

DRUCKMARKT 15. Dezember 2015 **impressions** 98

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

PRINT & FINISHING

**Die Zukunft des Drucks:
Simply smart. Seite 12.**

PRINT & FINISHING

**Datenstrom und Papier-
fluss. Seite 18.**

BILDUNG & EVENTS

**Nachrichten, Termin- und
Seminarkalender. Seite 40.**

Swiss Edition

DIE KOMPLETTE VERNETZUNG NIMMT FORMEN AN





LUST AUF PRINT



Drucken hat neue Dimensionen erreicht. Print ist

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

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



Abbildungen: eingereichte Arbeiten zum Swiss Print Award 2015.



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

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

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

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

› Mehr über den Swiss Print Award und die Wettbewerbsbedingungen auf

www.swiss-print-award.ch



DIE KOMPLETTE VERNETZUNG NIMMT FORMEN AN

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 04 Guter Auftragseingang bei KBA
- 06 Heidelberg setzt Umbau fort, bleibt aber im Minus
- 08 Druckindustrie unter Vorjahres-Niveau
- 09 4. Online Print Symposium: Agile Geschäftsmodelle
- 09 Touchpoint Packaging zur drupa
- 10 Prävention gegen den Schadensfall
- 11 Menschen & Karrieren

Print & Finishing

- 12 Die Zukunft des Drucks: Simply smart
- 14 Zentrale der Medienproduktion
- 16 Nicht irgendein Müsli – mein Müsli
- 18 Datenfluss und Papierstrom
- 20 Vielleicht erst später – wer weiss?
- 24 Nachrichten
- 24 Konica Minolta steigt in den Industriedruck ein
- 25 Sicherheit in der Materialbereitstellung
- 28 Wegner setzt auf B2-Digitaldruck von Fujifilm
- 33 Der Nahversorger für Printmedien
- 35 LED-UV nimmt Fahrt auf
- 36 Individualisieren, Personifizieren, Kennzeichnen
- 38 Verkürzte Produktionszeiten

Termine, Bildung & Events

- 40 Terminkalender
- 41 Nachrichten
- 42 gregor international calendar award
- 44 Integration jüngerer Generationen
- 46 Seminare & Veranstaltungen
- 47 Business to Business
- 47 Impressum

Es ist unübersehbar und auch nicht mehr zu überhören: Begriffe wie Digitalisierung, Transformation, Disruption, Robotik, Industrie 4.0 und das Internet der Dinge (IoT = Internet of Things) machen die Runde. Und das nicht nur in Expertenkreisen oder bei Vorträgen von Zukunftsforschern. Auch für die Druckindustrie haben diese Begriffe durchaus Relevanz und sind alles andere als ein «Spleen» weniger Vordenker.

Nach der ersten industriellen Revolution mit Dampfmaschinen, der zweiten mit Massenfertigung und dem Fließband sowie der darauf folgenden digitalen Revolution samt Internet steht das Schlagwort «Industrie 4.0» für Vernetzung und Integration der Fertigungstechniken unter Einbeziehung der Partner und Kunden in den Produktionsprozess.

Damit steht auch die grafische Branche vor einer neuen Qualität der Automatisierung, bei der es nicht mehr um einzelne, losgelöste Prozesse geht, sondern um komplexe Verbindungen: Administrative Systeme der Kunden und Druckereien, Vorstufe, Druck, Finishing und Logistik werden zu einer durchgängigen Wertschöpfungskette. Daraus ergeben sich hochgradig automatisierte Produktionsumgebungen. Und wenn die Prozesse transparent sind, ganzheitlich und über bisherige Grenzen hinweg ablaufen, wenn die Prozesskette zum Kunden verlängert wird und wenn eine verbesserte Datenverfügbarkeit die Prozesssicherheit erhöht, ergeben sich zwangsläufig erhebliche Effizienzvorteile. Dann können neue Modelle für die Just-in-time- und On-Demand-Produktion geschaffen werden, bei denen individuelle Produkte mit variablen Inhalten und Umfängen entstehen.

Eine derart flexible Herstellung von der Auflage 1 bis zur industriellen Produktion kleiner und grosser Auflagen hat den Namen «Druckerei 4.0», wie ihn beispielsweise Horizon verwendet, «Print 4.0» oder «Smart Print Shop», wie es Heidelberg umschreibt, durchaus verdient.

Das alles ist allerdings keine Zukunftsmusik, die noch in weiter Ferne spielt, sondern bei Druckfabriken und den grossen Online-Druckereien längst tägliche Realität. Deren industrieller Produktion hinken (noch fast) alle hinterher. Dabei geben diese Unternehmen den Takt vor, wenn es um eine integrierte Produktion im Sinne von «Print 4.0» geht. Diesem Takt müssen alle folgen, die in Zukunft erfolgreich sein wollen.

Ganz so neu ist das für unsere Branche also gar nicht. Die Technik steht zur Verfügung und muss eigentlich nur noch miteinander verknüpft werden. Wo andere Industrien noch Grundlagenarbeit leisten müssen, sind Druckereien längst den einen Schritt weiter. Darüber einmal nachzudenken lohnt sich. Nach den Festtagen, zu denen wir Ihnen Freude und Erholung wünschen.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius

Nicolay

und aus gegebenem Anlass
der Kollege links.

DRUPA-TICKETSHOP Die Tickets für die drupa 2016 (31. Mai bis 10. Juni) sind ab dem 2. Januar 2016 online auf www.drupa.de erhältlich. Die Tickets werden als eTicket angeboten. Besucher können ihr Ticket online kaufen, es am eigenen Drucker ausdrucken oder als Code downloaden und dann mit Bus und Bahn kostenlos zur Messe fahren. Ausserdem ist das eTicket preiswerter als das vor Ort gekaufte. Die Tageskarte kostet online 45 €, an den Tageskassen in Düsseldorf liegt der Preis bei 65 €. Die Drei-Tageskarte gibt es im Internet für 120 € statt 175 € beim Kauf vor Ort. Bei der Fünf-Tageskarte zahlt man 190 € anstelle von 290 €. Auch der ermässigte Eintritt für Studenten und Auszubildende ist preiswerter: 15 € anstatt 25 €. › www.drupa.de

PAGEWIDE DRUCKER GESTOPPT Auf Antrag von Memjet Technology hat das Landgericht München eine Unterlassungsverfügung gegen Hewlett Packard erlassen. Darin wird der HP Deutschland GmbH untersagt, die derzeit verwendeten HP-841-Druckköpfe, die in den Druckern der HP-PageWide-Familie verbaut sind, zum Verkauf anzubieten, zu vertreiben und zu importieren. Streitgegenstand der Klage, die Memjet im letzten August eingereicht hat, sind die Druckköpfe, die das seitenbreite Bedrucken von Medien in einem Durchgang ermöglichen. Das Landgericht hält eine Verletzung des Europäischen Patents 1 292 451, dessen Inhaber Memjet ist, für glaubhaft. HP strebt jedoch die Aufhebung der einstweiligen Verfügung an. HP erklärte zwar, dass man zu laufenden Verfahren generell keine Aussagen mache, doch gelte das Urteil nur für die Grossformatdrucker der PageWide-Serie, nicht für die Office-Drucker. Offensichtlich sind auch die Inkjet-Rollensysteme nicht betroffen. › www.hp.com/go/pagewidewebpress

IOT-MITGLIED Die Primus international printing GmbH – in Deutschland mit der Druckmarke primus-print.de aktiv – ist eines der neuen Mitglieder in der Initiative Online Print e. V. (IOP). Im Rahmen der Mitgliedschaft beteiligen sich die Online-Drucker am Austausch von Erfahrungen im unmittelbaren Wettbewerb, um sich im innovativen Umfeld der Online-Druckbranche zu positionieren. › initiative-online-print.de › primus-print.de



POSTUM GEEHRT Aus Anlass seines 100. Geburtstags am 24. November wurde **Karl Mohr** postum für seine Verdienste von der Stadt Hofheim mit einer eigenen Strasse geehrt. Neben seiner Tätigkeit als Mitinhaber und kaufmännischer Geschäftsführer der Adolf Mohr Maschinenfabrik war Karl Mohr sozial sehr engagiert, kümmerte sich ideell und finanziell um Hilfsdienste, Organisationen, Verbände und Vereine. Das Wohl seiner Heimatstadt und ihrer Bürger lag ihm dabei immer besonders am Herzen.

DRITTES QUARTAL BEI KBA GUTER AUFTRAGS-EINGANG

Die Koenig & Bauer-Gruppe hat im 3. Quartal bei gutem Auftragseingang auch beim Ergebnis den angekündigten Turnaround geschafft. Nach neun Monaten sind das Ergebnis vor Steuern und das Konzernergebnis positiv. Mit dem für 2015 erwarteten Jahresumsatz von gut 1 Mrd. € bestätigt der Vorstand erneut seine Jahresprognose.

Nach neun Monaten weist KBA das Ergebnis vor Steuern (EBT) mit +2,1 Mio. € und das Konzernergebnis mit +2,4 Mio. € aus. Ende September lagen im Konzern der Auftragseingang mit 859,6 Mio. € um 28,5% und der Auftragsbestand mit 597,3 Mio. € um 36,6% über den Vorjahreszahlen, obwohl sich die Konjunktur in China und anderen bedeutenden Schwellenmärkten abgekühlt hätte – meldet der Druckmaschinenhersteller. Das im grössten Segment Bogenoffset etwas ruhiger laufende China-Geschäft sei durch mehr Aufträge aus anderen Regionen, vor allem den USA und Japan, kompensiert worden.

Gegenüber 2014 hätten alle Geschäftsbereiche bei den Neubestellungen zweistellig zugelegt. Trotz einiger Lieferverschiebungen konnte KBA den Quartalsumsatz im Sommer auf 252,8 Mio. € steigern. Der Neunmonats-Umsatz lag mit 679,7 Mio. € noch um 14,2% unter dem Vorjahr und anteilig deutlich hinter dem Jahresziel zurück. Das 2015 besonders erlösstarke 4. Quartal soll durch höhere Deckungsbeiträge und einen margenstärkeren Produktmix weit überproportional zum Erreichen der angekündigten Umsatz- und Ergebnisziele des Druckmaschinenherstellers beitragen.



Mit einem Bestellzuwachs von gut 33% profitiert KBA-Sheetfed Solutions derzeit von ihrer starken Stellung bei den investitionsfreudigen Faltschachteldruckern.

Ausblick unverändert

Das KBA-Management rechnet für 2015 nach wie vor mit einem Jahresumsatz von gut 1 Mrd. €. Im Faltschachteldruck profitiert KBA-Sheetfed Solutions von der gestiegenen Investitionsbereitschaft der Verpackungsbranche, von der Konjunkturerholung in Südeuropa und von wachsenden Erfolgen in Märkten wie Japan. In den ersten neun Monaten 2015 wuchsen die Bestellungen im Vergleich zum Vorjahr

um über ein Drittel auf 516,4 Mio. €. Der Umsatz war mit 377,8 Mio. € um 1,7% höher als im Vorjahr und soll laut KBA im Schlussquartal nochmals zulegen. Bei KBA-Digital & Web erwartet der Vorstand mit der stärkeren Fokussierung auf den Digitaldruck in den Folgequartalen eine signifikante Umsatzsteigerung. Marktchancen im digitalen Dekordruck und die Kooperation mit HP im digitalen Wellpappendruck eröffnen gute Perspektiven.

Bei den Spezialmaschinen werden die im Banknoten- und Blechdruck tätigen KBA-NotaSys und KBA-MetalPrint ihren Umsatz steigern. Mit 85,4% blieb die Exportquote von KBA auf Vorjahresniveau (85,3%). Ende September 2015 beschäftigte die KBA-Gruppe 5.285 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 645 weniger als im Vorjahr.

› www.kba.com



Spezialanwendung ist die Direktdekoration von Glasverpackungen mit den Siebdruck- und Digitaldruckanlagen von KBA-Kammann.

Übernahme

FLINT STREBT KAUF VON XEIKON AN

Der Druckfarbenhersteller Flint Group plant die Übernahme des Digitaldrucksystemherstellers Xeikon und will dafür eine Digital Print Solutions Division aufbauen. Die Vereinbarung umfasst neben den Digitaldrucklösungen auch die Thermoflex-Belichter. «Wir freuen uns über die Möglichkeiten, die diese Übernahme bietet. Das nächste Kapitel in unserem 20-jährigen Bestehen eröffnet viele Möglichkeiten für Xeikon als Unternehmen, aber auch für unsere Kunden, Mitarbeiter und Partner», sagt Xeikon-CEO Wim Maes und künftiger Präsident der Digital Printing Solutions Division Flint Group. Die Transaktion unterliegt den üblichen Abschlussbedingungen, einschliesslich der Genehmigung durch die Wettbewerbsbehörden, soll aber bis Ende 2015 abgeschlossen sein.

Grosshandel

PREISERHÖHUNGEN BEIM PAPIER

Papyrus Deutschland, Papier Union und Antalis haben für den Januar 2016 Preiserhöhungen angekündigt. Die Gründe klingen weitestgehend gleich. So hätten die Lieferanten von Papyrus aufgrund steigender Kosten in Herstellung und Distribution eine Preiserhöhung von bis zu 8% angekündigt. Daher sieht sich Papyrus gezwungen, diese Erhöhung ab Januar je nach Qualität und Spezifikation an die Kunden weiterzugeben. Auch die Papier Union wird ihre Preise anpassen. Die Preiserhöhung liegt bei 6% bis 8% für das gesamte Papiersortiment und betrifft alle Lieferungen ab Januar 2016. Antalis erhöht die Preise für gestrichene und ungestrichene Papiere. Büropapiere, grafische Formate und Rolle werden je nach Qualität bis zu 8% teurer.

- › www.papyrus.com
- › www.papierunion.de
- › www.antalis.de


Reflex stärkt Produktion PAPIERMASCHINE WIEDER IN BETRIEB

Vor Kurzem wurde beim Papierhersteller Reflex in Düren die generalüberholte Papiermaschine PM4 wieder in Betrieb genommen. Für Geschäftsführer Hariolf Koeder war dies ein grossartiger Moment, sieht er doch in der PM4 «eine Transparentpapiermaschine, die individuelle und hohe Qualitätsansprüche erfüllt».

Rund vier Monate wurde in die Papiermaschine investiert. Vorrangig auch, um mittels energetischer Massnahmen die Energieeffizienz zu verbessern und den Wasserverbrauch zu reduzieren. So werden nicht nur Kosten eingespart, sondern gleichzeitig wird auch der ökologi-

sche Fussabdruck des Unternehmens reduziert. Planmässig wurde im Dezember 2015 auch das neue Dampfkraftwerk fertiggestellt. Dieses wird auch die PM4 versorgen.

Die spezielle, technische Auslegung der PM4 ermöglicht es, eine hohe Qualität mit anerkannten Alleinstellungsmerkmalen für Transparentpapier herzustellen. Die Flächengewichte reichen von 50 g/m² bis 220 g/m² in unterschiedlichen Qualitäten. Vorrangig wird Transparentpapier in weisser Ausführung geliefert, zusätzlich können Kunden aus einer Vielfalt von Farbtönen wählen.

- › www.reflex-paper.com

Hahnemühle

EINE «MARKE DES JAHRHUNDERTS»

Über eine weitere bedeutende Auszeichnung freut sich die Hahnemühle FineArt GmbH: Das Unternehmen ist eine «Marke des Jahrhunderts». Dies dokumentiert die Verleihung des «Markenpreis der Deutschen Standards» und die damit verbundene Aufnahme in das Kompendium «Marken des Jahrhunderts». Die aktuelle Ausgabe des alle drei Jahre von Dr. Florian Langenscheidt publizierten Titels präsentiert die am stärksten eingeschätzten deutschen Marken unterschiedlicher Produktsegmente. Es sind rund 250 Marken die als «Sterne am Markenhimmel» Eingang in das Kompendium finden.

- › www.hahnemuehle.com

RAPID
 TRANS UT

Unsere Schnellste!
Zusammentragen · Broschürenfertigung

 Neues,
 dynamisches Design

 Höhere
 Produktivität

 Automatische
 Formatumstellung

Duplex

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

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

ERWARTUNGEN INTAKT Die Mayr-Melnhof Gruppe setzte die positive Entwicklung im bisherigen Jahresverlauf mit einem guten dritten Quartal fort, teilt das Unternehmen mit. Es sei in den ersten drei Quartalen 2015 gelungen, sowohl bei Umsatz als auch Ergebnis gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres weiter zu wachsen. Die Erwartungen für das 4. Quartal und Gesamtjahr 2015 bleiben intakt. › www.mayr-melnhof.com

PARTNERSCHAFT Imaging Solutions AG (ISAG), Schweizer Hersteller von Systemen zur Produktion von Fotoprodukten und Fotobüchern, arbeitet seit November 2015 mit dem englischen Softwareunternehmen Taopix zusammen. Mit dieser Kooperation bieten die beiden Fotospezialisten eine Frontend- und Bestellplattform samt angeschlossener Backendlösung für die einfache Herstellung hochwertiger Lay-Flat-Fotobüchern und anderen Fotoprodukten an. › www.isag.ch › www.taopix.com

NEUE ONLINE-SHOPS Der deutsche Online-Druckdienstleister Onlineprinters verstärkt seine Präsenz in Skandinavien und ist in Dänemark, Norwegen, Finnland und jetzt auch in Schweden präsent. Onlineprinters.se ist der 15. Onlineshop der Onlineprinters GmbH, die zu den grössten Onlinedruckereien Europas zählt. › www.onlineprinters.com

RESSOURCENSCHUTZ Recyclingpapier liegt im Trend. Immer mehr Unternehmen setzen im Zuge ihrer Nachhaltigkeitsstrategien auch beim Papier ein klares Zeichen. So haben sich bereits 80 Vorstände beziehungsweise Geschäftsführer namhafter Unternehmen der Kampagne «CEOs pro Recyclingpapier» angeschlossen und Ziele für eine Umstellung vom herkömmlichen Frischfaserpapier auf Papier mit dem Blauen Engel definiert. Die Kampagne wird von der Initiative Pro Recyclingpapier durchgeführt und steht unter der Schirmherrschaft von Bundesumweltministerin Dr. Barbara Hendricks. Daneben unterstützen die Deutsche Gesellschaft des Club of Rome und der NABU Deutschland das Projekt. › www.ceos-pro-recyclingpapier.de

KOCO JETZT IN MÜNCHEN Der Hauptstandort des Beraterverbands KoCo wird nach München verlegt. Die KoCo, Kooperation Kostenrechnung und Controlling für die grafische Industrie, hat sich letztes Jahr zusammengeschlossen und den Sitz der Gesellschaft am Standort des Partners datamedia gewählt. Um der Entwicklung Rechnung zu tragen, verlagert die KoCo den Standort in neue Büroräume in der Münchener Innenstadt. Die beiden Standorte von Partner KernKompetenz in Reutlingen und Smets-Controlling in Mainz bleiben unverändert. › www.koco-medien.de

HALBJAHRES-ERGEBNIS

HEIDELBERG SETZT UMBAU FORT, BLEIBT ABER IM MINUS

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2015/2016 (1. April bis 30. September 2015) die Neuausrichtung des Konzerns weiter fortgesetzt. Dabei seien die Bereiche Services und Digital ausgebaut und



die Strukturen im Bogen-druckmaschinenbau weiter verschlankt worden, meldet der Konzern.

Durch die Übernahme der Printing Systems Group sei der Umsatz mit Service und Verbrauchsmaterialien wie geplant erhöht worden, nachdem die fünf Landesgesellschaften vollständig in die Heidelberg-Vertriebsorganisation integriert worden seien. Der geplante Mehrumsatz von rund 100 Mio. € durch die Übernahme sei nach sechs Monaten bereits zur Hälfte realisiert worden, erklärt Heidelberg. In diesem Wachstumssegment seien auch in Zukunft weitere Zukäufe geplant, um mit Service und Verbrauchsmaterialien mittelfristig rund 50% des Konzernumsatzes zu erzielen.

Auch die stärkere Fokussierung auf den Digitaldruck wird zunehmend sichtbar. So sei der Verkaufsstart der neuen digitalen Etikettendruckmaschine von Heidelberg erfolgreich verlaufen. Zudem stellte Heidelberg eine Weiterentwicklung für das Bedrucken dreidimensionaler Gegenstände vor. Mit der Vorstellung der ersten industriellen Bogen-Digitaldruckmaschine im Format B1 auf der drupa 2016 soll der nächste Meilenstein in der Digitalstrategie erreicht werden.

Beim Bau von Bogendruckmaschinen wurden die geplanten Effizienzmassnahmen nach Angaben von Heidelberg vorangetrieben, um die Flexibilität zu erhöhen und die Profitabilität zu steigern. Mit dem Umzug der Hauptverwaltung und des Print Media Centers Commercial von Heidelberg nach Wiesloch-Walldorf wurde eine wichtige Strukturmassnahme abgeschlossen. Dadurch würden Prozesse beschleunigt und die Betriebskosten für die Standorte weiter reduziert. Der Verkauf der freien Liegenschaften in Heidelberg sei vertraglich fixiert und werde voraussichtlich bis März 2016 umgesetzt. Der Auftragseingang lag im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres bei 1.323 Mio. € und damit über dem Vergleichszeitraum 2014/2015 (1.167). Ebenso lag der Umsatz mit 1.162 Mio. € über dem Vorjahreswert (996 Mio. €). Nach Steuern bleibt dennoch ein Verlust von 14 Mio. €. › www.heidelberg.com

manroland web systems

NEUE FÜHRUNG NACH GUTEM JAHR 2015

Der Augsburger Hersteller von Rollenoffset-Druckmaschinen blickt nach eigenen Angaben auf ein sehr erfolgreiches Jahr 2015 zurück. Es werde ein Umsatz von rund 240 Mio. € erwartet. Der Verkauf von Neumaschinen soll bei etwa 140 Mio. € liegen und bedeute eine kräftige Steigerung gegenüber 2014. «Das Ergebnis wird in Höhe eines mittleren einstel-



ligen Millionenbetrags positiv sein», sagt Geschäftsführer **Jörn Gossé**.

«Aufgrund der guten Auftragslage erwarten wir für 2016 ein weiter verbessertes Ergebnis. Unser Wachstum haben wir in einem stagnierenden Markt erreicht und die Position im Digitaldruckmarkt mit erfreulichen Wachstumsraten bei den Weiterverarbeitungssystemen ausgebaut.»

Da sich Jörn Gossé beruflich wieder in den norddeutschen



Raum orientieren will, wird **Alexander Wassermann** ab Januar 2016

zweiter Geschäftsführer in Augsburg. Er blickt auf eine 16-jährige Tätigkeit in der Papiermaschinenpartei bei Voith, Heidenheim, und zuletzt bei der Bielomatik Leuze GmbH in Neuffen zurück. Wassermann wird die Resorts Service, Produktion und Personal verantworten, während Jörn Gossé weiterhin für den Vertrieb, den Bereich Technik sowie Finanzen zuständig sein wird.

› www.manroland-web.com

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



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

Feeling Good

with  KBA

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

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



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



BVDM-BRANCHENBERICHT



Bildquelle: www.123rf.com

DRUCKINDUSTRIE UNTER VORJAHRES-NIVEAU

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) hat in seinem Branchenbericht zur Situation der deutschen Druckindustrie für das erste Halbjahr 2015 einen Rückgang der Konjunktur festgestellt. Demnach ging der Umsatz von Betrieben mit 50 und mehr Beschäftigten um 2,2% gegenüber dem Vorjahreszeitraum zurück. Der Umsatz sank in allen Sparten, wobei der Zeitungsdruck wiederholt die stärksten Einbußen verzeichnete.

Die Produktionstätigkeit der Druckereien mit 20 und mehr Beschäftigten erhielt in den ersten sechs Monaten 2015 ebenfalls einen Dämpfer. Der Produktionsindex lag mit 2,7% unter dem Vorjahr. Damit einher ging in den Monaten Januar bis Oktober 2015 ein Rückgang der Kapazitätsauslastung der Anlagen von 85,0% im Jahr 2014 auf 82,9% im laufenden Jahr. Getrieben wurde diese Entwicklung primär durch sinkende Produktionswerte bei Werbeprodukten und Verlags-



Erzeugnissen wie Zeitschriften oder Büchern.

Wilhelm Zacharias, Wirtschaftsreferent des bvdm, sieht für das gesamte Jahr 2015 nahezu keine Wachstumschancen. Auch wenn das gesamtwirtschaftliche Umfeld von einer stabilen Konjunktur und moderatem Wachstum geprägt sei, dürften nur einzelne Segmente der Druckindustrie davon profitieren. Die Entwicklung des Druckgewerbes stehe jedoch unter schwachen Vorzeichen, denn die Signale aus nachgelagerten Branchen wie etwa Verlagswesen, das produzierende Gewerbe, der Einzelhandel sowie die Werbewirtschaft aus dem Ausland deuteten nur wenige positive Impulse an.

Gleichwohl habe sich im ersten Halbjahr 2015 das Finanzierungsklima in der Branche verbessert, schreibt Zacharias. Dies könnte im noch laufenden und kommenden Jahr für eine zunehmende Investitionstätigkeit der Druckunternehmen sorgen, die seit Langem ausgeblieben war.

Der komplette Branchenbericht enthält neben der Konjunkturanalyse auch eine vertiefte Strukturuntersuchung der Druckindustrie sowie ein Sonderkapitel zum Aussenhandel mit Druck-Erzeugnissen der einzelnen Bundesländer. Mitglieder der Verbände Druck und Medien erhalten den Bericht über ihren Landesverband.

> www.bvdm-online.de

IST Metz

LED-GESCHÄFT WIRD AUSGEBAUT

Neben UV-Mitteldrucklampen hat sich in den letzten Jahren im UV-Markt die Aushärtung von Farben und Lacken mittels UV-LEDs etabliert. Auch neue Geschäftsfelder wie in der industriellen Füge-technik wurden erschlossen. Als Anbieter beider Arten von UV-Systemen hat sich die IST Metz GmbH in diesem Jahr noch stärker auf den Ausbau des LED-Geschäfts verlegt. Neben der Markteinführung eigener LED-Produkte brachte der Erwerb der Mehrheitsanteile am britischen UV-Anlagenhersteller Integration Technology Ltd. im Mai einen weiteren Zugewinn.

