenbar in Vergessenheit geraten zu sein. Schon zur drupa 2016 war uns aufgefallen, dass nur noch die Papierhersteller und einige wenige andere Unternehmen ihre Ziele für den Klimaschutz öffentlich machten. Ansonsten ging alles im Digitaldruck-Hype unter.

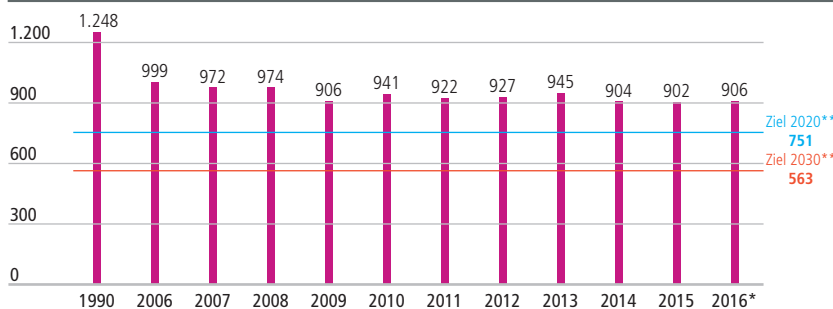
Daran hat sich bis heute nur wenig geändert. Alles, was in unserer Branche zurzeit in Sachen Nachhaltigkeit passiert, kommt uns eher halbherzig vor – oder wird nur unzulänglich kommuniziert. Was auf dasselbe hinausläuft, denn das Thema gehört an die Öffentlichkeit. Und es darf ja auch nicht vergessen werden, dass mit dem klimaneutralen Druck nur die Menge an Treibhaus-

gasemissionen ausgeglichen wird, die bei der Produktion von Druck-Erzeugnissen entsteht. Verhindert werden sie deshalb nicht. Sie tragen folglich auch nicht dazu bei, die Klimaziele Deutschlands (siehe Grafik unten) zu erreichen. Das gelingt allerdings nur, wenn massive Klimaschutz-Massnahmen in den Druckereien für deren positivere CO₂-Bilanzen sorgen.

**Politik
KAPITULATION VOR DEM KLIMAZIEL**
CDU/CSU und SPD haben das deutsche Klimaziel für 2020 offenbar aufgegeben. Eine Verringerung des CO₂-Ausstosses um 40% gegenüber 1990 sei praktisch unmöglich noch zu erreichen, sagten Vertreter der Parteien während der Sondierungsgespräche für eine Neuaufgabe der Grossen Koalition.

Schon seit Längerem ist absehbar, dass die Zielmarke von 751 Mio. Tonnen CO₂-Äquivalent bis 2020 kaum erreichbar ist, wie aus der unten stehenden Grafik hervorgeht. Die Treibhausgas-Emissionen stagnieren hierzulande seit Jahren. Das Ziel für 2020 ist nicht im Rahmen des Pariser Klimaschutzabkommens vereinbart, sondern wurde 2007 von der damaligen Grossen Koalition als nationales Ziel gesetzt. Man wolle die Anstrengungen aber nicht aufgeben, hört man aus der Politik. Jetzt werde das Ziel für 2030 anvisiert. Das sieht eine Minderung von 55% auf dann 563 Mio. Tonnen vor und ist im Rahmen der EU-Vereinbarungen für Deutschland Pflicht.

TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN IN DEUTSCHLAND (IN MIO. TONNEN CO₂-ÄQUIVALENT)



* Prognose
** Laut Energiekonzept der Bundesregierung (2010)
Quelle: Statista, Umweltbundesamt. Druckmarkt-Grafik: 2/2018.

Abschaffung gefordert

GEMISCHTE ERFASSUNG

Die Verbände der Wertschöpfungskette Altpapier fordern in ganz Europa die Abschaffung von Gemischterfassungssystemen und die getrennte Erfassung von Altpapier. Die zukünftige Rohstoffpolitik müsse so gestaltet werden, dass der Rohstoff Altpapier europaweit in guter Qualität zur Wiederverwertung zur Verfügung stehe. Die Getrennterfassung sei hierbei von essenzieller Bedeutung. Das erklärten der Bundesverband der Deutschen Entsorgungs-, Wasser- und Rohstoffwirtschaft (BDE), der Bundesverband Sekundärrohstoffe und Entsorgung (bvse) und der Verband Deutscher Papierfabriken (VDP).

Neben einem konsequenten Qualitätsmanagement über die gesamte Wertschöpfungskette halten die Verbände eine saubere und vor allem getrennte Erfassung von Altpapier für notwendig. Während das in Deutschland heute fast flächendeckend erfüllt wird, setzen andere europäische Länder noch auf Gemischterfassungssysteme. Die gemeinsame Erfassung verschiedener Materialfraktionen führe aber dazu, dass die Qualitätsstandards für ein fachgerechtes Recycling von Altpapier nicht beziehungsweise nur sehr eingeschränkt erfüllt werde. Hierdurch könne der wertvolle Rohstoff Altpapier nicht qualitativ hochwertig aufbereitet und im Sinne der Kreislaufwirtschaft wieder in die Produktion von Neupapier einfließen.

› www.vdp-online.de

Deutsche Papierindustrie POSITIVE BILANZ FÜR 2017

Die deutsche Papierindustrie zieht für 2017 eine im Schnitt positive Bilanz und sieht optimistisch in die Zukunft. Das erklärte der Präsident des Verbandes Deutscher Papierfabriken (VDP), Winfried Schaur, auf der Jahrespressekonferenz des Verbandes.

Der Umsatz der Branche stieg 2017 um 3,2% auf 14,7 Mrd. €. Die Unternehmen verkauften knapp 23 Mio. Tonnen Papier, Karton und Pappe. Das sind 1,4% mehr als im Vorjahr. Das Wachstum der Papierindustrie zeigt, dass sie fester Bestandteil zahlreicher Wertschöpfungsketten ist. 45% des Absatzes gingen ins Ausland. Die Zahl der Beschäftigten blieb mit rund 40.000 stabil.

Beim Papierrecycling konnte die Branche noch einmal zulegen. Über 17 Mio. Tonnen Altpapier wurden im vergangenen Jahr wieder zu neuem Papier verarbeitet. Das entspricht einer Altpapiereinsatzquote von 74%. Die Papierindustrie bleibe damit ein Musterbeispiel für eine nachhaltig funktionierende Kreislaufwirtschaft, sagte der VDP-Präsident.

Unterschiedlich entwickelten sich 2017 die einzelnen Sortenbereiche der Papierindustrie. Während Verpackungspapiere mit einem Absatzplus von 3,4% zulegten, ging der Absatz grafischer Papiere (wenn auch nicht mehr so deutlich wie in den Vorjahren) um 1,8% zurück. Hygienepapiere wiesen ein Absatzplus von 0,5%, technische und Spezialpapiere ein Plus von 4,4% auf.

› www.vdp-online.de

Vier fürs Klima BLAUER ENGEL BEIM DBM

Das DBM Druckhaus Berlin-Mitte hat im Juli 2015 als erste Druckerei überhaupt die Auszeichnung für die Blauer-Engel-zertifizierte Druckproduktion nach RAL-UZ 195 erhalten. Seitdem wurden Hunderte Produkte mit dem Umweltsiegel geliefert. Nun produzierte der Münchner Verlag Droemer



Das Buch *«Vier fürs Klima»* beschreibt den Versuch der Autofamilie Pinzler-Wessel aus zwei Erwachsenen und zwei Kindern, ein möglichst klimaschonendes Leben zu führen.

Knaur als erster grosser Publikumsverlag ein Buch nach den strengen Kriterien des Blauen Engels für Druck-Erzeugnisse.

Der Verlag und die Autoren Pinzler und Wessel suchten, passend zum Thema des Buches *«Vier fürs Klima»*, eine Druckerei, die das Softcover-Buch möglichst ressourcen- und gesundheitsschonend herstellen konnte.

Die Abfrage bei den etablierten Buchdruckereien brachte dem Verlag nur Absagen, aber auch die Empfehlung für das Druckhaus Berlin-Mitte ein. Die weitere Recherche zeigte dem Verlag, dass man mit den Berliner Unternehmen den richtigen Partner gefunden hatte. So kam es zu der Zusammenarbeit zwischen dem Münchner Verlag, der Berliner Druckerei und den Wahlberliner Autoren.

› druckhaus-berlin-mitte.de

Doneck DRUCKFARBEN KLIMANEUTRAL

«We think green!» – unter diesem Motto stellt sich das Doneck Network vor. Der luxemburgische Druckfarbenersteller hat in der Tat eine Menge dafür getan, um unter Beweis zu stellen, dass man es mit dem Thema Nachhaltigkeit wirklich ernst meint. Seit Januar 2018 hat Doneck Euroflex seinen gesamten Herstellungsprozess in Luxemburg klimaneutral gestellt. Das Unternehmen setzt bereits seit Jahren auf Strom aus Wasserkraft und verwendet nun auch natürliches Ökogas. Da die Unternehmensaktivität seit Jahren in einer CO₂-Bilanz erfasst wird, konnte diese nun klimaneutral kompensiert werden. Dies wird durch den Klimaschutzspezialisten ClimatePartner bestätigt.

Neben der Klimaneutralität der eigenen Prozesse arbeitet Doneck Euroflex auch am Einsatz umwelt- und klimafreundlicherer Rohstoffe. So ist es gelungen, für die Anwendung Wellpappe Post-Print ressourcenschonendere wasserbasierte Flexodruckfarben zu entwickeln. Die Serie Euroboard WKE basiert auf der Philosophie eines Grundfarbensystems, in dem die traditionellen Pigmentkonzentrate mit neu entwickelten Verschnitten ausgetauscht werden. Dabei sind signifikante Teile der Acrylatharze und Additive durch Alternativen auf Basis nachwachsender Rohstoffe oder Hybridsysteme ersetzt worden. Dies reduziert den Einsatz von erdölbasierter Chemie und senkt den rohstoffbedingten CO₂-Abdruck der verwendeten Druckfarbe.

› www.doneck.com

Nachhaltiges Drucken KODAK SONORA PLATE GREEN LEAF AWARD

Als Unternehmen, das sich mit umweltschonenden und nachhaltigen Drucklösungen beschäftigt, gab Kodak jetzt die 14 Gewinner des Sonora Plate Green Leaf Awards 2017 bekannt. Damit hat sich die Zahl der ausgezeichneten Unternehmen gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt. Das Prämierungs-



programm, das mittlerweile das vierte Jahr in Folge durchgeführt wird, würdigt Druckereien aus aller Welt, deren Produkte, Dienstleistungen und betrieblichen Abläufe vorbildliche Beispiele für wirksame Massnahmen zur Reduzierung von Umweltbelastungen geben.

Unter den 14 Gewinnern des Award 2017 aus den USA, Kanada, Grossbritannien, Argentinien, Neuseeland, Südafrika, der Türkei, Japan, China, Korea und Malaysia kommen, befindet sich mit der Druckerei Lokay auch ein deutscher Betrieb.

Alle Betriebe drucken mit prozessfreien Kodak Sonora Platten und übernehmen damit in ihren jeweiligen Märkten eine führende Rolle beim Einsatz einer Technologie, die ihre Ökobilanz verbessert.

› www.kodak.com



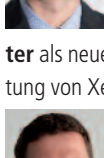
Bildquelle: rawpixel | 123rf.com



Nach 15-jähriger Leitung der Gallus Gruppe hat sich **Klaus Bachstein** entschieden, das Unternehmen zu verlassen und sich neuen Aufgaben zu widmen. Die Entwicklung von Gallus als Teil der Heidelberg-Gruppe wird durch **Christof Naier** gestaltet. Naier ist seit Juli 2012 im Unternehmen tätig, zunächst als Leiter Vertrieb, Marketing und Service des Etikettengeschäfts, seit Juli 2017 als General Manager für das Etikettengeschäft.



Die Tresu Group stärkt ihr Vertriebsteam durch **Ronni Nielsen** als Regionalvertriebsleiter EMEA. Er soll den Geschäftsbereich Solutions, der sich auf Inline-Flexodruckmaschinen konzentriert, weiterentwickeln und ausbauen.



• Xerox hat bekanntgegeben, dass **Richard Gaechter** als neuer Country General Manager per 1. Januar 2018 die Leitung von Xerox in der Schweiz übernimmt. Er folgt auf Kaspar Tapolet, der sich entschieden hat, aus dem Unternehmen auszuschließen.



• **Hendrik Niestert** ist mit Wirkung vom 1. Februar 2018 zum weiteren Mitglied des Vorstands der technotrans AG berufen worden. Darüber hinaus wurde **Dr. Andreas J. Schmid** zum 1. Februar 2018 als Nachfolger von Dr. Soest in den Vorstand zu berufen.



• Ab sofort wird das Vertriebsteam der Lüscher Technologies AG in Bleienbach, Schweiz, ergänzt durch **Stefan Thulin**, neuer Sales Manager. Er wird zunächst die Verantwortung für Skandinavien, Russland und Osteuropa sowie für England und Südeuropa übernehmen.



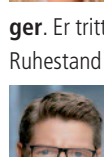
• **Heiner Klokckers** hat zum 1. Januar 2018 den Vorsitz der Geschäftsführung der hubergroup übernommen. Er wird die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens innerhalb und ausserhalb der Druckfarbenindustrie verfolgen. Seine bisherige Aufgabe als Leiter der Regional Business Unit Europe übernahm **Dr. Dirk Aulbert**, der seit April 2017 bei der hubergroup tätig ist.



• **Dr. Dirk Aulbert**, der seit April 2017 bei der hubergroup tätig ist.



Bei Herma Haftmaterial stehen die Zeichen weiter auf Expansion: **Melanie Maltan** verstärkt seit Ende letzten Jahres den nationalen Vertrieb und betreut die Kunden aus dem Vertriebsgebiet West. • Neuer Geschäftsführer des Industrieverbands Papier- und Folienverpackung e. V. (IPV) in Frankfurt ist **Karsten Hunger**.



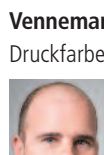
Er tritt die Nachfolge von Bernhard Sprockamp an, der in den Ruhestand ging. • Mit Wirkung zum 1. Februar 2018 ist **Dr. Frank Hornung** als CFO der Edelmann Gruppe und Mitglied der Geschäftsführung der Edelmann GmbH zum Unternehmen gestossen. Er verfügt über umfangreiche CFO-Erfahrung in verschiedenen international tätigen Unternehmen.



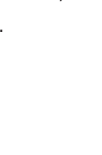
Zum 1. März 2018 ergänzte ausserdem **Henning Frings** als Sales Director Consumer Brands das Führungsteam der Edelmann Gruppe. Als Chief Supply Chain Officer kommt zum 1. April **Reiner Schneider** dazu.



• Innerhalb des Continental-Konzerns ist seit Jahresbeginn die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Division ContiTech verstärkt worden. Als Referent für externe Kommunikation und als Ansprechpartner für redaktionelle Anfragen der Fachpresse übernimmt **Jochen Vennemann** die Pressearbeit der deutschen Standorte.



• Die Eppl Druckfarben AG, Neusäß, verstärkt ihren Vertrieb in Deutschland seit dem 1. Januar 2018 mit **Christian Müller-Wiegmann** als Gebietsrepräsentant für Norddeutschland.



• Für das globale Marketing der Zeller+Gmelin GmbH & Co. KG einschliesslich der Industrieschmierstoffe, Trennmittel sowie Chemie zeichnet seit Oktober 2017 **Andreas Rascher** verantwortlich. In seiner neuen Position kann er seine langjährige Erfahrung in alle Unternehmensbereiche der Zeller+Gmelin-Gruppe einbringen.



• Seit 1. Februar 2018 ist **Hendrik Balcke** neues Mitglied der Geschäftsführung der Planatol GmbH. Balcke tritt zusätzlich zu Johann Mühlhauser in die Geschäftsführung ein und wird vorwiegend die Bereiche Vertrieb, Marketing und New Business Development verantworten.



WERDEN AUCH SIE GFZ-MITGLIED!

Als neues GFZ-Mitglied profitieren Sie von vielen Vorteilen, Vergünstigungen und Kontakten.

Testen Sie unsere Gemeinschaft,
wir freuen uns auf Sie!*

* auch unverbindlich als Gast bei einem unserer nächsten Veranstaltungen.

GRAFISCHES  FORUM ZÜRICH

Wir vernetzen Wissen.

Weitere Informationen auf www.gfz.ch

Es ist ein einmaliger Verein, der am 18. Dezember 2007 in Düsseldorf gegründet wurde. Zunächst ein Zusammenschluss von Online-Druckern und Unternehmen aus der Zulieferindustrie, die sich auf Initiative von Bernd Zipper zusammenfand, um die Interessen der noch jungen Web-to-Print-Anwender zu wahren. Als «Interessengemeinschaft zur Förderung des freien Wettbewerbs Web-to-Print e. V.» agierte der Verein bis 2010 gegen Wettbewerbsbeschränkungen, die einige Marktteilnehmer aus Patenten ableiteten. Daraus entstand die «Initiative Online Print» (IOP).

Bildquelle: zipcon.de



10 JAHRE INITIATIVE ONLINE PRINT FESTER BESTANDTEIL DER DRUCKLANDSCHAFT

Die Initiative Online-Print kann sich längst auch in Zahlen sehen lassen: So erwirtschaften die 34 in der IOP organisierten Unternehmen einen Gesamtumsatz (ohne bvdM-Mitgliedsunternehmen) von über 4,4 Mrd. € in Deutschland, Österreich, Italien, Schweiz und Benelux.

2010 benannte sich der Verein, nachdem die Meinungsverschiedenheiten im Jahr 2010 beigelegt waren, in «Initiative Online-Print» um. Durch die Öffnung des Vereins sollte die «IOP» zunächst als Sprachrohr gegenüber anderen Verbänden und Institutionen dienen. Mittlerweile ist die Initiative Online-Print, weltweit einmalig, eine unabhängige Kommunikations- und Ver-

netzungsplattform kleiner und grosser Online-Printer in Europa. Neben Branchengrößen wie Cimpress, Cewe, Onlineprinters und Helloprint haben auch kleinere Unternehmen mit der IOP eine Stimme im Markt. Gemeinsam treten die Mitglieder aktiv für den fairen Wettbewerb bei den Dienstleistungen und für die Sichtbarkeit der Online-Print-Industrie als eigenständige Branche ein.

Das wird von vielen Unternehmen geschätzt, denn die Mitgliedszahlen steigen weiter an. Dem Ziel der IOP entspricht diese Vielfalt, da so ein besserer Austausch zwischen einzelnen Unternehmen möglich ist und Projekte möglichst effektiv umgesetzt werden können, um die Branche voran zu bringen. Nach aussen wird die IOP durch ihren Vorstand, bestehend aus dem Vorsitzenden Bernd Zipper (zipcon consulting GmbH) sowie den stell-

vertretenden Vorsitzenden, Wilhelm A. Soll (PrintPlanet / digital print Garbsen GmbH) und Thomas Masselink (BWH Hannover GmbH) vertreten. «Wir sehen uns nicht als klassischer Verband – hier schätzen wir die Arbeit des bvdM und seiner Landesverbände sehr – sondern, als Zusammenschluss Gleichgesinnter – als Plattform für Kooperationen und Networking», sagt **Wilhelm A.**



Soll. «Die Interessen von Online-Printern sind andere als die klassischer Druckereien. Unsere Themen sind E-Commerce-orientiert und so meist sehr komplex. Diskutiert werden zurzeit zum Beispiel die Auswirkungen der neuen EU-Datenschutzverordnung auf Online-Print oder andere E-Commerce-Formen».

«Wir sind auf dem Weg zu einem europäischen Verein, wollen dies aber ganz bewusst Schritt für Schritt tun. Europa steht vor der Tür und so kommen mehr und mehr



Anfragen aus dem benachbarten Ausland», ergänzt **Thomas Masselink.**

«Uns begeistert noch immer die Vielfalt, das Miteinander von grossen und kleinen Anbietern und das rege Interesse an unseren Treffen» so Bernd Zipper.

Zwei Mal im Jahr sehen sich die Vertreter der Unternehmen, die in der IOP organisiert sind. Meist sind CEOs und Geschäftsführer persönlich vor Ort. Insbesondere Zukunftsthemen werden aktuell heiss diskutiert.

› initiative-online-print.de

6. ONLINE PRINT SYMPOSIUM INTERNATIONALER LEITEVENT DER ONLINE PRINT BRANCHE

Am 15.+16. März 2018 trifft sich zum 6. Mal die Onlineprint-Branche in München. Die Headline «Leading the competition – Wachstumsstrategien im Onlineprint» verspricht Impulse für mehr Erfolg und Geschäftsideen. Wie sehen diese Strategien und Markttrends aus und wie können sie Onlineprinter unterstützen, um zu expandieren? Das Symposium bietet Einblicke, Durchblicke und Ausblicke für alle, die im E-Business Print daheim sind.

Das derzeit wichtigste Thema im E-Commerce Print ist: Wie sehen Wachstumsstrategien aus und wie gelingt eine erfolgreiche Umsetzung? Das Programm zeigt Trends, die die internationalen Märkte bestimmen, Methoden, mit denen erfolgreiche Start-ups ihr Geld verdienen und Entwicklungen, die zukünftig neue Wachstumschancen bieten. Aus erster Hand berichten Experten, wie Mass Customization, Social Media im B2B-Bereich, Internationalisierung oder die Fokussierung auf Spezialthemen wie Umwelt, Mailings und Postkarten zum Erfolg führen. Den 1. Veranstaltungstag wird Prof. Dr. Frank T. Piller, Leiter des Instituts für Technologie- und Innovationsmanagement an der RWTH Aachen, mit seiner Keynote «Mass Customization und Onlineprint: Symbiose oder Widerspruch?» eröffnen. Er gibt Handlungsempfehlungen, die in nahezu jedem Unternehmen anzuwenden sind, um dieses Geschäftsfeld für sich zu gewinnen.

Wie erfolgreiche Internationalisierung funktioniert, berichtet Bipin Narang von Printvenue, einem Unternehmen, das im asiatischen Markt zu den Big Playern gehört. Dieser Markt bietet die Chance auf rasantes Wachstum, die nordamerikanische und europäische Märkte vor zehn Jahren boten. Ein Übertragen der Konzepte aus entwickelten Märkten reicht jedoch nicht aus. Bipin Narang wird in seinem Vortrag über die

Chancen in Asien anhand seiner eigenen Erfahrung vom Aufbau eines schnellskalierenden Onlineunternehmens für Druckindividualisierung berichten.

