

HÖHERE PREISE BEI PAPIER ... Produzenten der grafischen Industrie sowie des Verpackungssektors haben Preiserhöhungen zum September angekündigt. Begründet werden diese mit steigenden Rohstoff- und Logistikkosten, die sich auch auf die Papierherstellung auswirken. Zudem sorgt die Kapazitätskonsolidierung bei Spezialitätenpapieren für ein vermindertes Angebot.

Daher hat Papyrus die Verkaufspreise bereits zum 1. August 2017 zwischen 4%, in Einzelfällen bis zu 9% angehoben. Antalis passt die Verkaufspreise ab sofort an. Die angekündigten Erhöhungen liegen je nach Produktqualität zwischen 5% und 8%. Und auch die Papier Union nimmt ab Oktober Preisanpassungen von 6% bis 8% für das gesamte Papiersortiment vor.

... UND DRUCKPLATTEN Auch die Rohstoffe für Druckplatten sind teurer geworden. Die Preise für Rohaluminium sind nach Angaben von Fujifilm Europe um mehr als 20% gestiegen. Wie das Unternehmen mitteilt, habe man sich bemüht, die Auswirkungen der Kostenentwicklung durch effizientere Abläufe abzufangen. Trotzdem sei eine Anhebung der Preise unumgänglich geworden. Fujifilm hat die Preise für Offsetdruckplatten am 1. September um bis zu 10% angehoben.

Inzwischen hat Kodak aus den gleichen Gründen nachgezogen und die Preise für Offsetdruckplatten um bis zu 9% angekündigt. «Der Druckplattenmarkt ist sowohl technologieintensiv als auch von starkem Kostenwettbewerb geprägt», sagt Brad Kruchten, President, Print Systems Division, Kodak. «Daher gibt es für uns keinen Spielraum mehr, die steigenden Rohstoffkosten weiter abzapfen.»

NEUER NAME Am 1. August bezog die Fogra ihr neu errichtetes Institutsgebäude. Dieser Meilenstein, auf den das Institut als Bauherr hingearbeitet hat, wurde zugleich zum Anlass für eine aktualisierte Namensgebung genommen. Der Verein heisst nunmehr «Fogra Forschungsinstitut für Medientechnologien e. V.». Für den Neubau liefen Kosten von etwa 8,5 Mio. € auf, von denen der Freistaat Bayern 3 Mio. € Fördermittel bereitstellte. Übrigens hätten der Strassenname und die Hausnummer der neuen Anschrift für ein wissenschaftliches Institut nicht einprägsamer ausfallen können: Einsteinring 1 a, 85609 Aschheim bei München. Das Gebäude wird auch vom Verband Druck und Medien Bayern e. V. mit seinen Tochtergesellschaften als Mieter genutzt.

› www.fogra.org

ZWEISTELLIGES WACHSTUM Auf der Print 17 in Chicago informierte HP Inc. über ein zweistelliges Wachstum des kommerziellen Digitaldrucks. Im Vergleich zum Vorjahr hätten Anwender der HP Indigo und HP PageWide Web Press das Volumen digitaler Drucke um 15% gesteigert. HP sieht darin einen anhaltenden Aufschwung digitaler Drucktechnologien. › www.hp.com

ZEHN JAHRE SWISSQPRINT SYNONYM FÜR LEISTUNG UND ZUVERLÄSSIGKEIT

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

Heute sind am Haupt- und Produktionssitz 75 Personen tätig und weitere 35 in drei Tochterunternehmen. In knapp 40 Ländern sind zudem Vertriebs- und Servicepartner aktiv, sodass swissQprint rund um den Globus vertreten ist.

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

am Hauptsitz im Schweizer Kriessern, damit Prozesse schlank und die Produktqualität hoch bleiben.

Zum heutigen Zeitpunkt sind gut 900 swissQprint-Drucker im Feld. Mit bestimmten Mo-

grössten bisher gebauten Modell. Wiederum zwei Jahre später lancierte swissQprint mit Nyala 2 eine neue Druckergeneration.

Im Februar 2015 lieferte das Unternehmen sein 500. Ge-



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

dellen, speziellen Anwendungen oder Optionen wurden swissQprint über die Jahre mehrere Fachpreise verliehen. Im vergangenen Jahr sogar ein Wirtschaftspreis. Von Anfang an konzentriert sich swissQprint auf UV-Flachbettdrucker mit modularem Aufbau. Die Basis lässt sich je nach Kundenbedürfnis konfigurieren und ausbauen. Der Erstling, Oryx, feierte seine Premiere 2008 am Rande der drupa. Zwei Jahre später überraschte swissQprint mit Impala. Der Drucker schlug seinerzeit alle Geschwindigkeitsrekorde seiner Klasse. 2012 erfolgte die Markteinführung von Nyala, dem

rät aus und vollendete drei Monate später den Maschinen-Generationenwechsel mit der Einführung von Oryx 2 und Impala 2. Zum Jahresbeginn 2017 brachte swissQprint die Effizienz steigernden 4x4-Versionen der Baureihe Impala 2 und Nyala 2 auf den Markt. Zur Fespa 2017 feierten Impala LED und Nyala LED Weltpremiere. Sie arbeiten mit LED-Technologie. Oryx LED soll noch dieses Jahr folgen.