Der stärkeren Fokussierung auf die technologische Entwicklung trägt nun auch die Neuorganisation der Ge-



Christian-Marius Metz (links), Vorsitzender der Geschäftsführung, Holger Kühn, Geschäftsführer Vertrieb, Dr. Robert Sängler (rechts), Geschäftsführer Technik (ab 1. Januar 2016).

schäftsführung Rechnung. Christian-Marius Metz, Enkel des verstorbenen Firmengründers Gerhard Metz und bisheriger Leiter Operations & Dienstleistungen, wurde zum Vorsitzenden der Geschäftsführung ernannt. Holger Kühn übernimmt die Position des Geschäftsführers Vertrieb. Dr. Robert Sängler wird das Trio ab 2016 als Geschäftsführer Technik vervollständigen.

> www.ist-uv.com

5. Dezember 2015

INTERNATIONALER TAG DES EHRENAMTES

«Anzeigenblätter unterstützen das freiwillige Engagement, weil es unverzichtbar für unsere Gesellschaft ist», erklärte Dr. Jörg Eggers, Geschäftsführer des Bundesverbandes Deutscher Anzeigenblätter (BVDA), im Vorfeld des Internationalen Tages des Ehrenamtes am 5. Dezember 2015. «Wöchentlich erscheinen in Deutschland mehr als 1.300 Anzeigenblatt-Titel, die den Menschen kostenlos zugestellt werden. Zahlreiche Redaktionen berichten regelmässig über den Einsatz der Vereine und Initiativen vor Ort – damit sind Anzeigenblätter besonders wichtige Informationsmedien für freiwilliges Engagement», sagt Eggers.

Zudem hob er das beachtliche Interesse der Anzeigenblatt-Leser an den Themen Gemeinnützigkeit und Engagement hervor: «Die Ergebnisse der aktuellen Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse zeigen, dass sich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung überdurchschnittlich viele Anzeigenblatt-Leser ehrenamtlich für einen guten Zweck einsetzen. Die Berichterstattung im Anzeigenblatt schenkt den Engagierten Aufmerksamkeit und Anerkennung und kann zudem für andere Leser Motivation sein, selbst aktiv zu werden.»

Neben der individuellen Berichterstattung der Anzeigenblätter unterstützten Mitgliedsverlage des BVDA im Jahr 2015 zum dritten Mal die Medienpartnerschaft des Verbandes mit der bundesweiten «Woche des bürgerschaftlichen Engagements».

> www.bvda.de

Druckhaus Berlin-Mitte MIT BLAUEM ENGEL AUSGEZEICHNET

Zum Start der Klimakonferenz in Paris wurde die Urkunde mit dem Blauen Engel von Staatssekretär im Bundesumweltministerium Gunther Adler am 30. November 2015 dem Geschäftsführer des DBM Druckhaus Berlin-Mitte Martin Lind in einer feierlichen Zeremonie persönlich überreicht.

Zum ersten Mal wurde das Umweltzeichen Blauer Engel an eine Druckerei für besonders umweltfreundliche Druck-Erzeugnisse verliehen. Die Veranstaltung wurde von Dr. Jan Berger, Referent des Bundesumweltministeriums, moderiert. Nach der Begrüssung wurden die strengen Kriterien des Blauen Engels für Druck-Erzeugnisse UZ-195 von Dr. Achim Schorb, IFEU erklärt. Im Anschluss erläuterte Sönke Nissen, IPR die Bedeutung der Auszeichnung und hob hervor, dass Printobjekte auf Recyclingpapier «state of the art» sind und Hochglanzbroschüren Relikte einer vergangenen Zeit. Staatssekretär Adler: «Die Auszeichnung mit dem Blauen Engel hat Signalwirkung für die Print-Branche. Die Verbraucher schätzen hohe ökologische Standards und machen hiervon auch ihre Kaufentscheidung abhängig. Mit dem Blauen Engel wird sichtbar, dass die ausgezeichneten Printprodukte der Umwelt und der menschlichen Gesundheit zugutekommen.»

> druckhaus-berlin-mitte.de

4. ONLINE-PRINT-SYMPOSIUM AGILE GESCHÄFTSMODELLE

Vom 17. bis 18. März 2016 wird München wieder zur Hauptstadt der Online-Print-Industrie und zur Plattform für einen einmaligen Branchenevent: dem Online Print Symposium. Organisiert wird die Veranstaltung vom Bundesverband Druck und Medien, von der Fogra und zipcon consulting.

Das «Who is Who» der Branche trifft sich zum Networking. Entscheidungsträger aus der Druckindustrie, aus Agenturen, dem Marketing und Medienmanagement erfahren von Experten und Profis Trendentwicklungen und Hintergrundwissen über zukünftige Geschäftsmodelle im E-Business Print. Mit einer Teilnehmerzahl von über 220 Entscheidern aus der Druckbranche fand das Online Print Symposium 2015 so viel Beachtung wie nie zuvor und zählt bereits jetzt zu einem der Top-Events weit über die Grenzen hinaus. «Online-Druck in Deutschland, Österreich und der Schweiz wächst stetig weiter, denn Online-Print und der Vertrieb über Beschaffungsportale sind die aktuell wachstumsstärksten Modelle im Print-Vertrieb. Allerdings muss man auch wissen, wie man die verschiedenen Ge-

schäftsmodelle richtig einsetzt und ergänzt. Die Anbieter im Online-Print müssen sich neuen Herausforderungen stellen, um weiterhin Wachstum generieren zu können – hier sind agile Geschäftsmodelle gefragt, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben. Auf dem 4. Online Print Symposium werden wir diesen Themen nachgehen und freuen uns über Zusagen von Top-Online-Printern, die ihre Ideen und Visionen in Vorträgen mit dem Publikum teilen werden», sagt E-Business Print Experte Bernd Zipper, von der zipcon consulting aus Essen. Auf die Teilnehmer des kommenden Symposiums wartet wieder ein exklusives Programm. In Best-Practice-Beispielen zeigen Fachexperten und erfolgreiche OnlineShop-Betreiber, wie man seine Geschäftsideen im Internet verwirklicht und fortlaufend op-

timiert. Zusätzlich erklären Experten Tipps und Tricks rund um E-Business Print. «Seinen besonderen Reiz erhält das Symposium durch das intensive Networking. Die ersten Anmeldungen sind bereits eingegangen. Ich kann nur jedem raten, sich nicht zu spät für eine Teilnahme zu entscheiden, denn die Plätze sind begrenzt», erklärt Jens Meyer, printXmedia Süd GmbH und Mitorganisator. Ziel des Symposiums ist es, neue Geschäftsmodelle im E-Business Print vorzustellen und den «Erfindern» und Betreibern eine Plattform zum Diskurs zu bieten. Das Motto für das kommende Symposium: «Agile Geschäftsmodelle – Herausforderung Wachstum».

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

TOUCHPOINT PACKAGING ZUR DRUPA 2016 VERPACKUNGEN VON MORGEN – SCHON HEUTE ZUM ANFASSEN

Eines der wichtigsten Highlight-Themen der drupa 2016 wird die Verpackung sein. Papiere mit aussergewöhnlicher Haptik verwandeln Verpackungen im Zusammenspiel mit herausragenden Veredelungstechniken und hochwertigem Design zu Werbeträgern erster Klasse. Elektronische Displays und Sensoren machen Verpackungen intelligent, Digitaldruck erlaubt die Personalisierung und Versionalisierung.

Aktuellen Prognosen zufolge soll der Verpackungsmarkt bis 2018 auf 975 Mrd. € ansteigen. Eine Sonderschau, der «touchpoint packaging», spiegelt diese Marktrelevanz wider. «Unser Ziel ist es, die Potenziale in Design und Produktion von Verpackungen herauszuarbeiten und wichtige vertikale Märkte zu adressieren», unterstreicht Sabine Geldermann, Director der drupa. Der «touchpoint packaging» richtet sich an Markenartikler, Verpackungsdesigner und Drucker.

Das Sonderforum in Halle 12 wird in Kooperation mit der european packaging design association (epda), Europas Verband von Marken- und Verpackungsagenturen, konzipiert und durchgeführt. «Wir thematisieren das gesamte Spektrum der Verpackungswelt: technisch-funktionale Erfordernisse, kulturelle und ethische Ansprüche, Wirtschaftlichkeit und Effizienz, die Bandbreite der Substrate bis hin zu den eingesetzten Technologien», erläutert Claudia Josephs, Projektleitung epda. Um die speziellen Bedürfnisse der

unterschiedlichen Anwenderindustrien besser erreichen zu können, ist der touchpoint packaging in vier «future labs» gegliedert – und zwar in «food & beverage», «non-food», «pharma» sowie «cosmetics».

Erfolgreiche Praxisbeispiele sowie zukünftig denkbare Produktionslösungen sollen den Besucher inspirieren. Der «touchpoint packaging» bietet Unternehmen aus Verpackungsdesign- und -produktion die Möglichkeit, ihre Technologien, Lösungen oder visionären Konzepte zu präsentieren. Für drupa Aussteller ist dieses Angebot kostenlos. Da die Anzahl der Partner limitiert ist, ist eine umgehende Anmeldung über die epda erforderlich.

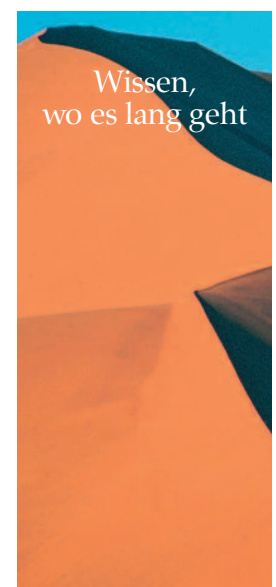
> www.drupa.de



NEUE GESCHÄFTSRÄUME

Mimaki Deutschland hat die Deutschlandzentrale nach München verlegt. Der 700 m² grosse Showroom mit 27 Druckgeräten und Schneideplottern sowie zwei Kalender-Systemen ist in die Themengebiete Sign Graphics, Industrial

Production sowie Textile gegliedert. Entsprechende Anwendungsbeispiele finden sich im Raum. Der Showroom wurde am 1. Oktober 2015 offiziell eröffnet und kann nach Vereinbarung für Demonstrationen und Schulungen genutzt werden. > www.mimaki.de



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher

f:mp-Partnerschaft

DUFT-MARKETING MIT FOLLMANN

Die Follmann GmbH unterstützt den Fachverband Medienproduktioner (f:mp.) jetzt auch als Fördermitglied. Die Schlüsselkompetenz von Follmann sind Spezialchemikalien. Neben Druckfarben und Klebstoffen gehört dazu auch die Mikroverkapselung unter anderem von Parfüm-ölen und die Entwicklung von Duftlacken. Nach einigen erfolgreichen gemeinsamen Projekten bei der Duftveredelung will das Unternehmen die Partnerschaft mit dem f:mp. als Fördermitglied intensivieren. Besonders beim multisensorischen Marketing will Follmann mit dem Schwerpunkt Duftmarketing wichtige Akzente setzen. Immerhin ist Duft eines der wichtigsten Elemente, um Aufmerksamkeit zu erregen und Emotionen subtil zu verstärken. Ziel der gemeinsamen Aktivitäten ist es, die Sensibilität der Dienstleister und Kreativen, aber auch der Printbuyer, für diesen wichtigen Aspekt des multisensorischen Marketings zu erhöhen. «Denn leider ist das Duftmarketing im Print immer noch unterrepräsentiert», sagt Daniel Bröking von Follmann. «Das ist letztlich auch einer der entscheidenden Gründe, warum wir den f:mp. als Fördermitglied unterstützen und uns in 2016 auch bei der Creatura-Initiative mit einbringen werden.»

> www.follmann.de
 > www.f-mp.de

**PRÄVENTION GEGEN DEN SCHADENSFALL
 INFORMATIONEN ZUM
 HAFTUNGSMANAGEMENT**

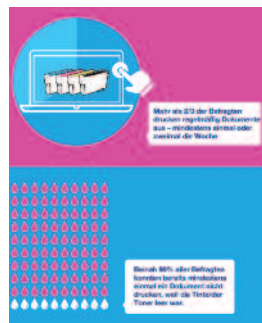
Die Fehlerquote der deutschen Faltschachtelindustrie tendiert gegen Null. Einwandfreies Risiko- und Qualitätsmanagement sichert fehlerfreie Ergebnisse. Aber: Was, wenn doch einmal ein Instrument versagt? Neben der Suche nach der Fehlerursache stellt sich jeweils die Frage, ob es sich bei der Lieferung um eine mangelhafte oder schadhafte Produktion handelt. Letztere kann Kosten im siebenstelligen Bereich verursachen. «Wohl dem Unternehmen, das in einem solchen Fall nicht nur eine Versicherung, sondern auch präventiv dafür gesorgt hat, dass selbige zahlt», erläuterte Oliver Schaab, Geschäftsführer der mediasecur Beratungsgesellschaft mbH, vor dem betriebswirtschaftlichen Ausschuss des FFI. Dies sei nicht immer selbstverständlich, erklärte Schaab. Eine Reihe von Faktoren, Klauseln in Verträgen, deckungsschädliche Aussagen oder auch Lücken in der Dokumentation des Qualitätsmanagements lieferten einer Versicherung unter Umständen eine ganze Reihe von Gründen, die Schadensregulierung zu verweigern. «Allein, wenn sich in einer Qualitätssicherungsvereinbarung von Kunden die Worte «Garantie» oder «garantiert» finden, wird die Versicherung eine Zahlung verweigern können», so Schaab, da Garantien grundsätzlich nicht versichert seien. Nicht nur dieser Aspekt liess die Mitglieder des BWA aufhorchen. Interessant wurden die Ausführungen des media-

secur-Geschäftsführers auch, als es darum ging, dass sich Verträge, die der Kunde zur Grundlage der Auftragsvergabe macht, ohne Weiteres verhandeln und damit an firmenspezifische Belange des Faltschachtelunternehmens anpassen lassen. «Es ist ein Irrtum, wenn es heisst: Entweder wir unterschreiben, oder wir bekommen den Auftrag nicht!», stellte der Haftungsexperte fest. «In der Tat haben wir bereits erfolgreich mit den Juristen der mediasecur Änderungen, auch in Bedingungen von industriellen Grosskunden, durchgesetzt.» Dahinter steckt laut Oliver Schaab das Interesse der Kunden, dass für den Fall einer fehlerhaften Produktion die Versicherung des Lieferanten auch zahlt. «Es nutzt dem Kunden des Faltschachtelbetriebs nichts, wenn die Versicherung im Schadensfall die Deckung verweigert. Im Zweifel kann das für den Faltschachtelhersteller die Insolvenz bedeuten – und der Kunde muss für den entstandenen Schaden aufkommen.»

> www.ffi.de

**Papierlos bleibt ein Mythos
 DRUCK AUF PAPIER
 SCHAFFT SICHERHEIT**

Eine von Epson initiierte Studie zum Druckverhalten von Familien in Deutschland zeigt, dass trotz der starken Verbreitung mobiler Geräte rund zwei Drittel aller Familien mindestens ein- oder zweimal die Woche Dokumente ausdrucken. Gründe hierfür sind neben der Sorge um die Flüchtigkeit elektronischer Dokumente (67%) auch der Wunsch, Anmer-



kungen an dem Dokument anzubringen (51%) sowie bestimmte gesetzliche Vorschriften (40%). Fehlendes Vertrauen in die Verfügbarkeit der Technologie (40%) war ein weiterer Grund vieler Befragten, auf Papierdokumente zu setzen. In der gleichen Umfrage stellte sich zudem heraus, dass rund 85% bereits einmal nicht drucken konnten, weil die Tinte beziehungsweise der Toner leer waren.

> www.epson.de

**Creatura-Initiative
 WEITER AN FAHRT
 AUFGENOMMEN**

Das Creatura-Team bekommt Zuwachs mit ORO Promotion und dem Spezialisten für haptische Markenkommunikation Touchmore. Darüber hinaus wird das Multisense Institut für sensorisches Marketing die Brancheninitiative beratend begleiten. Das eingespielte Creatura-Team, Gräfe Druck, Vogt Fotiendruck und Heidenreich Print, bekommt so wertvolle Verstärkung. Damit erweitert sich das Themenspektrum in Sachen Druckveredelung. Darüber hinaus kommen auch innovative, praxiserprobte Konzepte und aktuelle Erkenntnisse aus dem Bereich des Neuromarketings und der Verhaltenspsychologie hinzu. Durch diese einzigartige Kombination von Veredelungs-Know-how mit innovativen und kreativen Experten wird die Creatura-Initiative Marketingentscheider, Printbuyer, Dienstleister und Kreative in Zukunft noch stärker inspirieren und in ihrer täglichen Arbeit besser unterstützen.

> www.creatura.de



Stiften Sie zu
 – jetzt online!

sos-kinderdorf-stiftung.de



Für Dich!

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

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

MENSCHEN & KARRIEREN



Der Verband Druck+Medien Nord-West (VDM NW) trauert um seinen ehemaligen Geschäftsführer **Klaus Mertens**, der am 10. Oktober 2015 im

Alter von 83 Jahren verstarb. Dipl.-Kfm. Klaus Mertens war vom 1. Januar 1961 bis zu seinem Eintritt in den Ruhestand am 1. Januar 1997 insgesamt 36 Jahre für den damaligen VDN tätig. • Die Landa Gruppe hat die Ernennung von **Yishai Amir** als CEO der Landa Corporation und Mitglied des Verwaltungsrats bekanntgegeben. Er wurde ausserdem zum Vice Chairman des Konzerns ernannt. Benny Landa, Gründer der Landa Gruppe, bleibt ihr Vorstandsvorsitzender. •



Emmanuel Clair verstärkt als Managing Director künftig das Führungsteam der Raja-Gruppe, Europas Marktführer im Bereich des B2B-Versandhandels für Verpackungslösungen. In seiner neuen Aufgabe wird sich Clair um die strategische Weiterentwicklung der Unternehmensgruppe kümmern und die Umsetzung ihrer Wachstumsstrategie begleiten und überwachen. • Die auf den Bereich individualisierte Prospektwerbung spezialisierte Rollenoffset-Druckerei Adam NG GmbH verstärkt ihr Management-Team mit einem neuen Vertriebsleiter: Diplom-Ingenieur und Branchenexperte **Jürgen Wolf**



bringt mehr als 20 Jahre Vertriebserfahrung in der Druckbranche und ein exzellentes Netzwerk in das Unternehmen ein. • Für herausragende berufliche und unternehmerische Leistungen und zum Dank für besondere Verdienste um die baden-württembergische Wirtschaft verlieh Finanz- und Wirtschaftsminister Nils Schmid am



25. November 2015 im Rahmen einer Festveranstaltung im Neuen Schloss in Stuttgart die Wirtschaftsmedaille an **Joachim Werner Dziallas**. Der Geehrte, heutiger Geschäftsführer der Edelmann Holding, war 35 Jahre operativer Geschäftsführer der Firma Carl Edelmann. • Die Monotype GmbH mit Sitz in Bad Homburg und Berlin schärft ihre strategische Ausrichtung in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Neben der Optimierung der Online-Kanäle linotype.com und fontshop.com wird Monotype unter der Leitung von **Christopher Kollat** die Vertriebsaktivitäten intensivieren und dabei insbesondere Unternehmen aus dem Mittelstand sowie Grosskunden verstärkt in

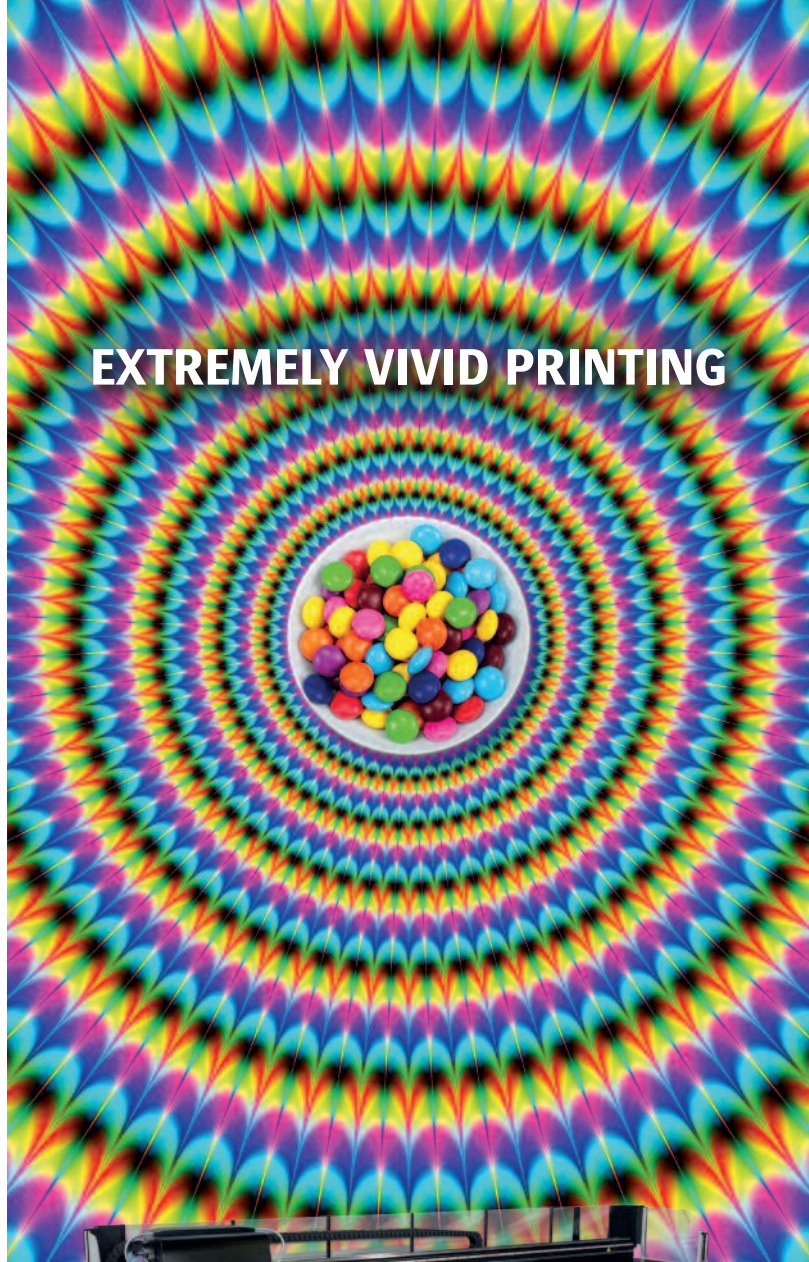


den Fokus rücken. • Seit Anfang Oktober 2015 ist **Thomas Rajcsanyi** neuer Geschäftsführer der Sappi Alfeld GmbH. Er löst Dr. Stefan Karrer ab, der Sappi Alfeld aus persönlichen Gründen in Richtung seiner Heimat Süddeutschland verlassen hat. • Goss International gibt die Ernennung von **Mohit Uberoi** zum neuen Präsidenten und CEO bekannt. Vor seinem Wechsel zu Goss war Uberoi als Präsident/CEO bei B&W Megtec tätig.



• Seit Anfang Oktober 2015 ist **Thomas Rajcsanyi** neuer Geschäftsführer der Sappi Alfeld GmbH. Er löst Dr. Stefan Karrer ab, der Sappi Alfeld aus persönlichen Gründen in Richtung seiner Heimat Süddeutschland verlassen hat. • Goss International gibt die Ernennung von **Mohit Uberoi** zum neuen Präsidenten und CEO bekannt. Vor seinem Wechsel zu Goss war Uberoi als Präsident/CEO bei B&W Megtec tätig.

• Goss International gibt die Ernennung von **Mohit Uberoi** zum neuen Präsidenten und CEO bekannt. Vor seinem Wechsel zu Goss war Uberoi als Präsident/CEO bei B&W Megtec tätig.



EXTREMELY VIVID PRINTING



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

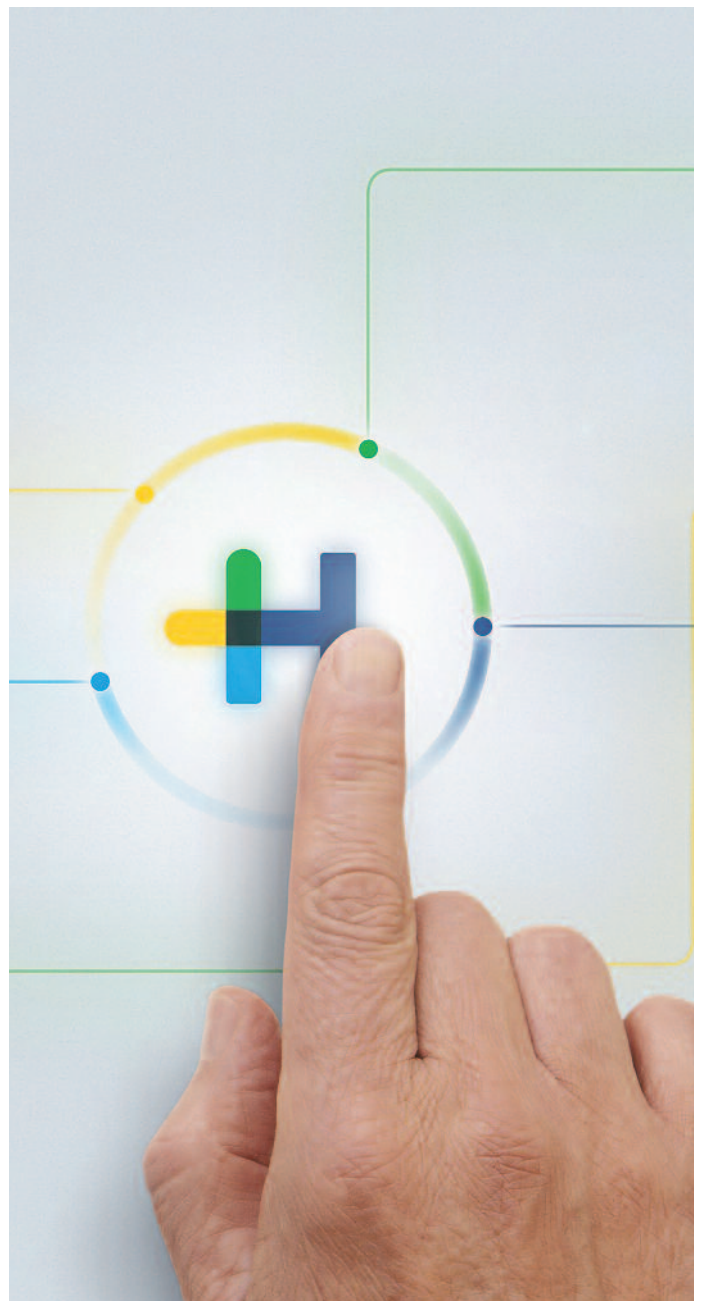
Dies ist keine optische Täuschung – es ist der Jeti Mira-Effekt! Der **neue, echte Flachbett-UV Inkjet Wide Format Drucker** enthält alle Eigenschaften – von der Druckqualität bis zur Produktionsflexibilität. Der Jeti Mira wurde mit dem Know-how unserer F&E-Abteilung entwickelt und bietet **atemberaubende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

Erleben Sie Farbe mit uns neu.
Besuchen Sie uns auf www.agfagraphics.com.