Hochkarätig besetzt

«Die Teilnehmer erwartet ein hochkarätig besetztes Programm. Besonders gespannt bin ich auf die Keynote von Prof. Dr. Frank T. Piller, der als ausgewiesener Experte hohes Ansehen genießt. Von ihm verspreche ich mir zukunftsweisende Empfehlungen für die Teilnehmer. Hochinteressant wird auch der Vortrag von Christian Maaß von cimpres: Von dem weltweit aufgestellten Branchenprimus können wir vielfältige Impulse erwarten. Cimpres verkauft Produkte in über 130 Länder. Voraussetzung dafür ist die genaue Kenntnis des regionalen Kaufverhaltens und der örtlichen Produktrends. Mehr gebündeltes Know-how und



bessere Chancen zum Austausch mit den Visionären der Branche gibt es nicht!», sagt **Bernd Zipper**, CEO zipcon consulting und Mitorganisator des Symposiums. «Die Experten des 6. Online Print Symposiums versprechen unterschiedliche Blickrichtungen mit neuen Impulsen für zukünftige Geschäftsmodelle.»

Besondere Inspiration verspricht die Keynote des 2. Tages. Das deutsche Unternehmen Spreadshirt steht für Personal Branding, die individuelle

Gestaltung von T-Shirts und setzt damit vom Beginn an auf Mass Customization. CEO Philip Rooke wird die Teilnehmer auf eine Reise der Möglichkeiten, der Erfolge und der Misserfolge mitnehmen.

Social Media im B2B-Bereich – Utopie oder Chance? Maria Seywald von der Krones AG wird berichten, welche Erfahrungen der Maschinenbauer in den letzten Jahren sammeln konnte und welche Strategie die Zukunft bestimmt.

«Die Teilnehmer werden sich über die Themenvielfalt freuen. Wir haben grosse Key-Player der Branche über Experten, die in andere Branchen blicken, bis zu erfolgreichen Mittelständlern gewinnen können», sagt



Mitorganisator **Jens Meyer**, Geschäftsführer der printXmedia Süd GmbH – dem Beraternetzwerk der Verbände Druck und Medien. «Besonders freue ich mich, dass wir mit dem Angebot «Insider-Get-together» noch mehr Gelegenheit zum Netzwerken bieten. Damit erfüllen wir einen häufig genannten Wunsch der Teilnehmer.»

Internationaler Austausch

Über steigenden Zuspruch erfreut sich die Fachausstellung des Online Print Symposiums mit 14 Partnern. Die Marktführer präsentieren neueste Produkte, Shop- und Agenturlösungen sowie Dienstleistungen. Den Teilnehmern bietet sich die Gelegenheit, wichtige Partner kennenzulernen

und sich direkt über neueste Entwicklungen und Lösungen sowie Angebote zu informieren.

Sappi Deutschland GmbH ist zum zweiten Mal Major Partner des Online Print Symposiums und erneut mit einem eigenen Partnerstand vertreten. Als Premium Partner sind wieder Unternehmen wie Obility, ctrl-s sowie risc solutions dabei und präsentieren ihre Lösungen für Print-Management und Workflow-Automatisierung.

«E-Commerce kennt keine Grenzen, sowohl in der Kreativität der Geschäftsmodelle als auch bestehender Landesgrenzen. Dem trägt die Ausrichtung des Online Print Symposiums zu einem internationalen Leit-event Rechnung. Im letzten Jahr verzeichneten wir Teilnehmer aus 15 verschiedenen Ländern und ich freue mich auf deutlich mehr internationale Gäste», erklärt **Dr. Eduard Neufeld**, Institutsleiter des Mitveranstalters Fogra. «Der internationale Austausch ist wichtig, dadurch potenziert sich der Erfahrungsschatz, die Ideen- und Meinungsvielfalt wird grösser und die Qualität der Diskussionen steigt»,



Da bereits deutlich über 200 Anmeldungen vorliegen, ist es ratsam, sich schnellstmöglich anzumelden, um Mitte März beim Branchenleitevent dabei zu sein.

» online-print-symposium.de

UNITEDPRINT/PRINT24 NOCH SPIELRAUM NACH OBEN

Mit etwa 700 Mitarbeitern an weltweit 26 Standorten und den Marken print24, Easyprint, Unitedprint, get-print, printwhat, Firstprint, DKK Print Big, infowerk und Unitedprint Shop Services (USS) ist die Unitedprint SE eines der führenden E-Commerce-Unternehmen im Bereich Druck und Medien. Produziert wird in Radebeul nahe Dresden und Nürnberg sowie bei etlichen Partnerbetrieben.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Als Ali Bazooband Anfang 2015 als Vorstand Innovation und Marketing bei Unitedprint (UP) startete, fiel ihm die immer gleiche rote Internetseite der Radebeuler Online-Druckerei auf. «Da muss man doch etwas ändern», dachte er. Aber er änderte nichts – weil es mit dieser immer wieder gleichen roten Seite blendend läuft. So gut, dass Bazooband das Unternehmen unter den Top 5 in Europa sieht.

Unitedprint SE bedient mit zahlreichen Portalen neben print24 national und international eine breite Kundenschaft von Druckereien, Designern, Grafikern, Printbuyern, Resellern und Werbeagenturen. Dabei werden rund 80% bis 85% der bis zu 5.000 Jobs pro Tag im Business-to-Business abgewickelt. Und das bei rechnerisch über 500 Millionen Produktmöglichkeiten, wie Ali Bazooband, inzwischen Geschäftsführer der Unitedprint Holding, erläutert.

Dabei seien auch die vielen unterschiedlichen Marken und Portale sinnvoll: «Viele Türen führen in den gleichen Raum», sagt er und meint damit, dass die Marken zwar unterschiedliche Kunden ansprechen, de-

ren Aufträge aber zentral in Radebeul bei Dresden und Nürnberg produziert werden.

print24 richtet sich dabei vor allem an Agenturen, Marketingprofis, Druckereien und Wiederverkäufer. Kleinere Unternehmen und Privatpersonen finden bei Easyprint ein grosses Spektrum an einfach zu individualisierenden Produkten. Das Portal DDK Print Big hingegen mit seiner Ausrichtung auf das Grossformat und Werbetechnik bietet ein umfangreiches Portfolio an hochwertigen Produkten für Marketing, Messebau und Werbetechnik.

Die Produktlinien Wahlwerbung, Verpackungen, Textilien, Gastronomie und Foto vervollständigen das Angebot des Vollsortimenters und ermöglichen es, den gesamten Bedarf an Werbeprodukten bei ein und demselben Anbieter zu bestellen.

Das Bestellen von Topsellern auch ab Auflage 1, eine Vielzahl von Veredelungen, telefonische Beratung durch ausgebildete Spezialisten und günstige Preise auch bei kurzen Lieferzeiten sind Features, an denen print24 permanent arbeitet. «Vor einigen Jahren noch ging es darum, besonders günstig zu sein, dann kam der Trend hin zum Vollsortiment – heute müssen wir beides und zusätzlich immer kürzere Lieferzeiten bieten», erläutert Ali Bazooband.



Ali Bazooband, Geschäftsführer der Unitedprint Holding (links), und Fabian Frenzel, Director Innovation und Marketing, sehen für weiteres Wachstum gute Chancen im Digitaldruck und dem Lokalisieren von Dienstleistungen.

«Generell bestimmen fünf wesentliche Faktoren den Erfolg im Online-Druck: das Portfolio, die Qualität, der Preis, die Lieferzeiten und der Service», ergänzt Fabian Frenzel, Director Innovation und Marketing.

Noch Wachstum möglich

Nun könnte man mit Blick auf die grossen Player im Online-Print-Markt glauben, der Kuchen sei verteilt und Wachstum nur noch durch die Erwei-

terung des Leistungsangebotes möglich. Doch Ali Bazooband relativiert: «Der gesamte europäische Markt für Drucksachen ist etwa 100 Milliarden Euro gross, der in Deutschland, Österreich und der Schweiz hat daran einen Anteil von 27 Milliarden. Online-Print macht über alles gesehen aber erst 2,5 bis fünf Milliarden aus. Da ist also noch viel Spielraum nach oben», sagt Bazooband. Dabei dürfe aber nicht vergessen werden, dass

man sich in Europa bewegt, dem wohl wettbewerbsstärksten Markt weltweit.

Dennoch bleiben laut Bazooband vier Wachstumsstrategien im harten Wettbewerb zwischen lokalen, nationalen und internationalen Playern: «Erstens Produkterweiterung; UP hat sein Portfolio in den letzten 24 Monaten etwa verdoppelt. Zweitens die Internationalisierung, drittens Mobilization; das heisst das Angebot einer echten mobilen E-Commerce-Lösung und viertens die Lokalisierung».

Unitedprint Shop Services

Ali Bazooband und Fabian Frenzel haben gerade beim «Lokalisieren» des Geschäftes noch grosse Pläne. Denn sie feilen weiterhin an den Unitedprint Shop Services, die Bazooband bereits auf dem Online Print Symposium 2016 in München vorstellte. Die Idee dahinter ist es, lokalen und regionalen Druckern mit den Unitedprint-Partnershops zu helfen, ihren Markt zu erweitern, landesweit oder sogar international operieren zu können.

Mit den Unitedprint Shop Services (USS) ebnet das Unternehmen über sein Partnernetzwerk Druckereien, Werbeagenturen und Resellern den Weg zum internationalen Druckmarkt – und das, so Ali Bazooband,



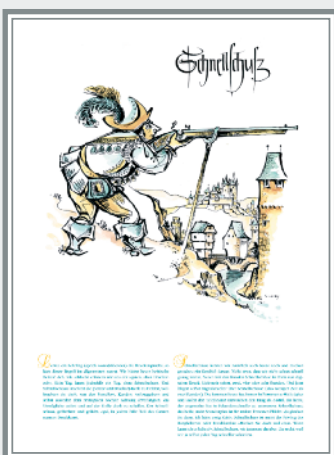
Blick in den Drucksaal bei Unitedprint in Radebeul: sechs KBA Rapida und eine Heidelberg Grossformat-Speedmaster sorgen für den gewaltigen Output der Online-Druckerei.

ohne Risiko für die Teilnehmer. Denn dank kostenloser Features wie einem eigenen Online-Shop und den Zugriff auf ein umfangreiches Produktportfolio hätten lokale und regionale Druckereien die Möglichkeit, ihr Produktportfolio auf einen Schlag zu erweitern und global anzubieten. Die Partner von USS könnten selbst entscheiden, welche Produkte sie selbst produzieren möchten oder ob sie auf das Portfolio der Online-Druckerei zugreifen wollen.

Ali Jason Bazooband beschreibt dies als Win-Win-Situation, denn Partner, die aussergewöhnliche oder besondere Produkte und Leistungen anbieten, könnten diese dem gesamten USS-Netzwerk zur Verfügung stellen. «Ich könnte wirklich kein neues Produkt und auch keinen zusätzlichen Service erfinden, der dermassen durch die Decke geht, wie unsere USS-Shops, die jedem potenziellen Partner seinen Wunsch nach seinem eigenen Web-to-Print-Shop binnen

Minuten erfüllt, um so selbst zum professionellen Online-Drucker zu werden», so Bazooband.

Knapp 400 solcher Partner gibt es inzwischen. Und die Zahl soll weiter ansteigen. Denn Ali Bazooband ist von dieser Strategie überzeugt und räumt ein: «Wir haben das Geld und das Know-how, aber die lokalen und regionalen Drucker haben den Markt und die Kunden. Sie sind die Platzhirsche – nicht wir.»



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. Auch im Druckmarkt-Shop: www.druckmarkt.com

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





Blick in das Daten- und Kommunikationscenter von Unitedprint. Hier werden die Kunden aus ganz Europa in ihren jeweiligen Landessprachen betreut. Neben der Mannschaft im Kundenzentrum arbeiten alleine 40 Spezialisten in der IT und Programmierung.



«Dresden ist nicht sehr zentral gelegen. Man muss sich also etwas einfallen lassen, um gute Mitarbeiter zu gewinnen», sagt Fabian Frenzel. So befindet sich oberhalb des Druckschlauchs beispielsweise eine eigene <Chillout- und Fitness-Zone> für die derzeit rund 700 Mitarbeiter.

Digitaldruck als Wachstumsfeld

Doch neben der Stärkung des Unternehmens über das Partnerprogramm USS wächst Unitedprint auch produktseitig.

Mit der Offensive für neue Druck-Erzeugnisse, die Unitedprint 2016 startete und die noch immer anhält,

wurde 2017 auch der Einstieg in den grossformatigen Digitaldruck eingeleitet. Und das gleich gewaltig. Zwei neue HP Indigo 10000 Digitaldruckmaschinen und eine HP Indigo 12000 decken das Format B2 ab, daneben betreibt UP noch neun HP Indigo-Maschinen der Modelle 7000 und 7600.

«Aufgrund des Formats geht das Konzept mit Sammelformen auch im B2-Digitaldruck auf – genauso wie im Offsetdruck», stellt Fabian Frenzel fest. «Dabei ist Speed der grosse Vorteil des Digitaldrucks.» Es entfällt die konventionelle Druckplattenherstellung. Ansonsten seien die Prozesse aber gleich.

«Wir bewegen uns mehr und mehr auf den Digitaldruck zu. Zum einen, weil die Maschinen durch ihr breiteres Anwendungsspektrum attraktiver geworden sind, zum anderen, weil die Nachfrage nach kleineren Auflagen, auch Auflage 1, deutlich zugenommen hat», erklärt Ali Bazoband. «Der Digitaldruck ist eines unserer Wachstumsfelder: in der Akzidenz wie in der Werbetechnik mit dem digitalen Grossformatdruck. Large-Format wächst an unserem Standort Nürnberg, den wir nach dem Kauf der infowerk GmbH im Jahr 2014 betreiben, derzeit am stärksten.»

Gewaltiges Volumen

Was jedoch keine Abkehr vom klassischen Offsetdruck ist. Im Drucksaal produzieren sechs Koenig & Bauer Rapida im Format 70 x 100 cm und eine Heidelberg Speedmaster XL 145 für das Bogenformat 121 x 162 cm. Für den Druck, die Veredelung und die Weiterverarbeitung der Drucksachen stehen 10.000 m² Produktionsfläche zur Verfügung.

Etwa 25.000 Tonnen Papier, rund 1 Mio. m² Druckplatten, 135 Tonnen

Farbe, 700 Tonnen Dispersionslack und noch einmal etwa 15 Tonnen UV-Lack verschlingt die Produktion bei Unitedprint. Das und weitere Positionen belaufen sich auf ein Einkaufsvolumen von rund 25 Mio. € alleine für die Verbrauchsmaterialien, die bei ca. 130 Lieferanten eingekauft werden.

Und wenn wir schon bei Zahlen und Fakten sind: Die 1.600 Reklamationen pro Monat hören sich im ersten Moment erschreckend an, doch bei Unitedprint ist man stolz darauf. Denn es sei eine Reklamationsquote von weniger als 1%.

Dabei ist es bei Unitedprint genauso wie bei den anderen grossen Online-Druckereien. Das alles funktioniert nicht etwa alleine wegen der Sammelformen, sondern wegen der extremen Standardisierung. Sobald eine Drucksache auch nur um einige Millimeter vom angebotenen Produkt abweicht, ist es für Unitedprint nicht realisierbar. «Damit würden wir die Automatisierung in höchstem Grad gefährden. Wenn wir anfangen einzelne Anfragen zu kalkulieren und Angebote schreiben, ist unser Geschäftsmodell obsolet. Wir sind als Online-Druckerei eben genau auf diesen Kanal fixiert. Nur hier haben wir unsere Stärken», beschreibt Ali Bazoband das Geschäft. Und genau das lässt Raum für die Partner im lokalen Markt.

➤ www.unitedprint.com

➤ www.print24.com

Toscana

Graubünden

Edle Weine der Brüder Davaz.

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

WirmachenDruck.ch

NEUE NIEDERLASSUNG IN WINTERTHUR

Der Online-Druckservice WirmachenDruck eröffnet eine neue Niederlassung in Winterthur. Mit der Gründung des Standorts will das Unternehmen seinem starken Wachstum in der Schweiz gerecht werden und so näher an seine Kunden heranrücken, begründet der Dienstleister seinen Schritt. Unter dem Namen WirmachenDruck Schweiz GmbH werde das neue Büro den Druckservice Kunden und KMU direkt vor Ort zugänglich machen. Durch die Niederlassung in der Schweiz könne der Service rund um die Abwicklung von Druckprojekten und die persönliche Beratung noch effizienter erfolgen. So soll am Standort in Winterthur künftig auch eine Selbstabholung der bestellten Druck-Erzeugnisse möglich sein.

«Auf dem Onlineportal www.wir-machen-druck.ch finden Online-Nutzer aus der Schweiz Druck-Erzeugnisse aller Art, zugeschnitten auf den Schweizer Druckmarkt und deutlich günstiger als in der Alpenregion üblich», heisst es in der Mitteilung der Online-Druckerei.

Die Online-Druckerei bietet ihre Printlösungen exklusiv für Kunden mit einer Rechnungs- und Lieferadresse in der Schweiz und in Liechtenstein an.

› www.wir-machen-druck.ch

Marktentwicklung BILDDIENSTLEISTER- MARKT BOOMT

Smart Imaging ist nach Meinung des PIV Photoindustrie-Verbandes der neue Trend, in der sich der Markt für Fotodienstleistungen nach erfolgreicher Digitalisierung befindet. Das Geschäft mit Fotobüchern entwickelt sich stabil, Foto-Merchandise wächst stark und Web-Bestellungen nehmen deutlich zu.

Zusätzliche Marktimpulse gingen auf das explosionsartig gewachsene Fotografieren und Präsentieren von Bildern auf Smartphones aus. Sie gewinnen laut PIV als direkte Bildquelle, durch Connectivity und als Touch-Point für Bilddienstleistungen weiter an Bedeutung. Positive Marktimpulse würden aktuell durch die jüngere Generation herbeigeführt, die verstärkt Gefallen an haptischen Bilderlebnissen hätten.

Nutzerwünsche nach noch intuitiveren Bedienerlebnissen erfordern neue Dienstleistungsangebote, wie sie unter anderem auf der photokina im September in Köln vorgestellt werden sollen.

Der mobile Zugang zu anspruchsvollen, kreativen Gestaltungslösungen werde jedoch wichtiger als eine Vereinfachung des Bestellprozesses, so der PIV. Smartphones würden sich als zentraler Touch-Point noch stärker festigen. Weitere Wachstumschancen ergäben sich aus dem mobilen Sofortbilddruck sowie einem noch grösseren Angebot an individualisierten Fotoprodukten im stationären Handel.

› www.piv-imaging.com

Müller Martini PRIMERA MC BEI ONLINEPRINTERS

Das E-Commerce-Unternehmen Onlineprinters – in Deutschland auch bekannt als diedruckerei.de – produziert seit ein paar Monaten mit einem Sammelhefter Primera MC von Müller Martini. Mit dieser Investition erhöhte Onlineprinters seine Kapazität und sorgt zugleich für ein sicheres Back-up für die beiden anderen Sammelhefter, einen Bravo von Müller Martini und ein Modell von Heidelberg.

Für den Primera MC entschied sich das Unternehmen nach einer umfangreichen Evaluation. Dabei überzeugte der Sammelhefter laut Werkstattleiter **Armin Wondrak** mit solider Technik, niedrigen Stillstandzeiten bei hoher Auslastung und einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis.

› www.mullermartini.com



SAZIO
Vinothek, Bar, Ristorante

Seefeldstrasse 27
8008 Zürich
www.sazio.ch

Top-Ranking DIE «BIG FIVE» IM ONLINE-DRUCK

Die «Big Five» der Werbeprodukte stehen fest. Über eine Million Datensätze haben die Marketingstrategen von Onlineprinters ausgewertet: In den Online-Warenkörben landeten im Jahr 2017 bevorzugt Werbeklassiker wie Flyer, Plakate, Falzflyer, Visitenkarten und Briefpapier.

Kunden, die Flyer bestellten, forderten durchschnittlich 5.000 Stück an, die höchste Auflage für einen einzelnen Auftrag lag bei über 800.000 Flyern.



In den Onlinewarenkörben der Onlineprinters-Kunden landeten im Jahr 2017 bevorzugt Werbeklassiker: Flyer, Plakate, Falzflyer, Visitenkarten und Briefpapier.

«Im Trend liegen jedoch kleinere Auflagen», konstatiert



Christian Würst, Chief Commercial Officer (CCO) von Onlineprinters,

und ergänzt: «Am stärksten sank die durchschnittliche Auflage von Flyern, die um etwa zehn Prozent abnahm. Gleichzeitig wuchs die Anzahl der Aufträge in diesem Segment. Dafür sind die Kunden heute bereit, für eine schnellere Produktion und Lieferung mehr zu bezahlen. Auch Veredelungsoptionen und Zusatzservices sind Kunden einen Aufpreis wert. Bei der Option «Bündelung» verpacken wir zum Beispiel auf Wunsch je 100 Flyer. Der Vorteil ist, dass das Aufteilen auf

verschiedene Empfängerkategorien deutlich einfacher wird.»

Ohne die Klassiker Visitenkarten, Briefpapier und Flyer kommen auch im digitalisierten Zeitalter weder Unternehmen, noch Selbstständige oder Freiberufler aus. Besonders Letztere haben häufig nur kleine Budgets. Denen rät Christian Würst: «Wer nur ein kleines Werbebudget hat, aber permanent für seine Kunden präsent sein möchte, sollte auf Dauerwerbemittel setzen. Dazu zählen etwa Kalender, Schreibtischunterlagen, Notizbücher oder auch Give-aways.»

2017 hat sich Onlineprinters mit der Einführung einer eigenen Papierkollektion und der Aufnahme von Letterpress-Visitenkarten in den Shop auch bei Kunden mit dem Wunsch nach dem Besonderen als Anbieter für hochqualitative Drucksachen etabliert. «Diese neue «Fanbase» wollen wir auch weiterhin glücklich machen und bieten nun für Flyer, Postkarten und Visitenkarten spezielle Veredelungsoptionen an.»