› www.swissqprint.com

Konica Minolta

ÜBER 2 MIO. KG CO₂ EINGESPART

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

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

› www.konicaminolta.de

Antalis **INTERIOR DESIGN AWARD**

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



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

› www.antalis.de



BoD

VERLAGSSOFTWARE BREBOOK ERWORBEN

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

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

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

› www.bod.de

› <http://brebook-software.de>

diedruckerei.de

IMPRIM'VERT-SIEGEL ERHALTEN

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

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

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

› www.diedruckerei.de



epple
DRUCKFARBEN

Das Blaue vom Himmel...

Versprechen können das viele. Wir überzeugen Sie lieber mit Kundenservice und Qualität. Stellen Sie uns auf die Probe.

ETIKETTENDRUCK IN EUROPA Der Digitaldruck hat auch die Etikettenherstellung verändert. Als Mentor der Etikettenlieferkette hat der internationale Verband der Etikettenindustrie FINAT die Rolle des Digitaldrucks in der europäischen Etikettenindustrie untersucht.

So hat die Studie ergeben, dass der Digitaldruck 2016 9,7% des Wertes des europäischen Etikettendruckmarktes ausmachte und damit 1% über dem weltweiten Wert lag. Auch wenn es sich nur um einen relativ geringen Prozentsatz des Gesamtumsatzes der europäischen Etikettendruckindustrie von über 16 Mrd. € handelt, unterstreicht dies die Akzeptanz des Digitaldrucks. Von den 2.000 in Europa installierten digitalen Etikettendruckmaschinen sind 76% tonerbasierte und 24% Inkjet- oder Hybridsysteme. Die Wachstumskurve bis 2022 zeigt jedoch, dass die Anzahl der Inkjet-Drucker schneller zunehmen wird als die der Toner-Systeme. Dabei sind die Etikettendrucker nach eigenen Angaben vor allem mit Herausforderungen konfrontiert, die mit hohen Betriebskosten und Stillstandszeiten benannt wurden. Danach folgt laut Studie die Schwierigkeit, ausreichend Aufträge für die Digitaldruckkapazitäten zu finden. > www.finat.com

ARIZONA IN POING Mit dem Standort Poing bei München hat Canon eine zusätzliche Produktionsstätte – neben Richmond in Kanada – für zwei Flachbettdrucker der Arizona-Serie geschaffen. Die Systeme Océ Arizona 1260 und 1280 GT werden dann neben dem Modell 318 GL, das schon seit einigen Monaten in Deutschland produziert wird, das Siegel «Made in Germany» tragen. > www.canon.de

AUS FÜR DIE CO-REACH CO-REACH, die crossmediale Dialogmarketingmesse, die 2014 aus den ehemaligen Mailingtagen hervorgegangen ist, wird 2018 nicht mehr stattfinden. «Das hoch spezialisierte, interdisziplinäre Konzept muss alle Marketingdisziplinen und Branchenthemen in der nötigen Tiefe und Breite abbilden. Gespräche mit Ausstellern und Besuchern haben gezeigt, dass eine für alle Seiten nutzbringende Veranstaltung in diesem Format nicht mehr realisierbar ist», sagt Petra Wolf, Mitglied der Geschäftsleitung des Veranstalters NürnbergMesse. Das Dialogmarketing unterliege einem tief greifenden Wandel, bei dem neue Technologien immer neue Kommunikationskanäle entstehen liessen. Dafür steht nun keine Plattform mehr zur Verfügung. > www.co-reach.de

EPSON INVESTIERT MILLIONEN Mit Fokus auf die Tintenstrahltechnologie rüstet sich Epson mit einem Investment von rund 585 Mio. € für die Steigerung seines Marktanteils. Das Unternehmen hat dazu rund 400 Mio. € in neue Produktionsstätten in Japan und anderen Regionen der Welt investiert. Weitere 185 Mio. € werden in den nächsten drei Jahren in die Entwicklung der Druckkopftechnologie fließen. Mit Vorstellung der Epson WorkForce Enterprise Drucksysteme erschliesst sich das Unternehmen dank neuer Druckkopftechnologie einen rentablen Markt. > www.epson.de

Klein, aber oho

25 JAHRE ERFOLG IN DER NICHE

Muss Kreativität zwangsläufig in Berlin angesiedelt sein? Setzt Erfolg Wachstum voraus? Kann man 25 Jahre lang die Grenzen des Machbaren ausloten? Wie lebt man als Verlag in der Nische? Was hat sich in 25 Jahren in der Buchbranche und im Grafikdesign verändert? Und was bedeutet die Digitalisierung für einen Verlag, der weltweit für die herstellerische Qualität und Schönheit seiner Bücher gefeiert wird?