AGFA 
STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

DIE ZUKUNFT DES DRUCKS SIMPLY SMART

Heidelberg hat seine Antworten auf die Fragen zur Druck-Industrie 4.0 unter die Leitidee «Simply Smart» gestellt. Im Kern geht es dabei um die Notwendigkeit von Druckereien, ihre Effizienz weiter zu steigern und flexibler auf die Anforderungen der Kunden reagieren zu können. Dazu müssen Druckereien ihre Kunden künftig noch enger in den Produktionsprozess einbeziehen als bisher. Dabei könnten individualisierte Printprodukte über kurz oder lang zum Standard werden – in jedem Fall werden Druckereien noch stärker in eine digitale Lieferkette mit Kunden und Lieferanten eingebettet sein. Zudem werden Zusatzdienstleistungen wie etwa Versand oder Multimedia-Vermarktung erwartet. Das wird gravierende Folgen für die Organisation in den Druckbetrieben haben.



Von KLAUS-PETER NICOLAY

Heidelberg will auf der drupa in Düsseldorf mit «Simply Smart» die digitalisierte und industriell aufgestellte Druckerei als Voraussetzung für künftig erfolgreiche Geschäftsmodelle präsentieren. «Dabei wollen wir zusammen mit unseren Partnern zukunftsfähige Produkte und Dienstleistungen anbieten», sagte **Harald Weimer**, Vorstand Services von Heidelberg bei einer Präsentation Anfang



Dezember 2015. «Wir sehen die integrierte und vernetzte Druckerei als richtungsweisenden Entwicklungsschritt unserer Branche.»

Bereits heute seien die meisten Heidelberg-Produkte für die Integration

und Automatisierung der Abläufe in einer Druckerei geeignet. Die Grundlage für die integrierte Kommunikation zwischen Systemen und Maschinen bilde der Druck- und Medien-Workflow Prinect von Heidelberg. Dabei stünden die «Smarte Integration» von Offset- und Digitaldruck, die weitere Automatisierung aller Produktionsabläufe, die Integration der kaufmännischen Prozesse und die Einbindung von Kunden in den Produktionsprozess im Vordergrund.

Inkjet-Bogenmaschine bis B1

Heidelberg bietet dabei das parallele und integrierte Betreiben von Offset- und Digitalmaschinen an. Dazu baut das Unternehmen sein Digitaldruckangebot aus und stellt zur drupa mit Fujifilm die gemeinsame Entwick-

lung eines neuen Inkjet-Digitaldrucksystems für den industriellen Akzidenz- und Verpackungsdruck bis zum Format B1 vor. Diese Neuheiten sollen Mitte Februar in Wiesloch-Walldorf offiziell vorgestellt werden.



Ohne auf weitere Details einzugehen, erklärte **Stephan Plenz**, Vorstand Equipment, gegenüber dem «Druckmarkt», dass sich Heidelberg mit dem B1-Format vor allem Chancen im Verpackungsbereich ausrechnet. Auf einem seiner Charts war der Leistungsbereich mit etwa 1.500 Bogen angegeben – darüber hinaus sind offensichtlich die konventionellen Offsetmaschinen wirtschaftlicher. Zumal die aktuellen Speedmaster-Systeme durchaus die Kriterien erfüllten, die der angedachte «Smart Print Shop»

und die integrierte Automatisierung mit sich bringe.

Hinsichtlich des Zeitplans für die Inkjet-Maschinen sagte Plenz, dass man unmittelbar nach der drupa in den Betatest gehen werde und die Maschinen im ersten Quartal 2017 kommerziell verfügbar sein sollen.

Doch auch für Stephan Plenz ist Prinect die Basis der integrierten Kommunikation in der Druckerei und zu Kunden und Lieferanten (siehe dazu unseren separaten Beitrag auf der nächsten Doppelseite). Neben neuen Software-Bausteinen soll vor allem das Digital Front End, mit dem sich Digitaldrucksysteme in den Workflow einer Druckerei integrieren lassen, «die digitalisierte und vernetzte Druckerei» Wirklichkeit werden lassen. Konkret heißt das, dass im «Smart Printshop» der Produktions-

ablauf automatisiert und kostenoptimiert festgelegt wird und sich die Maschinen dazu selbstständig einrichten, indem sie auf produktionsrelevante Daten aus den vorgelagerten Prozessen zugreifen.

Bis hier her liest sich Heidelberg's Idee vom «Smart Print Shop» visionär, aber nicht utopisch. Doch mit Visionen alleine lässt sich kein Geld verdienen. Deshalb haben die Strategen bei Heidelberg auch gleich ihre Services, Verbrauchsmaterialien und beratenden Dienstleistungen in das Konzept mit einbezogen, was an dieser Stelle nur gestreift werden soll, weil weitestgehend bekannt (wenn jetzt auch unter trendigeren Bezeichnungen).

«Smart Services»

So sollen die «Smart Services» (Serviceangebote und Verbrauchsmaterialien) den reibungslosen Ablauf einer Druckerei sicherstellen. Und da Druckereien durch Remote-Angebote über offene Schnittstellen verfügen, ergeben sich auch im Service-Umfeld Anknüpfungspunkte an die smarte Heidelberg-Welt.

Durch eCall kann sich eine Druckmaschine im Störfall automatisch beim Heidelberg-Service melden. Remote Service ermöglicht, dass sich Servicetechniker in die Systeme beim Kunden einloggen und zielgerichtete Hilfe anbieten. Remote Monitoring kündigt ein Problem an, bevor es zum Maschinenstillstand kommt. So können Teile rechtzeitig im Rahmen eines geplanten Serviceeinsatzes ausgetauscht werden können.

Zuverlässige und effiziente Druckproduktionen werden nicht zuletzt auch durch auf die Anwendungen abgestimmten Verbrauchsmaterialien möglich. Hierzu stellt Heidelberg sein Sortiment an Saphira Verbrauchsmaterialien zur Verfügung.

«Smart Collaboration»

Neue Wege werden zudem in der Zusammenarbeit zwischen Heidelberg und seinen Kunden entwickelt. Ein Beispiel ist eCommerce – unter an-

derem durch den Heidelberg Online-Shop. In einem weiteren Schritt sollen sich die Kunden künftig auf der Webseite von Heidelberg einloggen können und dort einen detaillierten Überblick über die eigene Maschinenperformance erhalten. Durch Performance Benchmark will Heidelberg Kunden den Zugriff auf eine Datenbank von Leistungsdaten ermöglichen, in denen sie ihre eigenen Werte auf anonymer Basis mit anderen Druckereien vergleichen können und so Rückschlüssen über die eigene Effizienz erhalten. Durch die Kenntnis der Maschinen- und Drucksaal-Performance kann Heidelberg den Kunden konkrete Vorschläge zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit machen und ein Lösungspaket anbieten, das aus Hard- und Software sowie Training besteht.

Mit Partnern zur drupa

Heidelberg baut über die eigenen Leistungen hinaus (nicht nur seit wenigen Tagen) auf den Ausbau seiner Kooperationen. Bei den Digitallösungen wird das Angebot mit den Kooperationspartnern Ricoh und Fujifilm gepflegt. Dabei werden die eigenen Kompetenzen mit denen der Partner zu Systemen erschmolzen. Das gilt auch für die Partnerschaften mit Masterworks oder Polar in der Weiterverarbeitung oder Steinemann in der Veredelung.

Dies will Heidelberg auf der drupa in Halle 1 und zeitgleich in den Print-Media-Centern in Wiesloch-Walldorf verdeutlichen. In Halle 1 zeigt Heidelberg mit den Partnern integrierte Geschäftsmodelle für den Akzidenz- und Verpackungsdruck. Dabei stehen in die Zukunft gerichtete Neuheiten rund um den Offset- und Digitaldruck im Vordergrund.

Der Schwerpunkt der Aktivitäten in Wiesloch-Walldorf liegt auf der Breite des Portfolios für Kunden, die sich über Produktivität, Automatisierung und Kapazitätsbedarf informieren möchten.

› www.heidelberg.com



Nach dem Re-Branding im Sommer 2015 hat Heidelberg jetzt sein zukunftsorientiertes Konzept für die Branche vorgestellt: die vernetzte und integrierte Druckerei als «Smart Print Shop».

AUFBRUCH IN EINE NEUE WELT



Eigentlich sind es gleich drei interessante Botschaften, die Heidelberg zum Jahresende mitzuteilen hatte. Erstens wird ein integrierter und übergreifender Workflow zum Dreh- und Angelpunkt der modernen Druckerei unter dem Stichwort «Smart Print Shop». Diese Bezeichnung ist mir übrigens weitaus sympathischer als das abgedroschene Gerede vom Druck- und Mediendienstleister. Denn «Print Shop» sagt endlich wieder, um was es geht: um Print! Zweitens: Der Bogenoffset wird durch digitale Inkjet-Bogenmaschinen bis zum Format B1 erweitert oder ergänzt. Ersetzt sicherlich nicht, dafür sind die Geschäftsmodelle in der Branche noch zu unterschiedlich und der Offsetdruck noch lange nicht am Ende. Und Drittens: Heidelberg war noch nie so offen gegenüber Kooperationen wie heute. Was vor nunmehr gut zweieinhalb Jahren angekündigt wurde, wird jetzt Realität oder ist zumindest zum Greifen nahe. Mitte Februar soll der Schleier über der Gemeinschaftsentwicklung «Digitaldrucktechnologie» endgültig gelüftet werden. Bekannt sind die Partner: Heidelberg und Fujifilm. Andere Fragen, wie viele Maschinen-Modelle «bis zum Format B1» bedeutet, welche Formate sie abdecken, ob sie nicht doch noch kleinere Offsetmodelle ablösen und ob eine Wendemaschine dabei ist, bleiben bis dahin offen.

Das erschien beim Jahresend-Event in Wiesloch auch gar nicht so wichtig. Viel interessanter, nahezu verblüffend, war, dass es Heidelberg nicht mehr um die reine Technik-Show geht. Man spricht zwar auch noch, aber nicht mehr ausschließlich von neuen Produkten, sondern von den Anwendungen, die dahinter stehen können und was die Kunden damit anfangen können. Die Technik wird nicht mehr als Selbstzweck in den Vordergrund, sondern in einen sinnvollen Zusammenhang gestellt.

So wurden Visionen und Wege samt den noch vorhandenen Aufgaben unmissverständlich kommuniziert. Genauso wie Heidelberg keinen Zweifel daran liess, dass alle weiteren Pläne in enger Beziehung mit den Veränderungen durch die um sich greifende Industrie 4.0 stehen. In dieser vernetzten, integrierten und die Partner mit einbeziehenden Welt hat Heidelberg die angestaubte Druck- und Medienbranche offensichtlich abgeschüttelt.

Denn Heidelberg will die Druckbranche mit Vehemenz in ein neues Zeitalter führen. Und hat die besten Karten, weil bisher erst wenige Unternehmen der Branche in diese neue Welt aufgebrochen sind. Und da das nur mit einem Management und Mitarbeitern realisierbar ist, die einen klaren Blick für die Zukunft haben, dürften aus Wiesloch wohl noch mehr Impulse zu erwarten sein.

Klaus-Peter Nicolay

PRINECT SMART INTEGRATION ZENTRALE DER MEDIENPRODUKTION

In den letzten zehn Jahren hat Heidelberg das Workflow-System Prinect als Basis einer nahezu vollständig automatisierten Druckproduktion weiterentwickelt. Viele Aspekte aus der aktuellen Diskussion über die «Industrie 4.0» lässt Prinect heute bei der Drucksachenproduktion mit der Integration von Schlüsselprozessen zur Realität werden. Bis zur drupa 2016 will Heidelberg damit die sogenannte «Smart Factory» geformt haben.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Die Integration von Offset- und Digitaldruck in einen Workflow, die weitere Automatisierung aller Produktionsabläufe, die Einbeziehung kaufmännischer Prozesse und die Einbindung der Auftraggeber in den Workflow sollen die Industrialisierung in der Branche weiter voranbringen.

«Wir nennen das «Smart Integration» und verstehen darunter die vereinfachte Kommunikation zwischen den Druckereien und ihren Kunden sowie eine profitablere Auftragsabwicklung.» sagt **Christopher Berti**, Leiter des Produktmanagements Prinect.

Bisher ist dieses hoch gesteckte Ziel von Heidelberg noch eine Ankündigung oder Absichtserklärung, auf der anderen Seite ermöglicht der Prinect-Workflow schon heute Teile dieser Zielsetzungen. Genau das aber ist auch das Kennzeichen solch immenser Integrationsarbeit. Denn der erweiterte Workflow ist eben kein komplett neues Produkt, das ohne Historie daherkommt, es müssen auch die Workflows unterstützt und integriert werden, die heute bereits bei vielen Heidelberg-Kunden arbeiten. Und wie es bei einer Software nun einmal ist: Sie ist ein geradezu lebendiges Objekt, das permanent gepflegt wird und weitere Funktionen aufnimmt. Und warum sollte das bei Heidelberg anders sein?

Dabei ist der weitere Ausbau des Digitaldruckgeschäfts als strategisches Ziel von Heidelberg ganz eindeutig auch ein wesentlicher Treiber hinter den neuen Entwicklungen.

Ein ganz entscheidender Schritt ist das Digital Front End, das im Frühjahr 2015 vorgestellt wurde und die Integration der Linoprint Digitaldrucksysteme in den Gesamtworkflow einer Druckerei zulässt. Damit lassen sich Druckaufträge unabhängig vom gewählten Produktionsverfahren in einem Workflow verwalten und abwickeln. Damit entsteht ein integriertes Produktionszentrum aus Offset- und Digitaldrucksystemen. Heidelberg plant nun, das Front End frei am Markt anzubieten, um auch Digitaldrucksysteme von Drittanbietern in den Prinect Workflow einbinden zu können.

Auswahl des Produktionswegs

Mit Prinect Smart Automation ist bereits seit einiger Zeit die weitgehend vollautomatisierte Produktion von Standard-Drucksachen möglich. Dabei legt Prinect auf Basis der Auftragsdaten und Produktinformationen die Produktionswege automatisch fest.

Zur drupa soll eine grössere Bandbreite an Druckprodukten vollständig automatisiert zu bearbeiten sein. Informationen zu Produktart und -menge werden dann selbstständig ausgelesen, das Hinzufügen der Druckdatei startet vollautomatisch die Produktion.

Heidelberg hat zudem den Sammelformen-Workflow weiter optimiert und die Auftragsabwicklung für komplexe Abläufe vereinfacht. Es soll leichter möglich sein, Druckaufträge zusammenzuführen, die sich für eine Sammelform-Produktion eignen. Der Job wird beim Erreichen vordefinierter Kriterien automatisch angestossen. Zudem wird es möglich, Sammelformen im Zusammenspiel mit dem MIS zu erstellen.

Speed Estimator

Eine steigende Zahl von Anfragen bei gleichzeitig geringeren Auflagen machen Druckereien bei der Abwicklung einzelner Projekte zu schaffen. Der Speed Estimator als Teil der MIS-Lösung Prinect Business Manager soll die Arbeit durch die automatische Kalkulation des kompletten Produktionswegs erleichtern. Die angefragten Produkte werden in wenigen Sekunden in einer browser-basierten Eingabemaske definiert. Der Speed Estimator vergleicht alle möglichen Produktionswege und wählt die günstigste Variante aus. Damit wird das komplette Prozessnetz mit tagesaktueller Kostenberechnung festgelegt. Dies bildet die Basis für eine automatische Auftragsanlage im späteren Produktionsworkflow. Im Zusammenspiel mit dem neuen Prinect Portal lässt sich nach Berechnungen von Heidelberg der Bearbeitungsaufwand für Kundenanfragen, Angebote und Auftragsanlage im Idealfall um bis zu 90% verringern.

Portal für Online-Anwendungen

Ab der drupa 2016 soll Prinect Portal die Kommunikation zwischen Auftraggebern und Druckereien erleichtern. Dabei handelt es sich um einen personalisierten Onlinezugang, den Druckereien ihren Kunden zur Verfügung stellen. Das Portal soll zum Standard-Tool für alle wichtigen Schritte im Workflow werden: Von der Kundenanfrage und Angebotskalkulation über die Produktion bis zur Auslieferung, Rechnungsstellung und Auswertung eines Auftrags.

Mit dem Portal sollen sich Auftraggeber künftig via Browser auf einen Blick über den Status ihrer Druckaufträge informieren können und diese online verwalten. Das Prinect Portal ist so angelegt, dass künftig weitere Funktionen von zurzeit noch lokal gesteuert Software in das browserbasierte Tool übergehen können. Zusätzlich wird ein neuer Web-Shop als integrierte Software-as-a-Service Lösung das Prinect-Angebot ergänzen. Damit sollen sich alle erforderlichen Informationen zwischen Shop, MIS und Produktionssystem austauschen lassen. Die Lösung zielt auf einen einfachen Einstieg ins Online-Business.

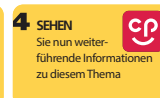
Mit diesen Bausteinen werden völlig neue Wege der Zusammenarbeit zwischen Druckerei und ihren Kunden möglich werden. Prinect wird damit zur Zentrale der integrierten Medienproduktion.

➤ www.heidelberg.com

**Modellreihe
RICOH Pro™
C7100X**

**Mit 5. Farbstation
für transparenten
und weissen Toner**

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



NICHT IRGEND EIN MÜSLI – MEIN MÜSLI

Als Max Wittrock zusammen mit zwei Freunden 2005 beschloss, biologisches, ohne Aroma- oder Farbstoffe und mit wenig Zucker versetztes Müsli herzustellen, das zudem auch noch individuell zusammenstellbar sein sollte, hielten das viele möglicherweise für eine «Schnapsidee». Als Heidelberg am 2. April 2014 die Jetmaster Dimension für den 4D-Druck vorstellte, hielten das viele für einen verspäteten Aprilscherz. Doch im Dezember 2015 ist aus der Schapsidee und dem Aprilscherz ein völlig neues Geschäftsmodell entstanden.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Seit nunmehr acht Jahren steht das Passauer Start-up-Unternehmen mymuesli für individuelle Bioprodukte rund um Flocken, Flakes und Früchte. Das mehrfach preisgekrönte Unternehmen hat den Müsli-markt revolutioniert und bietet auf seinen Webseiten heute unvorstellbare 566 Milliarden mögliche Müsli-mischungen an.

Dass das Konzept im Internet ankommt, kann man aus heutiger Sicht fast schon erwarten. Dass es aber auch bei Ladenlokalen funktioniert, hat selbst Max Wittrock und sein Team überrascht. Die Läden in attraktiven Innenstadtlagen (inzwischen gibt es über 35 in Deutschland, Österreich und der Schweiz, dem Ursprungsland des Müslis) sind lichtdurchflutet, hell und freundlich. Hier kann aus über 50 Sorten gewählt werden. Und es überrascht geradezu, welche professionelle Vielfalt an Drucksachen in diesen Shops – vom einfachen Aufkleber über Kata-

loge und Broschüren bis hin zu aufwändigen und fertig konfektionierten Geschenkverpackungen – zu finden ist.

So könnte aber jeder beliebige Laden aussehen. Max Wittrock fehlte die Brücke zum Individuellen. Wenn man in den Läden schon nicht die ganze Fülle an individuellen Müsli-Varianten herstellen kann, müsste doch etwas anderes personalisiert werden können?

Schon seit Jahren arbeitet mymuesli in der Fertigung mit Klebeetiketten, um die individuellen Müsli-Mischungen der Kunden zu personalisieren. Das Ergebnis wurde von den Kunden gut angenommen – die Qualität der Personalisierung für das mymuesli-Team ist für mymuesli jedoch nicht befriedigend.

Gemeinsam mit Bernd Zipper, Geschäftsführer der zipcon consulting in Essen, wurde die Idee geboren, die Müsli-dose als Verpackung im Direkt-druck zu personalisieren. Das Bedrucken von Etiketten und anschliessen der Aufkleben schieden damit also aus.



Erstmals hat Heidelberg eine Druckmaschine in einem Ladenlokal installiert. Die Jetmaster Dimension wird von den Mitarbeiterinnen des Shops bedient.

Und hier schliesst sich der Kreis. Zipper brachte mymuesli und Heidelberg zusammen und leistete wertvolle Hilfestellung bei der Umsetzung. Denn offene Fragen gab es genug. Eine Druckmaschine in einem Lebensmittelgeschäft? Was sagt das Gesundheitsamt zu diesem Ansinnen? Was ist mit den Tinten? In welchen Sprachen sollen und können die Dosen bedruckt werden?

Müslis, Farbmotive und Grüsse

Inzwischen sind diese Fragen geklärt. Seit Beginn des Weihnachtsgeschäfts können Müsli-Fans im mymuesli-Laden in Heidelberg zwischen vier bereits abgefüllten Sorten wählen und deren Verpackung gegen Aufpreis am bereitstehenden Terminal individuell gestalten. Zur Auswahl stehen fünf Motive der Stadt

Heidelberg und ausreichend Platz für einen persönlichen Text.

Das Müsli zuerst im Laden probieren, dann auch noch live zusehen können, wie die Dose bedruckt wird, und alles gleich mit nach Hause nehmen, dürfte für viele ein unvergessliches Shopping-Erlebnis sein. Und selbst nachdem das Müsli verzehrt ist, wird diese Dose ganz sicher nicht im Müll landen.

«Unsere Kunden legen grossen Wert auf Individualität und Qualität. Sie wollen nicht nur ein Müsli, sie wollen ihr Müsli. Noch nie war es leichter, Familie und Freunde so originell zu überraschen, wie mit der individuell bedruckten mymuesli-Dose. Das



passt hervorragend zu unserer Philosophie und bereichert unser Geschäftsmodell», sagte **Max Wittrock** beim Startschuss für die Jetmaster Dimension im mymuesli-Shop in Heidelberg viel besuchter Hauptstrasse.

Höhe x Breite x Tiefe + Druck

Möglich wird dies mit der Jetmaster Dimension, die Heidelberg als erste Maschine dieser Art direkt in einem Verkaufsraum installiert hat.

Die Softwareplattform hierzu ist eine Web-to-Print-Anwendung der Firma Longo aus Augsburg, die für die Präsentation der Vorlagen die Software PrintQ von CloudLab nutzt. So personalisiert der Kunde auf einem Tablett im Laden, anschliessend werden die Daten via Cloud an den Longo-Server übertragen, dort für die Maschine aufbereitet und binnen Sekunden an den Drucker zurückgesendet.

Der 4D-Druck, womit das individuelle Bedrucken dreidimensionaler Objekte mittels Inkjet-Technologie und Robotik gemeint ist, hatte Heidelberg zunächst für den Schwarz-Weiss-Druck und im November 2015 als Vierfarb-Maschine vorgestellt. Sie kann runde oder zylindrische Objekte mit einem Durchmesser von 10 mm bis 300 mm in einer Auflösung von 360 dpi vierfarbig sowie mit Deckweiss oder Schutzlack bedrucken.

Damit können Massenprodukte nahezu in Echtzeit personalisiert werden.

Jenseits des Kernmarktes

Nahezu, denn etwa 20 Dosen in der Stunde sind zwar ausreichend im Müsli-Shop, bei einer wirklich industriellen Anwendung dürften Forderungen nach mehr Geschwindigkeit aber sehr bald auf der To-do-Liste bei Heidelberg auftauchen.

Und wenn das Personalisieren der Müsli-Dosen schon in den Läden bei den Kunden gut ankommt, dürfte es nur eine Frage der Zeit sein, wann sie sich ihr individuelles Müsli im Internet zusammenstellen, es in der Passauer Müsli-Manufaktur abfüllen und mit einem selbst gestalteten Etikett bedrucken lassen wollen. «Die nächste Herausforderung ist die Industrialisierung des Druckvorgangs – die Abfüllung von mymuesli erfordert höhere Geschwindigkeiten und eine absolut ausfallsichere Printproduktion», sagt Bernd Zipper.

Und nicht nur das. Heidelberg wird sich jetzt sputen müssen, eine Mannschaft aufzubauen, die das Potenzial der Maschine erkennt und gezielt nach Anwendungen jenseits der klassischen Kernmärkte sucht. Denn hätte Heidelberg mymuesli von sich aus als potenziellen Kunden erkannt?

- www.mymuesli.com
- www.heidelberg.com



HAST DU PROFIL BIST DU READY



Für die sichere Druckproduktion

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

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



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

www.pdfx-ready.ch

PDFX-ready



DRUCKEREI 4.0

DATENSTROM UND PAPIERFLUSS

Es ist unbestritten, dass gedruckte Medien heftigem Wettbewerb ausgesetzt sind. Doch das Ende von Papier und Print ist noch längst nicht gekommen. Denn die grafische Branche war über die Jahrhunderte immerzu durch Veränderungen und neue Technologien herausgefordert – von der Mechanisierung über die Massenfertigung bis zur Digitalisierung. Vernetzte Prozessketten setzen jetzt neue Standards.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Zweifellos hat sich das Drucken verändert, wird sich weiter ändern, und vielfältiger. Und wenn der Offset schon Anteile an den Digitaldruck verlieren sollte, geht es an einem sicherlich nicht vorbei: an der Weiterverarbeitung. Deshalb ist der Bedarf an buchbinderischen Leistungen gefragter denn je.

Doch wo immer es um mechanische Arbeitsabläufe geht, hält die Elektronik erst relativ spät Einzug. So war es über lange Zeit auch in der Weiterverarbeitung. Das hat sich jedoch deutlich geändert. Zwar ist die Mechanik nach wie vor funktionsbestimmend, moderne Weiterverarbeitungsanlagen unterscheiden sich von älteren Modellen jedoch durch ein Mehr an Elektronik (und ein zeitgemässeres Design).

