ABEGESAGT Die Druck+Form 2017 in Sinsheim ist abgesagt. »Der aktuelle Stand der Anmeldungen bleibt leider weit hinter unseren Erwartungen. Wir mussten daher zu dem Schluss kommen, dass eine Durchführung der Veranstaltung zur Zufriedenheit unserer Aussteller nicht möglich sein wird«, hieß es in einem Schreiben an die Aussteller. Und einen Tag später in einer Pressemitteilung: »Nach dem Rückzug mittlerweile aller großen Hersteller der Druckbranche haben wir keine andere Wahl, als in diesem Jahr auf die Druck+Form zu verzichten«, sagt Andreas Wittur, Prokurist der Messe Sinsheim GmbH. Bis Ende Juli hatten sich wohl nur 20 Aussteller angemeldet. Damit ist die letzte regionale Fachmesse in Deutschland nach dem Desaster im letzten Jahr und der jetzigen Absage nach über 50 Jahren wohl Geschichte. Was kein Grund zur Freude sein kann, denn damit verliert die Branche einmal mehr einen Anlaufpunkt.

ZUGELEGT Die MBO-Gruppe hat ihren weltweiten Umsatz im ersten Halbjahr 2017 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 12% gesteigert. Grund ist unter anderem die Strategie der neuen MBO-Geschäftsführung, die allmählich erste Früchte trägt. Hierzu zählen die Fokussierung des Produktportfolios, die kontinuierliche Verbesserung der Lieferzeiten und die Auslagerung des Direktvertriebs. So übernahm die Heinrich Baumann Grafisches Centrum GmbH am 1. Juli die Vertretung für MBO-Produkte. Damit gab MBO den Vertrieb für Falzmaschinen und Service im deutschsprachigen Raum komplett in die Hände seiner Partner. Dies sind Helmar Schmidt in Norddeutschland, Steuber im Westen, Baumann in Mittel-, Ost- und Süddeutschland, Samhaber in Österreich und Gramag in der Schweiz. › www.mbo-folder.com

AUSGEZEICHNET diedruckerei.de erhielt die von ›Computer Bild‹ und dem Statistik-Portal Statista verliehene Auszeichnung ›Top Shop 2017‹ und zählt damit zum dritten Mal in Folge zu den besten deutschsprachigen Onlineshops in den Kategorien Vertrauen, Qualität und Benutzerfreundlichkeit. Im Fokus der Tester standen insgesamt 8.000 deutsche Onlineshops. Das Siegel ›Computer Bild Top Shop 2017‹ ist erneut für ein Jahr gültig. › www.diedruckerei.de

VERDOPPELT SPGPrints verdoppelt zum zweiten Mal innerhalb von zwei Jahren die Produktionskapazität der Tintenfabrik an seinem Hauptsitz in Boxmeer, Niederlande. Die auf 1.000 m² erweiterte Fertigungsstätte, die im 4. Quartal 2017 eröffnet werden soll, ist Teil eines Investitionsprogramms in Höhe von 8 Mio. €, das auch das Gebäude für das Experience Center beinhaltet. › www.spgprints.com

VERGRÖSSERT Mit der Papierfabrik Scheufelen und der Gietz AG begrüßt der Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI) zwei neue assoziierte Mitglieder. Scheufelen, 1855 gegründet, stellt gestrichene Premium-Papiere für hochwertige Verpackungskartons her. Gietz ist ein 1892 gegründetes Schweizer Familienunternehmen und baut Präge-, Aufricht- und Klebemaschinen. › www.ffi.de

BVDM

NEUE PUBLIKATION ›NUTZEN‹

NUTZEN heißt die neue, gemeinsame Publikation des Bundesverbandes Druck und Medien und der neun Landesverbände. Nutzen bezeichnet in der Druckersprache bekanntlich, mehrere Vorlagen auf einem Bogen zu drucken. Das spart Ressourcen, ist wirtschaftlich und effizient. Nutzen bringen ist auch das Ziel, das die Landesverbände Druck und Medien und der Bundesverband mit ihrem neuen gemeinsamen Magazin verfolgen. Die Landesverbände haben zugunsten des neuen Formats ihre eigenen Publikationen aufgegeben. NUTZEN ist nunmehr der Mantel, in dem die eigenen Informationen und Nachrichten eingebunden sind.

Viermal im Jahr werden besondere Unternehmen der Branche vorgestellt, Lösungen für konkrete Kundenanforderungen aufgezeigt, Zahlen, Daten und Fakten zur Branche präsentiert, Informationen über den immensen Stellenwert von Printprodukten geliefert sowie nützliche Praxistipps für Unternehmensalltag und Betriebsführung gegeben. Mit der Publikation will der bvdm aufzeigen, welchen Stellenwert Print in unserem Leben einnimmt. Denn kein Wirtschaftszweig, keine Organisation und kein privater Haushalt kommt ohne Druck-Erzeugnisse aus. Und die Innovationskraft der Betriebe, ihre Flexibilität und ihr Engagement in der Nachwuchsausbildung sorgen dafür, dass der Gesamtumsatz der Branche seit Jahren stabil ist. Schwerpunkt der Erstausgabe ist der Wahlkampf 2017 – und warum Print gewinnt. Das frisch und lesefreundlich aufgemachte Heft ist als Lektüre dringend zu empfehlen.