› www.diedruckerei.de

Die Mediengruppe Main-Post investiert in weitere Drucktürme von Koenig & Bauer und bekennt sich zur gedruckten Zeitung mit hochautomatisierter Technik. Im Bild bei der Unterzeichnung der Verträge (von links): Christoph Müller, Mitglied des Vorstands der Koenig & Bauer AG; Adrian Alt-Steiner, Bereichsleiter Druckerei Mediengruppe Main-Post; David Brandstätter, Geschäftsführer der Main-Post GmbH; Günter Noll, Vertriebsleiter Koenig & Bauer; Claus Bolza-Schünemann, Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG.



Foto: Daniel Peter

**Koenig & Bauer
EVOLUTION STATT
REVOLUTION**

Mit dem Kauf von zwei hochautomatisierten Commander CL-Drucktürmen geht die Mediengruppe Main-Post konsequent ihren eingeschlagenen Weg der sukzessiven Modernisierung weiter. «Wir bringen unsere Druckmaschinen Stück für Stück auf den neuesten Stand der Technik. Die beiden neuen Drucktürme sind für uns damit auch ein klares Bekenntnis zur gedruckten Zeitung», erläutert David Brandstätter, Geschäftsführer der Main-Post GmbH. Bereits 2015 investierte das Unternehmen in einen neuen Falzapparat. Auf den beiden neuen Drucktürmen, die Anfang 2019 die Produktion aufnehmen sollen, können in

einer Stunde bis zu 47.000 Zeitungsexemplare mit 32 Seiten Umfang gedruckt werden. «Unsere Unternehmen verbindet eine sehr lange und vor allem sehr gute Partnerschaft. Gerade die Nähe beider Unternehmen ermöglicht einen Austausch in Bezug auf Neuerungen oder auch Praxistests», stellt Claus Bolza-Schünemann, Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG, fest. Vor 135 Jahren lieferte Koenig & Bauer die erste Druckmaschine an den «Würzburger General-Anzeiger», aus dem später die «Main-Post» hervorging. Die Erstausgabe der «Main-Post» erschien am 24. November 1945. Derzeit arbeiten über 1.000 Menschen für das Unternehmen, das zur Mediengruppe Presse Druck in Augsburg gehört. Täglich werden die Tageszeitungen «Main-Post»,

«Schweinfurter Tagblatt», «Schweinfurter Volkszeitung», «Haßfurter Tagblatt», «Bote vom Haßgau» und «Volksblatt» herausgegeben und gedruckt. Durch Fremddruckaufträge werden im Unternehmen so viele Zeitungen produziert wie nie zuvor. Zusätzlich zu den Drucktürmen investiert das Unternehmen in zwei Rollenwechsler Pastomat und zwei Rollenbeschickungen Patras A. Ein umfangreiches Automatisierungspaket aus Walzenschlössern, Zylinderwaschanlagen, Farb- und Schnittregisterregelungen, Farbmess- und Regelsystem und vollautomatischen Plattenwechselsystemen inklusive Plattenlift reduziert Rüstzeiten, Makulatur, Bedien- und Wartungsaufwand auf ein Minimum.

› www.koenig-bauer.com

**MBO K70
DAUERLEIHGABE FÜR
DIE HDM**

Der Falzmaschinenbauer MBO ist seit vielen Jahren eng mit der HdM (Hochschule der Medien) in Stuttgart verbunden. Bis vor Kurzem stand als Dauerleihgabe eine MBO-Kombifalzmaschine K800.2. Diese wurde nun durch eine neue, manuelle MBO K70 ersetzt. Die Studierenden des internationalen Studiengangs «Print Media Technologies» müssen auf der manuellen K70 alle Einstellungen selbst vornehmen und verstehen dadurch viel besser, was in der Maschine eigentlich passiert. Die K70 wurde der Hochschule am 1. Februar in einem feierlichen Rahmen offiziell übergeben.

› www.hdm-stuttgart.de
› www.mbo-folder.com

**Elanders Germany
BUCHPRODUKTION
MIT HORIZON**

In der Buchproduktion setzt Elanders Germany künftig auf Technologie von Horizon. Mit der Investition in einen Horizon Klebebinder BQ-480 inklusive Dreimesseurautomat HT-1000V will Elanders die Wirtschaftlichkeit der Buchproduktion am Standort Waiblingen bei Stuttgart langfristig sicherstellen. Ein hoher Automatisierungsgrad, einfache Bedienbarkeit und kurze Rüstzeiten bei variablen Produktionen waren für Elanders Germany die entscheidenden Argumente für den Einsatz von Horizon Systemen der neuesten Generation.

› www.elanders.com
› www.horizon.de

Graphische Betriebe Kip ZWEITE HEIDELBERG STANZE

Die Graphische Betriebe Kip GmbH + Co. KG aus Neuenhaus startet mit zwei Grossinvestitionen in das Jahr 2018. Zum einen wurde die Produktions- und Fertigungsfläche um 500 m² erweitert, zum anderen wurde ein weiteres Dymatrix Stanz- und Prägesystem 106 CSB aus dem Hause Heidelberg in der Pro Version installiert. Auf dem neuen System lassen sich Bogenformate bis zu 76 x 106 cm stanzen, prägen und rillen. In Hinblick auf die Materialauswahl lässt die Maschine kaum Wünsche



Seit Anfang Februar 2018 ist das neue Stanzsystem vollständig in die laufende Produktion eingebunden.

offen. Es lassen sich Papiere ab einer Grammatr von 80 g/m², Karton bis 2.000 g/m² und Wellpappe bis 4 mm Stärke verarbeiten. Ein Non-stop-Bogenanleger sorgt für einen durchgängigen Transport des Stanzbogens über den Bändertisch in die Anlage. Die maximale Stanzkraft beträgt 3,3 Meganewton, was etwa 330 t entspricht. Für höchste Stanzqualität sorgt der bewegliche Obertisch. Durch das innovative Registersystem wird eine Registergenauigkeit von +/- 0,15 mm dauerhaft gewährleistet – und dies bei einer Geschwindigkeit von bis zu 9.000 Bogen pro Stunde.

› www.kip.de

BST eltromat International BETEILIGUNG AN NYQUIST SYSTEMS

Nach vier Jahren intensiver vertrieblicher Zusammenarbeit beteiligt sich BST eltromat International an der Nyquist Systems GmbH aus Landsberg. Mit den Inspektionsystemen der TubeScan-Familie von Nyquist Systems rundet BST sein Lösungsportfolio für die Qualitätssicherung im Verpackungs- und Etikettendruck ab. Dabei fügen sich diese Produkte – BST eltromat vertreibt sie exklusiv – ideal in das Angebot von BST eltromat für schmalbahnige Druckprozesse ein. Das gilt auch für den neuen QLink-Workflow, der in Sachen Synchronisation, Datenhandling und Fehlerredirektion bislang nicht gekannte Möglichkeiten eröffnet.

«Unsere langfristig orientierte strategische Partnerschaft verfolgt das Ziel, den Erfolg der von Nyquist entwickelten und produzierten TubeScan-Familie weiter voran zu treiben und so die gemeinsame Marktführerschaft zu festigen», erklärt Kristian Jünke, bei BST eltromat International Geschäftsführer. Bislang haben beide Unternehmen gemeinsam weltweit mehr als 800 TubeScan-Systeme im schmalbahnigen Etiketten- und Verpackungsdruck installiert.

Das 2004 gegründete Unternehmen Nyquist Systems steht für innovative, kundenspezifische Lösungen für die 100%-Bildbeobachtung von bahnförmigen Materialien, und Druckkontrolle mit integrierter Bahnbeobachtung, Beleuchtungstechnologien für spezielle Anwendungen und Vernetzung von Inspektionskomponenten per Workflow.

› www.bst-international.com

HORIZON STANZSYSTEM DOPPELMAGNETZYLINDER JETZT SERIENMÄSSIG

Mit einer einzigen Maschine wahlweise Stanzen, Anstanzen, Rillen, Perforieren und Prägen: Die rotative Stanze von Horizon bietet vielfältige Möglichkeiten, die Angebotspalette in der Druckweiterverarbeitung auszubauen. Als Nachfolger der RD-4055 bietet Horizon mit der neuen RD-4055DM einen höheren Standard in puncto Qualität und Leistung.

Kurze Rüstzeiten und hohe Qualität: Rotatives Stanzen mit der RD-4055DM erlaubt die Verarbeitung und Veredelung unterschiedlicher Materialien zu einer grossen Bandbreite an Produkten; zum Beispiel Visitenkarten, Spielkarten, Etiketten, Präsentationsmappen, personalisierte Verpackungen oder Flyer in individuellen Formen und Formaten.

Das System ist für Materialformate von 200 x 275 mm bis zu 400 x 550 mm bei einem minimalen Stanzformat von 50 x 80 mm sowie möglichen Materialstärken zwischen 0,1 und 0,5 mm ausgelegt. Bei einer Verarbeitungsgeschwindigkeit bis zu 6.000 Bogen pro Stunde ist das neue Modell RD-4055DM eine leistungsstarke Stand-Alone-Lösung.

Im Mittelpunkt des rotativen Stanzens steht dabei eine elektronische Bogensteuerung, mit deren Hilfe der Bogen in beide Richtungen (vorwärts/rückwärts) transportiert und präzise positioniert wird. Damit ist auch die effiziente Herstellung von Mehrfachnutzen auf einem Bogen möglich, womit der Kostenaufwand für Stanzwerkzeuge spürbar reduziert werden kann.

Während bei der RD-4055 Rillkanäle manuell auf dem Gegendruckzylinder aufgebracht werden mussten, werden beim neuen Modell mit



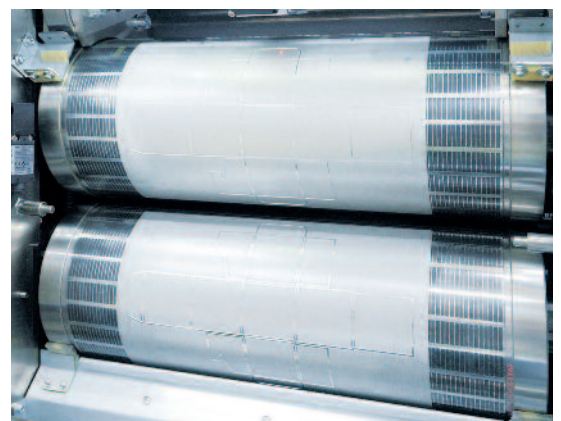
Kürzeste Rüstzeiten und hohe Qualität: Rotatives Stanzen mit der RD-4055DM erlaubt die Verarbeitung und Veredelung unterschiedlicher Materialien zu einer grossen Bandbreite an Produkten.

Doppelmagnetzylinder Rillungen als Matrize/Patrize im oberen und unteren Stanzblech angelegt. Damit liefert die RD-4055DM nicht nur eine deutlich bessere Rillqualität, sondern eliminiert gleichzeitig eine mögliche Fehlerquelle.

Die Stanzbleche lassen sich auf den Magnetzylindern einfach und präzise montieren, sodass die Rüstzeiten bei Auftragswechseln weiter verkürzt werden und – je nach Produkt – nur noch fünf bis zehn Minuten in Anspruch nehmen. Weitere Zeitvorteile liefert die integrierte

Separiereinheit, in der die Stanzgitter automatisch abgeleitet sowie Löcher wahlweise mechanisch ausgestossen oder mit Druckluft ausgeblasen werden können. Dank der hohen Flexibilität bei der Verarbeitung unterschiedlicher Materialien zu vielfältigen Produkten bietet die RD-4055DM dem Anwender auf rentable Weise die Möglichkeit, das Portfolio zu erweitern und insbesondere bei kleineren Auflagen die betriebliche Wertschöpfung nachhaltig zu erhöhen.

› www.horizon.de



Die RD-4055DM Stanzmaschine von Horizon ist serienmässig mit zwei Magnetzylindern ausgestattet.

HEIDELBERG ASSISTANT DAS MOSAIK WIRD ALS BILD ERKENNBAR

Mit der Markteinführung des auf der drupa 2016 vorgestellten Heidelberg Assistant macht der Druckmaschinenhersteller jetzt Ernst mit der angekündigten Strategie des «Smart Print Shops» und geht neue Wege in der Kunden-Lieferantenbeziehung. Mit dem Rollout in den Pilotmärkten Deutschland, Schweiz, USA und Kanada ist jetzt auch die Zeit reif für neue Geschäftsmodelle.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Noch sind die Entwicklungen zu neu oder zu wenig transparent, um sie in ihrer Tragweite abschliessend beurteilen zu können. Und vor allen sind sie erklärungsbedürftig. Doch bahnt sich ein Veränderungsschub an, der das Verhältnis von Maschinenhersteller und Kunde in der Branche grundlegend verändern kann.

Es ist aber kein abrupter Umstieg, sondern die Summe vieler Mosaiksteinchen, die sich jetzt zu einem Gesamtbild geformt haben. Denn schon heute beziehen viele Druckereien Maschinen und Verbrauchsmaterialien von ein und demselben Unternehmen. Und eine hochmoderne komplexe Druckmaschine ohne Service-Vertrag betreiben zu wollen, wäre purer Leichtsinn. Das ist weder neu, noch aufregend.

Spektakulär sind jedoch die Entwicklungen, die weit über die klassischen Dienstleistungen hinausgehen, die ganzheitliche Lösungen für Druckereien versprechen, auch vor völlig ungewohnten Denkansätzen nicht haltmachen und das Verhältnis von Maschinenbauer und Druckerei umkrepeln könnten.

Der «Smart Print Shop», wie ihn Heidelberg seit Ende 2015 beschreibt, ist kein visionäres Gebilde oder utopische Fantasie, sondern bezieht die installierte Basis mit ein. Daten, generiert aus Millionen von Sensoren

in 10.000 Heidelberg-Maschinen und 15.000 Software-Produkten, verschwinden nicht irgendwo in den Festplatten-Katakomben der Service-Rechner, sondern werden genutzt, um Kunden schnelleren Service zu bieten und zu mehr Transparenz zu verhelfen.

Individuelle Angebote

Die Offensive, die Heidelberg jetzt mit dem Assistant startet, ist das Ergebnis einer langen Kette von Entwicklungen, die mit der Einführung der Remote Service-Technologie im Jahr 2004 begann. Dabei fallen ganz nebenbei enorme Datenmengen an, mit denen sich einiges machen lässt. Alleine in einer Speedmaster XL 106 mit sechs Druckwerken stecken an die 3.000 Sensoren. Aus dieser Fülle an Informationen lässt sich etwa erkennen, wie effizient Kunden ihre

Maschinen einsetzen. Der Performance-Unterschied, also was die Anwender aus ein und derselben Maschine herausholen, sei gravierend, betont Heidelberg.

Aus den ermittelten Daten kann darüber hinaus ein auf den Bedarf des Kunden zugeschnittenes Angebot, bestehend aus Equipment, Verbrauchsmaterialien, Software und Services erstellt werden.

Mit Kunden entwickelt

Der Assistant ist also im Grunde genommen kein neues Produkt, sondern die Verquickung von zahlreichen Diensten, die nunmehr zusammengefasst auf einen Blick für grösstmögliche Transparenz sorgen. Kunden erhalten die Basisversion kostenlos, einen persönlichen Zugang via ID, damit sie individuell erkannt werden und können Informationen

wie Status beziehungsweise Produktivität ihrer Maschinen oder in Anspruch genommene Dienstleistungen überall und jederzeit abrufen. Zudem sind Softwareupdates, vorausschauende Wartungsmeldungen oder das Vertragsmanagement sowie ein Rechnungsüberblick möglich. Dabei erhalten Anwender einen Status über den Service- und Wartungsstand ihrer Druckmaschinen inklusive datengestützter Ausfallvorhersage. Darüber hinaus bietet der Zugang zu Big-Data-Performance-Analysen weitere Möglichkeiten zur Produktivitätssteigerung.

Heidelberg will mit dem Assistant bereits eingeführte Anwendungen wie Predictive Monitoring und Performance Consulting weiter skalieren. Heidelberg hat den Assistant, für den es regelmässige Updates geben soll, gemeinsam mit 30 Pilotkunden entwickelt. Arbeitsabläufe wurden analysiert, um mit dem Einsatz des Assistants verschiedene Aufgaben der Kundenmitarbeiter zu unterstützen. Weiterhin flossen die Ergebnisse, Ideen und Vorschläge aus über 400 Kundenbefragungen in die Entwicklung ein.

Shop, Support und Services

Der Assistant bietet einen Zugriff auf den Heidelberg eShop. Dadurch entsteht eine E-Commerce-Lösung, bei der Produkte nach Kundeninstallation und -bedarf individuell empfohlen werden können. Verbrauchsmaterialien und ausgewählte Service-



Mit dem Heidelberg Assistant lässt sich das Geschehen in der Druckerei lückenlos überblicken. Hinter den vier Kategorien Druckerei, Einkaufen, Support und Verwaltung verbergen sich auch detaillierte Informationen zum Service, dem Zustand oder der Performance der Maschinen.

teile werden in der Regel innerhalb von 24 Stunden geliefert. Mit dem Assistant und dem Zugang zum neuen eShop vereinfacht Heidelberg die Bestellabläufe deutlich.

Das Einkaufen ist aber nur eine der vielen Dienstleistungen, die der Assistant bietet. Mit dem Tool erhält der Anwender den Überblick über das Geschehen in seiner Druckerei. Denn Heidelberg hat neben dem etablierten Remote-Service eine ganze Reihe weitergehender und neuer Dienste abgeleitet, die den reibungslosen Ablauf einer Druckerei sicherstellen.

Durch eCall kann sich eine Maschine im Störfall automatisch beim Heidelberg-Service melden, Remote Service ermöglicht dem Servicetechniker das Einloggen in die Systeme des Kunden und Predictive Monitoring wertet Maschinendaten aus, um sich abzeichnende Störungen frühzeitig zu erkennen und ein Maschinenproblem anzukündigen, bevor es zum Stillstand kommt.

Diese Vorgänge lassen sich am Assistant lückenlos verfolgen und nachvollziehen.

Subskriptionsmodelle möglich

Die Integration aller Prozesse in den Druckereien steht bei diesen Lösungen und Überlegungen im Mittelpunkt. Dabei geht es nicht mehr um eine technisch mögliche Maschinengeschwindigkeit, sondern um die Effektivität der Maschinen über alles gerechnet (Gesamtanlageneffektivität) und darum, dass der Break-even nicht für einzelne Systeme das Maß der Dinge ist, sondern die Performance der gesamten Wertschöpfungskette.

Unter diesen Bedingungen und auf dieser Basis sind dann auch Subskriptions-Modelle möglich, bei denen Heidelberg mit Kunden einen fixen Preis für den bedruckten Bogen vereinbart. Heidelberg stellt alle für die Produktion notwendigen Betriebsmittel zur Verfügung und begibt sich mit den Kunden in eine tiefgehende Partnerschaft. Gleichzeitig geht es auch um einen neuen Ansatz bei der Technologievermarktung.

Dieses als «Subskription» bezeichnete Modell erläutert der Beitrag auf der folgenden Seite 30. Heidelberg setzt damit auf den Trend für «Pay per Use» und will so unabhängiger vom Verkauf von Druckkapazitäten werden. Pay-Per-Use im industriellen Offsetdruck ist das Ergebnis einer fortlaufenden digitalen Transformation. Heidelberg bietet ein Gesamtsystem aus Maschine, Services, Verbrauchsmaterialien und Softwarelösungen. Dieses wäre ohne Big-Data-Anwendungen, beispielsweise in der vorausschauenden Wartung, und des Push-to-Stop-Ansatzes zum autonomen Drucken undenkbar.

Die neue Heidelberg-Welt

Diese neue Heidelberg-Welt mag bisher nur als netter Nebenschauplatz in einer zunehmend digitalisierten Welt erkennbar gewesen sein. Inzwischen sind die digitalen Dienste aber zu einer zentralen Säule in Heidelbergs Strategie geworden. Schliesslich kann Heidelberg auf Basis detaillierter Kundendaten das Service-Geschäft weiter automatisieren. Der Assistant kann in dieser Welt zum Regiepult ausgebaut werden. So wird ein grosser Schritt in Richtung Industrie 4.0 gemacht, in der Maschinen und Komponenten selbstständig miteinander kommunizieren.

Diese Strategie könnte für Heidelberg und die gesamte Branche zum «Big Bang» werden. Denn Heidelberg tritt ja längst nicht mehr nur gegen andere Maschinenhersteller im Offset- und Digitaldruck an. Und während viele Wettbewerber noch an der Verfügbarkeit einzelner Maschinen feilen, könnte sie Heidelberg durch das Gesamtkonzept aus Technik, Prozessintegration und Dienstleistungen überholen.

Für einen Druckmaschinenbauer mit langer Historie ist das eine völlig neue Denkweise, an die man sich erst einmal gewöhnen muss. Und die Heidelberger selbst wohl auch noch.

› www.heidelberg.com



ECO³

**Ecological, Economical
and Extra Convenience,**

**also umweltfreundlich,
wirtschaftlich und Extra Nutzen.**

Agfa Graphics engagiert sich für nachhaltige Innovationen, die sich auf das Prinzip ECO³ fokussieren. Wir möchten sowohl für chemiefreie als auch für klassische Plattensysteme saubere und wirtschaftliche Lösungen entwickeln, die einfacher zu bedienen und zu warten sind.

www.agfagraphics.com

AGFA *Agfa*
WE EMBODY PRINT

FÜHRTER KARTONAGEN «PAY PER USE» ALS GESCHÄFTSMODELL

Beim Faltschachtelproduzenten FK Fürther Kartonagen, einem Unternehmen des Weig-Unternehmensnetzwerkes, stehen die Zeichen auf Wachstum. Dabei setzt Weig mit der Realisierung des neuen digitalen Subskriptions-Geschäftsmodells auf die Erfahrung, Beratung und Technologie von Heidelberg, um den Standort Emskirchen bei der Verfügbarkeit und Flexibilität auszubauen.

Text und Bild: Heidelberg

Wir gehen eine Partnerschaft ein, in der unsere strategischen und wirtschaftlichen Interessen gleichgerichtet sind. Mit der Umsetzung des Geschäftsmodells wird Heidelberg nicht wie bisher an der Lieferung der Maschinen-Komponenten verdienen, sondern am Erreichen gemeinsam vereinbarter Produktivität- und Wachstumsziele», erläutert Toni Steffens, kaufmännischer Leiter Weig Packaging.