Finishing hat aufgeholt

Inzwischen sind Postpress-Maschinen mit Elektronik gespickt. Denn im Zusammenhang mit der Prozessoptimierung in Druckereien macht es keinen Sinn, Vorstufe und Druck zu automatisieren und das Finishing zu vernachlässigen.

Im Zuge dieser Massnahmen wurden Schneide-, Falz-, Heft- und Bindemaschinen selbst zu mit Datennetzwerken verbundenen Computern. Automatisierte Setups und die Steuerung über Konsolen verringern die Belastung der Mitarbeiter, intuitive Be-



Bildquelle: 123rf.com

dienerführung am Display schliesst Bedienfehler weitestgehend aus, durch die Steuerungssysteme werden Stillstandszeiten auf ein Minimum reduziert und durch die Vernetzung über das Internet werden Fernwartungen möglich.

Die Verknüpfung der Buchbindereianlagen mit Management-Informationssystemen (MIS), die bisher der Kalkulation dienen und nun zusätzlich JDF-Daten generieren, ermöglichen eine übergreifende Arbeitsvorbereitung zur Verkürzung von Einrichte- und Stillstandszeiten, zeigen Fehlerquellen auf, signalisieren Störungen und bieten die Grundlage zur Erfassung, Archivierung und Auswertung von Produktionsdaten. Hier sind zuerst beim Schneiden

deutliche Signale gesetzt worden, nachdem aus Vorstufendaten Voreinstellungen generiert werden können. Null Rüstzeiten ist angestrebte Praxis.

Aufträge, die mit vernetzten Systemen vorbereitet werden, machen die Anlagen zwangsläufig effektiver, wenn die Daten online zum System übertragen werden, während der vorhergehende Auftrag noch läuft. Beim Start des neuen Auftrags sind keine manuellen Eingaben mehr notwendig und der Auftragswechsel am System erfolgt praktisch ohne Rüstzeit.

Derartige Automatisierungen werden die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe durch rationellere Arbeitsabläufe, verbesserte Produktions-

qualität, Reduzierung der Rüstzeiten und verbesserten Geräteeinsatz optimieren. JDF (auch wenn im Verborgenen) und die vernetzte Produktion werden wohl den grössten Einfluss bei künftigen Entwicklungen nicht nur im Finishing haben.

Die vierte Revolution

Denn mit der vollständigen Vernetzung und Automatisierung der Produktionsprozesse steht die grafische Industrie nach der Mechanisierung, Massenfertigung und der Digitalisierung jetzt an der Schwelle zur vierten «Revolution».

Kundensysteme, Druckvorstufe, Offset- und Digitaldruck, Weiterverarbeitung sowie Versand werden zu integrierten Wertschöpfungsketten zusammenwachsen. Der gesamte Geschäfts- und Produktionsprozess wird abteilungsübergreifend (wenn er es noch nicht war) und durchgängig. So entstehen hochgradig automatisierte Produktionsumgebungen. Eine flexible und wirtschaftlich effiziente Herstellung von Auflage 1 bis zu industriellen Produktionsprozessen hat dabei den Namen Druckerei 4.0 durchaus verdient.

So sieht Horizon die Zukunft und hat diese Vision kürzlich auch mit dem Titel «Druckerei 4.0 – Die Zukunft vernetzt gestalten» zu Papier gebracht. Darin heisst es dann weiter: Wo die Aufgaben immer komplexer und Margen immer kleiner werden, können nur noch die enge Verzahnung mit Kundenprozessen und eine

intelligente Organisation entscheidende Wettbewerbsvorteile bringen. Die automatisierte Transparenz des Produktionsprozesses reduziert Fehlerquellen und erlaubt eine optimierte Planung von Mitarbeitern, Material und Maschinen. Die verbesserte Datenintegrität steigert zudem die Prozesssicherheit und sorgt für höchste Produktionsstandards.

In der Druckerei 4.0 verlaufen Prozesse ganzheitlich und über bisherige Grenzen hinweg. Denn das Konzept Druckerei 4.0 hat eine weitere Dimension: die Verlängerung der Prozesskette zum Kunden. Gemeint ist damit auch die datentechnische Verbindung der Druckerei mit ihren Kunden. Mit der Integration von Arbeitsschritten in Administration, Vorstufe und Druck wurden in den letzten Jahren bereits erhebliche Effizienzvorteile erzielt. In der Druckerei 4.0 könnte jetzt der Schritt zur vollautomatischen Produktion durch die mechanische und elektronische Ver-

netzung von Kunde und Druckerei führen und damit zu einer erhöhten Transparenz der gesamten Produktionsumgebung.

Durch die Anbindung an ERP-Systeme der Kunden können Auftragsdaten direkt in ein Management-Informationssystem der Druckerei übernommen, in JDF-Daten transformiert und mit Steuerungsinformationen für Druck und Druckweiterverarbeitung angereichert werden. So entsteht ein durchgängiger Prozess von der Auftragsstellung bis zum fertigen Produkt.

Durch die so erzielten Geschwindigkeits- und Flexibilitätadvantage können Drucker ihren Kunden völlig neue Modelle für die Just-in-time-Produktion anbieten und sich darüber hinaus zusätzliche Marktsegmente erschließen. Horizon nennt als Beispiel die On-Demand-Produktion von individuellen Produkten mit variablen Inhalten und variierenden Umfängen.

Horizon folgert aus diesen durchaus nachvollziehbaren Fakten, dass die Mitgestaltung und Integration des Workflows beim Kunden die Kundenbindung intensivieren kann, so dass Druckereien ihre Position als langfristig verlässlicher Partner stärken und damit möglicherweise auch der Preisspirale des Marktes entgegenwirken können.

«Collections»

Um diese Vision zu realisieren, ist allerdings neben einem ausgeprägten Kooperationswillen und umfangreichen organisatorischen Massnahmen auch moderne und vernetzbare Technik notwendig.

Wer in Druckmaschinen investiert, muss zugleich auch an die Weiterverarbeitung denken. Auch wenn es sich noch so banal anhört, ist es um so richtiger. Weil die Effizienz des Gesamtprozesses ganz wesentlich von aufeinander abgestimmten Produkti-

onsmitteln abhängt. Dies gilt für den Offsetdruck natürlich genauso wie für den Digitaldruck. Und von den Finishing-Systemen wird darüber hinaus einfachste Bedienung, höchste Verfügbarkeit und im Idealfall «null Makulatur» erwartet.

Gerade in der Druckweiterverarbeitung hat sich in jüngster Zeit Erhebliches bewegt und bei den Druckereien ist die Erkenntnis längst gereift, dass das Finishing künftig eine entscheidende Rolle spielt. Gerade beim Digitaldruck lauern aufgrund der unterschiedlichen Toner- und Tintechniken mitunter Überraschungen. Deshalb werden rund um die Fertigungsschritte im Finishing in den nächsten Monaten neue Ausgaben der «Druckmarkt COLLECTION» folgen. Falzen, Broschürenfertigung, Stanzen und Kleben sowie die Buchherstellung on-demand werden dabei im Vordergrund stehen. Heft 16 zum Thema Schneiden ist soeben erschienen. ■

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

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



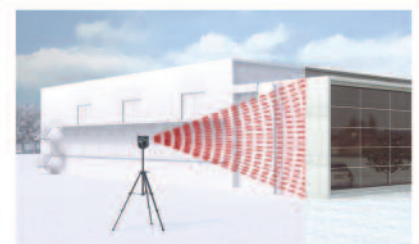
Grafische Systeme

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



Lasersintern

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



3D-Laserscan

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



NICHT VERGLEICHBAR MIT HAUSMESSEN, REGIONALEN FACHMESSEN ODER FIRMENVERANSTALTUNGEN, WIE MAN SIE LANDLÄUFIG KENNT UND BESUCHT. AUF 15.000 M² AUSSTELLUNGSFLÄCHE GAB CANON MITTE OKTOBER IN PARIS 18.000 BESUCHERN DIE MÖGLICHKEIT, SICH EIN BILD VON DEN AKTUELLEN UND KÜNFTIGEN AKTIVITÄTEN DES TECHNOLOGIE-KONZERNS ZU MACHEN. EIN EVENT DER EXTRAKLASSE.

Fotos: Canon, Klaus-Peter Nicolay



CANON EXPO IN PARIS: VIELLEICHT ERST SPÄTER – WER WEISS?

Alle fünf Jahre gewährt Canon auf einer eigenen Expo Einblicke in das, was im Imaging noch kommen mag. Dabei ist die Canon Expo eine Mischung aus aktuellen Produkten, demnächst marktreifen Lösungen und Technologien und Zukunftsszenarien, von denen noch längst nicht bekannt ist, ob oder in welcher Form sie je auf den Markt kommen. Sie bieten aber einen interessanten Einblick, an welchen Dingen Canon derzeit tüfelt.

Von KNUD WASSERMANN
und KLAUS-PETER NICOLAY

In der Grande Halle de la Villette, dem ehemaligen Schlachthof unweit des Pariser Zentrums, der heute als Veranstaltungszentrum dient, hat Canon ein riesiges Fenster aufgebaut, das den Blick auf ein Flugfeld freigibt. Darauf steht ein Privatjet, in den man glaubt einsteigen zu können, um in den nächsten Minuten abzuheben. Leider nicht – es ist ein «Trugbild», ein gestochen scharfer Ausdruck aus einer neuen Generation von Inkjet-Druckern, der das Bild so real aussehen lässt. Einige Schritte weiter blickt man in die Häuser-schluchten von Manhattan – und auch hier ist jedes noch so kleine Detail sichtbar.

Die Grossformatdrucker unter der Bezeichnung «Pro Printer» machen solche Effekte möglich. Technische Details verriet Canon nicht. Recht allgemein gehalten hiess es nur, dass die Pro Printer mit neuen Pigmenttinten und neuen Druckköpfen eine höhere Qualität und Produktivität erzielen. In die Drucker sind spezielle Bildprozessoren eingebaut, die riesige Datenmengen aufbereiten und die Drucker konstant damit versorgen.

Schliesslich stehen die Drucker ja am Ende der «Imaging»-Kette. Die unglaubliche Detailzeichnung selbst in den Tiefen, kombiniert mit einer aussergewöhnlichen Brillanz, die einen dreidimensionalen Eindruck vermitteln, erfordern Aufnahme- und Bildverfahren, die mit herkömmlicher

Technik nicht zu erreichen ist. Dazu sind neue Kameras mit entsprechend hoher Auflösung und Bildverarbeitungsprogramme mit enormer Rechenleistung notwendig.

Denn was Canon zeigte, ist jenseits der bekannten Aufzeichnungs- und Wiedergabeformate wie etwa HDTV angesiedelt. Die 4K-Technik mit ihren 3.840 x 2.160 Pixel Auflösung ist also noch nicht richtig in Fahrt gekommen, da taucht bereits 8K auf. Demnach ist 4K nur eine Übergangsphase, nachdem erste 8K-Lösungen nun mit noch mal der vierfachen Datenmenge am Horizont erscheinen. Und Canon tut einiges dafür, Drucker und andere Ausgabegeräte wie Monitore oder Projektoren mit ausreichenden Daten zu versorgen.

8K-Auflösung In- und Output

So wurde eine EOS-Spiegelreflexkamera mit einem 120-Megapixel-Chip vorgestellt, was einem Mehrfachen der heute verfügbaren Kleinbildkameras entspricht. Und die Entwicklung geht mit Riesenschritten voran. So hat Canon einen CMOS-Sensor mit 250 Megapixel in einer Kamera verbaut. Damit kann die Beschriftung an einem Flugzeug am Himmel aus einer Entfernung von 18 Kilometern erfasst werden – und das fünfmal in der Sekunde. Auch im Videobereich wird an der Auflösungsschraube gedreht: Hier ist man aktuell bei 8K (8.192 x 4.230 Pixel) angelangt. Für die Visualisierung dieser Bilder waren Monitore mit einer Auf-



Ready for Take off? Nein, nur ein gestochen scharfer Ausdruck aus einer neuen Generation von Inkjet-Druckern, die das Bild so real aussehen lassen.

lösung von 8K zu sehen. Bei dieser Auflösung ist selbst mit einer Lupe kein Pixel mehr auszumachen.

Wann die Kameras, Drucker etc. das Licht des Marktes erblicken werden, ist noch offen. Das erscheint auch gar nicht so wichtig. Viel wichtiger war die Aussage, dass Canon nunmehr seine Stärken in der Bilderfassung und -ausgabe enger miteinander verknüpfen will.

Internet und Imaging of Things

Dies nämlich hob der Canon-CEO Fujio Mitarai in seiner Keynote zur Expo 2015 ganz deutlich hervor. Damit skizzierte er zugleich die strategische Ausrichtung des Unternehmens für die nächsten Jahre.

Im Zeitalter des Internets der Dinge (IoT oder Internet of Things) würden alle Geräte miteinander verbunden. Dabei werde auch das Imaging eine wesentliche Rolle spielen, indem in-

tegrierte Kameras oder Sensoren genutzt würden. Die dabei generierten Daten würden das IoT steuern, das damit ganz erheblich vom «Imaging der Dinge» abhängig sei, erklärte Mitarai. Denn 80% aller Informationen, die der Mensch wahrnehme, seien visueller Natur. Canon verfüge über leistungsfähige Sensoren, Objektive und Prozessoren, was dem Unternehmen ein Alleinstellungsmerkmal verleihe und es für entsprechende Aufgaben auszeichne.

Aus diesem Technologie-Mix ergäben sich für Canon neue Chancen. Ein aktuelles Beispiel dafür seien Netzwerkkameras. Durch die Übernahme von Milestone und Axis ist Canon zum Marktführer im Bereich Netzwerkkameras aufgestiegen. Erst kürzlich sorgte eine Kamera mit einer Lichtempfindlichkeit von 4 Millionen ISO für Furore. Sie liefert Bilder, obwohl es eigentlich stockfinster ist. ▶



EOS-Spiegelreflexkamera mit einem 120-Megapixel-Chip.



Auf einem interaktiven Tisch lassen sich Bilder suchen, auswählen, bearbeiten, zuschneiden und für den Druck anpassen. Canon nennt dieses Konzept «Intelligent Imaging for Life».

Wachstum im grafischen Markt

Innovationen wie diese verschlingen aber auch enorme Ressourcen. Die will Canon durch Wachstum im 3D-Druck, mit Netzwerkkameras und – man höre und staune – dem grafischen Markt erwirtschaften. Hier rechnet sich Canon gute Chancen aus, da die Transformation vom Offset in den Digitaldruck erst jetzt so richtig in Gang komme, betonte Rokus van Iperen, President und CEO Canon EMEA.

Das Segment Netzwerkkameras soll alleine in der EMEA-Region bis 2018 ein Umsatzvolumen von 18 Mrd. € bringen, wobei das Wachstum vor allem aus dem Handel und dem Sicherheitsbereich kommen werde.

Das Umsatzpotenzial für 3D-Druck wird im Jahr 2018 auf 3 Mrd. € geschätzt. Hier ist Canon in Europa eine Kooperation mit 3D Systems eingegangen. Dazu wird Canon Lösungen anbieten, bei denen von der Bilderfassung, der Datenaufbereitung bis zum 3D-Druck alle Schritte aufeinander abgestimmt sind. Sollte sich das Geschäft mit dem 3D-Druck positiv entwickeln, könnte Canon gegebenenfalls eine eigene 3D-Druck-Lösung nachlegen. Hier will sich Canon allerdings auf professionelle industrielle Anwendungen, auf Architektur- und Ingenieurbüros konzentrieren.

Doch von solchen oder anders gelagerten Märkten abgesehen: Was die Strategie von Canon in Europa ausmacht, brachte Rokus van Iperen auf

den Punkt: «Ganz gleich, ob es um Fotos, das Filmen oder die Speicherung, Bearbeitung und das Drucken von Bildern geht – wir wollen daran teilhaben und bauen entsprechende Geschäftsbereiche auf.»

Wie weit dies gehen kann, zeigte das Konzept «Intelligent Imaging for Life», das es erlaubt, von einem interaktiven Tisch aus Fotos auszutauschen und zu drucken. Eine Familie beispielsweise kann so Bilder suchen und Erinnerungen austauschen. Die intuitiv bedienbare Technologie lässt sich sicherlich auch im professionellen Umfeld nutzen, da ein völlig neuer Umgang mit Fotos und Videos möglich wird. Ein ideales Beispiel für



Wer Rembrandt schon immer mal an der Nase packen wollte, konnte dies auf der Canon Expo tun. Mit sogenannten Super Creative Prints wird nicht nur die Farbe, sondern auch die Oberflächenstruktur reproduziert.

«Digital Imaging» von morgen, bei dem das Fotografieren, Speichern und Ausgeben von Bildern eine Einheit bilden.

Creative Printing

Eine spannende Drucktechnik präsentierte Canon mit «Super Creative Printing». Hierbei geht es nicht nur darum, die Farbe, sondern auch die Oberflächenstruktur zu reproduzieren. Genutzt wird die vorhandene UV-Drucktechnik, wie sie etwa in den Océ Arizona LFP-Systemen zum Einsatz kommt, in Kombination mit einer einfachen, aber wirkungsvollen 3D-Scanning-Technologie.

Anwendungsbeispiele waren Replika von Rembrandt-Gemälden aus dem Mauritshuis Museum in Den Haag. Das Museum stellt die Reproduktionen im laufenden Ausstellungsbetrieb aus und die Besucher dürfen jetzt auch die haptische Dimension der Gemälde im wahrsten Sinne des Wortes erfassen. Darüber hinaus zeigte Canon eine Fülle von weiteren Texturen, die sich mit der Technologie nachempfinden lassen. Das Spektrum beinhaltet Leder, Metall, Textilien, Kunststoffe und vieles mehr.

Fotobücher in HD-Qualität

Das Fotobuch verzeichnet nach wie vor ungebrochenes Wachstum und soll alleine in Westeuropa bis 2018 auf ein jährliches Umsatzvolumen von 800 Mio. € anwachsen. Für den Druck von Fotobüchern in HD-Quali-

tät bietet Canon das DreamLabo 5000 und spricht damit professionelle Produzenten an. Das System arbeitet mit sieben Farbstofftinten, einer Auflösung von 2.400 dpi und liefert eine sensationelle Bildqualität. Um weiteres Volumen auf die Systeme zu lenken, hat Canon eine hdbook-App vorgestellt, mit der Fotos analysiert, klassifiziert und ausgewählt werden, um so aus den besten Bildern automatisch in weniger als zwei Minuten ein bis zu 60 Seiten starkes Fotobuch zu erstellen. Natürlich kann das Fotobuch noch editiert werden, bevor es im Canon-Online-Shop bestellt wird. Die App soll Mitte 2016 verfügbar sein.

Flaggschiff für den Digitaldruck

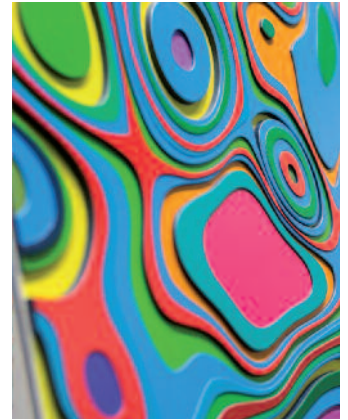
Auf der Expo 2015 gab es aber auch einiges an bereits verfügbarer Drucktechnologie zu sehen. So feierte die image-Pres C10000VP, das tonerbasierte Digitaldrucksystem, seine offizielle Markteinführung (wir haben das System bereits in unserer Ausgabe 99, Seite 44, vorgestellt). Das Drucksystem erzielt eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 100 Seiten pro Minute und verarbeitet Medien mit einem Flächengewicht von bis zu 350 g/m². Selbst bei höheren Auflagen oder Druckaufträgen mit gemischten Bedruckstoffen einschliesslich Spezialmedien aus Synthetik werde die Produktivität aufrechterhalten. Der Consistently Vivid (CV) Toner ermögliche eine effizientere Tonerübertragung sowie eine niedri-



«Pro Printer», eine neue Generation an Grossformatdruckern.



Auch eine Art von 3D-Druck. Reliefe dieser Art lassen sich über die Flachbettdrucker der Arizona-Familie herstellen.



Super Creative Printing verleiht Druckern verschiedenste Texturen.

gere Fixiertemperatur und produziere so auch auf strukturierten Papieren eine gute Bildqualität.

Inkjet für den Bogendruck

Basierend auf der Inkjet-Technologie will Canon mit der VarioPrint i300 die Geschwindigkeits- und Kapazitätzlücke, die bisher zwischen toner-basierten Einzelblattdrucksystemen und den Einstiegsmodellen der Inkjet-Endlossysteme bestand, schliessen. Die VarioPrint i300 verarbeitet unterschiedliche Medien im Duplex-Modus mit Geschwindigkeiten von bis zu 8.500 A4- oder 3.800 B3-Seiten pro Stunde.

Auf der Expo wurde auf der VarioPrint i300 gestrichenes Papier verarbeitet, mit dem die Qualität des Systems verfahrensbedingt noch nicht wirklich ausgereizt werden konnte. Auf den Einsatz von für den Inkjet-Druck aufgebesserten Papieren hat man bewusst verzichtet, wie Canon betonte. Vielmehr arbeite man mit Hochdruck an der Implementierung eines Primers, mit dem einerseits auch auf günstigen ungestrichenen als auch auf Offsetpapieren eine deutlich bessere Qualität erzielt werden soll und andererseits auf den Einsatz von speziellen Inkjet-Papieren verzichtet werden kann – ähnlich dem Konzept, das Canon mit der Océ ImageStream verfolgt. Wir haben erste Erfolg versprechende Drucke gesehen. Auf der drupa 2016 soll das System mit einer entsprechenden Einrichtung zu sehen sein.

InfiniStream auf dem Weg

Obwohl die Ausstellungsfläche der Expo 2015 mit 15.000 m² alles andere als klein war, reichte sie nicht, die Infini-Stream in Produktion zu demonstrieren. Deshalb beschränkte man sich auf die Präsentation eines einzelnen Druckwerks. Bei dem System handelt es sich um ein Digitaldrucksystem für den Faltschachteldruck, das mit Flüssigtoner arbeitet und neben CMYK die Farben Orange, Violett und Grün verwendet. Als Rollendrucksystem mit modularer Architektur können je nach Kun-

denanforderungen Konfigurationen von vier bis sieben Farbwerken gewählt werden. Mit einer Geschwindigkeit von 120 m/Min. lassen sich je Stunde bis zu 14.400 Bogen im Format B2 (50 x 70 cm) oder 7.200 B1-Bogen (70 x 100 cm) produzieren. Zurzeit absolviert die InfiniStream bei der Verpackungsdruckerei Joh. Leupold den Betatest und soll bis zur drupa 2016 Marktreife erreicht haben.

Déjà-vu in den nächsten Jahren?

Auch wenn wir uns einen ganzen Tag lang auf der Expo umgeschaut und informiert haben, dürften wir wohl nur einen Teil dessen gesehen haben, was es an Neuem und Interessantem gab. Schliesslich ist Canon auch in der Medizintechnik zu Hause, stellte in Paris Technologien zur «Mixed Reality» vor, wo reale Umgebungen mit virtuellen computergenerierten Bildern (CGI) kombiniert werden. Deshalb hat die Canon Expo 2015 als Technologieschau einen bleibenden Eindruck hinterlassen und die Türe in die Zukunft einen Spalt weit geöffnet. Wahrscheinlich wird Canon in den nächsten Monaten und Jahren Neuheiten präsentieren, die dann Erinnerungen an die Schau in Paris wecken werden. Einiges wird aber sicherlich nicht mehr all zu lange auf sich warten lassen.

› www.canon-europe.com/expo

GRENZEN ÜBERWINDEN

Canon hat mit der Expo 2015 und der Inszenierung der eigenen Kompetenzen Massstäbe gesetzt. Und dies eben nicht nur als Event, der Produkte zeigt, die bereits am Markt sind, sondern als Schlüssel für angelegte Lösungen und Prototypen aus den Labs, die den Blick auf Zukünftiges zugänglich machten. Canon lässt dabei ganz offensichtlich die Frage «analog» oder «digital» nicht mehr zu. Vielmehr ist das kreative Ganze, das Grenzen überwindende Zusammenspiel beider Welten die einzige Voraussetzung für Neues und Innovatives. Wenn zum Beispiel die Kameratechnik auf 8K aufrüstet, muss Print mithalten können. Und kann es bei Canon auch mit atemberaubenden Ergebnissen. Dabei kann es sich der Konzern offenbar leisten, gleich drei Drucktechnologien konfliktfrei und parallel zu betreiben: Toner, Flüssigtoner und Inkjet. Damit und mit weiteren Technologien verdeutlichte der weltweit aktive Konzern, wie weit die Spektren für den Konsumenten und im Business-to-Business reichen können. Die Welt der Bilder, des Films, des Drucks, der Informations-Technologien, die Welten des Multichannels und der Mixed Reality – bis dato getrennte Bereiche verschmelzen und lassen die gesamte Struktur unserer Kommunikation beruflich oder zu Hause immer mehr zu einem Ganzen werden. *nico*

SAZIO
Vinothek, Bar, Ristorante

Seefeldstrasse 27
8008 Zürich
www.sazio.ch

UMFASSENDES UPDATE ColorLogic hat ein grosses Update für das Messdaten-Optimierungstool ColorAnt herausgebracht. Version 3.1 beinhaltet über 50 neue Features und Fehlerkorrekturen. Das kostenfreie Update ist bei der Impressed GmbH in Hamburg erhältlich. > www.impressed.de

CAD-PROGRAMM Anpassbare Werkzeuge für Zeichnungen, Unterstützung des Standard-CAD-Austauschformats DWG und 3D-Konstruktionsfunktionen sind einige Highlights von CorelCAD 2016. Während ein Mitbewerber angekündigt hat, seine Software künftig nur noch zu vermieten statt zu verkaufen, bleibt Corel seinem Geschäftsmodell treu: Die neueste Version der CAD-Software von Corel für Windows und MacOS wird auch künftig als Boxed- oder als Downloadversion für die permanente Nutzung zu kaufen sein. > www.coreldraw.com

ERNEUT ZERTIFIZIERT Bereits zum fünften Mal wurde die Druckstudio Gruppe gemäss ISO-Norm 12647-2 zertifiziert und hat erneut das begehrte PSO-Siegel erhalten. Schon seit 2006 ist das Unternehmen nach den Kriterien des ProzessStandard Offsetdruck zertifiziert. Die PSO-Zertifizierung ist Teil der umfassenden Qualitäts- und Umweltmanagementstrategie von Druckstudio. > www.druckstudiogruppe.com

FLINKER A3+ FARBDRUCKER Mit dem C911dn hat OKI einen neuen A3+ Hochleistungs-Farbdruker auf den Markt gebracht. Mit Geschwindigkeiten von bis zu 50 Seiten pro Minute in A4 beziehungsweise 28 Seiten pro Minute im A3-Druck und seiner hohen Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi eignet sich der neue Farbdruker von OKI für Kreativ Anwendungen im grafischen Bereich. Der OKI C911dn verarbeitet Grammatoren bis 360 g/m² in bis zu fünf Papierfächern und der Universalzuführung. > www.oki.de



3D-DRUCKER Ricoh hat mit dem AM S5500P seinen ersten 3D-Drucker vorgestellt. Das Modell verarbeitet Polypropylen und Polyamid 6, die für Hersteller insbesondere in der Automobilindustrie von Bedeutung sind, und nutzt als additive Fertigungsverfahren das Lasersintern. Im September 2014 hatte Ricoh seinen Geschäftsbereich «Additive Manufacturing Business» (AM Business) gegründet und 3D-Drucker von Drittherstellern angeboten sowie Services vom 3D-Datendesign bis hin zur Fertigung angeboten. Mit dem AM S5500P, der Mitte 2016 verfügbar sein soll, will Ricoh sein Angebot ausbauen. > www.ricoh.de

EXTRUSIONSVERFAHREN Metsä Board investiert am schwedischen Standort Husum 38 Mio. € in eine Extrusionslinie zur Beschichtung von Karton mit zugehöriger Infrastruktur. Die Anlage besitzt eine Kapazität von rund 100.000 jato und geht Anfang 2017 in Betrieb. > www.metsaboard.com

**Kodak Nexpress
NEUES UPGRADE
SYSTEM 15**

Kodak legt bei den Digitaldruckmaschinen der Kodak Nexpress Plattform seit jeher ein besonderes Augenmerk auf nachträgliche Erweiterungsmöglichkeiten und Aufrüstbarkeit. Dies gilt auch für die Systemsoftware. Mit einem Upgrade auf das neueste System 15 kommen Besitzer von schon länger in Betrieb befindlichen Nexpress Druckmaschinen in den Genuss einer ganzen Reihe von Vorteilen.

