

# PRINT 4.0

## ALLES ANDERE ALS EINE SEIFENBLASE

### INHALTSVERZEICHNIS

#### Markt & Zahlen

- 02 Nachrichten
- 02 KBA berichtet von erfolgreicher drupa
- 04 Basis für Wachstum bei Heidelberg
- 05 Ricoh-Studie: Unerwünschte Werbung schadet
- 06 Print 4.0: Schöne neue Arbeitswelten

#### drupa-Review

- 10 Gewinner und Verlierer der drupa
- 14 Reden wir später noch einmal darüber
- 16 Green Printing? Fehlanzeige!
- 20 LFP: Ohne wäre die Welt weniger schön
- 21 Mimaki zeigt die Vielfalt der Anwendungen
- 24 Aufeinander abgestimmte Komponenten

#### Print & Finishing

- 26 Ein Ziel: Das perfekte Plakat
- 30 Rezepte für die gedruckte Kommunikation
- 34 Bleibende Werte schaffen
- 38 Wenn Papier Gestalt annimmt
- 48 Umsetzung der ISO 12647.2:2013

#### Online-Print

- 42 Die Vereinten Nationen des Drucks

#### Papier

- 50 Papierwahl als kreativer Prozess

#### Graphic Arts

- 54 Weiss- & Schwarzkunst

#### Aus den Kantonen

- 58 Nachrichten
- 62 GFZ unter neuer Führung
- 65 Business-to-Business
- 65 Impressum



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

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

Jeder weiss inzwischen aber auch, dass auf diese generellen Herausforderungen nur schwerlich alleine mit neuen Maschinen reagiert werden kann. Es gibt in Wahrheit nur eine einzige Lösung. Print 4.0 als Adaption dessen, was als Industrie 4.0 auch in anderen Branchen erkennbar ist: die Vernetzung ganzer Produktionsprozesse auf Basis des Internets. Diese neue Dimension Print 4.0 wurde auf der drupa 2016 allerdings mehr als deutlich (mit allen Konsequenzen, wie auf Seite 6 zu lesen).

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

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

#### Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay  
Julius Nicolay  
Jean-Paul Thalmann