Kunden zahlen für die Nutzung

Heidelberg setzt mit dem Subskriptions-Modell auf den Trend für «Pay per Use» und will damit unabhängiger vom Wachstum allein durch Verkauf und Installation von Druckkapazitäten werden. Bei diesem Modell zahlt der Kunde ausschliesslich für

eine produktive industrielle Leistung, also für die Anzahl der bedruckten Bogen.

Im klassischen Geschäftsmodell kaufen die Kunde die Druckmaschine und zahlen separat für Verbrauchsmaterialien und Serviceleistungen. Im neuen Heidelberg-Geschäftsmodell sind im abzurechnenden Bogenpreis das gesamte Equipment, alle benötigten Verbrauchsmaterialien wie Druckplatten, Farben, Lacke, Waschmittel, Gummitücher und ein umfassendes, auf Verfügbarkeit ausgerichtetes Serviceangebot, eingeschlossen. Dies unterscheidet sich deutlich vom bekannten Click-Charge-Modell des Digitaldrucks. Diese rechnen zwar ebenfalls pro Bogen ab, orientieren sich allerdings vornehmlich an den eigenen Kosten und nicht am Geschäftsmodell des Kunden.

«Die wirtschaftliche Verantwortung an der höchsten technischen Verfüg-

barkeit, der gesteigerten Produktivität und der maximalen Nutzung des installierten Equipments liegt beim Subskriptions-Modell von Heidelberg nicht mehr alleine beim Kunden, sondern erstmalig auch beim Anbieter»,



erläutert **Prof. Dr. Ulrich Hermann**, Mitglied des Vorstands und Chief Digital Officer bei Heidelberg. «Ein Kunde geht schliesslich nur dann einen langjährigen Vertrag mit uns ein, wenn er dauerhaft Vorteile davon hat. Diese garantieren wir ihm mit unserem Subskriptions-Modell. Es ist zudem dann eine zukunftsweisende Lösung, wenn Kunden die Chancen der Digitalisierung im Gesamtsystem voll ausschöpfen wollen.»

Erhöhte Verfügbarkeit

Im Rahmen der Vereinbarung werden im Faltschachtelwerk Emskir-

chen zwei neue Speedmaster XL 106 der drupa 2016 Generation mit Push-to-Stop- und Multicolor-Technologie installiert. Zum Gesamtmodell gehören auch alle Servicekomponenten, Ersatz- und Verschleisssteile, alle zum Betrieb der Maschinen erforderlichen Verbrauchsmaterialien und ein auf die Steigerung der Verfügbarkeit ausgerichtetes Trainings- und Beratungsangebot.

Zudem nutzt Weig die Digitalisierungslösung Heidelberg Assistant, die zum zentralen Steuerungspanel ausgebaut wird. So wird in der Praxis ein grosser Schritt in Richtung Industrie 4.0 der ganzen Branche gegangen, wo Maschinen und Komponenten selbstständig miteinander kommunizieren. Verschleiss und Wartung werden frühzeitig identifiziert und ermöglichen eine gemeinsame und vorausschauende Serviceplanung. So entsteht eine deutlich gesteigerte Verfügbarkeit der Maschinen. Der Nutzen für Weig: eine höhere Flexibilität mit dem Ziel einer Just-in-Time-Produktion.

«Pay per Use im industriellen Offsetdruck ist das Ergebnis der fortlaufenden digitalen Transformation unseres Unternehmens. Heidelberg bietet seinen Kunden ein Gesamtsystem an», so Hermann. «Das ist ohne Big-Data-Anwendungen, beispielsweise in der vorausschauenden Wartung, und im Push-to-Stop-Ansatz zum autonomen Drucken undenkbar.»



Produktionsprozesse, die sich selbstständig steuern und automatisiert ablaufen, Bediener, die nur noch bei Bedarf eingreifen müssen: Heidelbergs «Push to Stop»-Philosophie verändert die Arbeitsabläufe und hat das Potenzial, die Produktivität auf ein bisher unerreichbares Niveau zu heben. Ohne den Ansatz zum autonomen Drucken wäre das Subskriptions-Modell undenkbar.

➤ www.heidelberg.com
 ➤ www.weig.de



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

KOENIG & BAUER MEHR TRANSPARENZ IM LAGER

Seit rund einem Jahr ist die Rapida LiveApp mit dem Info-Panel und Wartungsmanager auf dem Markt. Nun wurde sie um die ProductionApp erweitert, die sich als unverzichtbarer Helfer in der Produktion entpuppt. Koenig & Bauer bietet damit die Lagerverwaltung und Chargen-Verfolgung via Smartphone. ProductionApp und NFC-Tags ordnen die jeweiligen Produkte eindeutig zu

Von MARTIN DÄNHARDT

Die Situation ist bekannt: Ein Hilfsmittel wie Waschmittel oder ähnliches wurde verbraucht und das Lager leer, weil jemand das letzte Gebinde entnommen und niemanden informiert hat. Solchen oder ähnlich ärgerlichen Fällen will Koenig & Bauer mit der ProductionApp vorbeugen und hat eine Lager- und Chargen-Verfolgung für mobile Geräte entwickelt. Herzstück der App ist die in vielen Smartphones eingebaute NFC-Funktion. Damit wird die Datenerfassung einfach und sicher. Der Workflow der ProductionApp beginnt im Lager. Dort erhalten die Lagerplätze der Verbrauchsmaterialien oder Hilfsmittel wie Farben, Lacke, Gummitücher, Puder etc. einen NFC-Tag. Mit dem NFC-Set-up kann der Anwender den Lagertags beliebige Artikel zuordnen. Die App speichert die Zuordnung.

Bei einer Bestandsprüfung oder beim Einlagern werden die Daten der Artikel lagerplatzbezogen angezeigt. Beim Einlagern wird die angelieferte Warenmenge eingebucht. Für den Artikel findet automatisch eine Bestandserfassung und -korrektur (Inventur) statt. Die Bedienung für diesen Vorgang erfolgt mit NFC-Unterstützung. Sobald das Smartphone einen Lagertag erkennt, werden Anzeige und Eingabe automatisch gesteuert.

Verfolgung bis zum Druck

An der Druckmaschine erfolgt die Zuordnung zum Verbrauchsort, etwa zum Druckwerk, wiederum über NFC-Tags. Dafür werden die Verbrauchstags ebenfalls mit dem NFC-Set-up eingestellt.

Am Smartphone lassen sich alle relevanten Informationen für den Artikel (Farbe, Restmenge etc.) zum Verbrauchsort anzeigen. Der Bediener

wählt die Menge aus, die er nachfüllt und scannt den Chargencode des Hilfsmittels ein. Dazu wird die Kamera automatisch aktiviert und zeigt den Code an, sobald die Erkennung abgeschlossen ist. Es lassen sich weitere nützliche Daten anzeigen, zum Beispiel wann der Artikel nachgefüllt werden muss oder wie viel Farbe für den Auftrag erforderlich ist.

Eine Datenbank speichert die nachgefüllte Menge inklusive der Chargennummer auftragsbezogen. Der Lagerbestand wird automatisch um die nachgefüllte Menge reduziert. Wird dabei der Mindestbestand unterschritten, erhält der Einkauf automatisch eine Information per E-Mail. Ein Bestellvorgang kann damit automatisiert ausgelöst werden. Die Anbindung an einen Webshop ist realisierbar und geplant.

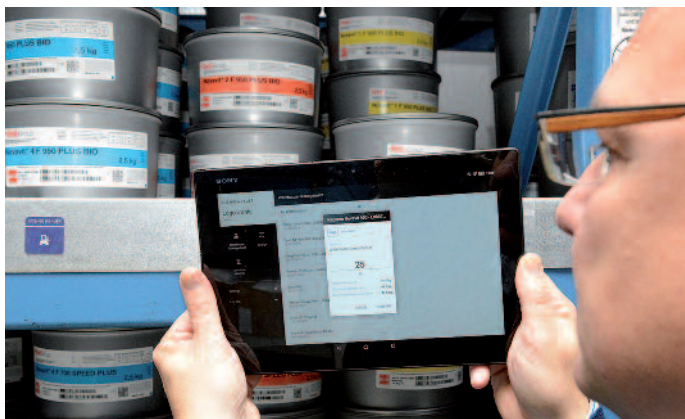
Lästige Bestandskontrollen eines Handlagers sowie Stillstandszeiten durch fehlende Hilfsmittel gehören damit der Vergangenheit an.

Komplexer Prozess wird einfach

Neben der Chargenverfolgung lassen sich auch Verbrauchsmittel wie Gummitücher etc. erfassen. Über die App wird exakt angezeigt, wie viele Drucke die aufgezogenen Gummitücher bereits absolviert haben. Ebenso lässt sich ein Soll-Ist-Vergleich der Laufzeit anzeigen. Haben Gummitücher die geplante Nutzungsdauer überschritten, wird das gemeldet und visualisiert. Auf diese Weise lassen sich Tätigkeiten wie der Gummituch-Tausch oder das Nachfüllen von Puder und Waschmittel anzeigen und vorausplanen und Ursachen für veränderte Verbräuche können gezielt verfolgt werden.

Mit der App lassen sich beliebig viele Lagerorte anlegen. Die Bestände von unterschiedlichen und verteilten Lagerorten können zusammengefasst werden. Im Unternehmen besteht jederzeit ein exakter Überblick über alle Bestände. Neben Verbrauchsmaterialien für Druckmaschinen lassen sich auch andere Produkte wie etwa Klebstoff einbinden.

Auch die Inventur wird mit der ProductionApp vereinfacht, weil sie sich die Reihenfolge der Lagerplätze für die angelegten Lagerorte merkt. Für die Nutzung der ProductionApp sind drei Dinge erforderlich: Ein oder mehrere Android-Smartphones mit der App, LogoTronic Professional als Produktions-Managementsystem und WLAN im Druckbetrieb.



Lagerplatz mit NFC-Tag, erfassen der Farbmenge im Lager der ProductionApp und Einschannen des Chargencodes der Farbe direkt am Verbrauchsort, das heisst an dem Druckwerk, an dem es zum Einsatz kommt.

➤ www.koenig-bauer.com

Koenig & Bauer GERMAN DESIGN AWARD 2018

Am 9. Februar fand die Verleihung des German Design Awards 2018 statt. Koenig & Bauer erhielt für die Rapida LiveApp den Award in der Kategorie «Excellent Communications Design – Apps». Nach dem automation app award 2016 handelt es sich bereits um die zweite Prämierung für die vom Hersteller Macio entwickelte Rapida LiveApp.

Die Rapida LiveApp unterstützt die Bediener bei der ortsunabhängigen Überwachung und Steuerung von Bogenoffsetmaschinen der Rapida-Baureihen. Nach dem Log-in per NFC öffnet sich ein Info-Panel, das Start, Verlaufsüberprüfung und den aktuellen Status der Druckproduktion anzeigt. Das Menü bietet Zugriff auf den Chargenerfasser, in dem alle Verbrauchsmittel über einen QR-Code erfasst werden können, aber auch auf den Wartungsmanager, inklusive Handbuch, Anleitungen und Dokumentation zur Maschine.

Die Jury des German Design Awards würdigte die Rapida LiveApp als praktische Lösung zur Wartung und Steuerung von Bogenoffsetmaschinen. In ihrer Begründung heisst es: «Mit der App für Smartphone oder Tablet wird der Leitstand der Druckmaschine auf die gesamte Länge der Maschine erweitert. Sie bietet eine clevere Lösung für ein altbekanntes Problem.»

› www.koenig-bauer.com

Dr. Cantz'sche Druckerei DRUCKKUNST AUS ESSLINGEN FÜR DIE USA

Die Dr. Cantz'sche Druckerei Medien GmbH, ein Unternehmen der Wurzel Medien-gruppe, gilt international als erste Adresse für hochwertige Kataloge und Kunstbücher. Das wissen auch die Kunstschaffenden in Amerika. Vor Kurzem wurde ein Magritte-Katalog für eine grosse Ausstellung im San



Druckbogen mit dem Cover «René Magritte – the Fifth Season».

Francisco Museum of Modern Art gedruckt. Die Ausstellung «René Magritte – the Fifth Season» wird vom 19. Mai bis 28. Oktober 2018 gezeigt. Dafür produzierte die Dr. Cantz'sche Druckerei Medien 12.500 Exemplare mit jeweils 252 Seiten.

Aus diesem Anlass kam hoher Besuch nach Esslingen. James Brandon Williams, der Chefgrafiker des Museums, war persönlich vor Ort, um die Druckabnahme vorzunehmen. «Kataloge und Kunstbücher müssen perfekt gedruckt werden. Jede Farbnuance muss präzise wiedergegeben werden und die Konturen und Lichtwirkungen müssen stimmen. Der Druck darf dem Original in nichts nachstehen», erklärt Klaus Prokop, verantwortlich für Vertrieb und Produktion für die USA bei der Dr. Cantz'schen Druckerei Medien.

› www.w-mg.com

Polar AUTOMATISIERUNG MIT COMPUCUT GO

Polar Compucut ist die State-of-the-art-Software zum Erstellen von Schneidprogrammen. In der Software stecken über 25 Jahre Erfahrung und das geballte Schneid-Know-how von Polar.

Mit Compucut Go bietet Polar jetzt eine zusätzliche Version dieser Workflow-Software an. Die verwendeten Schneidregeln sind in beiden Versionen identisch, lediglich die Bedienung von Compucut Go ist auf das notwendigste reduziert. Gemäss dem Motto «Plug and Cut» ist beispielsweise keine Installation der Software notwendig. Sie läuft direkt auf dem an einem PC angeschlossenen Medium. Der PC ist in das Netzwerk integriert und stellt so die Verbindung zwischen der Druckvorstufe und dem Planschneider her.

In der Druckvorstufe wird das digitale Bogenlayout in Form einer PPF- oder JDF-Datei abgespeichert. Diese Datei wird dann in den Hot-Folder abgelegt, der regelmässig von Compucut Go geprüft wird. Sobald eine neue Datei erkannt wurde, wird diese von Compucut Go verarbeitet. Auf Basis einer fest definierten Anschnittfolge wird das entsprechende Schneidprogramm erstellt und direkt in den Speicher der Maschine übertragen. Im Gegensatz zum normalen Compucut arbeitet die Version Go nur im Automatikmodus. Dieser automatisierte Workflow erfordert somit kein manuelles Eingreifen des Bedieners. So wird bei Compucut Go komplett auf eine entsprechende Bedienoberfläche verzichtet.

› www.polar-mohr.com

bvdm «MEDIENSTANDARD DRUCK» AKTUALISIERT

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) hat das kostenlose Standardwerk «MedienStandard Druck – Technische Richtlinien für Daten, Prüfdruck und Auflagen-druck» überarbeitet, um wichtige Neuerungen erweitert und in der aktualisierten Version 2018 veröffentlicht. Sie löst die Ausgabe 2016 ab.



2018er Ausgabe von «MedienStandard Druck».

Alle neuen ICC-Profile – konkret der Arbeits- und Austauschfarbraum «eciCMYK» (Fogra53), das Heatset-Profil «PSO SC-B Paper v3» (Standard-Druckbedingung 6-B, Fogra54) und das neue «ProcessStandard Rotogravure»-Set für den Illustrations-Tiefdruck – basieren erstmals durchgängig auf dem M1-Messmodus, der die optischen Aufheller im Papier berücksichtigt.

Ausserdem werden im Bereich Kommunikation und Druck von Sonderfarben die kürzlich publizierten beziehungsweise revidierten Normen ISO 20654 (SCTV) und ISO 17972 (CxF/X-4) sowie das neue Prüfmittel, der Fogra-MultiColor-Medienkeil, in Text, Tabellen und Glossar erläutert. Anwender können somit Druckkennlinien auf Basis von Spektral- und CIE-LAB-Farbdaten komfortabel erstellen und kontrollieren, womit die Farbraumerweiterung im Druck mit beliebigen Sonderfarbseparationen möglich wird.

› www.bvdm-online.de

Easymatrix 106 AUSLIEFERUNG DER 100. MASCHINE

Die Bogenstanzmaschine Easymatrix 106 wurde eigens für die Bedürfnisse von Akzidenzdruckereien konzipiert, die sich mehr Produktivität wünschen und ihr Sortiment um hochwertige Erzeugnisse ergänzen möchten. Daher rechnete die Heidelberg Druckmaschinen AG bei der Markteinführung im Herbst



Ausschlaggebend für den Verkaufserfolg der Bogenstanze Easymatrix sind die hohe Leistung und der attraktive Preis der Maschine.

2015 mit guten Verkaufszahlen. Das Ende 2017 bereits die 100. Maschine ausgeliefert werden soll, übertrifft jedoch alle Erwartungen. Die Erfolgsgeschichte der Easymatrix, die auf dem Verkaufsschlager in China, dem grössten Markt für diesen Maschinentyp basiert, kann sich durchaus sehen lassen. Die in Tianjin von MK Masterwork konstruierte und produzierte Easymatrix profitiert vom Entwicklungs- und Anwendungs-Know-how, das die beiden Unternehmen über Jahrzehnte erworben haben. Grösster Einzelmarkt für die Easymatrix ist Deutschland. Ihre Technik im Zusammenspiel mit der globalen Vertriebs- und Serviceorganisation von Heidelberg, die Kunden in aller Welt mit Rat und Tat unterstützt, lässt keinen Zweifel daran, dass die Easymatrix auf viele Jahre hinaus ein Bestseller bleiben wird.

› www.heidelberg.com

HORIZON AFV-56

EFFIZIENZ IM B2-FORMAT

Die neueste Generation Falzmaschinen der Serie AFV-56 bietet nach Angaben von Horizon einen noch höheren Automatisierungsgrad, um Präzision wie Wirtschaftlichkeit zu steigern. Die unterschiedlichen Modellvarianten seien schnell an veränderte Anforderungen anzupassen, bieten einfache Bedienbarkeit und auch bei hoher Variabilität der Aufträge kurze Rüstzeiten.

Text und Bilder: Horizon

Alle Falzmaschinen der Serie AFV-56 verfügen über einen integrierten Score-Navigator, den Horizon vor zwei Jahren erstmals für die Verarbeitung von Pharma-Beipackzetteln vorgestellt hat. Mit nur einem Knopfdruck wird selbst bei komplexen Falzungen die präzise Positionierung der Rillwerkzeuge ermöglicht. Zusätzlich zu Anschlägen, Einlauflinealen und Falzwalzen können mit dem Score-Navigator auch die für Kreuzbrüche erforderlichen Rillwerkzeuge automatisch ausgerichtet werden. Je nach gewünschter Falzart werden die notwendigen Rillungen präzise berechnet und die erforderlichen Werkzeuge bis auf einen Zehntelmillimeter genau positioniert. Sofern Falzlängen während eines laufenden Prozesses korrigiert werden müssen, werden die Positionen vom Score-Navigator automatisch neu berechnet.

Touch&Work-Technologie

Auch der Papiereinlauf wurde weiter optimiert: Die Ausrichtung erfolgt nunmehr mithilfe eines neu entwickelten Vakuumbands. Bereits bei der Papiermessung wird das Vakuum optimal auf die Grammatik des Papiers eingestellt. Die jeweiligen Einstellungen können individuell angepasst, für Wiederholaufträge gespeichert

und bei Bedarf schnell abgerufen werden – insgesamt stehen dafür bis zu 1.000 Speicherplätze zur Verfügung. Einfache Bedienbarkeit und höchste Produktionssicherheit werden darüber hinaus durch die nun serienmäßig integrierte, automatische Korrektur bei Mehrfach-Falzungen, Falzspitzen sowie des Einlauflineals gewährleistet. Die Bedienung der AFV-56 Falzmaschinen wird zusätzlich durch die bewährte Touch&Work-Technologie erleichtert.

Modularer Aufbau

Die Serie AFV-56 ist modular aufgebaut und erlaubt individuelle Kombinationen unterschiedlicher Merkmale, sodass die neue Generation der Falzmaschinen an die betrieblichen Anforderungen angepasst werden kann, sowohl bei der ersten Einrichtung als auch bei später anstehenden Erweiterungen.

So können Kunden je nach Anforderung zwischen vier und sechs Falzwerken im zweiten Falzwerk sowie un-

terschiedlichen Automatisierungsgraden wählen. In allen Falztaschen serienmäßig enthaltene Full-Size-Anschläge und Deflektoren garantieren selbst bei Geschwindigkeiten von 270 m/Min. markierungsfreie Falzergebnisse.

Darüber hinaus sorgen Schrägrollen auf dem Umlenktisch der zweiten Falzstation für ein deutlich verbessertes Ausrichten der Falzbogen und damit für eine erhebliche Leistungssteigerung. Mit einer Geräuschentwicklung von lediglich 80 dB entspricht die AFV-56-Reihe den neuesten Lärmschutz-Verordnungen.

Halb- und Vollautomat

Der Automatisierungsgrad der Maschinen variiert von halbautomatisch (AFV-56XA) über vollautomatisch, inklusive selbstständiger Einrichtung des Walzenabstandes (AFV-56XF), bis hin zum Modell AFV-56XDF für den Inline-Einsatz. Letzteres ermöglicht dank Dynamic-Fold-Technologie die Minimierung von Leerseiten in der Endlosproduktion, indem 8- und 12-seitige oder 12- und 16-seitige Signaturen gleichermaßen fließend verarbeitet werden.

Mit diesen technischen Neuerungen erfüllen die Falzmaschinen der Serie AFV-56 in vollem Umfang die aktuellen Anforderungen des Marktes hinsichtlich Leistung, Ergonomie und Wirtschaftlichkeit.



Vom Anleger bis zur Auslage rundum optimiert: Die neue Falzmaschinenserie AFV-56 gewährleistet höchste Präzision und Wirtschaftlichkeit.



Mit nur einem Knopfdruck wird selbst bei komplexen Falzungen die präzise Positionierung der Rillwerkzeuge ermöglicht.

➤ www.horizon.de



LARGE FORMAT PRINTING SCHLAUMEIER

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 «Druckmarkt COLLECTION» bietet ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht. Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess.

So wie die «Druckmarkt COLLECTION» 18.

Über 200 Rollen- und Flachbettdrucker bis 500 cm Breite in Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als 60-seitiger «Investitionskompass».