System 15 sorgt mit verschiedenen Neuerungen, darunter ein verbesserter Farbpasser, für eine insgesamt höhere, zuverlässig erzielbare Druckqualität bei unterschiedlichen Anwendungen. Mit der Druckfarbenoptimierung (Ink Optimization) steht Anwendern eine Funktion zur Verfügung, die eine grössere Farbstabilität und Einsparungen beim Verbrauch von Dry Inks zur Folge hat. Dabei kommt eine von Kodak entwickelte Variante der Buntfarbenreduktion zum Einsatz.

Mit System 15 erhalten Nexpress Anwender zudem einen schnelleren RIP, wodurch die Verfügbarkeit der Digitaldruckmaschine für die Produktion gesteigert wird und der Bediener bei der Verarbeitung komplexer Dateien keine Wartezeiten hinnehmen muss.

Der Produktivität kommt auch ein um 25% bis 50% geringerer Zeitaufwand für Reinigungs- und Wartungsaufgaben zugute. Dadurch steht die Nexpress länger für die effektive Druckproduktion zur Verfügung.

> www.kodak.com

**BIZHUB PRESS C71CF
KONICA MINOLTA STEIGT IN DEN
INDUSTRIEDRUCK EIN**

Konica Minolta präsentierte mit dem bizhub Press C71cf sein erstes digitales Etikettendrucksystem, das die Lücke zwischen Einstiegsmodellen und High-End-Digitaldrucksystemen schliessen soll. Das System ist für kleine bis mittelgrosse Druckaufträge konzipiert. Anwender profitieren laut Konica Minolta von der Bedienerfreundlichkeit und der Fertigungsflexibilität des Systems sowie einer schnelleren Durchlaufzeit und der variablen Daten-

fähigen Preis produziert, schnelle Durchlaufzeiten erzielt und leicht zu bedienen ist. Das System nutzt eine elektrofotografische Trockentoner-Engine und druckt von Rolle zu Rolle in CMYK bei 13,5 m/Min. und einer Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi. Der maximale Abwicklungs- und Aufroll-Durchmesser liegt bei 500 mm. Das Endlosfeed-Drucksystem kann ein breites Angebot an selbstklebendem und nicht-



Konica Minolta stellte das digitale Etikettendrucksystem bizhub Press C71cf für den Etikettendruckmarkt auf der Labelexpo 2015 vor.

Druckfunktion. Für Konica Minolta ist dies der erste Schritt zu einem Industriedruck-Portfolio.

In den vergangenen Jahren haben Konsum- und Industriegüter-Produzenten ihre Etikettierungsverfahren modifiziert: Etiketten werden nicht mehr auf Vorrat geordert. Heute haben rund 60% der Druckaufträge von Convertern eine Auflage unter 10.000. Der bizhub Press C71cf ist eine Antwort auf diesen Transformationsprozess, da er auf Abruf kleine bis mittelgrosse Druckaufträge zu einem konkurrenz-

selbstklebendem Material bedrucken inklusive synthetischem, beschichtetem und unbeschichtetem Papier sowie Polypropylen. Das Etikettendrucksystem wird in Europa voraussichtlich ab Februar 2016 verfügbar sein.

> www.konicaminolta.eu

PRINTPLUS DRUCK.X SICHERHEIT IN DER MATERIAL- BEREITSTELLUNG

Ohne Frage ist die Materialbereitstellung ein wichtiger Arbeitsschritt in der Produktion, der organisiert ablaufen muss. Mit Printplus Druck.X kann der gesamte Prozess von der Bestellung beim Lieferanten bis zur Bereitstellung an der Druckmaschine abgesichert werden.

Ein gutes Gefühl für die Mitarbeitenden, sicher den richtigen Bedruckstoff an der Maschine zu haben. Gleichzeitig wird Ordnung im Lager und Drucksaal geschaffen. Es ist möglich in Printplus Druck.X die Papierpreislisten der Grosshändler einzulesen. Dieses Verfahren hat sich im Rahmen des Papermanagements weitgehend durchgesetzt. Dort stellen die Grosshändler die Papierpreislisten mit kundenindividuellen Preisen zu Verfügung. Über einen Importassistenten gelangen die Informationen über die Materialien in die Software. Kann der Grosshändler keine Datei bereitstellen, lassen sich die Bedruckstoffe manuell anlegen.

Sind die Materialien in der Datenbank der Software, stehen sie in der Kalkulation zur Auswahl. Über die Filterfunktion ist es einfach, das passende Material zu finden und in die Kalkulation einzufügen. Damit fließen die Kosten für das Material mit den Zuschlägen in die Berechnung mit ein und sind in der Kostenübersicht enthalten. Nachdem der Kunde den Auftrag zugesagt hat, bestellt der Innendienst oder Disponent das Papier. Die Bestellung kann direkt aus dem Auftragsfenster erfolgen. Entweder per Fax oder E-Mail. Wobei die E-Mail die



Bestellung in Textform und ein XML-File enthält. Das XML-File können die Grosshändler für die sogenannte elektronische Bestellung importieren. Dadurch erhöht sich die Sicherheit im Bestellprozess.

Sämtliche Bestellungen stellt die Software in einem eigenen Fenster dar. Die Bestellungen lassen sich in der Software je Artikel, Lieferant oder Lieferdatum selektieren. So kann der Anwender bei Eintreffen der Lieferung direkt den Zugang an das Lager buchen. Automatisch wird ein Dokument mit den Angaben zum Material erstellt, welches zur Kennzeichnung ausgedruckt und an die Paletten angebracht werden soll.

Damit die Mengen stimmen, muss der Lagerist bei der Bereitstellung den Abgang vom Lager buchen. Hierfür steht eine einfache Eingabemaske zur Verfügung. Wie bei der Zugangsbuchung erstellt Printplus Druck.X bei der Abgangsbuchung eine Stapelflagge. Diese Stapelflagge kennzeichnet die Bedruckstoffe eindeutig. Auf der Laufftasche für die Produktion stehen die Auftragsnummer und das vorgesehene Material. Der Drucker kann mit der Laufftasche das bereitgestellte Material eindeutig identifizieren und hat die Sicherheit, das richtige Papier zu verwenden.

> www.druckx.ch
> www.printplus.ch

Agfa

NEUES INTELLITUNE UND OPTIINK

Arkitek Enhance IntelliTune wendet sich an Zeitungsdrucker, die grosse Mengen von Bildern unterschiedlicher Qualität und aus vielen verschiedenen Quellen verwenden. IntelliTune ist das bevorzugte Tool, um Bilder schnell und komplett automatisch zu verbessern. Das Ergebnis beim Druck sind hochwertige Bilder mit konsistentem Erscheinungsbild in der gesamten Publikation.

Agfa Graphics hat in die neue Version 5 von IntelliTune eine Reihe neuer Techniken integriert. Perceptual Image Processing nutzt eine geräteunabhängige Arbeitsumgebung und führt die Bildverbesserung auf eine ganz neue Ebene. Die wichtigsten Vorteile sind unter anderem ein einheitliches Ergebnis bei allen Bildtypen (Graustufen, RGB und CMYK), was bei konventionellen Techniken nicht erreicht werden kann; die Unschärfmaskierung (USM) bei RGB- und CMYK-Bildern ist völlig überarbeitet und optimiert worden und die selektive USM-Einstellung zum Scharfzeichnen oder Glätten – besonders die Hautfarbenfilterung von IntelliTune kann Hauttöne glätten und zugleich den Rest des Bildes scharfzeichnen. Dies sorgt bei der Abbildung von Gesichtern für hochqualitative Resultate.

Agfa kündigte auch den neuen, eigenständigen OptiColor Server an. Dieser verfügt über ein integriertes neues Tool für den Tonwertzuwachs und eine beschleunigte Profilerstellung für eine rasche und einfache Anpassung an die Druckbedingungen.

> www.agfagraphics.com

Fujifilm

WORKFLOW-LÖSUNG ELARA SOFTWARE

Anlässlich der World Publishing Expo 2015 gab Fujifilm bekannt, dass man vor Kurzem die Übernahme der Workflow-Lösung Elara Software für Zeitungsbetriebe abgeschlossen hat. Kurt Smits, bei Fujifilm Europe als Newspaper Business Development Manager tätig, sagt: «Elara ist eine hervorragende Workflow-Lösung für Zeitungen, die sich in der Praxis bewährt hat. Die Übernahme des geistigen Eigentums und der Mitarbeiter des Unternehmens ist ein wichtiger Schritt bei unserem Vorhaben, unseren Kunden in allen Marktsegmenten vollständig integrative Lösungen anzubieten.»

Fujifilms Elara Lösung ist eine leistungsfähige, automatisierte Workflow-Software für die zuverlässige Zeitungsproduktion. Sehr flexibel skalierbar und modular aufgebaut, ist sie für Zeitungsbetriebe aller Grössenordnungen und ihre möglicherweise wachsenden Anforderungen geeignet. Sie bietet einen zentralen Zugriff auf Administration und Datenspeicherung. Elara nutzt eine einfache und intuitive webbasierte Benutzeroberfläche und ist in einer Light-Version für die Steuerung der CTP-Belichter oder einer Enterprise-Edition erhältlich, die dank vieler Einstellmöglichkeiten perfekt auf die standortübergreifende Seitenplanung und Druckplattenausgabe abgestimmt ist und alle Aspekte der Druckvorstufe berücksichtigt.

> www.fujifilm.eu

LayFlat

KLEBEBINDUNG FÜR PANORAMABILDER

Die Hamburger Druckerei Langebartels & Jürgens hat mit der «Layflat» eine Klebebindung für Printprodukte mit durchlaufenden Panoramabildern und in reduzierter Papierstärke entwickelt. Das Druckhaus erweitert mit der Klebebindung das Portfolio in der Herstellung anspruchsvoller Broschüren und Folder. Mit einem eigens entwickelten Verfahren wird die Notwendigkeit des Bundes in der Klebebindung ausgeglichen, um verlustfreie Bildüberläufe bei Panoramabildern zu garantieren, ohne



durch einen Bund geteilt zu werden.

In der Herstellung entfällt mit der aufwändigen Bundzugabe ein ganzer Arbeitsschritt.

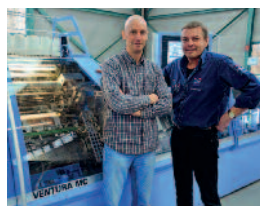
Im Gegensatz zu konventionellen Panoramabindungen, die dicken Karton erfordern und damit unweigerlich an Kinderbücher erinnern, arbeitet Langebartels & Jürgens mit einer einmalig dünnen Materialkombination. Die reduzierte Papierstärke der LayFlat ermöglicht der Hamburger Druckerei eine Panoramabindung mit echtem Broschüren-Feeling.

› www.langebartelsdruck.de

Müller Martini

TWEENS: DAS AUGE KAUFT MIT

Werbebotschaften, Couponhefte oder Landkarten können auf der Fadenheftmaschine Ventura MC von Müller Martini als kleinere Falzbogen (Twens) in einem Buchblock mitgeheftet werden. Sie eignen sich als hochwertige Inlays ausgezeichnet in Kunstbüchern und Katalogen oder für die interessante Wissensvermittlung in Schulbüchern. Ein neues Feld eröffnet sich auch durch die Möglichkeit, Signaturen mit unterschiedlichen Falzarten einzuheften. An das Potenzial von Tween-Produkten glaubt die Berliner Buchbinderei Stein + Lehmann. Die beiden Geschäftsführer Thomas Lehmann und Detlef Brall haben festgestellt, dass ihre Kunden verstärkt auf hochwertige und stylische Produkte setzen. «Das Auge kauft mit», begründet Thomas Lehmann, wieso er seinen Kunden die neue Tween-Option anpreist. Da die Abnehmer trotzdem nicht jeden Preis für fadengeheftete Produkte zahlen wollen, bleibt eine hochautomatisierte, wirtschaftliche Produktion für Stein + Lehmann zentral. Deshalb hat das Berliner Unternehmen in eine zweite Ventura MC von Müller Martini mit Tween-Option investiert.



Thomas Lehmann (links) und Detlef Brall, Geschäftsführer der Buchbinderei Stein + Lehmann in Berlin: «Unsere Kunden setzen verstärkt auf hochwertige und stylische Produkte.»

› www.mullermartini.com

FKS/Duplo System 6000i BROSCHÜREN IM A4-LANDSCAPE-FORMAT

Mit dem FKS/Duplo System 6000i präsentiert FKS den Nachfolger des erfolgreichen Systems 5000. Das robuste Broschürensystem kombiniert die Funktionen einer professionellen Broschürenstrasse mit ausserordentlich intelligenten Eigenschaften speziell für die Fertigung von Broschüren aus dem Digitaldruck. Verkürzte Rüstzeiten, ein nochmals verbessertes Bedienkonzept und eine grössere Formatvielfalt zeichnen das System 6000i aus. Das FKS/Duplo System 6000i ist für die Fertigung von bis zu 4.600 Broschüren im Format DIN A4 quer vollautomatisch, werkzeuglos und innerhalb der Produktion

FKS/Duplo System 6000i.



von rückstichgehefteten Broschüren vom CD-Format bis zum A4-Querformat. Sogar Broschüren im Format 300 x 300 mm können gefertigt werden.

Das System 6000i besteht aus bis zu sechs DSC-10/60i Zusammentragtürmen, dem Broschürenautomaten DBM-600 und dem DBM-600T Frontrimmer. Optional ist mit dem DKT-200 ein Modul für den Kopf- und Fussbeschnitt erhältlich. Einzigartig in dieser Klasse: Die Produktivität des Systems kann durch den Einsatz einer Rausschnitt-Einrichtung in Kombination mit vier Heftköpfen verdoppelt werden.

Besonderes Highlight ist die Verarbeitung von Offset- als auch Digitaldrucken sowie eine Kombination aus beidem. Das intelligente Ein-

zugsverfahren des Zusammentragturms DSC-10/60i ermöglicht auch den Mehrfachabzug aus einzelnen Stationen sowie die beliebige Kombination einzelner Stationen und macht das System 6000i somit zum idealen Broschürensystem für den Digital- und Offsetdruck. Ein weiteres Merkmal des Systems 6000i ist die nochmals vereinfachte Bedienung über ein zentrales 23" Touch Screen Panel. Die Einstellungen aller Werkzeuge werden daraufhin vollautomatisch innerhalb von wenigen Sekunden getätigt. So erfolgt der Formatwechsel vom kleinsten Format auf das Format DIN A4 quer vollautomatisch, werkzeuglos und innerhalb von 40 Sekunden.

Häufig wiederkehrende Jobs lassen sich über den zentralen Touchscreen jederzeit erneut aufrufen.

Das äusserst modulare Broschürensystem kann an jeden individuellen Bedarf angepasst werden und ermöglicht Erweiterungen bei sich ändernden Bedürfnissen und Anforderungen. Zu den zahlreichen Optionen zählen unter anderem Ultraschall-Doppelbogenkontrollen, ein Palettensenkstisch für das Zusammentragen, eine Block- und Versatzauslage, ein Buchrückenformer sowie eine 6-Seiter-Steuerung.

› www.fks-hamburg.de

Mondi

PERGRAPHICA DESIGN-PAPIERE

Mit Pergraphica hat Mondi ein neues Portfolio ungestrichener Design-Papiere auf den Markt gebracht. Das Papier vereint nach Angaben des Herstellers «Look & Feel» – ausgezeichnete Bedruckbarkeit bei einer Auswahl von zwei Oberflächen, drei Färbungen und verschiedenen Grammaturen. Zudem ist das von der Mondi Neusiedler in Österreich hergestellte Pergraphica EU-Ecolabel- und FSC-zertifiziert. Die Pergraphica Design-Papiere ergänzen Mondis Premiumsegment für den pro-



fessionellen Druck. Konzipiert und entwickelt ist Pergraphica als «Papier für Perfektionisten», weil die Auswahl des Papiers für die anspruchsvolle Printkommunikation eben kein Detail am Rande ist. Die Vielzahl an Möglichkeiten von Pergraphica hilft Kreativen ihre Geschichten zum Leben zu erwecken. Zwei Oberflächen (rau und glatt), drei Färbungen (High White, Classic und Natural) und sechs Grammaturen zwischen 90 and 300 g/m².

› www.mondigroup.com

**«UV LOW ENERGIE» –
ERFAHRUNGEN
AUS DER PRAXIS**

Donnerstag, 28. Januar 2016, 18.30 Uhr

**ALLEIN ZU HAUS –
HERAUSFORDERUNG
«HOME-OFFICE»**

Donnerstag, 25. Februar 2016, 18.30 Uhr

JET PRESS 720S WEGNER SETZT AUF B2-DIGITALDRUCK VON FUJIFILM

Um die Leistungsfähigkeit und Vielseitigkeit im Digitaldruck zu steigern, hat die Wegner GmbH in eine Jet Press 720S von Fujifilm investiert. Das Unternehmen entschied sich wegen des B2-Formats und der hohen Qualität für das System, weil sich damit die vielfältigen Anforderungen der Agenturen und Kunden in der weitläufigen Region um Bremen verwirklichen lassen.

Text und Bild: Fujifilm

Die Wegner GmbH, 1985 als Repro-Unternehmen gegründet, bot ihrem vielschichtigen Kundenkreis zunächst Datenübernahme und -bearbeitung sowie Satz, Proof sowie die Film- und Druckplattenbelichtung an. Dieser Service war so erfolgreich, dass das Unternehmen permanent wuchs.

«Im Jahr 2004 erkannten wir, dass sich unsere Kunden für den Digitaldruck interessierten, sodass wir erstmalig in eine digitale Druckmaschine investierten», erklärt Henning Rose, Geschäftsführer des Unternehmens. «Diese wurde im Jahr 2007 durch eine HP Indigo ersetzt. Dabei haben wir auch die nachfolgende Weiterverarbeitung berücksichtigt. Deshalb konnten wir ab diesem Zeitpunkt unterschiedliche Arbeiten wie Klebebindung und Rückstichheftung, Folierung, Prägungen und UV-Beschichtung für die meisten Aufträge der Kunden bei uns im Haus produzieren. Als wir von B2-Digitaldruckmaschinen hörten, erkannten wir sofort den für uns nächsten Schritt.»

Qualität überzeugt

Nach einem strengen Testverfahren investierte Wegner in die Fujifilm Jet Press 720S. «Anfangs waren wir vor allem vom B2-Format begeistert, da es die bestehende Digitaldruckmaschine ergänzt. Andererseits waren wir nach den Testläufen absolut von

der Druckqualität der Jet Press überwältigt und haben erkannt, dass wir das Spektrum der möglichen Druckanwendungen für unsere Kunden bei deutlich besserer Qualität erweitern können. Zudem waren wir vom erweiterten Farbraum begeistert, der mit der Maschine abgebildet werden kann. Die Resultate mit diesem Vierfarbsystem gehen weit über das hinaus, was im Offsetdruck im ISO-Standard erreicht werden kann», erläutert Henning Rose.

Rund drei Viertel aller Aufträge liegen bei der Wegner GmbH unterhalb von 1.000 Exemplaren. Und da die Drucke anschliessend oft zusammengetragen werden müssen, kann beim

sortierten Druck auf dieser Maschine die sonst benötigte Zeit um einige Stunden unterschritten werden.

Vorteile mit grösserem Farbraum

«Aber das ausschlaggebende Kriterium war die Farbskala, die mit Jet Press 720S reproduziert werden kann. Wir haben eine Menge Erfahrung in der Profilerstellung und beim Farbmanagement. Jetzt haben wir dieses Wissen mit erstaunlichen Ergebnissen auf der Jet Press 720S umgesetzt», sagt Henning Rose. «Es gibt eine Reihe von Vorteilen für den grösseren Farbraum. Zunächst einmal können wir einen viel grösseren

Bereich von Pantone-Farben abdecken, die bei einigen Aufträgen wesentlicher Bestandteil sind. Wir haben ebenfalls festgestellt, dass einige Farbtöne merklich intensiver sind, was mehr Kontrast und Detailreichtum in die Bilder bringt. Zusätzlich lassen sich auf ungestrichenen Papieren Ergebnisse erreichen, die denen auf gestrichenen Sorten entsprechen. Dies bedeutet, dass wir die Designer darüber informieren müssen, damit sie diesen Vorteil schon beim Originalbild erkennen.»

Positive Erfahrungen

«Für eine abschliessende Beurteilung ist es noch zu früh, aber wir freuen uns über die Entscheidung. Wir werden jetzt mit einer Marketing-Kampagne die Verdoppelung des Formats und die gesteigerte Qualität durch diese neue Maschine bewerben», kündigt Henning Rose an. «Rückblickend kann ich aber sagen, dass unsere positiven Erfahrungen in der Vorstufe mit Fujifilm als Plattenlieferant bei der erstklassigen und zügigen Inbetriebnahme der Jet Press 720S bestätigt haben. Wir werden die tollen Möglichkeiten der Maschine nun bis an ihre Grenzen ausreizen. Wir sind überzeugt, dass wir damit jetzt und in der Zukunft die Marktanteile unseres Unternehmens steigern können.»

› www.fujifilm.eu



Henning Rose und Ingo Wegner vor der neuen Fujifilm Jet Press 720S.

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



Ihre Funktionen. Geliefert. Treffen Sie das neue QuarkXPress.

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

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

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

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

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

Matthias Günther
Director QuarkXPress
Business Unit
Quark Software Inc.



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

Fujifilm

ZWEITE JET PRESS 720S IN HOLLAND

Impressed Druk en Print in der Nähe von Rotterdam in den Niederlanden hat in eine Jet Press 720S B2 Inkjet-Digitaldruckmaschine von Fujifilm investiert, um die Wirtschaftlichkeit bei geringen Bestellmengen zu verbessern. Dies ist die zweite Installation einer Jet Press 720S in den Niederlanden. Bas Gravesteyn, Direktor des Unternehmens: «30 Prozent unserer Auflagen liegen unter 700 Exemplaren, 40 Prozent zwischen 700 und 1.500 Stück und der Rest oberhalb davon. So kamen wir zu der Überzeugung, dass wir die Effizienz und die Profitabilität der geringen Auflagenhöhen verbessern können. Vor diesem Hintergrund entschieden wir uns für die Jet Press 720S, die optimale Lösung, um diese Vorgaben umzusetzen. Aber nicht nur die Verbesserung der Wirtschaftlichkeit war ein Argument. Wir wissen auch, dass mit dieser Investition die Schaffung neuer Geschäftsmodelle verbunden ist. Insbesondere überzeugen uns die Vorteile des grossen Farbraums der Jet Press 720S, was besonders die Designstudios innerhalb unseres Kundenkreises begeistert wird. Ein weiterer Vorteil sind die diversen Einsatzmöglichkeiten einer Vielzahl von gestrichenen und ungestrichenen Papieren. Beides wird uns helfen, uns mit unserem Dienstleistungsangebot in einem hart umkämpften Markt von den Mitbewerbern zu differenzieren.»

› www.fujifilm.eu

Felix Schoeller Group

WASSERFESTE SPEISEKARTEN

Mit vorhandenen Produkteigenschaften und kreativen Ideen zu mehr Kundenzufriedenheit. Wie das gehen kann, zeigt die Felix Schoeller Group in Zusammenarbeit mit der Druckerei Meinders & Elstermann (M&E) in Osnabrück. Als Alternative zu laminierten Speisekarten boten sie einer Franchise-Kette den Druck auf E-Photo Papieren der Felix Schoeller Group an – mit Erfolg: Die neuen Speisekarten auf diesem inline veredelten Spezialpapier sind strapazierfähig und abwischbar. Und sie sind ohne wei-



tere Veredelung in nur einem Produktionsschritt zu bedrucken. Auch für Broschüren und Kataloge setzt die Druckerei das Spezialpapier der Felix Schoeller Group im Digitaldruck gerne ein, vor allem wenn es um Vollflächendrucke geht. Konventionelle Papiere werden für hochwertige und langlebige Ergebnisse nach dem Digitaldruck mit einer dünnen Folie laminiert. Bei E-Photo wird bereits das Rohpapier in der Produktion beidseitig mit Polyethylen beschichtet, für eine einzigartige wasserfeste und schmutzabweisende Oberfläche ohne zusätzlich notwendige Veredelung. Zusätzlich bietet das echte Fotopapier für Liquid Toner Systeme hervorragende Falz- und Knickeigenschaften ohne Weissbruch.

