



40 JAHRE CD Von der Silber- scheibe zur Cloud

Am 17. August 1982 begann in Langenhagen bei Hannover die weltweit erste industrielle Produktion von Musik-CDs mit dem *Abba*-Album *«The Visitors»*. Bereits 1981 wurde die Compact Disc bei der Funkausstellung in Berlin öffentlich vorgestellt. Die CD war Anfang der 1980er-Jahre eine Audiorevolution. Sie bot eine Klangqualität, die mit herkömmlichen Schallplattenspielern nicht erreichbar war, war nutzerfreundlich, klein, leicht, gut transportabel und verkratzt nicht so leicht. Musste man eine Schallplatte nach etwa 30 Minuten umdrehen, um die zweite Seite zu hören, konnte man nun eine Stunde ohne Unterbrechung Musik hören. Bereits wenige Jahre nach der Markteinführung verdrängte die Compact Disc etablierte Musikformate wie Vinyl-Alben oder Musikkassetten. Im Jahr 2000 erreichte die CD laut der *International Federation of the Phonographic Industry (IFPI)* mit 2,4 Milliarden verkauften Exemplaren weltweit ihren Höhepunkt. Seit 2017 werden im globalen Musikmarkt mehr Umsätze mit Streaming erwirtschaftet als mit physischen Tonträgern.

Mit 16,9 Milliarden US-Dollar wird mit Streaming weltweit mehr als dreimal so viel Umsatz generiert wie mit CDs oder Schallplatten, die auf 5 Mrd. \$ Umsatz kommen. Neben Streaming besteht der Online-Musikmarkt noch aus Downloads und anderen Online-Musikdiensten, die 1,1 Mrd. \$ generieren.

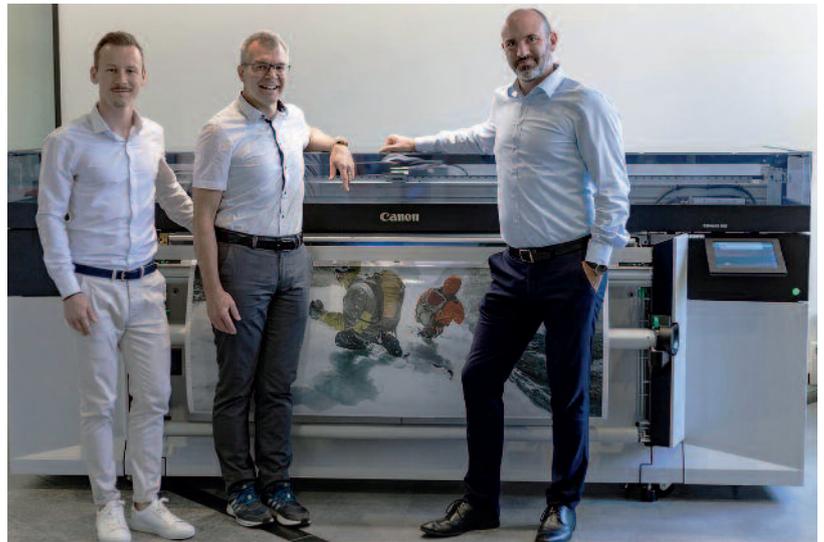
Parallel zur Audio-CD entwickelte sich die CD als optischer Datenträger. Bis in die früheren 2010er-Jahre war die Compact Disc einer der meistgenutzten Datenträger. Später wurde sie durch USB-Sticks abgelöst. Auch das Brennen von CDs hat sich erübrigt. So wie Musik gestreamt wird, werden Daten heute vor allem aus der Cloud geladen.

UMBAU Mondi übernimmt Werk von Burgo

Die *Mondi-Gruppe*, Wien und London, wird das italienische Werk Duino in der Nähe von Triest von der *Burgo-Gruppe* für einen Preis von 40 Mio. € erwerben. Das Werk betreibt eine Papiermaschine, die leichtgewichtiges LWC produziert. *Mondi* plant die Papiermaschine für eine Investition von rund 200 Mio. € umzubauen und künftig etwa 420.000 Jahrestonnen Wellpappenrohpa-piere auf Altpapierbasis zu produzieren.

CANON (SCHWEIZ) AG PARTNERSCHAFT MIT SPANDEX

Die *Spandex AG* ist neu ein Vertriebspartner der *Canon (Schweiz) AG*. Der Kompletthanbieter im Bereich der visuellen Kommunikation ergänzt sein Hardware-Portfolio um Drucksysteme von *Canon*.



Zufriedenheit über die geschlossene Partnerschaft (von rechts): Marc Bärtschi, Head of Large Format Graphics and Professional Print bei der *Canon (Schweiz) AG*, Franky De Smedt, Country Manager bei der *Spandex AG*, und Morris Peter, Product Business Development Manager LFG bei *Canon (Schweiz)*.

Ab sofort führt die *Spandex AG* Drucksysteme von *Canon* in ihrem Sortiment, nachdem sich *Spandex Schweiz* und *swiss-Qprint per 1. Mai* getrennt haben. Für das Multibrand-Portfolio von *Spandex* stellen nun insbesondere die *Colorado-* und *Arizona-*Serie eine Ergänzung dar.

Attraktive Lösungen

Die *Colorado-*Serie bietet die einzigartige UVgel-Ink-Technologie, die Glanz- und Mattdruck in einem Druckvorgang ermöglicht. Bei der *Canon Arizona-*Serie besteht für *Spandex* der Reiz darin, dass diese den UV-Flachbettbereich im mittleren Segment abdeckt. «Mit den *Canon*-Produkten können wir unseren Kunden attraktive Lösungen anbieten», so FRANKY DE SMEDT, Country Manager, *Spandex AG*. Produkte und Lösungen von *Canon* stellen für viele Unternehmen im grafischen Gewerbe eine feste Grösse dar und die *Spandex AG* ist als Kompletthanbieterin für die Werbetechnikbranche in vielen Segmenten und in 19 Ländern weltweit gegenwärtig. Aus der Partnerschaft ergeben sich Synergien, die für beide Unternehmen vorteilhaft sein können.

«Wir schätzen die Expertise der *Spandex AG* und das Vertrauen, das bei den Kunden über einem Zeitraum von mehr als 30 Jahren aufgebaut wurde. Davon kann *Canon* profitieren und sich mit Produkten für diesen Bereich noch besser etablieren», erklärt MARC BÄRTSCHI, Head of Large Format Graphics and Professional Print, *Canon (Schweiz) AG*. Mithilfe der Technologien von *Canon* könne *Spandex* ihr Sortiment bereichern und die führende Position in diesem spezifischen Markt weiter ausbauen.

Nachhaltigkeit in den Fokus rücken

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt auch in der Werbetechnikbranche immer mehr an Bedeutung und stellt Unternehmen vor neue Herausforderungen. «*Spandex* strebt eine Vorreiterrolle mit umweltfreundlichen Produkten, dem Einsatz von recyclebaren Materialien sowie der Vermeidung von Abfall an», betont ANDREW COULSEN, CEO der *Spandex Gruppe*. Dieser Fokus auf Nachhaltigkeit verbindet die beiden Unternehmen.