KNOW-HOW AKTUELL



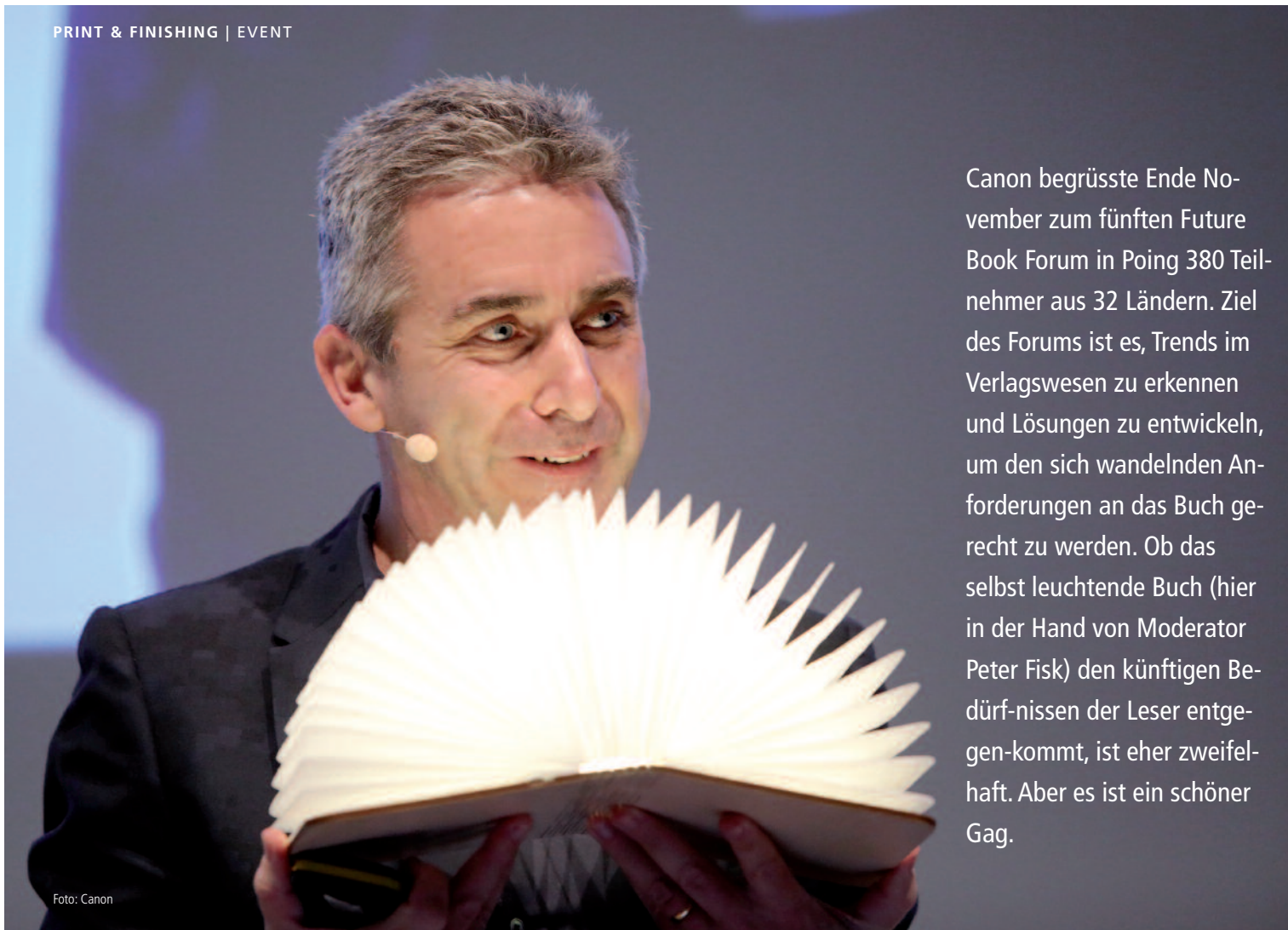


Foto: Canon

Canon begrüßte Ende November zum fünften Future Book Forum in Poing 380 Teilnehmer aus 32 Ländern. Ziel des Forums ist es, Trends im Verlagswesen zu erkennen und Lösungen zu entwickeln, um den sich wandelnden Anforderungen an das Buch gerecht zu werden. Ob das selbst leuchtende Buch (hier in der Hand von Moderator Peter Fisk) den künftigen Bedürfnissen der Leser entgegenkommt, ist eher zweifelhaft. Aber es ist ein schöner Gag.

FUTURE BOOK FORUM 2017

SMART BOOKS: VISION ODER IRRWEG?

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Als ich vor fünf Jahren die erste Veranstaltung von Canon zur Zukunft des Buches besuchte, kursierten gerade die Prognosen: In fünf Jahren gibt es keine gedruckten Bücher mehr!

Das hat schon damals niemand geglaubt. Und auch wenn es in den zurückliegenden Jahren leichte Rückgänge gab, sind zumindest die Umsätze im deutschen Buchhandel nahezu konstant geblieben. Auch der grosse E-Book-Boom ist ausgeblieben. Derzeit lesen laut Studie des Digitalverbands Bitkom 23% aller Bundesbürger hin und wieder digitale Bücher. Im Vergleich zu den vergangenen drei Jahren ist der Anteil der

E-Book-Leser damit nahezu konstant geblieben. Vom Sterben des Buches kann also beim besten Willen keine Rede sein.

«Da der Absatz von physischen Büchern inzwischen wieder wächst, ist die Verlagswelt optimistisch und vertraut auf das Medium Buch», sagte Peter Wolff, Director Commercial Printer and Production bei Canon Europe.

Was nicht bedeutet, dass man sich nun zurücklehnen könnte. Denn die Anforderungen an Bücher verändern sich. Dies gilt weit weniger für Belletristik, Klassiker oder Sachbücher, dafür aber um so mehr für Literatur rund um die Aus- und Weiterbildung. Bildung ist generationsübergreifend durch lebenslanges Lernen gekennzeichnet und erfordert Literatur, die auf die spezifischen Bedürfnisse zu-

geschnitten sein sollte. Dieses Thema wurde auf dem Future Book Forum 2017 mit Blick auf die Zukunft der Bildung (Education 4.0) intensiv diskutiert.

Suche nach dem «Smart Book»

Unter der Leitung von Peter Fisk, Professor für Strategie und Innovation an der IE Business School, und unter dem Motto «The Smart Book» wurde nach Antworten gesucht, wie sich Verlage proaktiv den Anforderungen für einen anwenderorientierten Konsum von Inhalten über mehrere Medienplattformen hinweg anpassen können.

Dazu präsentierte das Forum Referenten aus Verlagen, Marketing und Technologie, die aus ihrer jeweiligen

Sicht die Situation und mögliche Entwicklungen der Buchbranche beleuchteten.

Da verglich etwa Sven Fund (Fullstopp) die rasante Entwicklung der Computer und IT mit der der Verlagswelt, Dr. Wolfgang Merkle (University of Applied Sciences Europe) zeigte, wie Tchibo mit einer Omnichannel-Strategie die Kunden in den Mittelpunkt der Produkt- und Dienstleistungsangebote stellt und die Produzentin Michaela Philipzen (Ullstein Verlag) und Alexander Markowetz formulierten ihre Vision einer stärkeren Integration und Standardisierung der Verlagslandschaft als Grundlage für eine digitale Transformation. Kirsti Lonka (Universität Helsinki) beschrieb die aktuelle akademische De-

SIND OFFENBAR DOCH NICHT ALLE GLEICH.



batte zu Education 4.0, während Peter Revsbech und Whitney Jorgenson (Ordsbogen) erklärten, wie ihre datengestützte Content-Plattform den Bildungsbereich in Dänemark revolutioniert. Meteksan und Teknolist (Türkei) sowie Livonia Print (Lettland) berichteten von erfolgreich realisierten Projekten und gingen dabei auf die Bedeutung des «Dreiecks Fachkompetenz» zwischen Verlagen, Druckereien und Lösungsanbietern bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle für das Verlagswesen ein, die durch Digitaldruck und Workflow-Technologien ermöglicht werden.

Kreuz und quer

Mit anderen Worten: Es ging kreuz und quer durch die Verlagswelt. Und von einem «Smart Book» war weit und breit nichts zu erkennen.

Vielleicht lässt sich die Diskussion am ehesten mit dem zusammenfassen, was Peter Wolff gleich zu Anfang des Forums feststellte: «Der Fokus der Verlagswelt liegt derzeit auf Innovation, während gleichzeitig dynamischere Geschäftsprozesse entwickelt werden, um die kommerziellen Risiken zu verringern, die mit analogen Verlags-Modellen verbunden sind. Dies erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen Verlegern, Druckern und Anbietern digitaler Technologien.»

So reichten die von den Teilnehmern genannten möglichen Charakteristika eines «Smart Book» von personalisierten Inhaltsformaten für ein effektives Lernen über die weitestgehend automatisierte Buchherstellung und Produktion, Kleinauflagen und On-Demand-Lieferungen bis zum Lifecycle-Management von veröffentlichten Inhalten und Vertriebswegen über das Internet.

Mit «Smart Books», so die Vision der Teilnehmer, soll eine neue Stufe erreicht werden, die physische und digitale Medien auf eine völlig neue Weise integriert, sodass der inhaltliche Nutzen mit den Bedürfnissen des Konsumenten in Einklang gebracht werden kann.

Blanke Theorie

Fest steht, dass Digitalisierung eine Strategie ist, mit der die Verlagsbranche auf Veränderungen im Markt der Buch-Publikationen reagieren und den kommerziellen Wert ihrer Inhalte maximieren kann. Die Teilnehmer des Future Book Forum 2017 teilten auch die Vision einer Zukunft, in der digitale Technologien Bücher in vielschichtige Produkte und Dienstleistungen verwandeln, die eine neue Ebene der Interaktion zwischen den Anwendern und den von ihnen gewählten Inhalten schaffen.

Das alles mag sich lesen wie ein greifbares Ergebnis. Doch es ist blanke Theorie ohne konkrete Lösungsansätze. Es ist für jeden etwas dabei, was er sich herauspicken kann, doch ist es insgesamt betrachtet doch eher Flickwerk.

Möglicherweise war auch der Ansatz falsch, das Vehikel «Smart Book» zu diskutieren, das in keinerlei Weise definiert ist und eher ein modischer und ans Marketing angelegter Begriff ist. So hat jeder eine andere Vorstellung davon, jeder setzt aus seiner Sicht andere Schwerpunkte – und alle reden aneinander vorbei.

Im Überschwang «digitaler Denkweisen» kam einfach zu kurz, dass Bücher auch in Zukunft auf Inhalte angewiesen sind. Vielleicht sogar noch stärker als bisher. Denn Inhalte sind für den Leser nach wie vor das Wichtigste an einem Buch – ganz gleich, in welcher Form er es nutzt.

Das «Smart Book», wenn es denn jemals realisiert wird, kann also nur ein personalisierter Service für den Leser sein, kein Wirkliches Produkt. Vielleicht wird das sechste Future Book Forum von Canon (voraussichtlich im November 2018) konkreter. Der Besucherzuwachs von 20% gegenüber dem Vorjahr hat zumindest gezeigt, dass die Verlagswelt die Gelegenheit, zusammenzukommen und gemeinsam über die Zukunft zu diskutieren, zu schätzen weiss.

› www.canon.de

Sie erwarten **WETTBEWERBSVORTEILE UND HÖCHSTLEISTUNGEN** von Ihrem Produktionsequipment. Aber welches ist das Richtige und was sind die entscheidenden Unterschiede? Dafür sind die **EDP Awards** ein verlässlicher Ratgeber. Denn wenn die **European Digital Press Association**, in der sich die 21 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken zusammengeschlossen haben, jährlich ihre begehrten Awards vergeben, werden diese nach Kriterien wie Leistung, Qualität und Kosten ausgewählt. So bieten die EDP Awards Orientierung und geben eine neutrale Empfehlung für Ihre Kaufentscheidungen.



www.edp-awards.org

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.



Bildquelle: Durst

DURST EINE NEUE DRUCKPLATTFORM FÜR DAS GROSSFORMAT

Durst bringt mit der P5 Series eine von Grund auf neue Drucktechnologie-Plattform auf den Markt. Als erstes Drucksystem dieser neuen Plattform wird das Flaggschiff für den Grossformatdruck, der Durst P5 250 HS, ab April ausgeliefert.

Mit der P5 250 HS verspricht Durst einen Paradigmenwechsel im Grossformatdruck. «Wir glauben, dass es in diesem Marktsegment noch viel zu leisten gibt und der P5 250 HS liefert die Grundlage für eine neue Maschinengeneration. In einer integrierten Welt müssen sich auch die Druckdienstleistungen verändern: Mit der P5 Series bieten wir intelligente Werkzeuge für die

immer wichtiger werdenden Herausforderungen wie Uptime und Wirtschaftlichkeit an», erklärte



Christoph Gamper, CEO der Durst Group, bei der Präsentation

des Paketes aus neuer Hard- und Software. Sowohl industrielle Grossserien als auch Einzelanfertigungen in Offsetdruckqualität könnten mit dem System kosteneffizient produziert werden.

Die Bezeichnung P5 bezieht sich nach der Interpretation von Durst auf fünf Kernfunktionen: Produktivität, Zuverlässigkeit, Workflow, Vielseitigkeit und Druckqualität. Diese Eigenschaften stehen ganz im Zentrum der neuen Entwicklung. Deshalb verfügt die P5-Plattform über eine moderne Benutzeroberfläche und innovative Remote-Service-Funktionen. Durst hat sich darauf konzentriert, die Leistung und Verfügbarkeit der Drucksysteme zu maxi-

mieren sowie eine beispiellose Flexibilität in der Medien- und Auftragsabwicklung anzubieten.

«Die Verfügbarkeit von Maschineninformationen und Fernwartungsmöglichkeiten werden zu extrem wichtigen Parametern für die Zuverlässigkeit eines Drucksystems. Diese wird künftig immer mehr von Software bestimmt sein», erläuterte Gamper. Aber schon heute steht die Durst Analytics Informationsplattform für die präventive Wartung sowie volle Übersicht über Maschinenparameter und hilft, die Maschinenverfügbarkeit und die Produktivität hoch zu halten. Auch die speziell entwickelte Software-Suite für die P5 Plattform geht weit über die Funktionalitäten eines reinen RIPs hinaus. «Die P5 Plattform mit ihrer Work-

flow-Software und den innovativen Service-Lösungen ist das Ergebnis unserer Kernstrategie, weitere Investitionen in die Grossformatdrucktechnologie und darüber hinaus zu tätigen», sagt Christoph Gamper.

Und auch die übrigen Leistungsparameter lassen sich sehen. Im Vergleich zur Durst P10 250 HS ist der neue P5 um 70% produktiver. Die maximale Druckleistung ist im 2-Pass Modus mit einer Auflösung von 1.200 dpi auf 240 m²/h ausgelegt. Mit einer Tropfengrösse von 5 pcl soll einer Offsetqualität nichts im Wege stehen.

Wir werden in der nächsten gedruckten Ausgabe «Druckmarkt» 114 noch ausführlicher berichten.

› www.durst-group.com

Fujifilm

NEUE ACUITY LED 1600R

Fujifilm hat die Markteinführung des Inkjet-Druckers Acuity LED 1600R, einem weiteren Gerät der Acuity-Serie, bekanntgegeben. Dieser Rolle-zu-Rolle-Drucker wurde für den CYMK-Vierfarbdruck optimiert und bietet alle Qualität- und Leistungsmerkmale des erfolgreichen Hybridmodells Acuity LED 1600 II.

Die für Fujifilm exklusive Acuity LED 1600R ist mit den industriellen Druckköpfen der Dimatix Q-Class ausgestattet und bietet vier Kanäle sowie die Option einer modularen Aufrüstung vor Ort auf bis zu acht Kanäle. Sie verfügt über einen High-Density-Modus, um lebendige Displays auch auf wärmeempfindlichen Materialien zu drucken. Dadurch eignet sich das Modell für Backlit- und Fensterdekorationen und bietet wie die Acuity LED 1600 II eine hohe Produktivität von bis 33 m² pro Stunde.

Das neueste Mitglied der Acuity-Familie erzeugt laut Fujifilm wenig Wärme, benötigt geringe Tintenmengen und weniger Strom als vergleichbare Maschinen auf dem Markt. Der Drucker zeichnet sich durch einen sofortigen Produktionsstart, langlebige LED-UV-Lampen, null Ozon- oder VOC-Emissionen (flüchtige organische Verbindungen) und UV-Tinten als einziges Verbrauchsmaterial aus.

Dank modularer Aufrüstung auf bis zu acht Kanäle lassen sich auch weisse und transparente Tinte einsetzen.

› www.fujifilm.eu

Agfa Graphics

ANAPURNA H1650i LED

Agfa Graphics erweitert seine WideFormat Hybridproduktreihe Anapurna LED für Anwendungen im Bereich Sign & Display um einen neuen, 1,65 m breiten Hybriddrucker – die Anapurna H1650i LED. Dieser kleinere Hybriddrucker wurde als leicht zugängliches und kosteneffizientes Produktionstool entwickelt, das neue LED-Technologie mit der für Agfa typischen hochwertigen Ausgabe vereint.



Die Wide Format Hybriddrucker Anapurna LED sind robuste Arbeitstiere für starre und flexible Druckaufträge.

Die Anapurna H1650i LED ist eine kleinere Version der Anapurna H2050i LED, mit der sie einige Funktionen und Vorteile gemeinsam hat. Wie ihre grössere Schwester druckt auch die neue Anapurna mit LED-Aushärtung auf starren und flexiblen Medien, wodurch sie geringere Betriebskosten aufweist. Dies kombiniert sie mit Agfas preisgekrönter Bildqualität, tintensparender Technologie mit dünner Tintenschicht und perfekter Zuverlässigkeit beim Druck mit weisser Tinte. Darüber hinaus erfordert sie eine geringere finanzielle Investition als andere Anapurna-Drucker.

› www.agfagraphics.com

EFI

NEUE VUTEK-HS-DRUCKMASCHINEN

Bei der Anwenderkonferenz EFI Connect in Las Vegas hat EFI die Inkjet-Druckmaschinen EFI Vutek HS125 F4 und HS100 F4 für Aussenwerbung vorgestellt, die das Sortiment an Flachbett-/Rollen-Hybriddruckern für das Supergrossformat ergänzen. Bei den neuen Druckmaschinen mit einer Druckbreite von 3,2 m sind acht Farbkanäle der Vutek-HS-Plattform in einer doppelten CMYK-Konfiguration angeordnet.

Mit der HS125 F4 können bis zu 225 Platten pro Stunde und mit der HS100 F4 bis zu 190 Platten pro Stunde bedruckt werden. Die standardmässigen HS-Funktionen und Optionen wie Pin & Cure, Graustufendruck mit variabler Tröpfchengrösse sowie die voll- und halbautomatische Materialführung stehen dabei auch zur Verfügung. EFI verkauft die neuen Vutek-HS-Druckmaschinen für die Produktion von «Fast Graphics»-Aussenwerbung ab diesem Quartal. Ebenfalls von diesem Quartal an können Kunden, die Druckmaschinen des Typs Vutek HS125 Pro und HS100 Pro erwerben, per Modifikation vor Ort eine Konvertierung in die neuen F4-Modelle durchführen.

› www.efi.com

FP setzt auf Xerox

WHITE-PAPER-PRODUKTION

Die FP IAB hat sich für das Produktionssystem Xerox Rialto 900 Inkjet Press entschieden. Mithilfe des neuen Systems kann das 100-prozentige Tochterunternehmen der Francotyp-Postalia (FP) ihr Produktportfolio erweitern.



FP setzt auf Xerox: Wachstum und mehr Flexibilität mit White-Paper-Produktion.

Im FP-Konzern ist der Produktbereich IAB auf digitale Lösungen für die Posteingangs- und Postausgangsbearbeitung spezialisiert. Das 70-köpfige Team in Berlin-Adlershof legt Wert auf hohe Qualität, massgeschneiderte Lösungen und Sicherheit. Mit der neuen Investition reagiert das Unternehmen auf die steigende Nachfrage nach Farbdrukken zu marktgerechten Preisen. Zudem kann es damit die White-Paper-Produktion steigern und Aufträge schneller abwickeln.

Die Xerox Rialto 900 Inkjet Press ist kompakt und skalierbar. Die Xerox Rialto kombiniert die Geschwindigkeit und die wirtschaftlichen Seitenkosten der Inkjet-Technologie mit hoher Druckqualität und geringen Investitionskosten. Durch Einsatz des integrierten Schneidmoduls werden fertig geschnittene Einzelblatt-Stapel ausgegeben. Somit kann nahtlos an die bestehende Weiterverarbeitung angeknüpft werden.

› www.xerox.de

Konica Minolta

30 ACCURIOJET KM-1 INSTALLIERT

Konica Minolta hat mittlerweile weltweit mehr als 30 Einheiten seines digitalen UV-Inkjet Bogendrucksystems AccurioJet KM-1 installiert. Das System war 2016 auf der drupa vorgestellt worden. Im Januar wurde erstmals in Polen ein System installiert, Anfang Februar folgt ein Geschäftsabschluss in Frankreich. Zum Markterfolg kommen neue Technologie-Partner und Innovationen für das B2+-Drucksystem.



Konica Minolta hat mittlerweile weltweit mehr als 30 Einheiten seines digitalen UV-Inkjet Bogendrucksystems AccurioJet KM-1 installiert.

Mark Hinder, Leiter der Marktentwicklung bei Konica Minolta Business Solutions Europe, kommentiert: «Wir haben wesentliche Fortschritte erzielt und mit weltweit mehr als 30 Installationen unser Verkaufsziel erreicht. Das positive Feedback der Technologie-Nutzer beweist, dass der Konica Minolta AccurioJet KM-1 nicht nur hohe Qualität und Zuverlässigkeit bietet, sondern auch eine einzigartige Plattform ist, um ihr Geschäft auszubauen. Er bietet unseren Kunden ein Werkzeug für neue Anwendungen, die in der Vergangenheit nur mit einer Vielzahl unterschiedlicher Techniken möglich waren.»