› www.felix-schoeller.com

Epson

NEUE GROSS-FORMATIGE MODELLE

Epson hat mit seiner neuen SureColor SC-P-Serie vier Maschinen vorgestellt, die sich mit Druckbreiten von 60,96 cm oder 111,76 cm für den Einsatz im Foto- und Fine-Art-Bereich sowie in der Druckvorstufe eignen. Der SureColor SC-P6000 und der SC-P8000 nutzen für einen grossen Farbraum die Ultra-



Chrome HD-Tinte mit acht Farben, während die Modelle SureColor SC-P-7000 und SC-P9000 die UltraChrome HDx-Tinte mit zehn Farben einsetzen. Die HD-Tinten sowie der Epson PrecisionCore-Druckkopf garantieren dabei laut Hersteller gleichbleibend hochwertige und langlebige Drucke.

Ausserdem erweitert Epson das Portfolio an Fotodruckern mit dem SureColor SC-P400, einem kompakten DIN A3+-Drucker. Der SC-P400 setzt dabei auf UltraChrome Hi-Gloss2-Pigmenttinten, die mit sieben Farben (M, Y, K, Pbk, Mbk, Orange, Rot) inklusive Gloss-Optimizer Foto drucken lebendige Farben und ein gleichmässiges Finish verleihen. Der neue SureColor druckt von der Rolle, auf CDs und DVDs und auch auf starre Medien mit einer Dicke von maximal 1,3 mm. Das Gerät verfügt über eine

Ethernet- und Wi-Fi-Schnittstelle und eignet sich somit auch für den Druck von mobilen Geräten wie Tablet-PCs oder Smartphones.

Mit dem neuen SureColor SC-P400 ist der Druck von Fotos in hoher Qualität auf einer Vielzahl von Medien noch einfacher. So verfügt der neue Epson über einen speziellen, von der Rückseite des Druckers zu bestückenden Papierpfad für Fine Art-

Epson hat im Herbst vier Modelle der neuen SureColor SC-P-Serie vorgestellt. Ausserdem erweitert Epson das Portfolio an Fotodruckern mit dem SureColor SC-P400 (Bild unten).



Papier. Mit dem neuen SC-P400 ist der Druck auf Papieren mit einer Dicke von bis zu 1,3 mm möglich und zusätzlich stehen zwei Rollenpapierhalter mit zwei Zoll dicken Kernen zur Verfügung.

› www.epson.de

Printdata

DAS NEUE PRINT-COCKPIT

Printdata bietet Digitaldruckern mit Print-Cockpit jetzt eine Lösung für fast alle Aufgaben rund um die Verwaltung und die Druckdatenprüfung in einem System zusammen. Mit dem auf der E-Business Print-Lösung Obility basierenden System lassen sich alle auftragsrelevanten Arbeiten wie Kalkulation, Angebotserstellung, Auftragswesen, Jobticket, Versand, Kunden-Kommunikation einfach bewältigen.

Das Print-Cockpit wickelt viele Aufgaben sogar automatisch ab. Das gilt beispielsweise für den Druck von Rechnungen, Lieferscheinen und weiteren Belegen, den automatischen Versand von E-Mails an Kunden sowie die Übertragung von JDF-Informationen an das Drucksystem. Mit anderen Worten: Noch während das Digitaldrucksystem die Aufträge produziert, sind unter anderem Rechnungen und Lieferscheine versandbereit.

«Mit Print-Cockpit können Digitaldruckereien viele kleine Aufträge bei minimalem Aufwand wirtschaftlich produzieren», sagt Printdata-Geschäftsführer Frank Siegel. «Im Idealfall realisieren sie einen Online-Print-Shop von Obility, über den Kunden ihre Drucksachen konfigurieren, kalkulieren und ihre Druckdaten übermitteln können. Das heisst, der gesamte Produktionsprozess der im Online-Shop bestellten Druck-Erzeugnisse wird standardisiert und weitgehend automatisiert.»

› www.printdata.org



ERKENNEN SIE DEN UNTERSCHIED?

Natürlich. Und welcher Drucker lässt sich nun am Besten verkaufen? Auch klar. Denn die 20 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association zusammengeschlossen haben, zeichnen jährlich die besten Lösungen und Produkte aus den Kategorien Software, Digitaldruck, Finishing, Substrate, Tinten und Toner mit den begehrten EDP Awards aus. So unterstützen die EDP Magazine mehr als eine halbe Million Leser in 25 Ländern bei ihren Kaufentscheidungen – und die EDP Awards werten die Produkte auf.

Reichen Sie jetzt Ihre Bewerbung ein. Und nehmen Sie Ihren EDP Award 2015/2016 auf der drupa 2016 entgegen:
www.edp-awards.org

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

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.

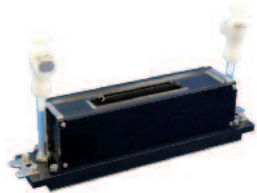


www.edp-net.org

Kyocera

SCHNELLER TINTEN-STRAHLDRUCKKOPF

Die Kyocera Corporation entwickelte einen neuen Tintenstrahl-druckkopf mit 360 dpi, eine Hauptkomponente in industriellen Tintenstrahldruckern. Der Druckkopf erzielt einen neuen Geschwindigkeitsrekord in seiner Leistungs-kategorie: Er druckt 50 m/Min. mit 84 Picolitern (pl) pro Tropfen. Unter dem Namen Kyocera KJ4C-0360 ist er ab sofort erhältlich.



Die Tropfenvolumina können bei dem neuen Kyocera KJ4C-0360 auf 15 bis 84 pl bei einer Druckgeschwindigkeit von 50 m/Min. und einem maximalen Ausstoss von 120 pl bei 25 m/Min. eingestellt werden. Dies ermöglicht eine Vielzahl von leistungsstarken, extrem schnellen Druckanwendungen.

Verwendung findet der Kyocera-Druckkopf mit einer effektiven Druckbreite von 109 mm unter anderem beim Bedrucken von Keramikfliesen mit allen Farben, Designs und Mustern. Die umfassende Tintenkompatibilität ermöglicht den Druck auf unterschiedlichsten Medien. In Zukunft soll der Druckkopf laut Kyocera auch Textildrucke etwa von Teppichen und Bekleidungsstoffen und Drucke im medizinischen Bereich, zum Beispiel auf Tabletten, ermöglichen.

› www.kyocera.de

Verpackungspapier

ZANDERS RELAUNCHT ZANFLEX-SORTIMENT

Zanders relaucht das Verpackungspapier Zanflex und führt in seinem Sortiment neben den Grammaturen 50, 60 und 70 g/m² jetzt auch ein leichtgewichtiges 45 g/m² Papier ein. Zanflex steht für erstklassige Druckeigenschaften in Bilderdruckqualität und kann als Monoprodukt oder verbunden mit anderen Materialien wie Aluminium- oder Kunststoffolie eingesetzt werden. Das Produkt überzeugt mit Knickfestigkeit und besten Laufeigenschaften in Druck und Weiterver-



beitung. Mit seiner rauen Rückseite eignet sich das Papier ausserdem für Laminierungen und erlaubt vielseitige Extrusions- und Barrierebeschichtungen. Die glatte Oberfläche bringt Farben mit einem Glanz zur Geltung, wie er sonst auf Kunstdruckpapieren erzielt wird.

Zanflex ergänzt das Portfolio von Zanders zu einem breiten Sortiment hochwertiger Etiketten- und Verpackungspapiere und -kartons, die anspruchsvolle Optik und Haptik mit zertifizierter Nachhaltigkeit verbinden. Neben dem gussgestrichenen Premium-Sortiment Chromolux, stehen mit Zanlabel und Zanflex auch im maschinengestrichenen Bereich Papiere zur Verfügung, die sich als überzeugende Markenbotschafter für vielfältige Anwendungen eignen.

› www.zanders.com

Rako Etiketten

FLEXODRUCK MIT GEW UV-SYSTEM

Die Rako-Gruppe zählt zu den grössten Haftetikettenherstellern in Europa. Der Hauptsitz der Rako-Gruppe in Witzhave bei Hamburg ist gleichzeitig Produktionsstandort der 1969 gegründeten Rako Etiketten GmbH & Co. KG. Dort druckt Rako Haftetiketten aller Art in den verschiedensten Druckverfahren: Flexo-, Sieb- und Tiefdruck sowie auch Kombinationsdruckverfahren.

Anfang 2015 hat Rako in zwei Gallus ECS 340 Flexodruckanlagen investiert. Die beiden Maschinen sind baugleich konfiguriert und um-



Gallus ECS 340 mit GEW UV-System bei Rako Etiketten, Witzhave.

fassen jeweils zwölf Flexodruckwerke mit UV-Härtung von GEW. Jede UV-Station besteht aus einem GD3 UV-Strahler mit GEW Rhino-Vorschaltgerät.

Bei der Planung dieser Maschineninvestition standen für Rako die beiden Aspekte der Effizienz und Kapazität im Vordergrund. Arne Bir, Produktionsleiter bei Rako Etiketten erklärt: «UV-Anlagen von GEW sind bei uns schon seit vielen Jahren Standard. Mit dem Einsatz des UV-Systems von GEW mit Rhino-Vorschaltgerät ist Rako in der Lage, Produktionskapazitäten zu erhöhen und gleichzeitig Produktionskosten zu reduzieren.»

› www.gewuv.com

Hofmann Druck

SPEEDMASTER XL 106 MIT LED

Die Hofmann Druck Nürnberg GmbH & Co. KG erweitert ihre Druckkapazitäten und wird zum Jahresstart 2016 die europaweit erste Speedmaster XL 106 mit der innovativen Trockertechnologie DryStar LED installieren. Die Achtfarben-Wendemaschine kommt von der Heidelberger Druckmaschinen AG und wird eine bereits im Drucksaal stehende LED-Maschine eines anderen Herstellers ergänzen. Hofmann Druck ist ein vollstufiger Betrieb, der im Rollen- und Bogenbereich hauptsächlich hochwertige Zeitschriften



Schneller, leistungsfähiger und sparsam bei Energie: Die LED-Technologie sorgt für viele Vorteile, vor allem aber auch für höchste Qualität, wie hier am Beispiel eines veredelten Möbelmagazins.

und Kataloge für anspruchsvolle Kunden produziert. Eingliedert ist das Unternehmen in die Gruppe Hofmann Infocom GmbH. «Wir haben mit LED hervorragende Erfahrungen hinsichtlich Qualität, Produktivität, kürzeste Lieferzeiten und hohe Energieeffizienz gemacht. Mit der Installation der neuen Speedmaster XL 106 LED verfolgen wir das Ziel, den Bogenbereich zu 100 Prozent auf diese zukunftsweisende Technologie umzustellen», bestätigt Ralf Büttner, Geschäftsführer Vertrieb bei Hofmann Infocom.

› www.heidelberg.com

Kodak

VORSTELLUNG DER LIBRA VP PLATTE

Kodak ergänzt sein Plattenportfolio mit einer neuen violettempfindlichen Offsetdruckplatte, die das Unternehmen auf der World Publishing Expo 2015 in Hamburg vorgestellt hat. Die mit Violet-CtP-Systemen und Plattenverarbeitungslinien kompatible digitale Kodak Libra VP Platte wird den hohen Anforderungen der Zeitungsproduktion und den Quali-



tätsansprüchen von Semi-commercial-Anwendungen gerecht. Kodaks neue digitale Libra VP Platte bietet die Flexibilität, sowohl bei der konventionellen Plattenverarbeitung als auch mit einem einfachen easy chem-Prozess eine optimierte Effizienz zu erreichen.

Die neue digitale Libra VP Platte von Kodak bietet hohe Stabilitäts- und Qualitätseigenschaften, wie eine hohe Auflagenbeständigkeit und die Eignung für die AM-Rasterung mit Rasterweiten von bis zu 60/cm oder die Hybrid (XM)-Rasterung mit 70/cm. Zeitungsdruckereien können bei konventioneller Verarbeitung der Platten Auflagenleistungen von bis zu 350.000 Drucken erreichen und bei Verarbeitung mit einem easy chem-Prozess sind bis zu 300.000 möglich (diese Spezifikationen können sich ändern).

› www.kodak.com

OBERDRUCK DER NAHVERSORGER FÜR PRINTMEDIEN

Das Osttiroler Unternehmen Oberdruck investierte kürzlich in eine Achtfarben Rapida 106 mit Bogenwendung für die 4-über-4-Produktion mit LED-UV-Technologie. Der Mut für die Investitionsentscheidung wird mit einer Reihe handfester Vorteile belohnt.

Von KNUD WASSERMANN

Oberdruck ist eine regional verwurzelte Druckerei in Osttirol. Abseits von Hauptverkehrsadern hat sich die Region ihren ursprünglichen Charakter bewahrt. Regionalität ist jedoch nicht nur ein Schlagwort, sondern gelebte Praxis. Daher greifen die Menschen gerne auf ortsansässige Betriebe zurück. «Die Leute schätzen unsere Flexibilität und Verlässlichkeit», sagt Geschäftsführerin Silvia Oberbichler, «und wissen, dass bei uns das Gesamtpaket stimmt.» 20 Mitarbeiter sorgen dafür, dass dies so bleibt und geben dem Unternehmen von der Vorstufe über den Druck bis zur Weiterverarbeitung die angesprochene Flexibilität. Um Ersatz für eine in die Jahre gekommene Achtfarbenmaschine zu finden und sich über konventionelle, HR- und LED-UV-Trocknung zu informieren, machten sich Hans Oberbichler und Produktionsleiter Michael Platter vor einigen Monaten auf den Weg nach Radebeul. Die Eindrücke fasst Michael Platter kurz und bündig zusammen: «LED-UV ist die Zukunft.» Alles andere könne man vergessen.

Papier transportiert Emotionen

Anfang Mai wurde die neue Rapida 106-8 SW4+L ALV2 LED-UV FAPC installiert. Der etwas sperrige Name weist auf eine Achtfarben-Maschine mit Wendung für die 4 über 4-Pro-



Das Team von Oberdruck an der neuen Achtfarben-Rapida 106 mit Bogenwendung und LED-UV-Technologie.

duktion und einem Lackwerk für Dispo- oder UV-Lack, zweifache Auslageverlängerung und vollautomatischen Plattenwechsel hin. Im Zentrum steht jedoch die LED-UV-Technologie, die dem Unternehmen neue Möglichkeiten verleiht.

Hans Oberbichler, der sich aus der operativen Geschäftsführung von Oberdruck zurückgezogen hat und das Unternehmen bei Investitionsentscheidungen unterstützt, hebt nicht in erster Linie die schnelleren Durchlaufzeiten hervor, sondern reflektiert viel mehr über das Thema Qualität gerade in Verbindung mit Naturpapieren: «Kreative erkennen wieder, welche Rolle die Haptik in der Kommunikation spielt und dass sich damit im Gegensatz zu elektronischen Medien Emotionen transportieren lassen.»

Mit der LED-UV-Technologie bleibt die Haptik der Naturpapiere erhalten, was Agenturen zu schätzen wis-

sen. Oberbichler zeigt einige überzeugende Beispiele, bei denen vor allem die hohe Brillanz und gute Durchzeichnung auffallen. Dabei wird auch sichtbar, dass aufgrund der elastischen Polymerisation der LED-UV-Farben selbst bei einer hohen Farbbelegung der Falz nicht zum Aufbrechen tendiert.

Kein Puder, weniger Reinigung

Wobei Oberbichler die sofortige Aushärtung der LED-UV-Farben nicht unter den Tisch kehren möchte. Sie sei aber in einem größeren Zusammenhang zu sehen. Durch den nahezu vollständigen Verzicht auf Puder könne man die Effizienz an Falzmaschinen und Sammelhefter deutlich steigern und den Reinigungsaufwand insgesamt reduzieren. Berücksichtige man diese und weitere Faktoren wie etwa das geringere Risiko des Ablegens im Stapel,

seien die höheren Kosten für die LED-UV-Farben kein Thema, das ins Gewicht falle, sagt Silvia Oberbichler. Bei den Verbrauchsmaterialien verlässt sich Oberdruck auf das Paket von KBA, das aufeinander abgestimmte Farben, Wasch- und Feuchtmittel sowie Gummitücher umfasst. «Die Materialien sind ausgetestet und haben einen problemlosen Start in den LED-UV-Druck ermöglicht», versichert Oberbichler.

Die LED-Trockner haben ebenfalls den Ruf teuer zu sein. Doch auch dies lässt sich entkräften. Dazu gehöre etwa die Lebensdauer der LED-Trockner, die bei ca. 20.000 Stunden liegt. Herkömmliche UV-Trockner bringen es gerade einmal auf 2.000 Betriebsstunden. Alleine schon diese Tatsache rechtfertigt den Mehrpreis, sagt Hans Oberbichler und führt den geringen Energieverbrauch als Pluspunkt an. Zusätzlich seien die LED-UV-Trockner sofort betriebsbereit und würden keine Abwärme produzieren: kein Aufquellen der Gummitücher, Farbnebeln oder Auflösen der Farbfolien in den Farbkästen.

Oberdruck ist nach drei Monaten von der LED-UV-Technologie absolut überzeugt und die Einschätzung des Produktionsleiters «LED-UV ist die Zukunft» hat sich für das Unternehmen bestätigt. Zumal man damit neue Kunden ansprechen kann, die auf qualitative Spitzenleistungen Wert legen.

› www.kba.com

› www.oberdruck.at

Textildruck

MIMAKI TX300P-1800 PREMIERE

Mimaki stellt mit dem TX300P-1800 einen neuen Inkjet-Drucker für den Textildirektdruck vor. Das Vorgänger-Modell Tx2-1600 ist bereits seit 14 Jahren im Einsatz. Der neu entwickelte 8-Farben-Inkjet-Drucker mit einer Druckbreite von 1,8 m ist mit einem neuen Druckkopf ausgestattet, der bei grossem Kopfabstand eine exakte Platzierung sicher-



Mimaki hat auf der ITMA Mitte November in Mailand den neuen TX300P-1800 vorgestellt.

stellt und sich damit für alle Textilien, auch dickere und strukturierte Materialien, anbietet. Die Druckauflösung beträgt 1.080 dpi bei Tropfengrössen von 6 bis 24 pl, die Druckgeschwindigkeit bis zu 68 m²/Stunde. Dabei lassen sich verschiedene Sublimations-, Dispersions-, Pigment-, Reaktiv- und Säuretinten einsetzen. Die Sublimationstinten sind mit der Markteinführung des Druckers verfügbar. Die anderen Tinten folgen in Kürze. Für den ungestörten Druck grösserer Aufträge werden 2-Liter-Tintenbeutel angeboten. Der TX300P-1800 von Mimaki soll ab Dezember 2015 erhältlich sein.

› www.mimaki.de

PrintshopCreator

«RAUS AUS DER CLOUD»-KONZEPT

Die grosse Präsenz der Cloud-Computing-Angebote sorgt dafür, dass viele Unternehmen die potenziellen Gefahren und Probleme der kompletten Datenauslagerung ausblenden. Stellt zum Beispiel der IT-Dienstleister den Cloud-Betrieb ein, können die individuellen Shop-Informationen häufig nicht mehr einzeln ausgelesen und die Shop-Software nicht weiter

genutzt werden. Für Unternehmen, die über eine Shop-Lösung relevante Umsätze erzielen, führt dies zu einer existenziellen Bedrohung. Die Münsteraner PrintshopCreator GmbH, Anbieter von Lösungen für das E-Business Print, macht die Nutzung ihrer Web-Shops deswegen jetzt nochmals flexibler und sicherer. Durch die Betriebssystem-Virtualisierung mithilfe der Docker-Technologie wird die haus eigene E-Business-Software nicht mehr in getrennten Installationen betrieben. Diese sogenannten Container können ausserdem heruntergeladen und auf anderen Servern ausgeführt werden. So sichern Kunden ihre Gesamtinvestition auch bei der Mietlizenz der Systemsoftware und tragen gleichzeitig hohen Datenschutzanforderungen Rechnung.

› www.printshopcreator.de

Vogel Druck und KBA

SERVICE-PARTNERSCHAFT VEREINBART

Nach dem erfolgreichen Produktionsstart einer 48-Seiten-Rotation KBA C48 im August 2014 haben Vogel Druck und Medienservice GmbH (VDM) in Höchberg bei Würzburg und die KBA-Digital & Web Solutions AG & Co. KG kürzlich die langjährige Partnerschaft um einen mehrjährigen Servicevertrag erweitert. Bei einer der modernsten Rollenoffsetdruckereien in Deutschland wird KBA ein umfassendes Servicepaket für die neue KBA C48 und die 2006 gelieferte zweibahnige 32-Seiten-Maschine KBA Compacta 217 erbringen. Neben der Ersatzteilver-sorgung sieht die Vereinbarung die regelmässige Wartung



Steffen Raunecker (rechts, Technischer Leiter bei Vogel Druck und Medienservice) und Thomas Potzkai (Bereichsleiter bei KBA-Digital & Web Solutions für Service/Projektmanagement) freuen sich auf die erweiterte Service-Partnerschaft.

der Akzidenzrotationen und die Produktionsbegleitung mit Beseitigung eventueller technischer Störungen über das Fernwartungsmodul KBA PressSupport vor. Durch die präventive Instandhaltung und kontinuierliche Maschinenüberwachung durch erfahrene KBA-Techniker wird eine hohe Verfügbarkeit der Anlagen erreicht.

› www.kba.com

› www.vogel-druck.de

Competence³

LABELXPO WAR EIN VOLLER ERFOLG

Die drei Partner MBO, Herzog+Heymann und Bograma können nach der Labelexpo eine positive Resonanz ziehen. Zum ersten Mal haben sich die drei Unternehmen auf einem gemeinsamen Messestand präsentiert. Unter dem Motto Competence³



Auf dieser Linie können form-gestanzte Booklets produziert werden.

wurden drei wegweisende Produktionslinien präsentiert.

Auf der Booklet-Linie wurde Rollenmaterial in Bogen geschnitten, rotativ gestanzt, gefalzt und im Bund geklebt. Entstanden sind somit Etikettenbooklets, die in einem weiteren Produktionsschritt laminiert und dann auf Verpackungen wie Dosen und Schachteln aufgebracht werden können.

Einer der Publikums-Magnete war die Etikettenlinie. Hier wurde Bogenmaterial mit mehreren Nutzen verschiedener Etiketten rotativ gestanzt. Anschliessend wurden die Etiketten sortenrein gezählt, gestapelt und verpackt. Als Weltneuheit wurde die Packaging-Linie «Stamina» vorgestellt. Auf dieser Linie wurden Faltschachteln zunächst im Doppelnutzen gestanzt, anschliessend gefalzt und zu Schachteln verklebt. Auf derselben Linie wurde ein vorproduzierter Beipackzettel mit einem Friktionsanleger direkt in die Faltschachtel eingespendet und dort verklebt.

Ricoh mit Watkiss

BROSCHÜREN-FERTIGUNGSLÖSUNG

Ricoh Europe führt eine neue inline Broschürenfertigung ein, die das Unternehmen zusammen mit Watkiss entwickelt hat. Der Watkiss PowerSquare 224 wurde so konfiguriert, dass er unkompliziert in die Workflows der Ricoh Pro C9100-, Ricoh Pro C7100X- und Ricoh Pro 8100-Serien integriert werden kann.

Der Watkiss PowerSquare 224 umfasst die Schritte Heften, Falzen, Rückenformen und Frontbeschnitt um SquareBack-Bücher mit einer Stärke von bis zu 224 Seiten herzustellen. Dabei unterstützt das System eine Papiergrösse von maximal 330 x 520 mm. Die schnelle und kostengünstige Alternative zu Klebe- und Fälzelbindungen fertigt Bücher mit einem flachen Buchrücken, der den exzellenten Eindruck einer Klebebindung und die Sicherheit eines rückstichgehefteten Buchs hat. Das Endprodukt lässt sich dadurch bequem verstauen, stapeln und handhaben ohne das Risiko ausfallender Seiten. Zudem kann der Buchrücken einfach bedruckt werden. Bestellungen für die mit Watkiss ausgestatteten Farbproduktionsdrucksysteme der Pro C9100- und Pro C7100-Serien werden ab sofort entgegengenommen, für die Schwarz-Weiss-Produktionsdrucksysteme der Pro 8100-Serie ab Frühjahr 2016.

› www.ricoh.de

ANWENDER BERICHTEN **LED-UV** **NIMMT FAHRT AUF**

Durch die Entwicklung von LEDs für die Aushärtung von Farben und Lacken eröffnen sich die Vorteile der UV-Technologie auch für den Akzidenzdruck. Bei einem Informationstag bei IST Metz berichteten Anwender über ihre Erfahrungen.

Für die kommenden Jahre erwarten Fachleute einen Anstieg des Marktanteils von LED-UV-Systemen, denn ihre spezifischen Vorteile sorgen für eine wirtschaftliche und energiesparende Produktionsweise. LED-UV-Aggregate sind nach dem Einschalten sofort einsatzbereit und geben nur wenig Hitze an das Substrat ab. Die kompakten Systeme haben eine hohe Lebensdauer und können auch einzeln angesteuert werden.

Der UV-Anlagen-Hersteller IST Metz bietet sowohl UV-Systeme mit Mitteldrucklampen als auch LED-Systeme an. Die jüngste LED-Baureihe nennt sich LUV und ist in verschiedenen Leistungsstufen verfügbar. Die Variante LUV 80 ist für Arbeitsabstände ab 30 mm ausgelegt und unter anderem bei der Druckerei Hertle in Kirchheim/Teck und bei Häuser in Köln im Einsatz. Beide Druckereien berichteten Ende November bei einem Informationstag bei IST Metz über ihre Erfahrungen mit dem System.