Als der Verlag Hermann Schmidt die Bücher für die Frankfurter Buchmesse einpackte, war Geburtstagsstimmung mit im Gepäck. Denn vor 25 Jahren wagten Karin und Bertram Schmidt-Fridrichs erstmals den Auftritt auf der wichtigsten Bücherschau der Welt. Seither hat sich der kleine Verlag international einen Namen in Designkreisen gemacht und weltweit Massstäbe gesetzt. > www.typografie.de

Secomp AG

NEUER DISTRIBUTOR VON RICOH SCHWEIZ

Seit August 2017 vertreibt Secomp AG Lösungen der Ricoh Schweiz AG. Das angebotene Connect & Collaboration Produkt-Portfolio umfasst Interactive Whiteboards (IWB), Unified Communication Systems (UCS) und Projektoren. Dabei können IWBs, PCs, Tablets aber auch verschiedene und bestehende Videokonferenzlösungen wie zum Beispiel Polycom, Skype, Cisco, etc. integriert werden.

Peter Müller, Head of Channel bei Ricoh Schweiz AG, ist überzeugt, dass diese Partnerschaft Ricoh bei der Umsetzung ihrer Wachstumsstrategie im indirekten Verkauf in der Schweiz unterstützt: «Mit Secomp als Partner können wir unseren Marktzugang in der Schweiz ausbauen und neue Händler erreichen. Der Fokus liegt dabei vor allem bei spezialisierten Unternehmen in den Bereichen Bürokommunikation, Konferenztechnik und anspruchsvollen Ausbildungsräumen. Die aktuelle Technologie ist heute in vielen Bereichen bereits führend und wird intensiv weiter entwickelt. So wird im Jahr 2018 IBM Watson (künstliche Intelligenz und Spracherkennung) in den Ricoh Whiteboards integriert». Für Secomp bedeutet die neue Partnerschaft eine attraktive Sortimentserweiterung im Bereich Connect & Collaboration. «Das Angebot von Ricoh vergrössert unser Portfolio und ermöglicht uns, den Fachhändlern qualitativ hochwertige und innovative Top-Produkte anzubieten», sagt Roland Silvestri, CEO bei Secomp AG. > www.ricoh.ch

Forbes

AB SOFORT AUCH IN DER SCHWEIZ

«Forbes», das meistgelesene Wirtschaftsmagazin der Welt, expandiert Anfang Oktober mit seiner deutschsprachigen Ausgabe in die Schweiz. Die Marke will damit nicht nur einen Beitrag zur Vielfalt in der Schweizer Medienlandschaft leisten, sondern vor allem die Leistungen der Schweizer Wirtschaft international sichtbar machen. Damit inkludiert Forbes ein weiteres Land in sein 37 internationale Ausgaben umfassendes Netzwerk. Nach langen Gesprächen gaben die positiven Signale, die aus der Schweizer Wirtschaft kamen, wohl den Ausschlag für diesen Schritt. Die inhaltlichen Themen sind dabei die gleichen, die die Marke Forbes schon seit 100 Jahren begleiten: Unternehmertum, Finanzmärkte, Lifestyle. Das monatlich erscheinende, überregionale Printprodukt startet mit einer Auflage von 10.000 Stück in den Schweizer Markt. Zudem wird der Digitalauftritt ausgebaut: eine Verschränkung mit dem US-Portal forbes.com eröffnet der deutschsprachigen Ausgabe grosses Potenzial hinsichtlich digitaler Reichweite. [Forbes.com](http://forbes.com) verfügt über rund 60 Millionen monatlichen Unique Visitors sowie 30 Millionen Follower auf Social Media. Mit der Stämpfli AG steht Forbes ein strategischer Partner zur Seite, der das Medium beim Markteintritt unterstützt. > www.forbes.at
> www.staempfli.com

SAZIO
Vinothek, Bar, Ristorante
Seefeldstrasse 27
8008 Zürich
www.sazio.ch

KOENIG & BAUER

200 Jahre & weiter geht's

Danke für 200 Jahre Erfolgsgeschichte! Das Vertrauen unserer weltweiten Kunden bestärkt uns seit 1817 darin, immer wieder durch neue Ideen die Druckbranche voranzubringen. Mit unseren kompetenten Mitarbeitern und bewährten Geschäftspartnern entwickeln wir seit 200 Jahren innovative Printlösungen, die Geschichte schreiben und diese manchmal auch verändern.

Nun ist es an der Zeit, dass wir unserer Geschichte ein neues Kapitel hinzufügen. **Bleiben Sie gespannt!**

Print Assist AG
info@printassist.ch
koenig-bauer.com

we're on it.