› www.konicaminolta.de

KODAK NEXFINITY DRASTISCH VERBESSERTE VIELSEITIGKEIT

Als neuestes Resultat seiner Investitionen in den Digitaldruck hat Kodak die Nexfinity für das Frühjahr 2018 angekündigt. Die Druckmaschine baut auf der Kodak Nexpress-Plattform auf und ist die bisher vielseitigste Bogen-Digitaldruckmaschine von Kodak. Niedrige Betriebskosten, eine höhere Geschwindigkeit und die dynamische Bebilderung sollen die Art und Weise verändern, wie Drucker beurteilen, was digital gedruckt werden kann.

Text und Bild: Kodak

Die Nexfinity wurde konzipiert, um Digitaldruckereien ein einfaches Agieren in dynamischer werdenden Märkten zu ermöglichen. Die Maschine bedient sich der Dynamic Imaging Technology, einer patentierten Bebilderungstechnik von Kodak, die an spezifischen Bereichen eines Bildes algorithmische Anpassungen vornimmt, wodurch Qualität und Konsistenz des Bildes auf Basis des Bildinhalts optimiert werden. Das Ergebnis sind gestochen scharfer Text, scharf abgegrenzte Linien und Strich-elemente oder auch weiche Haut-töne. Die mit einem neuen hochauflösenden Multi-Bit-LED-Schreibsystem ausgestattete Druckmaschine eignet sich nach Angaben von Kodak für die Produktion unterschiedlicher Anwendungen wie Direktmailings, Akzidenz- und Verlagsdruckaufträge sowie Verpackungen. Durch die Integration in Workflow- und Druckweiterverarbeitungslösungen sei die Maschine für die Produktionsabläufe von Druckereien optimiert.

«Mit der Nexfinity Druckmaschine erhalten Drucker eine robuste Digitaldruckplattform, die Offsetqualität liefert, Kosten senkt und ihnen die nötige Flexibilität und Geschwindigkeit bietet, um eine grosse Vielfalt von Anwendungen für ihre Kunden zu produzieren, ganz gleich, ob es sich um einen Auftrag mit nur einigen Hundert oder mit Millionen Drucken handelt», sagt Chris Balls, General Manager, Equipment und VP, Print Systems Division von Kodak.

Druckqualität, Geschwindigkeit und Flexibilität

Die Nexfinity bietet mit mehr als 1,8 Mrd. Bildinformationen pro Quadrat Zoll laut Kodak die höchste Informationsdichte in der Industrie. Dies sorgt für gleichmässige Tonflächen und eine ausgezeichnete Wiedergabe von Bilddetails. So könne das System feine Details wie Hochlichtbereiche oder konsistente Mitteltöne in Echtzeit reproduzieren, indem die Belichtungsintensität angepasst wird, um ein hohes Druckqualitätsniveau zu erzielen.

Das LED-Schreibsystem arbeitet mit 256 Belichtungsstufen, wogegen Lasersysteme den Schreibstrahl nur ein- oder ausschalten können. Das bedeutet, dass das System für eine gleich bleibend hohe Qualität sorgt, wobei die Prozesskontrolle im geschlossenen Regelkreis die Verfügbarkeit der Maschine maximiert und Betriebskosten senkt. Die Nexfinity bietet eine Druckleistung von 83 bis 152 Seiten/Min., eine vergrösserte Bogenlänge von bis zu 1.219 mm und die Verarbeitung von Papieren bis zu 530 g/m².

Dazu kommt die Flexibilität der Maschine in Bezug auf die Farbfolge, die es erlaubt, die Dry Inks in anderen Reihenfolgen oder Kombinationen zu drucken.

Workflow-Automatisierung

Kodak bietet mit der Multi-Press Station die Möglichkeit, mehrere Druckaufträge parallel auf bis zu vier Nexfinity-Maschinen durch einen Bediener von einem Arbeitsplatz zu betreiben. Zudem ist der neue Nexfinity Produktivitätswagen eine bequeme

Hilfseinrichtung für die Reinigung ausgetauschter Maschinenkomponenten sowie für die Lagerung.

Die Druckmaschinen werden von einem neuen Kodak Nexfinity Front End angesteuert. Dank seiner Flexibilität kann es als komplett eigenständiges Druckvorstufen-Bearbeitungszentrum mit Ausschüssen, Trapping (Generieren von Über-/Unterfüllungen), Farbmanagement, Job-Spezifikation sowie Job-Verwaltung und Berichtsfunktionen betrieben werden. Das Front End verfügt auch über einen automatisierten Workflow, der JDF und JMF verwendet, die mit unterschiedlichsten Workflowlösungen, darunter Kodaks Prinergy Workflow, kompatibel sind. Die schnelle RIP-Verarbeitung hält die Produktivität der Druckmaschine auf einem hohen Niveau.

Anwendungen mit Effekten wie dreidimensional erhabene Strukturen, Lackierung, Farbraumerweiterung, Druck von Sicherheitselementen zusätzlich zu CMYK runden die Leistungen ab.

› www.kodak.com



Hinweis zur Verfügbarkeit: Die Kodak Nexfinity Druckmaschine wird ab dem Frühjahr 2018 in den USA, Kanada und Westeuropa erhältlich sein.

THEMEN
**AUF DEN PUNKT
GEBRACHT**

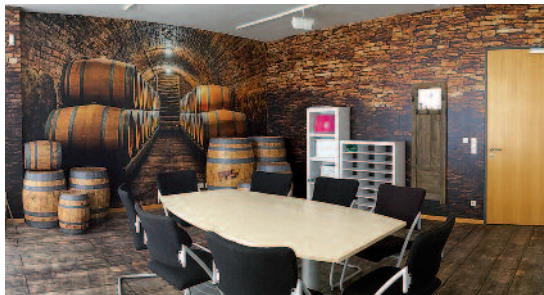


PPS Imaging

INVESTITION IN ZWEITE XEIKON 8500

Individuelle Tapeten sind ein kreativer Markt mit viel Potenzial. Deshalb hat die PPS Imaging GmbH zum Jahreswechsel in eine Xeikon 8500 Digitaldruckmaschine einschliesslich X-800 Frontend, zwei CMS/WMF Walldeco-Finishing-Einheiten und die Xeikon Wall Decoration Suite investiert.

Für PPS Imaging ist es bereits die zweite Xeikon 8500



PPS Imaging zählt zu den führenden Druckdienstleistern für den grossformatigen Digitaldruck einschliesslich Display-Produktion und der Fertigung individueller Tapeten.

One-Pass-Duplex-Lösung in Vierfarbkonfiguration für den Schön- und Widerdruck. Auf der Heimtextil vor drei Jahren hatte PPS bereits aufgrund der höheren Produktivität und der steigenden Volumina in den Wachstumsmarkt Tapetenlösung für Anwendungen in Hotels, Cafés, Büroräumen, Messe- und Kongressauftritte, Events oder Zuhause investiert. Nun ist die Nachfrage erneut stark angestiegen, sodass die Produktionskapazitäten mit dem bisherigen Equipment nicht mehr bewältigt werden konnten.

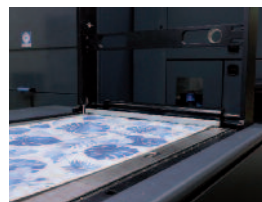
› www.ppsimaging.de

HP

INDIGO WALLPAPER-LÖSUNG

HP präsentierte auf der Heimtextil eine neue Kollektion digital bedruckter Innenausstattungen in exklusiv designten Räumen. Damit erweitert HP die kreativen Möglichkeiten des digitalen Dekordrucks.

HP stellte zudem die HP Indigo Wallpaper vor, eine HP Indigo 20000, die Tapetenherstellern den Übergang von analoger Produktion zu



HP Indigo 20000 Digitaldruck-Lösung für Tapeten.

Tapeten für die Druckmaschine sind über Lieferanten wie Felix Schoeller und Van Merksteijn erhältlich.

› www.hp.com

Ricoh

NEUE TINTEN-TECHNOLOGIE

Ricoh Europe gibt die Entwicklung einer neuen Tinten-Technologie bekannt. Hintergrund sind die immer höheren Anforderungen der Produktionsdruckereien an Inkjet-Lösungen. Die neue Tinte wird als zusätzliche Option für die Inkjet-Druckplattform Pro VC60000 auf den Markt kommen, ist für den Direkt- und Rotationsdruck auf gestrichenen Standardmaterialien für den Offsetdruck ohne Primer ausgelegt. Für die neuen Tinten verspricht Ricoh hohe Haltbarkeit, Wasserechtheit und Druckkopf-Zuverlässigkeit, die vergleichbar mit dem bestehenden Tintenportfolio sei und zudem eine Farbraumerweiterung bietet.

› www.ricoh.de

SPGPrints Pike 700

HYBRID-UV-INKJET-DRUCKMASCHINE

Ausgerichtet auf den wachsenden Einrichtungs- und Innenausstattungsmarkt präsentierte SPGPrints auf der Heimtextil 2018 Digitaldruck- und Rotationssiebdrucklösungen für Anwendungszwecke vom Textil- und



SPGPrints Hybrid-UV-Inkjet-Druckmaschine Pike 700.

Laminatdruck bis hin zu Wandbekleidungen. Die neueste Plattform mit der speziellen Archer-Inkjet-Technologie von SPGPrints ist die

eurolaser

1000. GROSSFORMAT-LASERSCHNEIDSYSTEM

Zum Jahresstart kann eurolaser auf über 23 erfolgreiche Jahre und mittlerweile über 1.000 verkaufte Grossformat-Laserschneidanlagen zurückblicken. Der deutsche Lasersystemhersteller aus Lüneburg hat Ende 2017 seine Jubiläums-Laseranlage beim Kunden National Gummi AB in Halmstad (Schweden) installiert. Das Unternehmen aus Schweden ist weltweit tätig und steht seit 1941 für Qualität und Kompetenz in der Kunststoff- und Gummiverarbeitung. National Gummi AB beliefert unter anderem viele Partner in der Industrie, wo hohe Ansprüche an Präzision, Qualität und Zuverlässigkeit erfüllt werden müssen.

› www.eurolaser.com

Hybrid-UV-Inkjet-Druckmaschine Pike 700 für Laminat (Dekor) und andere Industrieanwendungen, einer 700 mm breiten Rolle-zu-Rolle-Maschine mit bis zu zehn Farbpositionen an einem Zentralzylinder. CMYK plus Weiss ist dabei Standard. Verdruckt werden Tinten von SPGPrints, die für den Druck-

Océ Colorado 1640

KUNDE VERSTÄRKT INVESTITIONEN

Die Comdatek GmbH in Hückelhoven bei Mönchengladbach bestellte nach der erfolgreichen Testphase der Anfang 2017 installierten Océ Colorado 1640 vier weitere Maschinen des 64-Zoll-Modells mit Canon UVgel-Technologie.

Das auf digital gedruckte Werbematerialien spezialisierte Unternehmen hatte die Océ Colorado 1640 bereits vor ihrer Markteinführung im März 2017 in seinen aus Latex- und Eco-Solvent-Druckern bestehenden Maschinenpark integriert und über ein breites Anwendungsspektrum hinweg getestet, bei dem der Fokus auf der Produktion von Plakaten und Backlit-Applikationen lag.

› www.canon.de

Palette von Papieren, (Metall-)Folien und Pappen mit Auflösungen bis 1.200 dpi bedrucken. Für Bildschärfe sorgt LED-Pinning zwischen den Farben. In Kombination mit Rotationssiebdruckeinheiten für eine wirkungsvolle Optik und Haptik kann eine komplette Single-Pass-Produktionslinie entstehen, von

der Vorbehandlung beziehungsweise Koronabehandlung bis zum Endprodukt. Je nach Kundenspezifikation kann die Pike 700 eine breite

› www.spgprints.com

Sihl Direct

SCHWER-ENTFLAMMBARE VINYLFOLIEN

Folien, die notwendige Funktionalität (Brandschutz) und hochwertige Druckergebnisse gleichermaßen liefern müssen, stellen eine Herausforderung an die Hersteller von Medien für den digitalen Inkjet-Grossformatdruck dar. Mit den selbstklebenden, monomeren Vinylfolien, die Sihl Direct in das Sortiment «Messebau / POS / Event» aufgenommen hat, ist der Spagat gelungen. Die Oberflächen dieser monomeren PVC-Folien garantieren die Wiedergabe leuchtender Farben und starke Kontraste für fotorealistische Werbefografien im Innen- und Aussenbereich. Ab sofort sind sie mit dem Prüfzeugnis zum Nachweis der Schwerentflammbarkeit (B1) nach DIN 4102-1 erhältlich. Die zertifizierten Vinylfolien sind in acht Ausführungen erhältlich. Sie sind für die Verklebung auf ebenen oder leicht gewölbten Untergründen geeignet und bis zu vier Jahre haltbar – sowohl im Innen- als auch im Aussenbereich. Die Varianten mit grauem Kleber sind permanent klebend oder wiederablösbar erhältlich und sorgen für die Abdeckung kontrastreicher Untergründe.

› www.sihl-direct.de



Zünd

OVER CUTTER CAMERA OCC

Das sequenzielle Einlesen der Registriermarken zur Bestimmung von Materialpositionen und -verzug ist zeitaufwendig, besonders bei zahlreichen auf dem Material platzierten Marken. Mit der Over Cutter Camera OCC, die auf jedem G3 Cutter eingesetzt werden kann, bietet Zünd nun eine innovative Erweiterung zur bewähr-

ten Registrierung mittels ICC-Kamera. Die OCC wird über das Zünd Cut Center ZCC gesteuert und erfasst mit einer einzigen Aufnahme sämtliche auf dem Material verteilten Registriermarken auf einer Fläche von maximal 3,2 x 3,2 m). Das ZCC kompensiert möglichen Materialverzug und startet mit dem Zuschnitt. Auch nach einem Materialvorschub muss der Bediener nicht eingreifen: Die OCC erfasst nach jedem

Vorschub automatisch die Registriermarken und gewährleistet damit maximale Produktivität. Mit der Over Cutter Camera wird auch das initiale manuelle Anfahren des ersten Referenzpunktes hinfällig. Die ausgeklügelte One-Shot-Erfassung mit einem hochauflösenden optischen System sorgt für eine sehr schnelle und damit höchst effiziente Registrierung.

› www.zund.com

HP

HP INDIGO 12000 HD DIGITAL

HP gibt die Verfügbarkeit der HP Indigo 12000 HD Digital Press mit High-Definition-Bildverarbeitung bekannt. Mit der Lösung entwickelte HP die Serie 4 für den Druck im Format B2 mit weltweit mehr als 700 installierten Druckmaschinen weiter. Das HD Imaging-System für die HP Indigo 12000 HD Digital Press verdoppelt die Bildauflösung und liefert laut HP ein schärferes, glatteres und feineres Druckergebnis. Damit eröffnet die Digitaldruckmaschine neue Möglichkeiten für Druckdienstleister, da sie die Qualität des Offset-Drucks übertrifft und High-End-Anwendungen für Werbe- und Bildmaterialien ermöglicht. Dabei kommt ein völlig neues HD Imaging-System mit 48 parallelen Laserstrahlen und Linienrastereinstellungen von bis zu 290 lpi zum Einsatz.

Nach erfolgreich durchgeführten Beta-Tests bei der Orwo Net GmbH und der Cewe Stiftung & Co. KGaA in Deutschland sowie New Print S.r.l. in Italien, startet HP Indigo nun den kommerziellen Vertrieb der Druckmaschine.










› www.hp.com

Push Print, ein in London ansässiger Druckdienstleister, hat in die Inkjet-Druckmaschine Jet Press 720S von **Fujifilm** investiert. • **Realisaprint.com** ist der erste französische Druckdienstleister, der das digitale B2+-Inkjet-Drucksystem AccurioJet KM-1 von **Konica Minolta** erworben hat. • **Filmolux Deutschland**, die Handelsgesellschaft der **Neschen Coating GmbH**, ist ab sofort exklusiver Vertriebspartner des schwedischen Display-Herstellers **Spennare**. • Ein Jahr nach Einführung der Farbdrucksysteme imagePress C850-Serie hat die Zahl der Installationen nach Informationen von **Canon** in EMEA bereits 900 Systeme erreicht. Zusammen mit der imagePress C650, der im März 2017 eingeführten Erweiterung der C850-Serie, übersteigt die installierte Basis jetzt 1.650 Maschinen. • **Storbildsbolaget**, eine schwedische Grossformat-Spezialdruckerei mit einem Jahresumsatz von ca. 4,2 Mio. €, wird Soft-Signage-Aufträge künftig auf einem 3,4 m breiten Drucker **EFI Vutek FabriVU 340** produzieren. • **Screen** gab den Verkauf seiner ersten Etikettendruckmaschine Truepress Jet L350UV+LM an **Springfield Solutions** in Grossbritannien bekannt, ein Unternehmen, das auf Markenmanagement, Digitaldruck und interaktive Medien spezialisiert ist. • Die **PlotFactory AG** in Weisslingen im Kanton Zürich nahm mit der Installation des **Zünd G3 Cutters 3XL-3200** eine weitere Investition im Jahr 2017 vor. • **Highcon Systems** hat den Verkauf eines seiner digitalen Stanz- und Rillsysteme «Highcon Beam» an **Haubtmann**, den Verpackungsstandort von Autajon bei Saint Etienne, bekannt gegeben. • **HP** präsentierte mit den HP DesignJet T1700 Druckern die nächste Generation der 44-Zoll-Lösungen für CAD- und GIS-Arbeitsgruppen. • **Buyers Laboratory** hat das Eco-Hybrid-Multifunktionssystem e-Studio3508LP von **Toshiba** für die Auszeichnung «Winter 2018 Outstanding Achievement in Innovation» (herausragende Leistung im Bereich Innovation) ausgewählt.



Bildquelle: rclassenlayouts | 123rf.com

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
15. 03. – 16. 03. 2018	Online Print Symposium 2018	München	 › www.online-print-symposium.com
17. 04. – 19. 04. 2018	Pure Digital	Amsterdam	 › www.puredigitalshow.com
24. 04. – 25. 04. 2018	f:mp., Tage der Medienproduktion	Düsseldorf	 › www.tdm.f-mp.de
24. 04. – 25. 04. 2018	PRINT digital! Convention	Düsseldorf	 › www.f-mp.de
15. 05. – 18. 05. 2018	Fespa 2018	Berlin	 › www.fespa.com
29. 05. – 01. 06. 2018	Print4All	Mailand	 › www.print4all.it
13. 06. – 15. 06. 2018	DSCOOP	Wien	 › www.dscoop.org
25. 06. – 27. 06. 2018	DOXNET, 20. Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	 › www.doxnet.de
28. 06. – 29. 06. 2018	Deutscher Druck- und Medientag 2018	Stuttgart	 › www.bvdm-online.de
18. 09. – 20. 09. 2018	swiss publishing days	Bern	 › www.swiss-publishing-days.ch
25. 09. – 27. 09. 2018	FachPack	Nürnberg	 › www.fachpack.de
26. 09. – 29. 09. 2018	photokina	Köln	 › www.photokina.de
27. 09. – 28. 09. 2018	bvdm, Treffpunkt Technik	Berlin	 › www.bvdm-online.de
09. 10. – 11. 10. 2018	WAN-Ifra, World Publishing Expo	Berlin	 › www.ifra-expo.com
25. 10. – 26. 10. 2018	Creative Paper Conference 2018	München	 › www.creative-paper.de
07. 11. 2018	4. Vertriebskongress der Druck- und Medienbranche	Düsseldorf	 › www.vdmnw.de
07. 11. – 08. 11. 2018	Fogra, 10. Anwenderforum UV-Druck	Aschheim	 › www.fogra.org
20. 11. – 22. 11. 2018	InPrint Italy	Mailand	 › www.inprintitaly.com
08. 01. – 10. 01. 2019	Viscom	Düsseldrof	 › www.viscom-messe.com
25. 02. – 28. 02. 2019	Hunkeler Innovationdays	Luzern	 › innovationdays.hunkeler.ch
24. 06. – 26. 06. 2019	DOXNET, 21. Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	 › www.doxnet.de
12. 11. – 14. 11. 2019	InPrint	München	 › www.inprintshow.com

24.

LEIPZIGER TYPOTAGE 2018

28.
APRIL
2018



10-18
Uhr

**Learning
Type
Design**

ACH

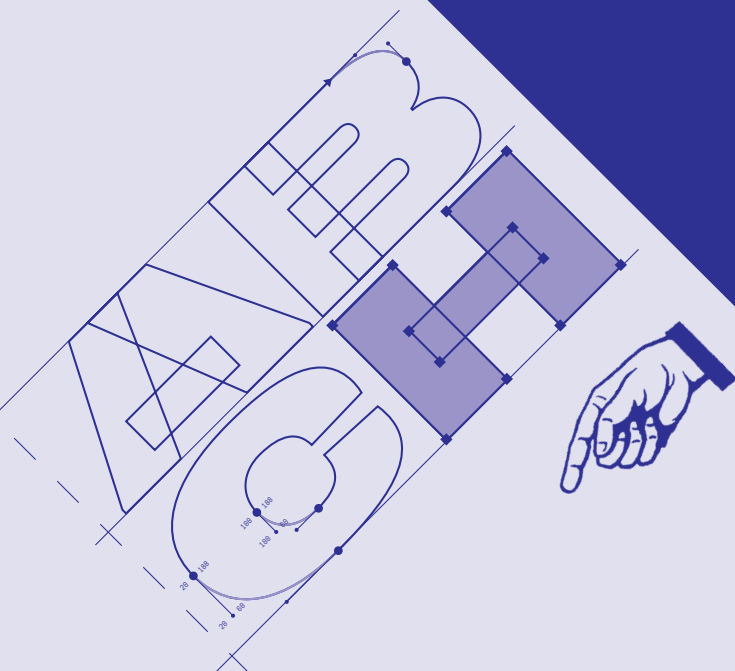
**MUSEUM
FÜR DRUCKKUNST
LEIPZIG**



**Nonnenstraße 38
04229 Leipzig**



www.typotage.de



Partner und Medienpartner:



Gestaltung: Maurice Göldner, Susanne Richwien

8. MÄR. **BIS** **20. MÄR.**

f:mp. Seminar-Roadshow

HERAUSFORDERUNG DATENSCHUTZ

Ab Mai 2018 steht die Branche vor einer grossen neuen Verantwortung. Mit der europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) kommt einiges an Änderungen auf Medienunternehmen zu. Einer der wesentlichen Knackpunkte ist die Tatsache, dass im Falle eines Falles jeder Verantwortliche für die Verarbeitung personenbezogener Daten haftet. Insofern stehen nun auch Medienunternehmen in der Pflicht, die personalisierte Medien erstellen. Dazu gehören Werbe- oder Produktionsagenturen ebenso wie Druckereien. Um Komplikationen zu vermeiden, sollten sich Medienbetriebe umgehend über die Änderungen informieren und auch die eigenen Kunden auf dem Laufenden halten, damit diese nicht aus Angst auf individualisierte Druckaufträge verzichten.