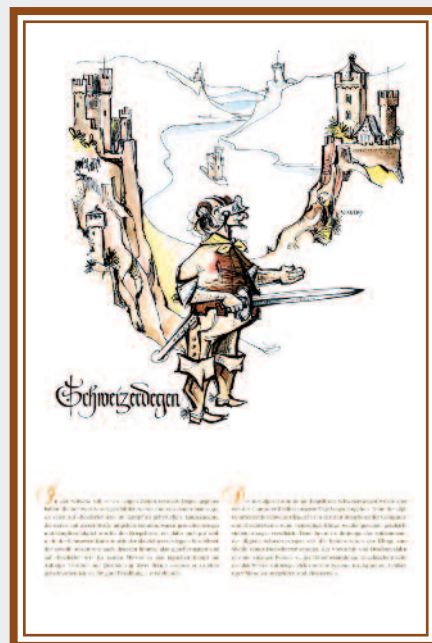
Der 1922 als Buch- und Offsetdruckerei Häuser KG in Köln gegründete Betrieb ist heute Kölns grösste Druckerei und eine der grössten in Nordrhein-Westfalen. Mehr als 80.000 Kunden greifen auf die Leistungen der Druckerei zu, davon über 1.200 Druckereien. Mehr als 1.000 Druckaufträge werden pro Tag vollstufig auf über 50 Maschinen und Anlagen abgewickelt. Seit 2003 sind die Geschäftsführer Günter und Heiko Mazur mit ihrer Online-Druckerei druckdiscount24.de aktiv. Heute produziert Häuser zu etwa 80% für die Online-Plattform und zu 20% im klassischen Geschäft.

Für die LED-UV-Technologie hat man sich bei Häuser entschieden, um die

Drucksachen scheuerfester zu machen und bei Bedarf sofort weiterverarbeiten zu können. An der Heidelberg Speedmaster XL 105 mit zwei nachgerüsteten LED-UV-Einschüben (einer über der Wendung und einer in der Auslage) samt Wasserkühlung kommen nun Farbverrührer zum Einsatz, um die UV-Farbe in der richtigen Fließfähigkeit zu halten. Produziert wird mit 13.000 bis 15.000 Bogen/h. Durch die sofortige Aushärtung der Druckfarben und den Wegfall von Puder können die Bogen sofort weiterverarbeitet werden. Da deutlich weniger Makulatur anfällt und Trocknungszeiten passé sind, können mehrere Stunden in der Produktion eingespart werden. Aufgrund der bisher guten Erfahrungen mit der LED-UV-Technologie sollen bei Häuser bald noch weitere Druckmaschinen nachgerüstet werden. Ebenfalls 2015 hat die Akzidenzdruckerei Hertle eine LED-Anlage des Typs LUV 80 installiert, um die Lieferzeiten zu verkürzen und entschied sich für die Aufrüstung der bestehenden Speedmaster SM 74-5. Robert Hertle berichtete, dass bisher drei bis fünf Tage zur Trocknung von Karten eingeplant waren. Diese Zeit sowie der Zeit- und Personalaufwand beim Aussortieren der Makulatur entfielen durch den Einsatz der UV-Trocknung. Ausserdem konnte das Portfolio an Bedruckstoffen erweitert werden. Ergänzt wurden die Berichte der Anwender durch Vorträge von Epple Druckfarben zu den Eigenschaften von LED-Farben und -Lacken sowie von Fujifilm zur Druckplattentechnologie für den UV-Druck.

› www.ist-uv.com

DIE DRUCKER- SPRACHE



DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache (Aushängen, Schnellschuss, Spiess, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlichten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und passenden, zeitgemässen Texten. Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder
12 Blätter im Set für 150,00 € (jeweils plus Versand).

arcus design & verlag oHG,
Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36
Telefax: 0 26 71 - 38 50
oder im Druckmarkt-Shop im Internet:
www.druckmarkt.de



Datev

ERSTE OCÉ COLOR-STREAM 3000 Z TWIN

Die Datev eG hat deutschlandweit die ersten beiden Océ ColorStream 3000 Z in Betrieb genommen. Das Unternehmen mit Sitz in Nürnberg zählt zu den grössten Informationsdienstleistern und Softwarehäusern für Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und Rechtsanwälte sowie deren Mandanten in Europa. Rechtzeitig zum wichtigen Jahresendgeschäft ergänzt die neue leistungsstarke Inkjet-Produktionsdrucklinie von Canon, die alternativ zur Rollen- auch die Stapelzuführung erlaubt, den Druck-Park der Datev. Dieser besteht aus insgesamt über 20 Océ VarioStream und Océ ColorStream Systemen.

Die Océ ColorStream 3000 Z Serie liefert die gleiche Qualität und Vielseitigkeit der erfolgreich im Markt etablierten ColorStream 3000 Serie. Sie verdankt ihren Namenszusatz einer einzigartigen Funktion – die optionale Simplex Z-Falz-Zuführung. Diese erlaubt alternativ zur Rollen- auch die Stapelzuführung und -ausgabe. Zusätzlich weist sie ein angepasstes Design auf und benötigt ein Drittel weniger Stellfläche als die grosse Schwester. Die Serie umfasst vier Systeme mit einer Druckgeschwindigkeit von 48 bis 127 m/Min. und einer entsprechenden Produktionsleistung von 324 bis 1.714 A4-Seiten pro Minute.

> www.canon.de

B&K Offsetdruck GmbH EAGLE INKJET-SYSTEM VON PROFI-TEC

B&K Offsetdruck GmbH in Ottersweier ist eine leistungsstarke Offset-Druckerei im Bogen- und Rollenoffset. Mit 210 Mitarbeitern werden pro Tag bis zu 60 Mio. Seiten im DIN A4-Format gedruckt oder 3,75 Mio. 16-seitige Prospekte erstellt. Täglich werden bis zu 4 Mio. Falzungen und bis zu 1 Mio. Hefungen fertiggestellt.



Im Bogen- und Rollenoffsetdruck produziert B&K auf Maschinen der neuesten Generation mit Sonderfarben, Leuchtfarben, Dispersionslack und Inline-Stanzungen. Die drei Rollendruckmaschinen sind mit Stanz-Perforations- und Leimwerk sowie einer UV-Lack-Station ausgestattet. In der Inline-Finishing-Anlage können Zeitschriften-Umschläge und Ad Specials in kurzer Zeit und hoher Qualität realisiert werden.

Vor Kurzem wurde in modernste Inkjet-Technik investiert. Das neue Eagle-Inkjet-System der profi-tec GmbH bietet nun völlig neue Möglichkeiten für den hochwertigen, variablen Datendruck mittels Inkjet.

Nahezu in Laserqualität können jetzt Substrate per Inkjet individuell bedruckt werden und auf Grund der grossen Druckbreite des Inkjet-Systems ergeben sich jetzt nahezu alle Möglichkeiten für eine kreative und hocheffiziente Produktion.

> www.profi-tec.com

EDELMANN SETZT AUF DIGITAL INDIVIDUALISIEREN, PERSONIFIZIEREN, KENNZEICHNEN

Edelmann ist führender Anbieter hochwertiger und innovativer Verpackungslösungen aus Karton und Papier. An 14 Standorten weltweit entstehen Packaging-Lösungen für grosse Marken, aber auch für kleinere Anbieter von Produkten der Segmente Beauty Care, Health Care und Consumer Brands. Neben den Länderspezifika von Verpackungen gibt es einen immer stärkeren Trend hin zu personalisierten oder individualisierten Produktausführungen. Auslöser und

seren Prozessen passt und ob sie unter Umständen modifiziert werden muss. Die Branchen Beauty Care, Health Care und Consumer Brands haben zum Teil unterschiedliche Anforderungen, die es zu erfüllen gilt», so der Geschäftsführer des Edelmann Produktionsstandortes Wuppertal, Christoph Kreiser. Eine aktuell in den Betrieb gegangene HP Indigo 30000 am Edelmann Produktionsstandort Wuppertal ist speziell für die Herstellung von



Artur Theis GmbH steigt mit einer HP Indigo 30000 in den Digitaldruck ein. Von links: Manuel Schrutt, Sales Manager Labels und Packaging Europe, Middle East and Africa bei Hewlett-Packard, Christoph Kreiser, CEO der Arthur Theis GmbH, Thorsten Wessler, Druckmeister/Operator bei der Arthur Theis GmbH.

Treiber sind Ansprache und Dialog der Markenartikler mit ihren Zielgruppen im Internet. Marketing 4.0 heisst das Zauberwort! Individuelle Produkte mit einer Losgrösse 1 sind nicht mehr fern. Auch die Verpackungshersteller müssen in Sachen Individualisierung und Personalisierung eine Antwort bieten. Zwischenzeitlich verfügt die Edelmann Gruppe über sieben Digitaldruckzentren an ihren Standorten. «Wir prüfen in jedem einzelnen Fall, welche angebotene Technologie mit ihren produktionstechnischen Features zu un-

Faltschachteln konzipiert. Bedruckt wird ein Bogenformat von 530 mm auf 750 mm mit bis zu 7 Farben. Durch eine Inline-Priming Einheit ist grosse Flexibilität im Bereich der zum Einsatz gelangenden Kartonsorten gegeben. Die Inline-Lackiermaschine erlaubt es, die bedruckten Bogen mit wasserbasierten oder UV-Lacken zu beschichten. So erfüllen die hier produzierten Verpackungen die hohen Standards, wie sie im Pharma- und Kosmetikbereich gefordert werden.

> www.edelmann.de

Labelbook Next Generation DÜNNER, LEICHTER, EFFIZIENTER

Mit dem Labelbook Next Generation setzt KilianDruck einen weiteren Meilenstein in der Geschichte der mehrlagigen Etiketten. Das innovative Etikett ist spürbar leichter – bis zu 50% des Gewichts werden bei einem neuen Produktionsverfahren eingespart.

Möglich macht das eine Auswahl an besonderen Dünnfolien. Dank dieser speziellen und für den Kunden individuellen Materialien lässt sich die Gesamtverpackung sortenrein entsorgen; Gebinde

und Etikett sind damit im kompletten Verbund recycelbar. Überzogen

mit bedrucktem Folienlaminat lässt es sich leicht öffnen und wiederverschliessen. Selbstklebend fest oder ablösbar – der Kunde hat die Wahl. Die Herstellung im Digitaldruck macht auch kleinere Auflagen rentabel.

Wenn es der Auftraggeber wünscht, integriert KilianDruck individuelle Personalisierungen, wechselnde Codierungen, Nummerierungen, Spezialklebstoffe oder Originalitäts- und Sicherheitsmerkmale. Es ist UV-stabil, wasser- und reissfest, lässt sich sowohl auf Flach- als auch auf Rundgebinde problemlos aufspenden und macht auch Umetikettierung problemlos möglich.

> www.kiliandruck.de



Laudert GmbH + Co. KG
**HP INDIGO 7800
 DIGITAL PRESS**

Die Laudert GmbH + Co. KG installiert eine HP Indigo 7800 Digital Press. Der europaweit führende Multi-Channel-Media-Dienstleister und Pionier im Digitaldruck kann dadurch eine hohe Qualität seiner Mailings, Verkaufsunterlagen und Plakate gewährleisten. Die neue Technologie ermöglicht es Laudert, individuell auf Kundenwünsche einzugehen und dabei gleichzeitig wirtschaftliche und ökologische Faktoren zu berücksichtigen.

«Wir sind begeistert von den neuen Möglichkeiten, die uns die HP Indigo 7800 Digital Press hinsichtlich Veredelung, Bedienung und Geschwindigkeit bietet», sagt Andreas Rosing, geschäftsführender Gesellschafter bei



der Laudert GmbH + Co. KG. «Das Feedback aus dem Team und die Reaktionen der Branchenkenner unter den Kunden sind schon jetzt höchst vielversprechend. Der Neuzugang wurde rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft in Betrieb genommen, sodass viele Weihnachtsgrüsse in diesem Jahr noch kreativer und edler beim Empfänger eintreffen werden.»

Die HP Indigo 7800 Digital Press druckt mit Geschwindigkeiten von bis zu 240 A4-Seiten pro Minute auf ein breites Spektrum an Medien, darunter auch synthetische Spezialbedruckstoffe wie Plastikkarten.

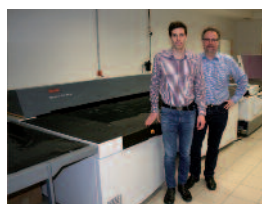
› www.hp.com

› www.laudert.de

Perfekte Druckformen
**KODAK FLEXCEL NX
 WIDE 5080 SYSTEM**

Das in Ochtendung angesiedelte Unternehmen Neufeind GmbH konzentriert sich seit ihrer Gründung im Jahr 1993 auf die Herstellung von Druckformen für den Verpackungsflexodruck und engagiert sich stark im Hochqualitätsbereich.

Im Lauf der Jahre hat Neufeind kontinuierlich in neueste Technologien investiert. Die neueste Investition ist ein Kodak Flexcel NX Wide 5080 System, das im August 2015 in Betrieb genommen wurde. Mit dem System, das die Herstellung von Flexo-



Mike Theisen (links), wie Dieter Neufeind ebenfalls Geschäftsführer der Neufeind GmbH, und Christian Decker, Betriebsleiter und zuständig für den Kundensupport, am Kodak Flexcel NX Wide 5080 System.

druckplatten in Formaten bis 1.270 x 2.032 mm erlaubt, holte sich Neufeind die Basis für eine weitere Qualitätssteigerung ins Haus. «Wir hatten uns schon seit einigen Jahren intensiv mit dem Thema Flat Top Dots beschäftigt und alle am Markt verfügbaren Lösungen getestet, einschliesslich Flexcel NX. Als Kodak dann die Flexcel NX Wide 5080 System lancierte, haben wir unsere Tests wiederholt und damit die besten Ergebnisse erzielt, sodass unsere Wahl feststand», erklärt Geschäftsführer Dieter Neufeind.

› www.kodak.de

Durst Medien-Datenbank
**ÜBER 1.500 GETESTETE
 ROLLENMEDIEN**

Durst stellt seinen Rho Kunden eine webbasierte Datenbank mit über 1.500 getesteten Rollenmedien kostenlos zur Verfügung. Die Drucksysteme zählen mit über 600 Installationen weltweit zu den erfolgreichsten Large-Format-Druckern. Kunden können ihre Druckmaterialien im Durst Democenter in Brixen testen lassen und erhalten die bestmöglichen Parameter, um das Drucksystem auf die jeweilige Anwendung einzustellen. Über die Jahre haben sich in den Archiven über 1.500 getestete Medien angesammelt. Durst hat diese Informationen jetzt digitalisiert und in einer Datenbank zusammengeführt.

› www.durst-online.com

Xeikon
**FUSION-TECHNOLOGIE
 VORGESTELLT**

Xeikon hat auf der Labelexpo Europe mit Fusion eine neue Technologie für die Etiketten- und Verpackungsproduktion angekündigt, die das Versprechen einer vollautomatischen, unbeaufsichtigten Produktion von der Kundenbestellung bis zur Auslieferung beinhaltet. Die Fusion-Technologie ermöglicht den Vollfarb-Produktionsdruck für die digitale Dekoration von Etiketten und Verpackungen als volldigitaler Produktionsprozess in nur einem Durchgang. Fusion wird eine Reihe von Veredelungsmodulen umfassen, die nach und nach erhältlich sein werden. Diese Module werden nicht einfach inline zur Druckmaschine installiert, sondern

sind Komponenten eines vollkommen neuen modularen Systems, bei dem das digitale Frontend die Druckvorstufe, die Datenverarbeitung, das Farbmanagement und den Betrieb der Druckmaschine übernimmt sowie die Steuerung und den Betrieb aller Veredelungsmodule ohne jeden manuellen Eingriff gewährleistet. Zu den potenziellen digitalen Veredelungsformen gehören Heiss-/Kaltfolienprägungen, Siebdrucke, Matt- und Glanzlacke, Strukturierungen sowie ein digitales Braille-Modul für Blindenschrift.

› www.xeikon.com

Toscana

Graubünden

Edle Weine der Brüder Davaz.

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

XL 106 ACHTFARBEN MIT LE-UV: VERKÜRZTE PRODUKTIONSZEITEN

Um neue Leistungen und Produkte anbieten zu können, investiert die Görres-Druckerei weiter. Die Speedmaster XL 106-Achtfarben mit UV-Lackwerk und Wendung verfügt über die LE UV-Trocknertechnologie und beschleunigt den Produktionsdurchlauf nach Angaben des Unternehmens erheblich, da die gedruckten Bogen sofort weiterverarbeitet werden können.

Text und Bilder: Heidelberg

Die Maschine ist in dieser Konfiguration die erste ihrer Art in Deutschland und wurde im April dieses Jahres am Sitz der Druckerei in Neuwied installiert. «Wir haben uns für das LE UV-System von Heidelberg entschieden und denken, dass diese Technologie die aktuell grösste technische Innovation im Offsetdruck ist», erklärt Marc Spitzlei, geschäftsführender Gesellschafter der Görres-Druckerei.

Schon nach wenigen Wochen ist das Unternehmen von den Vorteilen des LE-UV-Systems überzeugt – der trockene Bogen kann unmittelbar weiterverarbeitet werden, es ist kaum mehr Puder erforderlich und gedruckt werden kann nun sowohl auf Papier, Karton als auch auf Folien und PVC. «Dadurch nutzen wir die Chance, unser Produktportfolio zu erweitern und können unseren Kunden vielfältige Veredelungen, eine stark erweiterte Palette an möglichen Bedruckstoffen und eine verkürzte Produktionszeit anbieten», sagt Arnd Spitzlei, ebenfalls geschäftsführender Gesellschafter. «Besonders im Bereich der Naturpapiere, die durch ihre Haptik inte-



Mit einer Mustermappe zeigt die Görres-Druckerei die erweiterten Veredelungsmöglichkeiten. Die begutachteten auch (von links) Marc Spitzlei, Michael Neugart, Leiter Heidelberg Vertrieb Deutschland, Arnd Spitzlei, Alexander Schuster, Leiter Heidelberg Niederlassung Neuss und Angela Nachtsheim.

ressant sind, haben wir mit dieser Technologie optimale Produktionsbedingungen. Dies kommt zum Beispiel hochwertigen Produkten wie Geschäftsberichten zu Gute. Durch die Inline-Veredelung mit UV-Lacken lassen sich fantastische Ergebnisse erzielen und unsere Kunden sind begeistert», zeigt sich Marc Spitzlei zufrieden.

Traditions Haus

Die Görres-Druckerei feierte letztes Jahr ihr 120-jähriges Bestehen und produziert heute mit insgesamt 107 Mitarbeitern Werbe- und Verpackungsmaterialien für anspruchsvolle Kunden aus Industrie, Agenturen und Genossenschaften. Die vollstufige Druckerei arbeitet mit zwei

weiteren Druckmaschinen im Format 70 x 100 – einer Speedmaster SX 102-Achtfarben und einer Speedmaster XL 105-Fünffarben mit Lackwerk. «Wir sind bereits seit vielen Jahren eng und partnerschaftlich mit Heidelberg verbunden. Das zeigt sich auch in der Tatsache, dass Druckplatten und Druckfarben sowie die entsprechenden Verbrauchsmaterialien von Saphira im Einsatz sind. Zudem haben wir für alle Druckmaschinen Serviceverträge abgeschlossen, sodass wir hier ein hohes Mass an Planungssicherheit haben – dies sowohl auf der Kostenseite als auch hinsichtlich der Maschinenverfügbarkeit», stellt Angela Nachtsheim, ebenfalls Gesellschafterin, die gute Zusammenarbeit heraus.

Um für alle Kundenanforderungen gewappnet zu sein, bietet die Görres-Druckerei Offset- und Digitaldruck an. Auf zwei Digitaldrucksystemen der Linoprint-Reihe werden vorwiegend Kleinauflagen wie Visitenkarten, Flyer oder Vorabexemplare von Broschüren erstellt, sodass sich beide Druckverfahren bestens ergänzen. Ein entscheidender Vorteil hierbei ist, dass beide Drucktechnologien durch einen Workflow gesteuert werden. Insgesamt ist die Druckerei damit flexibel aufgestellt und kann ihren Kunden sowohl terminlich als auch qualitativ die jeweils gewünschten Produkte liefern.

- › www.heidelberg.com
- › www.goerres-druckerei.de

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





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

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

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

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



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

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

ÖFFNUNGSZEITEN

MONTAG
14.15 UHR – 18.30 UHR
DIENSTAG BIS FREITAG
10.15 UHR – 13.00 UHR
14.00 UHR – 18.30 UHR
SAMSTAG
NACH VEREINBARUNG

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

DOXNET Tag

«OUTPUT FABRIK DER ZUKUNFT»

100 Teilnehmer begrüßte der DOXNET Vorstandsvorsitzender Peter Dehm zum 6. DOXNET Tag am 19. November 2015 in München.

Das Thema «Die Output-Fabrik der Zukunft/Industrie 4.0» hatte viele Interessenten bewegt, diesen Tag zu reservieren und nach München zu kommen. Vorstandsmitglied Robert Herele, wie jedes Jahr der Organisator, hatte zwei ausgewiesene Fachleute angeboten: Dipl.-Ing. Tobias Strölin und Dr. Stefan Gerlach, beide aus dem Competence Center Produktionsmanagement am Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO. Beide veranschaulichten die Grundlagen und Auswirkungen von Industrie 4.0.

Nach der Mittagspause zeigten die DOXNET Mitglieder Uwe Hammann (Leiter Druck- und Versandtechnik, Datev eG) und Martin Metzger (Print und Output Services, Allianz Deutschland AG) in zwei Kurzvorträgen, dass das Thema nicht nur weit am Horizont steht, sondern schon in den Druckzentren diskutiert oder real umgesetzt wird. Diese Beispiele gaben einigen Zuhörern zu denken und viele hatten bereits Lösungsansätze für ihre eigene Produktion im Kopf. Die zahlreichen Fragen und fundierten Antworten aus der anschließenden Podiumsdiskussion mit den Referenten sowie Christoph Fleischmann (Executive Director Procurement, Océ Printing Systems GmbH) komplettierten den Tag zu einem erfolgreichen Wissens- und Erfahrungsaustausch.

› www.doxnet.de

Canon (Schweiz) AG

SWISS CROSSMEDIA CONFERENCE IN BERN

«Unsere Kunden hatten den Wunsch geäußert, sich untereinander über das Thema Crossmedia austauschen zu wollen, um mehr über die Erfolgsprojekte anderer Kunden zu erfahren. Dies veranlasste uns dazu, die Swiss Crossmedia Conference ins Leben zu rufen», erklärt Diego Stäheli, Product Marketing Manager OIP Professional Printing bei Canon.

Am 5. November 2015 fand die erste Swiss Crossmedia Conference in enger Zusammenarbeit mit dem Canon-Kunden Stämpfli AG in Bern statt. In den Räumlichkeiten der Stämpfli AG trafen sich zehn Unternehmen aus dem Druck- und Kommunikationsbereich, die bereits Crossmedia-Dienstleistungen anbieten. Sie informierten sich über die neue Version der Software Direct-Smile und die Chancen, die sich daraus ergeben, sowie die technischen Aspekte crossmedialer Kampagnen. Zudem tauschten sie sich in Workshops und bei Präsentationen über die Herausforderungen sowie Verkaufswege in der crossmedialen Kommunikation aus.

› www.canon.ch

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin «Druckmarkt impressions».

Telefon 0 26 71 - 38 36

E-Mail:

nico@druckmarkt.com



3. TÿPO St.Gallen

ES GING UMS TEMPO

In der Buchstadt St.Gallen wurde Ende September zum dritten Mal die TÿPO St.Gallen durchgeführt. Die hochkarätig besetzte Typografie-Tagung beschäftigte sich in diesem Jahr mit dem Thema «Tempo». Rund 300 Fachexperten, Unternehmer sowie Lernende und Studierende nahmen an der dreitägigen Veranstaltung teil.

«Es hat sich etwas verändert», sagte Bernd Kuchenbeiser während seiner Rede am ersten Veranstaltungstag. Gemeint hat er damit die Veränderung des Arbeitstempus in seinem Beruf als Gestalter und Autor. Weiter verglich Kuchenbeiser seine gestalterischen Arbeiten mit der Musik: «Es gibt unterschiedliche Rhythmen, man kann leiser und lauter spielen, man muss das Timing richtig bestimmen.»

Bei allen Fachreferenten kamen die unterschiedlichen eingesetzt werden, um Leser zu führen, um sie schnell zum gewünschten Ziel zu führen und ihnen dann Ruhe und Zeit zum Konsumieren der Inhalte zu lassen, deutlich zum Ausdruck.

Vor diesem Hintergrund referierten die Präsentatoren über ihre Arbeiten, Ideen und

Konzepte sowie über die Buchgestaltung.

Als Moderator führte der Gestalter Clemens Theobert Schedler das Publikum erneut leichtfüßig und mit Witz durch das Tagungsprogramm. Die Gäste verfolgten die Reden von Typografie-Koryphäen wie Werner Jeker, Luc de Groot, Jost Hochuli und vielen weiteren interessanten Persönlichkeiten. Wie schon in den vergangenen Jahren sprechen die Veranstalter von einem Erfolg. «Typografie ist mehr als Buchstaben aneinanderzureihen. Mal verschwindend, mal in Aktion – es funktioniert immer, wenn der Inhalt führt. Vernetzte Menschen vernetzen die Disziplinen, so entsteht in der Informationsflut Intelligentes. Unter den Gesichtspunkten von Information, Netzwerk, Spass und inhaltliche Relevanz sind wir mit dem Anlass höchst zufrieden», erklärt Kathrin Lettner, Abteilungsleiterin der Schule für Gestaltung St.Gallen, und fügte hinzu: «Wir freuen uns, wenn wir 2017 wieder Presenting Partner sind.»

› www.typo-stgallen.ch

«Print Works»

GRAFIKDESIGN ZUR LEIPZIGER MESSE

Anlässlich des Jubiläums «850 Jahre Leipziger Messen» zeigt die Sonderausstellung «Print Works – Grafikdesign zur Leipziger Messe» im Museum für Druckkunst Leipzig wahre Druckschätze aus der Messesgeschichte.

Leipzig lange Tradition als Messestadt geht auf das Jahr 1165 zurück, als die wachsende Siedlung mit dem Stadt- auch das Marktrecht erhielt. Erste grafische Ercheinungsbilder zur Messe wurden jedoch erst im frühen 20. Jahrhundert geschaffen. Eins davon ist das 1917 eingeführte Doppel-M, das auf der seit 1895 in Leipzig stattfindenden Muttermesse basiert und wohl zu den bekanntesten Symbolen der deutschen Messewirtschaft gehört.