Die Seminar-Roadshow

«DSGVO – Herausforderung Datenschutz» bietet den Teilnehmern die Möglichkeit, die fachliche Grundlage für den sicheren Umgang mit personenbezogenen Daten im Unternehmen zu erwerben.

Durch den Praxisbezug des Seminars können die Teilnehmer wesentliches Wissen für ihre betriebliche Tätigkeit mit nach Hause nehmen.

Termine sind am 8. März in Köln, 13. März in München, am 14. März in Karlsruhe und am 20. März in Berlin.

› www.f-mp.de

13. MÄR. **BIS** **15. MÄR.**

Textilien-4.0

TECHNOLOGISCHER DURCHBRUCH

Elektronische Textilien mit Sensoren, Leuchtdioden und sogar Antriebsselementen inspirieren die Modebranche. Designer entwerfen bereits Outfits mit integrierten Smartphone-Funktionen, die immer alltagstauglicher werden. «Smarte Kleidung» ist eines der Top-Themen auf der Weltleitmesse für gedruckte Elektronik, LOPEC, vom 13. bis 15. März 2018 in München.

Leicht, flexibel und robust müssen die elektronischen Bauteile im Miniaturformat sein, um in der Textilverarbeitung einsetzbar zu sein. Dies wird mit elektronischen Druckverfahren erreicht – statt Farben trägt der Drucker elektronische Funktionsmaterialien Schicht für Schicht auf. So entstehen Elektroden, Schaltkreise oder Leuchtstoffe direkt auf dem Gewebe oder dünn aufgetragenen Folien.

Anwendungsbeispiel: Das Londoner Modehaus Cutecircuit entwarf ein Haute-Couture-Kleid aus «Graphen» – einem leitfähigen Kohlenstoffmaterial. In die Abendrobe eingewobene Sensoren nehmen das Atmungsmuster der Trägerin auf, ein Mikroprozessor analysiert die Daten und verändert je nach Tiefe der Atemzüge die Farbe der integrierten Leuchtdioden. Das Londoner Designhaus stellt seine Technologie auf dem LOPEC-Kongress vor.

Auf der LOPEC werden zahlreiche weitere Anwendungsfelder präsentiert.

› www.lopec.com

› www.oe-a.org

21. MÄR.

Haptica live '18

STARKE KAMPAGNEN, STARKE BOTSCHAFTEN

Ein Kalender aus übergrossen Bierdeckeln wird zum Markenbotschafter für Benediktiner Weissbier, ein schlichtes Halstuch reist für Jack Wolfskin durch die Welt, ein Geduldspiel steht als Sinnbild für die Arbeit der International Justice Mission, und eine Rolle Klopapier aus AfD- und NPD-Wahlmaterial macht deutlich, was das Projekt Goldeimer aus St. Pauli von den Rechtspopulisten hält: «Hass ist für'n Arsch». Starke Kampagnen mit starken Botschaftern – zu erleben sind sie in der Best Practice-Sonderschau auf der Haptica live '18 am 21. März 2018 im World Conference Center Bonn.

Rund 20 Beispiele bereits erfolgreich umgesetzter Kampagnen sollen die Besucher zu eigenen Ideen inspirieren und erlebbar machen, wie wirkungsvoll haptische Tools Botschaften transportieren. Noch mehr Anregung liefert die Haptica live '18 auch in der Ausstellung der Gewinnerprodukte des Promotional Gift Award 2018. Ausserdem widmet sich eine neue Sonderausstellung dem Thema «Nachhaltigkeit in der haptischen Werbung». Im Vortragsprogramm teilen Referenten von unter anderem der Deutschen Bank, der Zurich Versicherung, Unicum sowie der EPEA Internationale Umweltforschung ihr Fachwissen zu Kampagnenplanung, Produktauswahl, umweltfreundlichen Herstellungsprozessen etc.

› www.haptica-live.de

20. MÄR. **BIS** **23. MÄR.**

Xeikon Café 2018

INSPIRATION, SCHULUNG & NETWORKING

Die unter dem Titel Xeikon Café ausgerichtete Ausstellung und Konferenz findet in diesem Jahr vom 20. bis 23. März 2018 in Belgien statt. Sie enthält mehrere neue Bestandteile, die die Veranstaltung für die Teilnehmer noch relevanter, informativer und interaktiver machen werden. Zum ersten Mal umfasst die Ausgabe von 2018 eine Bildungsakademie mit Technologie-Präsentationen und Workshops sowie ein zwangloses Beisammensein für mehr Möglichkeiten zur Kontaktpflege.

Neben der Akademie wird das Xeikon Café 2018 wieder allgemeine Konferenzthemen im Programm haben. Renommiertere Hauptredner werden inspirierendes, strategisches Wissen vermitteln, das den Teilnehmern helfen wird, ihr Geschäft auszubauen. In vielen Fällen werden die Präsentationen von Markeninhabern durchgeführt, die berichten, wie sie einige der 40 Endanwendungen, die im Ausstellungsbereich gezeigt werden, in die Praxis umgesetzt haben. Darüber hinaus ist für den zweiten Abend, am 21. März, ein geselliges Beisammensein geplant. Auf diesem zwanglosen Treffen haben die Teilnehmer die Gelegenheit, die Referenten und Mithörer besser kennenzulernen, sich über die Aktivitäten des Tages auszutauschen sowie Ideen und Probleme in entspannter Atmosphäre zu besprechen.

› www.xeikoncafe.com

22. MÄR. **BIS** **23. MÄR.**

Lösung für die Zukunft

DEUTSCHER VERPACKUNGSKONGRESS

«Verpackung als Lösung mit Zukunft? Verpackung als Lösung für die Zukunft!» – unter diesem Motto lädt der 13. Deutsche Verpackungskongress am 22./23. März 2018 Führungskräfte und Entscheider aus der Wertschöpfungskette zum Gipfeltreffen der Verpackungswirtschaft nach Berlin ein.

In den drei Themenblöcken «Verpackung: Lebensnotwendig oder entbehrlich?», «Verpackung als Bestandteil nachhaltiger Strategie» und «Digital Business Transformation» versammelt das Deutsche Verpackungsinstitut e. V. (dvi) renommierte Referenten von Unternehmen, Instituten und Verbänden wie bifa Umweltinstitut, Bund, Duales System Deutschland, Institut der Deutschen Wirtschaft, Mondi, Nestlé, Original Unverpackt, Procter & Gamble, Tetra Pak, WWF und anderen mehr.

Nach den Fachvorträgen und dem Netzwerktreffen auf der Abendveranstaltung im originalen Jugendstil-Spiegelzelt der «Bar jeder Vernunft» am 22. März 2018, haben Kongressteilnehmer am Folgetag die Möglichkeit, ausgewählte Themen in Workshops mit Top-Experten zu vertiefen. Auf der Agenda stehen für 2018 drei Workshops zu «Produzentenverantwortung im Turbo – das Verpackungsgesetz als langersehnter Impuls», «Ökologische Bewertung nachhaltiger Verpackungen» sowie «Agiles Arbeiten im Zeitalter der Digitalisierung».

› verpackungskongress.de

22. MÄR. BIS 23. MÄR.

Kern Multiformat Tage

GROSSER AUFTRITT FÜR DIE KAS-SYSTEME

Wenn die Anforderungen hoch und speziell sind, spielen die KAS-Kuvertiersysteme ihre Stärken und ihr Leistungsvermögen voll aus. Im Rahmen der Kern Multiformat Tage vom 22. bis 23. März 2018 in Bensheim können sich insbesondere Druckereien und grafische Betriebe, aber natürlich auch alle anderen interessierten Unternehmen von der Leistungsfähigkeit der verschiedenen KAS-Systeme überzeugen.

Im Mittelpunkt der Ausstellung steht ein bewährtes Trio: Eine KAS Compact, eine KAS Mailmaster HS 465 sowie eine KAS Integra. Vorge stellt wird den Besuchern auch der neue Allrounder, das Kuvertiersystem KAS Eclipse. Mit der Kern 656 wird ein bewährter Klassiker präsentiert. Selbstverständlich werden auch die neuen Kern Smart Terminals in Aktion gezeigt. Die Hauptdarsteller der Multiformat Tage sind aber die KAS-Systeme, die insbesondere mit hoher Flexibilität, einfacher Bedienbarkeit und grosser Variabilität überzeugen.

Vor allem der unkomplizierte Wechsel zwischen verschiedenen Jobs ist für die Kunden ein wichtiges Kriterium, die modulare Bauweise und die Kompaktheit der Maschinen spielen wegen der oftmals geringen Platzverhältnisse eine grosse Rolle, denn auch in kleinen Räumen können die KAS-Systeme ihre Stärken ausspielen.

› www.kerngbmh.de

27. MÄR.

Der Print-Effekt

CREATURA-SEMINAR IN HAMBURG

In ihrem Praxisseminar «Der Print-Effekt» am 27. März im Hause der Tchibo GmbH in Hamburg vermitteln die Creatura-Experten wertvolles Wissen aus der Neuropsychologie, Werbewirkungsforschung sowie erfolgreicher Praxis.

Im Mittelpunkt der Veranstaltung steht die weltweit erste Meta-Analyse zur Werbewirkung von Print und Druckveredelung. Im Auftrag der Creatura-Initiative analysierte das Multisense Institut für multisensorisches Marketing innerhalb eines Jahres über 300 wissenschaftliche Studien und Best-Practise-Cases. Die Ergebnisse stellt die Creatura im Rahmen des Seminars erstmalig vor.

Olaf Hartmann, Geschäftsführer des Multisense Instituts, Creatura-Team-Mitglied und Moderator des Seminars, ist einer der führenden Experten für sensorisches Marketing in Deutschland. Zusammen mit den Creatura-Spezialisten erklärt er den Einfluss von Print auf Aufmerksamkeit, Erinnerung, Glaubwürdigkeit, Wertschätzung und Kaufbereitschaft. Die Teilnehmer erfahren, wie Print in der Markenführung, im Dialogmarketing sowie im Verkauf und im Verpackungsdesign optimal wirkt und wie sie typische Fallstricke in der Konzeption, der Kreation und Produktion vermeiden können.

› www.creatura.de

BIS 9. APR.

Epson Fotowettbewerb

AUSSTELLUNGEN IN DIGIGRAPHIE-GALERIE

Epson schreibt einen Fotowettbewerb für insgesamt drei Einzelausstellungen in der Digigraphie-Galerie in Zingst aus. Gesucht werden die besten Fotos engagierter Fotografen in den Themenblöcken «Architektur und Natur», «Natur abstrakt» und «Nachhaltigkeit». Einsendeschluss ist der 9. April 2018. Einreichungen können online vorgenommen werden. Fotografen, die teilnehmen möchten, sind aufgefordert ein Konzept mit fünf exem-



Digigraphie beschreibt ein zertifiziertes Verfahren für den digitalen Kunstdruck. Digitale Werke werden unter einheitlichen Produktionsstandards in limitierter Auflage gedruckt und durch den Künstler legitimiert.

plarischen Bildern für das gewählte Themengebiet einzuzeichnen. Das Bildkonzept soll die Handschrift des Künstlers widerspiegeln.

Über die Gewinner entscheidet eine Expertenjury, besetzt mit Fotojournalisten – darunter auch der Kurator des Fotofestivals, Klaus Tiedge. Der Gewinner erhält eine Reise für zwei Personen zur Vernissage nach Zingst sowie die gedruckten Werke als Digigraphie. Die Vernissagen zu den Ausstellungen finden zum Umweltfotofestival «horizonte zingst» (Mai 2018), zum «Fotoherbst Zingst» (Oktober 2018) sowie zum «Fotofrühling Zingst» (März 2019) statt.

› www.epson.de

9. APR. BIS 12. APR.

ESMA Academy

INDUSTRIELLER DIGITALDRUCK

Zum zweiten Mal veranstalten ESMA, Fraunhofer IPA und HdM Stuttgart den Theorie- und Praxiskurs über Inkjet-Technologie für industrielle Anwendungen. Die «ESMA Academy» findet vom 9. bis 12. April 2018 in den Laboren des Fraunhofer Instituts für Produktionstechnik und Automatisierung in Stuttgart statt.

Die Kursinhalte sind in sechs Theorie- und sieben Praxisblöcke aufgeteilt. Die ersten zwei Theorieblöcke geben einen fundierten Einblick in das Piezo-Inkjet-Druckverfahren. Im Theorieblock «Tinten und Substrate» werden die Unterschiede und Schwierigkeiten bei der Formulierung, der Herstellung und der Anwendung von Inkjet-Tinten vorgestellt. Weitere Blöcke behandeln die Mechanik, Fluidik und Elektronik der Druckmaschinen sowie das Farbmanagement, Piezodruckköpfe verschiedener Hersteller, Neuentwicklungen und die physikalischen Grenzen vom Inkjetdruck.

Die praktischen Übungen finden an rund 20 Versuchsstationen in den Laboren des Fraunhofer IPA statt. Hier werden zum Beispiel die Tinteneigenschaften, die Viskosität bei unterschiedlichen Temperaturen und Oberflächenspannungen sowie weitere Parameter wie der Einfluss der Bedruckstoffe, Druckgeschwindigkeit, Trocknung, Härtung, Bildqualität und Farbmanagement thematisiert.

› www.esma.com

11. APR. BIS 12. APR.

Logistics & Distribution

OPTIMAL VERNETZT IN DIE ZUKUNFT

Gute Nachrichten: Der Schweizer Logistikmarkt wächst. Prognosen zufolge soll das Gesamtmarktvolumen bis Ende Jahr auf 38,9 Mrd. CHF steigen. Und für 2018 darf wieder mit einem Wachstum um 1,1 % gerechnet werden. Die Branche freut's und macht sich fit für die Zukunft. Ideale Rahmenbedingungen für die Logistics & Distribution, die vom 11. bis 12. April 2018 zum dritten Mal in der Messe Zürich stattfinden wird.

Die Messe ist als nationaler Event für Intralogistik, Distribution und E-Logistik ein fixer Termin in der Agenda. Kein Wunder: Die Messe zeigt, was die Branche bewegt – jetzt und in Zukunft. Sie fördert die Diskussion zu aktuellen Themen, präsentiert Innovationen und bietet Lösungen.

Es sind Entscheider, Logistik- und Lagermanager, Geschäfts- und Betriebsleiter, Einkäufer, Fachleute aus Marketing, Verkauf sowie Forschung und Entwicklung, die die Logistics & Distribution besuchen. Ihre Absicht ist klar: Trends entdecken, Kunden und Lieferanten besuchen, Netzwerken. Sie schätzen die übersichtliche Leistungsschau und die versammelte Branchenpower. Auch für die Aussteller sind die zwei Tage konzentriertes Business ideal.

› logistics-distribution.ch

11. APR. **BIS** **12. APR.**

Mehr als eine Messe

BRANCHENTREFF DER VERPACKUNG

Schon der Name enthüllt: Der Branchentreff der Verpackung vom 11. bis 12. April 2018 in der Messe Zürich ist ein Must-Go für alle, die mit und von Verpackungen leben. Dahinter steckt die geballte Branchenkompetenz der drei etablierten Messen Empack, Packaging Innovations sowie Label&Print. Auch thematisch bilden sie eine Einheit und treten unter dem Metathema «Zukunft Verpackung» auf. Die Verpackungsindustrie wird auch in Zukunft gefordert sein. Sie soll mit immer weniger Materialeinsatz bestmögliche Verpackungen zum Schutz von Produkt, Mensch und Umwelt entwickeln und dabei die natürlichen Ressourcen schonen. Nicht einfach, denn das Kaufverhalten der Konsumenten, die Versprechen der Produkte, die ökologischen und ökonomischen Fragen und die gesetzlichen Vorschriften verlangen nach innovativen Lösungen und neuen Technologien. Das sind gute Aussichten für die Schweizer Verpackungsindustrie und alle Akteure, die im Wertschöpfungsnetzwerk tätig sind. Sie treffen sich vom 11. bis 12. April 2018 in der Messe Zürich und besuchen je nach Interesse die Empack, Packaging Innovations sowie Label&Print.

› verpackung-schweiz.ch

12. APR. **BIS** **13. APR.**

motio

NETZWERKTAGE 2018 IN MAINZ

Das wichtigste motio-Ereignis in 2018 sind die motio-Netzwerktage, die am 13. und 14. April 2018 in Mainz stattfinden: zwei Tage voller Infos, Anregungen, Erfahrungen, Neuigkeiten. Als einen der Referenten konnte Prof. Dr. Zuse gewonnen werden, dessen Vater 1936 weltweit den ersten Rechner und Anfang der 1960er Jahre den ersten Plotter baute. Diese, für unsere Branche wichtigen Erfindungen, werden weiterhin die Zukunft unserer Betriebe prägen.

› www.motio-media.de

18. APR.

Böwe Systec

EXCLUSIVE DAYS 2018

Bei den «Böwe Systec Exclusive Days» erlaubt der Augsburger Spezialist für Postpress- und Logistik-Automation regelmässig einen Blick hinter die Kulissen des Unternehmens. Am 18. April kommenden Jahres ist es wieder soweit – dann finden die Exclusive Days 2018 statt. Es ist ein Termin, den sich Mailroom- und Logistik-Experten unbedingt im Kalender vormerken sollten. Am Inhouse-Event des Maschinenbauunternehmens schätzen die internationalen Besucher insbesondere die ungezwungene, familiäre Atmosphäre, in der sie Produkt-Highlights von Böwe Systec kennenlernen und im persönlichen Fachgespräch Lösungen für ihre ganz speziellen Anforderungen erörtern können.

› www.boewe-systec.com

› www.exclusive-days.com

13. APR. **BIS** **14. APR.**

Scan-Dienstleister im FMI

EU-DATENSCHUTZ-GRUNDVERORDNUNG

Die Geschäftsführer und Inhaber der Scan-Dienstleistungs-Mitglieder im Fachverband für multimediale Informationsverarbeitung e. V. (FMI) kamen kürzlich in Mainz unter dem Vorsitz von Günter Wittlinger zusammen, um sich über die bevorstehenden Anforderungen zu informieren, die die neue EU-Datenschutzgrundverordnung ab 25. Mai 2018 vorsieht. Dr. Philipp Richter machte die Scan- und Archivierungsbetriebe fit, dass diese die neuen EU-Regelungen pünktlich umsetzen können.

Der FMI wird für seine Mitgliedsunternehmen ein Vertragsmuster erstellen, in dem auch branchenspezifische Details geregelt sind. Dabei werden auch versicherungsrechtliche Aspekte und das Thema Compliance berücksichtigt. Danach folgt eine Prüfung des Vertragsmusters durch die zuständige Aufsichtsbehörde, die das FMI-Muster anschliessend freigeben soll. Anlässlich der FMI-Jahrestagung am 13. und 14. April 2018 in Mainz-Finthen werden erste Eckpunkte des Werkes vorgestellt. FMI-Geschäftsführer Achim Carius weist darauf hin, dass mittlerweile alle FMI-Scan- und Archivierungs-Betriebe nach DIN ISO zertifiziert sind und sich somit von der Masse der Wettbewerber in Qualität und Zuverlässigkeit unterscheiden.

› www.fmi-ev.de

17. APR. **BIS** **19. APR.**

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 Mitbegründer (Frazer Chesterman und Marcus Timson) können sich auf ihre langjährige Erfahrung und erfolgreiche Ausrichtung von Fachmessen für den Grossformat-Grafikmarkt und der InPrint stützen, die seit ihrer Einführung im Jahr 2014 stetig steigende Zuwachsraten verzeichnet.

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

AB **18. APR.**

Attraktive Events

DOXNET VERANSTALTUNGEN 2018

Education Day, Fachkonferenz & Ausstellung sowie DOXNET Tag: Neben dem Höhepunkt im Jahreskalender – der dreitägigen Fachkonferenz & Ausstellung in Baden-Baden – organisiert der Verband wieder eine Reihe von Veranstaltungen, um den Mitgliedern und Interessenten weiterhin attraktive Informations- und Networking-Plattformen zu bieten. Das erste Event in diesem Jahr ist ein DOXNET Education Day, der am 18. April 2018 in Frankfurt stattfinden wird. Dabei werden neue Mitarbeiter aus dem Transaktionsumfeld angesprochen sowie Teilnehmer aus der grafischen Industrie, die sich einen Überblick verschaffen wollen.

Die 3-tägige Fachkonferenz & Ausstellung, die vom 25. bis 27. Juni 2018 erneut im Kongresshaus Baden-Baden stattfindet, ist das jährliche Highlight. Neben hochkarätigen Key-Note-Speakers und zahlreichen Fachthemen aus dem Bereich des Dokumentenmanagements berichten Anwender von interessanten Installationen und Projekten. An den Veranstaltungen nehmen regelmässig über 600 Experten teil. Die Besucher erleben unter anderem Vorträge zu interessanten Themen des Dokumentenmanagements.

Ausserdem sind in diesem Jahr noch eine Studienreise sowie eine DOXNET vor Ort Veranstaltung geplant.

› www.doxnet.de

TAGE DER MEDIENPRODUKTION FACETTENREICHES EVENT-TRIO

Nach der erfolgreichen Erstveranstaltung im vergangenen Mai geht das Event-Trio «Tage der Medienproduktion» in Verbindung mit der «PRINT digital! CONVENTION» und dem «Düsseldorfer Print Cocktail» in die zweite Runde. Die Erlebnis-Ausstellung, die im Düsseldorfer Kongresszentrum am 24. und 25. April 2018 stattfinden wird, versteht sich als Bühne für kreative Techniken, neue Ideen und Visionen.

Die Tage der Medienproduktion waren schon immer ein Highlight im Jahreskalender von Medienproduktionen jeglicher Couleur und ihrer Kunden. Und dieser Event wird immer wichtiger, nachdem das Angebot an Messen für Dialogmarketing sowie Drucktechniken immer dünner wird.