Die Ausstellung zeigt eine Auswahl an Plakaten, Katalog- und Buchtiteln, Formulare, Anzeigen und anderen Drucksachen zu den Leipziger Messen als Reproduktion oder im Original. Gezeigt werden zudem grafische Arbeiten von Ausstellern, die für einen Auftritt auf den Messen entstanden sind. Es erscheint ein begleitender Katalog.

Die Ausstellung im Museum für Druckkunst läuft noch bis 10. Januar 2016.

› druckkunst-museum.de

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



ERSTE INPRINT MAILAND Gemäss ihrem Leitbild «die Zukunft des industriellen Drucks zu gestalten» geben die InPrint-Veranstalter FM Brooks den ersten Termin für eine InPrint in Mailand bekannt. Die Veranstaltung für den Bereich des industriellen Drucks findet vom 9. bis zum 11. November 2016 im nahe dem Stadtzentrum gelegenen Kongresszentrum MiCo (Milano Congressi) statt.

FESPA DIGITAL 2016 Anlässlich ihres zehnjährigen Jubiläums wird die Fespa Digital 2016 vom 8. bis 11. März 2016 in Amsterdam stattfinden und mit einer Ausstellungsfläche von 42.000 m² in sieben Messehallen aufwarten. Parallel zur Fespa Digital 2016 wird die Fespa Textile, vormals Fespa Fabric, stattfinden.



Dabei werden Textil-drucksysteme und -anwendungen in einer eigenen Halle auf 7.342 m² zu sehen sein. Auch die Messe Printeriors 2016 findet parallel zur Fespa

Digital statt. Einmal mehr dreht sich dabei alles um die Frage, wie Innenräumen mithilfe von Print eine individuelle Note verliehen werden kann.
 › fespadigital.com › fespatextile.com › printeriors.net

SECHS THEMENPARKS In wohl kaum einer anderen Messehalle wird die Innovationsdichte zur drupa 2016 so hoch sein, wie in Halle 7. Im drupa innovation park zeigen rund 130 Aussteller in sechs Themenparks ihre Innovationen rund um Workflowprozesse, Automatisierung und Printtechnologien. Erstmals werden in einem speziellen Themenpark auch erfolgreiche Geschäfts- und Marketingkonzepte präsentiert. Damit bietet der drupa innovation park den drupa-Besuchern den Vorteil, Innovationen und marktreife Anwendungen kreativer Printprodukte und Technologien in komprimierter Form zu sehen.
 › www.drupa.de

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

«Strategisch drucken!»
PRINTHOUSE TALK VOM VDM NW

Der Verband Druck + Medien Nord-West e. V. konnte am 5. November 2015 rund 60 Gäste auf der Messe viscom in Düsseldorf zum 16. printhouse talk mit dem Thema «Strategisch drucken! – Was geht, was kommt, was bleibt?» begrüßen. Unter der Moderation von Stefan Höynck, stellvertretender Geschäftsführer des VDM Nord-West und Sabine Klement, Inhaberin einer Agentur für Kunst Vermietung & Vermittlung aus Köln, diskutierten die fünf Talkgäste über Strategien im Druck- und Medienumfeld und zeigten diverse Möglichkeiten auf. Dieser printhouse talk widmete sich verschiedener Herangehensweisen an das Thema Drucken als Geschäftsmodell. Druckproduktion auf Sand, der Transport von Printmedien über Kunstprojekte, die Erschliessung von innovativen Themen und Märkten, zukünftige Produktinnovationen, drucken von besonderen Produkten, APPs als Ausgangsbasis für Druckprodukte, MRM und Online-Marketing als Geschäftsfelder waren nur einige der diskutierten Themenfelder. Die eingeladenen Experten und Praktiker stellten sich Fragen wie: Welche Geschäftsmodelle können funktionieren? Wie positioniert sich eine «normale» Druckerei für Besonderes, Feines, Hochwertiges, entwickelt Prototypen und Kleinserien und wie kann eine Verbindung der Online- mit der Offline-Welt funktionieren? Alles Geschäftsmodelle, bei denen Druck die finale Komponente ist und die dennoch ganz unterschiedlich funktionieren.
 › www.vdmnw.de

JETZT KALENDER EINREICHEN
GREGOR INTERNATIONAL CALENDAR AWARD 2016

Kalendermacher aus dem In- und Ausland können noch bis 30. Dezember 2015 ihre Kalender für das Jahr 2016 beim Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg in Stuttgart einreichen. Im Rahmen der renommierten Wettbewerbe um den gregor international advertising calendar award, den gregor international photo calendar award 2016 und den gregor japan calendar award werden die kreativsten und am besten gestalteten Kalender der Welt gesucht.

Jede Art von Kalender ist zugelassen: Fotokalender ebenso wie rein grafisch gestaltete Kalender, bei denen es sich um Produktwerbung, Imagewerbung, Kunst und Kultur, Technik und Verkehr, Sport/Hobby/Humor, Erotik/Freizeit; Verein; Arbeitswelt, Einblattkalender, Designobjekt, Tisch-/Buchkalender, Adventskalender, Schul-Kalenderprojekte, Non-Profit/soziale Projekte oder um sonstige/besondere Themen handelt.

Zur Teilnahme aufgefordert sind alle an einer Kalenderproduktion beteiligten Hersteller, Gestalter, Fotografen, Werbeagenturen, Verlage und Druckereien sowie Auftraggeber aus der Industrie. Alle rechtzeitig eingereichten Kalender werden vom 22. Januar bis 14. Februar 2016 im Haus der Wirtschaft Baden-Württemberg in Stuttgart präsentiert.

Veranstaltet werden die Wettbewerbe und Kalendersausstellungen vom Graphischen Klub Stuttgart e. V., dem Ministerium für Finan-

zen und Wirtschaft Baden-Württemberg und dem Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg e. V. Zudem loben der Graphische Klub Stuttgart und seine Partner ab sofort den Förderpreis Gregor Young Talent Award aus, ein Nachwuchswettbewerb für junge Gestalter.



Der Gestaltungswettbewerb richtet sich an Studierende und Auszubildende bis 28 Jahre, er soll als Starthilfe für besonders begabte Nachwuchskräfte im Bereich der Kalender-Gestaltung dienen. Der Graphische Klub Stuttgart möchte mit dem Gregor Young Talent Award den kreativen Nachwuchs fördern und hofft auf spannende neue Ideen des Kalenderschaffens, die zur Reflexion über den Kalender in unserer Zeit anregen. Den Siegern winken eine öffentliche Plattform und beste Kontakte in die Werbe-, Verlags- und Druckbranche.
 › gregor-calendar-award.com

Wettbewerb

**POST-INNOVATOR
DES JAHRES**

Der Brief ist nicht tot. Im Gegenteil. Er geht ganz neue Wege. Immer mehr Geschäftsdokumente werden auf immer mehr Kanälen verschickt – analog und elektronisch. Individuelle Marketingbotschaften spielen im Kundendialog eine wachsende Rolle. Es wird also Zeit für eine Leistungsschau der Postproduktion und -logistik. Deshalb rufen die Veranstalter zu einem Wettbewerb auf. Gesucht wird der «Post-Innovator des Jahres!»

Einsendeschluss ist der 28. Februar 2016. Dann tagt die Jury, gebildet aus Experten des Bundesverbandes Briefdienste, des DOXNET-Verbands, des Postmaster-Magazins und Pitney Bowes. Die Preise werden im Mai auf der drupa 2016 in Düsseldorf übergeben. Die drei Gewinner und deren innovative Projekte werden im Postmaster Magazin vorgestellt.

- › www.doxnet.eu.
- › www.briefdienste-online.de
- › www.pitneybowes.com

Erfolgreich durchgeführt
**WORKING WITHOUT
WASTE SEMINAR**

Vertreter der Unternehmen AB Graphic, AVT, Avery Dennison, GSE Dispensing, GEW und Martin Automatic führten am 5. November in Heidelberg ihr erstes Seminar zu dem Thema «Working without Waste» durch.

30 Teilnehmer aus der Etikettenindustrie im deutschsprachigen Raum nutzten die Gelegenheit, mit den Referenten der Hersteller über Möglichkeiten zur Reduzierung und Vermeidung von Abfall an Material, Zeit, Energie, Fehlproduktion und anderen Aspekte bei der Herstellung von Etiketten zu diskutieren. In den Gesprächen und der Podiumsdiskussion waren sich Veranstalter und Teilnehmer einig, dass mit gezielten Massnahmen beträchtliche Einsparungen an Arbeit, Material und Energie gemacht werden können.

In seiner Zusammenfassung wies Moderator Wolfgang Klos-Geiger, GeigerMedien, darauf hin, dass die Gruppe ab Februar nächsten Jahres weitere Seminare in England, den Niederlanden und anderen europäischen Märkten veranstaltet. Die nächste Tagung in Deutschland ist für den Herbst 2016 geplant.

› workingwithoutwaste.com

6. bis 7. April 2016

**ZÜRCHER
VERPACKUNGSEVENT**

Der Schweizer Verpackungsevent mit den Einzelmessen «Empack», «Packaging Innovations» und «Label&Print» will einen Überblick zu Entwicklungen und Trends in der Verpackungstechnologie, Druckveredelung, bei Packaging-Lösungen, Design und Markenbildung vermitteln. Bei dem Verpackungsevent trifft sich das Who-is-Who der Schweizer Verpackungswelt. Hier präsentieren Experten aus unterschiedlichen Teil-Branchen ihre Lösungsvorschläge für Verpackungen der Zukunft.

Rund 4.000 Fachbesucher werden vom 6. bis 7. April 2016 in Zürich erwartet. Mit mehr als 160 Anmeldungen waren Anfang Dezember – vier Monate vor Start – bereits 80% der Hallenflächen belegt. Spannende Panel-Diskussionen, Workshops und kostenlose Fachvorträge bieten die Möglichkeit, das Neuste über Trends, Anwendungen und Marktentwicklungen zu erfahren.

› verpackung-zuerich.ch

Fedrigoni

**CARD COUTURE
AWARD 2016**

Der Card Couture Award der italienischen Papiermanufaktur Fedrigoni prämiiert Projekte, die auf den Chromosulfatkartons Symbol Card, Symbol Card Quick oder Symbol Card 2Side verwirklicht wurden.

Bis zum 30. April 2016 sind Kreative, Produzenten und Auftraggeber aufgerufen,



ihre umgesetzten Projekte einzureichen. Prämiiert werden die besten drei Arbeiten in den Kategorien «Packaging», «Kalender» und «Kommunikation & Design». Der Einreicher des aussergewöhnlichsten Projektes gewinnt zudem eine Leica X2 Kompaktkamera der streng limitierten Edition «The Paper Skin» – die erste mit Papier bezogene Kamera!

- › www.symbolcard.de
- › www.fedrigoni.de

Neue Initiativen

**WORLD PUBLISHING
EXPO 2016**

Die World Publishing Expo vom 10. bis 12. Oktober 2016 in Wien wird nach Angaben des Veranstalters mit den zwei neuen Konferenzen «Digital Media World» und «Print World» aufgepeppt – fokussiert auf die Bedürfnisse der Medienmacher.

«Digital Media World» wird folgende Themen in den Fokus rücken: Fallstudien zur Transformation; Social Media und Plattformstrategien; Mobil monetarisieren; Ad-Blocking und smartes Werben; Online-Video; Bezahlinhalte 2.0 sowie Virtuelle Realität im Storytelling. «Print World» beleuchtet Innovation im Druck; Inkjet-Anwendungen in der Zeitungsproduktion; Aufwertungen im Prepress-Bereich; Druck und Versand; Fallstudien des International Newspaper Color Quality Club sowie Möglichkeiten mit niedriger Grammaturn und aufgebessertem Zeitungspapier.

› worldpublishingexpo.com

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

Henry Ford



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

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

Impress

DRUCKGRAFISCHE SYMPOSIEN

Aus Anlass des 25-jährigen Jubiläums des BBK Leipzig e. V. zeigt das Museum für Druckkunst bis 24. Januar 2016 aktuelle Arbeiten, die im Rahmen der druckgrafischen Symposien des Vereins im Sommer 2015 in Leipzig und Umgebung entstanden sind. Die Ausstellung wird ergänzt durch Werke aus über zwei Jahrzehnten. Erstmals wird eine Auswahl der beachtlichen Resultate der Symposien in einer gemeinsamen Schau präsentiert. Die alljährlich stattfindenden Symposien in Kooperation mit mehreren Druckwerkstätten vermitteln einen Überblick über die Tendenzen in der zeitgenössischen Druckgrafik im Hoch-, Tief- und Flachdruck. Die über 60 ausgewählten Grafiken zeigen, wie vital, innovativ und facettenreich diese Techniken sind.

Unter den Teilnehmern sind sowohl Leipziger als auch internationale Künstler. Neben der Vernetzung steht vor allem die Förderung des künstlerischen Nachwuchses sowie die Schaffung von Arbeitsbedingungen im Vordergrund, die es den teilnehmenden Künstlern ermöglichen, frei von finanziellen Belangen zu arbeiten und sich untereinander auszutauschen.

Ergänzt wird die Schau Impress durch historische Druckpressen aus dem Museum. Bei einem Rundgang durch die Dauerausstellung können die Drucktechniken und ihre Geschichte aktiv erlebt werden.

› druckkunst-museum.de

RICOH-STUDIE

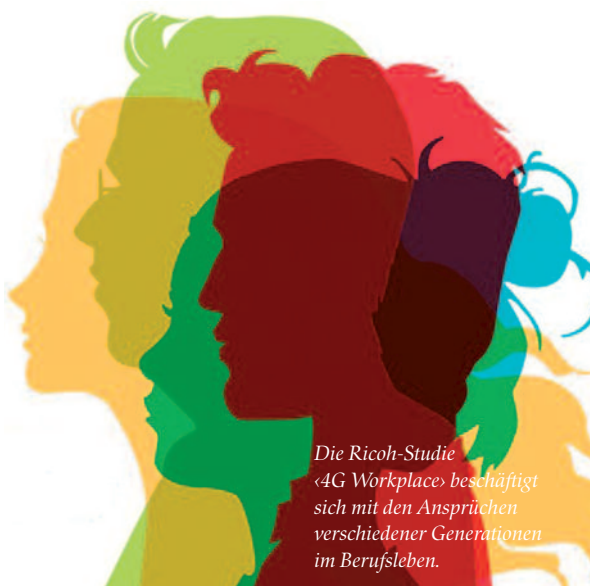
INTEGRATION DER JÜNGSTEN GENERATION STELLT HOHE ANFORDERUNGEN

Die meisten Unternehmen sind noch damit beschäftigt, die sogenannten Millennials oder auch Generation Y (die Jahrgänge von etwa 1977 bis 1995) am Arbeitsplatz zu integrieren, da zeigt eine von Ricoh in Auftrag gegebene Studie, dass auch die darauf folgende Generation Z (1995 bis 2010), also junge Menschen im Alter von höchstens 19 Jahren, die Unternehmen vor neue Herausforderungen stellen wird.

Ausserdem bevorzugen doppelt so viele Mitglieder der Generation Z Unternehmen, die ihnen das Gefühl geben, dass sie mit ihrer Tätigkeit die Welt verändern können. 34% der Generation Z finden dies wichtig, im Vergleich zu 13% bei den Babyboomern, 14% bei der Generation X (Jahrgänge vor 1977) und 15% bei den Millennials. Ausserdem gaben fast dreimal so viele der Befragten der Generation Z (28%) an, dass

Im Hinblick auf den Arbeitsalltag waren 30% der Generation Z der Meinung, dass unflexible Arbeitszeiten sie sehr unzufrieden machen würden. Dies sahen nur 13% der älteren Generation, 17% der Generation X und 20% der Millennials genauso. Ein Drittel der Generation Z empfindet ausserdem einen Mangel an Informationen und Innovationen als sehr frustrierend.

› www.ricoh.de



Die Ricoh-Studie «4G Workplace» beschäftigt sich mit den Ansprüchen verschiedener Generationen im Berufsleben.

Im Vergleich zu vorhergehenden Generationen hat die Generation Z höhere Erwartungen an den Arbeitsplatz. Abgesehen vom Gehalt seien eine ausgewogene Work-Life-Balance (48%), die Zusammenarbeit mit interessanten Menschen (47%) sowie flexible Arbeitszeiten, gute Sozialleistungen und Arbeitsplatzsicherheit (jeweils 42%) wichtig. Ältere Generationen wünschen in erster Linie einen sicheren Arbeitsplatz.

sie in Unternehmen arbeiten möchten, die Technologien für ein effizienteres Arbeiten bereitstellen, während dies nur für 10% der älteren Generationen wichtig ist. Die Generation Z ist darüber hinaus wesentlich schneller frustriert als ältere Generationen. Eine gute Kommunikation ist für sie ausschlaggebend: 43% gaben an, dass sie mangelnde Kommunikation seitens der Kollegen stören würde. In den anderen Generationen vertreten nur 19% dieselbe Meinung.

Anmerkung der Redaktion:

Jetzt darf man sich sicherlich die Frage stellen, wie sinnvoll Studien dieser Art sind. Für mich jedenfalls gehören sie in die Kategorie «Neues von nichts Neuem». Denn zu allen Zeiten haben sich die Generation in ihrer Meinung und Lebensauffassung zum Teil erheblich voneinander unterschieden. Und schon immer hat sich die jeweils jüngste Generation im Laufe der Zeit ihre Hörner abgestossen und kam später zu völlig anderen Erkenntnissen als in der noch unerfahrenen Zeit.

Weshalb Ricoh eine solche Studie durchführen lässt, ist mir daher ein Rätsel. Denn wirklich sinnvolle Rückschlüsse lassen sich zumindest aus den von Ricoh kommunizierten Zahlen nicht ziehen. Es sei denn, man ist daran interessiert, in welche Schubladen X, Y oder Z man die einzelnen Generationen einzuordnen hat.


nico

22. Leipziger Typotage ÜBER DAS «NEUE» IN SCHRIFTGESTALTUNG

Am 23. April 2016 finden die 22. Leipziger Typotage unter dem Thema «Schrift Neu. Über das «Neue» in Schriftgestaltung und Typografie» im Museum für Druckkunst Leipzig statt. Dabei wird der Bogen von der Erfindung der Druckseite über die Neue Typografie der 1920er Jahre bis zu digitalen Endgeräten und aktuellen Entwicklungen in Schriftgestaltung und -technologie gespannt. Den Auftakt zu den Typotagen 2016 bildet die Eröffnung der von Jost Hochuli kuratierten Ausstellung «Typografie in Briefen» am

Vorabend, 22. April 2016. Präsentiert werden von Hand geschriebene Briefe bekannter Gestalter, Typografen und Verleger, die nicht wegen ihres Inhalts, sondern wegen ihrer Schrift gezeigt werden. Nach dem Erfolg der letzten Typotage führen Maurice Göldner und Britt Schlehahn im Anschluss an die Konferenz wieder in einem typografischen Rundgang am 24. April durch die Stadt. Alternativ kann man die Typotage bei einem Letterpress-Workshop im Museum ausklingen lassen.

› www.typotage.de



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

Also: schnell **kostenlos**
bestellen!

www.druckmarkt.ch

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

SEMINARE, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2016	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
08. 01.	VDM NW, Adobe Edge Animate – HTML/CSS-Animationen für Tablets	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
08. 01.	VDM NW, Adobe Edge Animate – HTML/CSS-Animationen fürs Web	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
11. 01. – 12. 01.	Polar, Kurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
15. 01. – 16. 01.	Typographische Gesellschaft München, Makrotypografie, Seitenaufbau	Germering	› www.tgm-online.de
18. 01. – 20. 01.	VDM NW, Adobe Photoshop – Basiswissen Bildbearbeitung	Lünen	› www.vdmnw.de
19. 01. – 20. 01.	Management Forum Starnberg, Industrie 4.0 – vom Konzept zur Umsetzung	Ludwigsburg	› www.management-forum.de
19. 01. – 20. 01.	VDM NW, Offsetdruck – Angewandtes Messen und Prüfen II	Lünen	› www.vdmnw.de
19. 01. – 20. 01.	VDM NW, Bogenoffset – Produktionsprozess live erleben	Lünen	› www.vdmnw.de
21. 01. – 22. 01.	VDM NW, Adobe Photoshop – Medienneutrale Farbkorrekturen mit ICC-Profil	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
25. 01. – 26. 01.	VDM NW, HTML/CSS – Response Webdesign versus Adaptive Webdesign	Lünen	› www.vdmnw.de
26. 01.	Fogra, Umsetzung der neuen ISO 12647-2	München	› www.fogra.org
26. 01. – 27. 01.	VDM NW, PDF/X – Erzeugung perfekter Druckdaten	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
27. 01.	ZLV, Neue Verfahren und Produkte für Hygiene und Prozesskontrolle	Kempten	› www.zlv.de
27. 01.	Schweizerisches Verpackungsinstitut, Einführungstag in das Verpackungswesen	CH-Zürich	› www.svi-verpackung.ch
28. 01.	VDM NW, PDF/X – Analyse und Korrekturen mit Adobe Acrobat	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
28. 01.	VDM NW, Vertrieb – Akquisitionsmanagement	Lünen	› www.vdmnw.de
01. 02. – 02. 02.	VDMB, Noch erfolgreicher verkaufen! Das Vertriebsstraining – Modul 3	Ismaning	› www.vdmb.de
02. 02. – 03. 02.	Innoform Coaching, Elektrostatik bei Folienherstellung, -verarbeitung und -nutzung	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
03. 02.	Management Forum Starnberg, 3D-Druck – Additive Fertigungstechnologien	München	› www.management-forum.de
04. 02.	VDM NW, Vertrieb – erfolgreiche Kundenrückgewinnung, professionelle Kundenbindung	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
06. 02. – 07. 02.	Typographische Gesellschaft München, Monotypie – Drucken ohne Presse	München	› www.tgm-online.de
08. 02. – 09. 02.	Polar, Kurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
08. 02. – 11. 02.	VDM NW, Neue Medien – Expertentraining	Lünen	› www.vdmnw.de
09. 02. – 10. 02.	VDM NW, Adobe Photoshop – komplexe Freisteller und Masken	Lünen	› www.vdmnw.de
09. 02. – 10. 02.	Innoform Coaching, Einsteigerseminar: Typische Folienverpackungen für Lebensmittel	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
11. 02. – 14. 02.	Typographische Gesellschaft München, Modul: Text und Typografie	München	› www.tgm-online.de
12. 02. – 13. 02.	Typographische Gesellschaft München, Das grosse 1x1 der Printproduktion	München	› www.tgm-online.de
16. 02.	Typographische Gesellschaft München, Druckmedien nachhaltig produzieren	München	› www.tgm-online.de
19. 02.	Typographische Gesellschaft München, Geschäftsfeld B-to-B	München	› www.tgm-online.de
19. 02.	VDM NW, Vertrieb – technische Grundlagen der Kalkulation	Lünen	› www.vdmnw.de
19. 02. – 20. 02.	Typographische Gesellschaft München, Schrift: Basis, Schriftart, Schriftwahl	Germering	› www.tgm-online.de
22. 02. – 23. 02.	Management Forum Starnberg, Auftritt und Wirkung	München	› www.management-forum.de
22. 02. – 23. 02.	VDM NW, jQuery – Web-Animationen und Interaktionen per Javascript-Framework	Hamburg	› www.vdmnw.de
22. 02. – 23. 02.	VDM NW, Vertrieb – Basiswissen Kalkulation	Lünen	› www.vdmnw.de
22. 02. – 24. 02.	VDM NW, Adobe InDesign – Basiswissen Layout und Satztechniken	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
24. 02.	ZLV, Einstieg in die Folienverpackung für Lebensmittel	Kempten	› www.zlv.de
24. 02. – 25. 02.	Innoform Coaching, Mechanische Folienprüfung – Theorie und Praxis	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
29. 02.	impressed, Enfocus PitStop Starter	Hofheim	› www.impressed.de
29. 02. – 02. 03.	VDM NW, Adobe InDesign – Basiswissen Layout und Satztechniken	Hamburg	› www.vdmnw.de
01. 03.	impressed, Enfocus PitStop Insider	Hofheim	› www.impressed.de
01. 03. – 02. 03.	Innoform Coaching, Megatrend Convenience: Machen Sie Ihre Verpackungen höflich	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
02. 03.	VDMB, ProzessStandard Offsetdruck: PSO Update: Refresh your Standard	Ismaning	› www.vdmb.de
02. 03.	VDM NW, PDF/X-4 – der neue Standard für digitale Druckvorlagen	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
02. 03. – 03. 03.	Fogra, Farbmanagement – Grundlagen	München	› www.fogra.org
03. 03.	VDM NW, Vertrieb – Akquisitionsmanagement	Hamburg	› www.vdmnw.de
03. 03.	VDM NW, PDF Master Class II – effizienter und sicherer Einsatz von PDF	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
07. 03.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSD	München	› www.fogra.org

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.



Publikation2015
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

ZERTIFIZIERTE QUALITÄT.

DRUCKMARKT wurde vom Verband
Schweizer Medien mit dem Gütesiegel
für das Jahr 2015 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 2015
Alle Informationen unterliegen dem Copyright. Vervielfältigungen gleich welcher Form oder Menge sind nur mit Genehmigung des Verlages und unter Quellenangabe zulässig.

Auflage und Bezug

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

Verlag und Herausgeber

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

Redaktionsbüro Schweiz

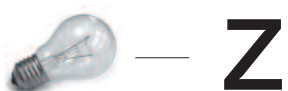
Druckmarkt Schweiz
Ansprechpartner Verkauf:
Seefeldstrasse 62, CH-8008 Zürich
Jean-Paul Thalman
thalmann@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
M +41 79 405 60 77

Redaktion

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

Druckmarkt im Internet:

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



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

wir freuen uns über Ihren
Besuch:

www.xyz.ch

Stefi Thalman



oberdorfstrasse 13 - 8001 zürich - www.stefitalman.ch

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung



Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch



Karl Schwegler AG
Druckerei mit Format*

**Plakate Offset + Digital
Grossformatdruck bis 130 x 185cm*

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



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 «Investitions-kompass» bündelt die Fachschriftenreihe «Druckmarkt COLLECTION» ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht. Mehr kann eine Messe auch nicht bieten.