Dabei sind gerade Informations-Veranstaltungen, Kongresse und Messen sowie der persönliche und fachliche Austausch zwischen Anwendern, Herstellern, Kunden und Print-buyern wichtiger denn je – als Ideengeber und Informationsbörse.

Denn die digitale Transformation geht auch an der Medien- und Kommunikationsindustrie nicht vorbei: Die Weichen sind längst schon auf Umbruch gestellt. Dabei ist die digitale Transformation kein fixes Ziel, auf das sich hinarbeiten lässt, sondern ein permanenter Veränderungsprozess auf dem Weg zu digitalen Infrastrukturen und Dienstleistungen. Kunden und Verbraucher erwarten immer mehr Komfort und Services, sie handeln selbstbewusster, wollen individueller unterhalten werden und wünschen sich Unternehmen, die Dienstleistungen von heute mit digital gestützten Lösungen auf eine erlebnisreichere Ebene heben.

So durchdringt die Digitalisierung nach und nach jeden Lebensbereich und verdrängt bis dato analoge Gebiete. Digitale Transformation ist daher nicht als ein neuer Workflow und eine veränderte Produktionsweise zu

verstehen – es geht um den Wandel aktueller Geschäftsmodelle. Dies ist Herausforderung und Chance zugleich, sich neu zu positionieren und in Stellung zu bringen.

Trio für bestes Business

Mit der letztjährigen Veranstaltung hatten der f.mp. und die ausstellenden Unternehmen der Branche Mut gemacht, sich auf das Neue einzustellen und die Potenziale zu erkennen, die damit verbunden sind.

Jetzt starten die «PRINT digital! CONVENTION», «Düsseldorfer Print Cocktail» und die «Tage der Medienproduktion» am 24. und 25. April 2018 mit der zweiten Ausgabe der Kongress-Messe und Erlebnisausstellung nach ihrer fulminanten Premiere im Mai 2017 erneut durch.

Und bei diesem Veranstaltungstrio stehen die Zeichen auf Wachstum. Das zeigt auch der Umzug innerhalb des CCD Congress Centers in grössere Räumlichkeiten auf dem Düsseldorfer Messegelände. Mit einem geballten Konferenzprogramm und mehr als 60 Ausstellern übertrifft die Veranstaltung 2018 die erfolgreiche Premiere deutlich.

Die Themen der zweitägigen Kongress-Messe sind vielfältig und zukunftsweisend. Im Fokus stehen Innovationen und Bewährtes im Kontext mit Digitaldruck, digitaler Transformation, automatisierter Markenkommunikation, Value added Printing, Dialogmarketing und Printed Electronics. Informative Workshops,

Technologie-Sessions und Fachvorträge runden das Eventformat ab. Das Veranstaltungstrio ist für Druckereien und Digitaldruckdienstleister ebenso relevant wie für Interessierte aus Industrie, Handel, Marketing und dem IT-Bereich. Medienproduktierer, Dienstleister, Verlage und Agenturen können sich über aktuelle Techniken und Technologien für die Umsetzung kreativer Ideen informieren.

TAGE DER MEDIENPRODUKTION

Die f.mp.-Konferenz «Tage der Medienproduktion» am 25. April 2018 bietet ein vielfältiges und zukunftsweisendes Fachprogramm und ist wieder die grosse Bühne für wegweisende Ideen und Visionen rund um Medienproduktion und Marketing.



Über 60 Aussteller präsentieren auf der «PRINT digital! CONVENTION» Produkte und Anwendungen in integrierten Themenwelten. Ein Vortragsprogramm mit zusätzlichen Workshops bietet nutzwertige Informationen und Gelegenheit zum Austausch. Darüber hinaus werden verschiedene Erlebniswelten vom Entwurf über crossmediale Prozesse bis zu Produk-

tionstechniken praxisnah inszeniert, die allein mit digitaler Technologie realisiert werden können. Aber auch hybride Prozessketten werden aufgezeigt.



Der «Düsseldorfer Print Cocktail» präsentiert Digitaldruck in allen Formen und Facetten vom Akzidenzdruck und Labelprinting bis zum Grossformatdruck und bietet ein ergänzendes Vortragsprogramm von Profis für Profis. Die Veranstaltung des RGF Fachhandels-Netzwerks fokussiert sich auf Lösungen des digitalen Drucks im Spannungsfeld von Cross-media Publishing, Daten, Standards, Workflow und Applikationen.

› <https://tdm.f-m-p.de>

MEHR
INFOS

Eine ausführliche Vorschau auf die Veranstaltung gibt die aktuelle Ausgabe des Druckmarkt in Heft 113. ■



Bildquelle: 123rf.com

ARBEITSKREIS BILDUNG DIE DUALE AUSBILDUNG STÄRKEN

Bei seiner Tagung im Innovationszentrum Druck und Medien in Aschheim widmete sich der Arbeitskreis Bildung des Verbandes Druck und Medien Bayern erneut der Fachkräfte- und Nachwuchssituation in der Druckindustrie.

35 Vertreter von Berufsschulen, Hochschule, Kultusministerium und Betrieben diskutierten über die Aus- und Weiterbildungssituation und die Fachkräftesituation in der Branche.

«Die duale Ausbildung ist der zentrale Pfeiler bei der Sicherung des Fachkräftebedarfs in der Druck- und Medienbranche. Die Zahl der abgeschlossenen neuen Ausbildungsverträge ist in Bayern seit 2014 erfreulicher-

weise um rund 17 Prozent gestiegen – ein Wachstum gegen den bundesdeutschen



Trend», stellt **Holger Busch**, Hauptgeschäftsführer des VDMB, fest.

«Dies darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass immer häufiger auch offene Ausbildungsstellen unbesetzt bleiben. Betroffen sind hier vor allem die technisch geprägten Berufsbilder der Medientechnologen Druck und Sieb-

druck und Druckverarbeitung.» Die Gründe hierfür seien vielfältig: Oft lägen keine geeigneten Bewerbungen vor, die Ausbildung würde nicht angetreten oder das Ausbildungsverhältnis schon nach kurzer Zeit wieder aufgelöst. Hinzu käme, dass es im gesamten bayerischen Raum deutlich mehr Stellenangebote als Nachfrage gäbe.

VDMB-Bildungsreferent Thomas Hosemann beschreibt die schwierige Situation, in

der sich die Unternehmen derzeit befinden, so: «Für die vorhandenen dualen Ausbildungsplätze in unserer Industrie gibt es aufgrund des demographischen Wandels nicht genügend Bewerber. Und diese Situation wird sich in den nächsten Jahren weiter verschärfen. Deshalb greifen Betriebe auch auf leistungsschwächere Jugendliche zurück. Hier benötigen sie zukünftig verstärkt Unterstützung. Wir helfen daher in vielen Bereichen, beispielsweise mit dem Angebot unserer überbetrieblichen Ausbildung. Aber auch die Berufsschulen benötigen mehr Unterstützung, um sich den neuen Anforderungen zu stellen. Hier ist das Kultusministerium gefordert: Es muss künftig stärker als bisher in die Personalausstattung und

auch die Personalentwicklung seiner Lehrkräfte investieren.» In folgendem Punkt waren sich die Teilnehmer des Arbeitskreises einig: Die Nachwuchsgewinnung und die Ausbildung junger Menschen ist die grosse Herausforderung der Branche in den kommenden Jahren. Und dies kann nur erfolgreich gelingen, wenn sowohl Berufsschulen als auch Ausbildungsbetriebe gemeinsam an einem Strang ziehen. Der Arbeitskreis Bildung des VDMB versteht sich hierfür als zentrale Plattform.

› www.vdmb.de

Dienes

SYSTEMTAGE EIN VOLLER ERFOLG

Mitte Dezember haben sich Fachexperten bei den Dienes Werken in Overath zu den Systemtagen eingefunden. Dienes zeigte Schneidsysteme in der Endmontage. Geschnitten werden mit den ausgestellten Systemen die unterschiedlichsten Materialien, sodass Interessenten sich ein Bild von ihren Schneidmöglichkeiten bei Dienes machen konnten. «Wir haben viel positives Feedback von unseren Kunden erhalten», freut sich Dietmar Fritz, Leiter Vertrieb und Marketing «unsere Schneidsysteme live zu erleben war für die Besucher ein echtes Highlight. Kundenindividuelle Probleme konnten am realen System besprochen werden und Dienes konnte meist auch eine direkte und schnelle Lösung bieten.»

Präsentiert wurden die Systeme Dienes label slit 4.0, Modul IV-S-M und Modul VIII-S-M Simu-Flash. Daneben bot Dienes auch einen Betriebsrundgang inklusive Besichtigung der neuen vollsowie halbautomatischen Maschinen zum Schleifen, Drehen, Fräsen und Bohren. Die neuste Technik, gepaart mit hochwertiger Handarbeit in der Messerhaltermontage, macht die Dienes Produkte so langlebig und erfolgreich. Die Systemtage boten eine ungezwungene Plattform für Kunden und Interessenten sich über die Dienes Produkte umfassend zu informieren. Besucher sowie Dienes waren zufrieden mit den zwei Veranstaltungstagen, die gerne auch im Jahr 2018 wiederholt werden.

› www.dienes.de

HS Osnabrück

CORPORATE COMMUNICATIONS

Der Masterstudiengang Corporate Communications der Hochschule Osnabrück wird in diesem Jahr zusätzlich zum Sommersemester (Studienbeginn März 2018) angeboten. Studieninteressierte können über das Onlinebewerbungsportal der Hochschule Osnabrück noch ihre Bewerbung einreichen. Das berufsbegleitende Masterprogramm des Instituts für Kommunikationsmanagement (IKM) richtet sich an berufserfahrene Absolventinnen und Absolventen mit einem ersten Studienabschluss (Diplom oder Bachelor). Die vielfältigen Studieninhalte qualifizieren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die Herausforderungen kommunikativer, medialer und informativer Berufsfelder. Darüber hinaus erhalten die Studierenden wertvolle Einblicke in die berufsbezogenen Module Mediencoaching und Unternehmenskommunikation. Beide Schwerpunktmodule können unabhängig vom Masterprogramm Corporate Communications als Fortbildung besucht werden.

Im Besonderen vermittelt das berufsbezogene Modul Mediencoaching den Teilnehmerinnen und Teilnehmern praxisorientierte Kompetenzen im Umgang mit Pressevertretern als auch professionelles Auftreten in den Medien. Im Rahmen mehrerer Medientrainings durchlaufen die Studierenden individuelle mediale Szenarien wie Hintergrundgespräche, Interviews mit Printjournalisten, Hörfunk- und Fernsehinterviews und die Teilnahme an einer Pressekonferenz.

› www.hs-osnabrueck.de

Zertifikatsübergabe DIGITALDRUCK PROFESSIONALS

Am 24. Februar erhielten sieben Absolventen der Fortbildung zum «Geprüften Digitaldruck Professional nach VDM» ihr Zertifikat nach erfolgreichem Abschluss der modularen Weiterbildung. Das bundesweit einmalige Schulungskonzept der Verbände Druck- und Medien überzeugt bereits im fünften



Zertifikatsübergabe am 24. Februar 2018 in Aschheim bei München: Celina Sievers (VDM Nord-West, oben rechts) und die sieben Absolventen «Geprüfter Digitaldruck Professional».

Durchgang durch erfahrene Dozenten aus der Praxis, eine moderne Lernumgebung und den kollegialen Austausch innerhalb der Gruppe. Durch die Qualifizierung erweitern die Teilnehmer ihre Kompetenzen im Digitaldruck und wissen nun, mit welchen Geschäftsmodellen Digitaldruck erfolgreich sein kann, welche Ergänzungen er zum klassischen Offset-Druck bietet, und wie sie Kundenanfragen zielgerichtet bedienen können. Die modular aufgebaute Weiterbildung vermittelt Fachkräften aus der Medienproduktion gefragte Kompetenzen, damit Unternehmen am Wachstumsmarkt Digitaldruck teilhaben können.

Der sechste Kurs startet am 25. Oktober 2018 mit Modul 1 in Stuttgart, gefolgt von Modul 2 in Lünen und Modul 3 in München.

› digitaldruck-professional.de
› vdmnw.de

Neuer Studiengang «PRINT MEDIA TECHNOLOGIES»

Zum Beginn des Sommersemesters 2018 ruft die HdM Stuttgart den neuen Bachelorstudiengang «Print Media Technologies» ins Leben. Dieser ist international ausgerichtet. Die Vorlesungen finden ausschliesslich auf Englisch statt. Für deutsche Studierende ist ein Praxissemester im Ausland vorgesehen.

Ausländische Studierende können ihr Praxissemester in Deutschland absolvieren.

«Print Media Technologies» bietet die Perspektive, technische, betriebswirtschaftliche, sprachliche und soziale Kompetenzen miteinander zu verbinden. Der Studiengang fokussiert sich vor allem auf medientechnische Inhalte, die im internationalen Kontext zukünftig eine herausragende Stellung einnehmen werden. Dazu gehören unter anderem additive Fertigungsverfahren, Digitaldrucksysteme mit den jeweiligen Workflow-Lösungen und die Post Press Technologien.

Der Studiengang beschäftigt sich ebenfalls mit den Themen 3D Druck und industrielle Druckanwendungen. Die Druckbranche ist vielfältig und nie langweilig. Darauf will der Studiengang «Print Media Technologies» junge Menschen vorbereiten. Mit dem neuen Studiengang hat die Hochschule der Medien ein einzigartiges Angebot geschaffen, mit dem sie sich bewusst von vergleichbaren Schulen in Deutschland abhebt.

› www.mbo-folder.com

Canon

FÖRDERUNG VON STUDIERENDEN

Canon Deutschland übernimmt zwölf Stipendien für Studierende der Hochschule Niederrhein in Krefeld und Mönchengladbach und stellt damit das 200. Deutschlandstipendium, das an Sanae Barmou verliehen wurde. Die Studentin der Wirtschaftsinformatik hatte durch ihre Bewerbung besonders überzeu-



Von links: Rainer Führes, Geschäftsführer Canon Deutschland, Sanae Barmou, 200. Stipendiatin der Hochschule Niederrhein, Prof. Dr. Hans-Henning von Grünberg, Präsident Hochschule Niederrhein.

gen können. Nicht nur die Talentförderung zukünftiger hochqualifizierter Mitarbeiter ist das Anliegen von Canon, auch Corporate Social Responsibility (CSR), der sozialen Verantwortung des Unternehmens, wird man mit den Stipendien gerecht. Für Canon Deutschland ist die Förderung junger Menschen kein Lippenbekenntnis. Die Verpflichtung, junge Menschen bei der Berufsfindung zu unterstützen nimmt man bei Canon auf vielerlei Weisen wahr, denn in der Unternehmensphilosophie Kyosei, japanisch für «Leben und Arbeiten für das Allgemeinwohl», ist soziales Engagement bereits seit 1988 verankert.

› www.canon.de

SEMINARE UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2018	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
07. 03.	Printplus Akademie, Vorkalkulation – Beilagen, Broschüren, Bücher	Kriessern	› www.printplus.ch
07. 03.	SBVV, Strategien für Verlagswebseiten entwickeln	Zürich	› www.sbv.ch
07. 03. – 08. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Produktmanagement in Fachverlagen	München	› www.medien-akademie.de
07. 03. – 08. 03.	Innoform Coaching, Lebensmittelrecht & Wechselwirkung zwischen Verpackung & Füllgut	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
07. 03. – 09. 03.	Heidelberg, Prinect Signa Station	Wiesloch	› www.heidelberg.com
08. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Augmented Reality, Virtual Reality und 360°-Videos	München	› www.medien-akademie.de
08. 03.	ClimatePartner Academy, Klimaschutz als Erfolgsfaktor und Innovationstreiber	Wien	› www.climatepartner.com
08. 03.	Printplus Akademie, Auftragsverwaltung – Schneller durch Ordnung	Kriessern	› www.printplus.ch
08. 03. – 09. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Erfolgsfaktor Design im Corporate Publishing	München	› www.medien-akademie.de
08. 03. – 09. 03.	Management Forum Starnberg, Digital Commerce im B2B	Frankfurt	› www.management-forum.de
08. 03. – 09. 03.	VDMB, Einfach und effektiv führen – Modul 1	Aschheim	› www.vdmb.de
09. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Crashkurs E-Books	München	› www.medien-akademie.de
09. 03.	Printplus Akademie, Materialwirtschaft – Produktion ohne Störung	Kriessern	› www.printplus.ch
12. 03. – 13. 03.	VDMBW, Erstellen und Bearbeiten von PDF-Dokumenten – PDF-Bearbeitung mit PitStop	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
13. 03.	VDMB, Mobile Design – Responsive Layout	Aschheim	› www.vdmb.de
13. 03. – 14. 03.	Innoform Coaching, Lebensmittel haltbar und optimal verpacken	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
13. 03. – 14. 03.	Printplus Akademie, Neue Kalkulation – Einführung im Unternehmen	Kriessern	› www.printplus.ch
14. 03.	SBVV, Einstieg in das E-Book-Geschäft für Verlage	Zürich	› www.sbv.ch
14. 03.	VDMB, Datenschutz rechtssicher umsetzen: Anforderungen und Prozesse	Nürnberg	› www.vdmb.de
14. 03.	VDMB, Mobile Design – Adobe Animate	Aschheim	› www.vdmb.de
14. 03. – 15. 03.	Innoform Coaching, Kalkulation von Folien(verpackungen)	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
14. 03. – 15. 03.	VDMH, Erstellen und Bearbeiten von PDF-Dokumenten – Erzeugung und Bearbeitung	Frankfurt	› www.vdmh.de
14. 03. – 28. 03.	Typographische Gesellschaft München, Erfolgreiches Responsive Webdesign	München	› www.tgm-online.de
15. 03.	VDMBW, Adobe Creative Cloud: Neue Features und Zusatzprogramme	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
15. 03. – 16. 03.	VDMB, Erstellen und Bearbeiten von PDF-Dokumenten – Erzeugung und Bearbeitung	Aschheim	› www.vdmb.de
17. 03. – 18. 03.	Typographische Gesellschaft München, Der Erfolg liegt im Detail	München	› www.tgm-online.de
19. 03.	Fogra, 3D-Datenbearbeitung	Aschheim	› www.fogra.org
19. 03. – 20. 03.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar X / XT – Xplus, N Plus	Hofheim	› www.polar-mohr.com
19. 03. – 21. 03.	Heidelberg, Versafire Prod. Training Prof. Level	Wiesloch	› www.heidelberg.com
19. 03. – 21. 03.	VDMBW, Moderne Bildbearbeitung mit Photoshop – Einstieg in die Bildbearbeitung	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
19. 03. – 23. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Corporate Publishing Manager	München	› www.medien-akademie.de
19. 03. – 23. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Projektmanager Digitale Medien	München	› www.medien-akademie.de
20. 03.	Akademie der Deutschen Medien, E-Mail- und Newsletter-Marketing	München	› www.medien-akademie.de
20. 03.	ClimatePartner Academy, Klimaschutz als Erfolgsfaktor und Innovationstreiber	Zürich	› www.climatepartner.com
20. 03.	Fogra, Einsatz der Fogra-Feuchtungskontroll-Testform	Aschheim	› www.fogra.org
20. 03.	Printplus Akademie, So einfach geht's zum Web-Shop	Kriessern	› www.printplus.ch
20. 03.	VDMB, Intensiv-Trainings für Adobe InDesign – Fortgeschritten: Tipps und Tricks	Aschheim	› www.vdmb.de
20. 03. – 21. 03.	Innoform Coaching, Verbundfolien für Einsteiger – Basiswissen zum Anfassen	Eppertshausen	› www.innoform-coaching.de
20. 03. – 21. 03.	VDMB, Souverän als Einkäufer	Nürnberg	› www.vdmb.de
20. 03. – 21. 03.	Verpackungsakademie, Basiswissen Verpackung	Leipzig	› www.verpackungsakademie.de
21. 03.	VDMB, Mobile Design – Web-App-Erstellung	Aschheim	› www.vdmb.de
21. 03.	VDMB, Neue Kunden gewinnen – bestehende Kunden neu begeistern	Nürnberg	› www.vdmb.de
21. 03. – 22. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Customer Journey	München	› www.medien-akademie.de
21. 03. – 22. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Projektmanagement für digitale Medien	München	› www.medien-akademie.de
21. 03. – 22. 03.	Innoform Coaching, Grundkurs: Lebensmittelrecht in der Kunststoff-Verpackungsindustrie	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
21. 03. – 22. 03.	Printplus Akademie, Einführungskurs neue Kalkulation – Produkte im Fokus	Kriessern	› www.printplus.ch
22. 03.	Fogra, Farbmanagement für den Multicolor-Druck	Aschheim	› www.fogra.org
22. 03.	VDMB, Modernes Umwelt-Management – Nachhaltige Druckproduktion	Nürnberg	› www.vdmb.de
22. 03. – 23. 03.	VDMB, Vektor-Grafiken mit Adobe Illustrator – Verpackungs- und Etikettenherstellung	Aschheim	› www.vdmb.de

DESIGN & TYPOGRAFIE




Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de

WEITERVERARBEITUNG

BEORDA
Direktwerbung



Couvertieren, Folieren...
ein Fall für uns!

www.beorda.ch

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

VERSCHIEDENES

GÜTESIEGEL.



Publikation2018
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 2018
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 15. 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

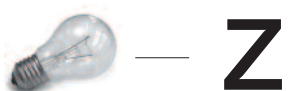
Druckmarkt Schweiz
Ansprechpartner Verkauf:
Seefeldstrasse 62, CH-8008 Zürich
Jean-Paul Thalman
thalmann@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
M +41 79 405 60 77

Redaktion

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

Druckmarkt im Internet:

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



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:
www.xyz.ch

Stefi Thalman



oberdorfstrasse 13 - 8001 zürich - www.stefitalman.ch

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung



Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch

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



Dein Hofladen in der Stadt

Markthalle Basel, Steinentorberg 20, CH-4051 Basel
Dienstag bis Freitag: 9:00 - 20:00 Uhr, Samstag 9:00 - 18:00 Uhr
www.frischundregional.ch



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.



Ausgaben 16 bis 18 bereits erschienen, weitere Ausgaben in Vorbereitung.