› www.bvdm-online.de

Kodak

›PRINT FOR GOOD‹ INITIATIVE

Die Mitarbeiter von Kodak feierten am 12. Juli den 163. Geburtstag von George Eastman mit einem Event, der die Philosophie und Philanthropie des Firmengründers im ›Print for Good‹-Programm fortführt. Diese Initiative unterstützt Gemeinwesen in Amerika, Europa, Asien und dem Nahen Osten mit Buchsammelaktionen, Buchspenden und dem Druck von Materialien, um die Lesefähigkeit zu fördern. Dies schließt die Entwicklung und Nutzung nachhaltigerer Druckverfahren ein.
› www.kodak.com

print24.com

LIEFERZEITEN GESENKT

Die Internetdruckerei Unitedprint verkürzt die Lieferzeiten in ganz Europa. Topseller wie Flyer, Postkarten und Plakate sind nun schneller erhältlich. Kunden von print24 erhalten die betreffenden Produkte im Standardversand innerhalb von drei Tagen, im Expressversand innerhalb von zwei und im Priority-Versand innerhalb eines Tages.
› www.unitedprint.com

1990 gab sich die drupa zukunftsorientiert: Besuchern wurde versprochen, die Zukunft anfassen zu können. Dies sollten die nunmehr viel internationaler aufgestellten Messebesucher auch 2016. 2020 sollen Besucher und Aussteller die Zukunft sogar in ihre Arme schließen, wenn sie zur drupa nach Düsseldorf kommen.

drupa 2020

NO. 1 FOR PRINTING TECHNOLOGIES

Der Startschuss für die drupa 2020 ist gefallen: Mit einer klaren Ausrichtung und einer neuen Kommunikationslinie lädt die Messe für Printing Technologies die Aussteller aus aller Welt ein, vom 16. bis 26. Juni 2020 in Düsseldorf ihre Innovationen zu präsentieren.
Unter dem Slogan ›embrace the future‹ lädt die drupa 2020 Aussteller und Besucher ein, technologische Innovationen, Trends und Herausforderungen der Zukunft aktiv zu erleben und diese in eigene Unternehmensprozesse zu implementieren.

Die Weiterentwicklung des Key Visuals der drupa 2016 soll die Branche auf die Veranstaltung 2020 einstimmen. Das Gestaltungskonzept greife den enormen Wandel auf, den die Branche erlebt, und verkörpere Schönheit, Ästhetik, Kreativität und Tiefe.
› www.drupa.de

Polar

NEUES AUSBILDUNGSZENTRUM

Vor Kurzem wurde das neue Ausbildungszentrum von Polar in Betrieb genommen. Es bietet Platz für bis zu 24 Auszubildende. Polar bietet die Ausbildung in drei Berufen an: Industriekaufmann/-frau, Industriemechaniker/-in und Mechatroniker/-in. Die

jeweils 3,5-jährige Ausbildung findet im Ausbildungsbetrieb und der Berufsschule statt. Die Ausbildung bei Polar genießt über die Grenzen des Main-Taunus-Kreises hinaus hohes Ansehen.
Das bisherige Gebäude, in dem die Ausbildung angesiedelt war, war nicht mehr zeitgemäß. So entschied sich Polar, in ein neues Ausbildungszentrum zu investieren. Dazu wurden vorhandene Räumlichkeiten an die Bedürfnisse der Ausbildung angepasst.
› www.polar-mohr.com

MANROLAND WEB SYSTEMS

MASCHINENBAUER OHNE MASCHINENBAU

Am 12. Juni 2017 wurde die manroland web produktionsgesellschaft mbH gegründet. Das neue Unternehmen wird zukünftig als Fertigungsunternehmen für sämtliche Branchen agieren.

Um sich in einem schwierigen Marktumfeld zukunftssicherer aufzustellen, Kapazitäten optimal zu nutzen und eine stabile Beschäftigung zu gewährleisten, hatte manroland web systems im Januar 2017 die Gründung einer eigenständigen Produktionsgesellschaft angekündigt – und damit für Unverständnis gesorgt. Denn das Ziel, dem freien Markt mechatronische Komponenten anzubieten, ist nicht neu, sondern schon seit längerer Zeit eine der Aktivitäten der in der Possehl-Gruppe angesiedelte manroland web systems. Auch Heidelberg und KBA bieten Dienstleistungen für externe Unternehmen an, ohne deshalb das Unternehmen aufzuspalten.

Nun wurde die Gesellschaft dennoch gegründet und rund 280 Mitarbeiter der manroland web systems GmbH setzen ihre Beschäftigung im neuen Unternehmen fort.
»L. Possehl und manroland web systems verbinden mit dieser Investition das Ziel, beide Unternehmungen mit einer eigenen Identität und fokussierten Geschäftszwecken unabhängiger vom weiterhin schrumpfenden Markt für neue Druckmaschinen zu machen«, erläutert Uwe Lüders, Vorstandsvorsitzender der L. Possehl.
Faktisch ist manroland web systems damit ein Druckmaschinenbauer ohne eigenen Maschinenbau.

› manroland-wp.com

RAPID TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues, dynamisches Design | Höhere Produktivität | Automatische Formatumstellung | Duplex

MKW Graphische Maschinen

www.mkwgmbh.de

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

Papierrecycling

SPITZENWERT BEI VERWERTUNGSQUOTE

Wie die Arbeitsgemeinschaft Grafische Papiere (Agrapa) mitteilt, haben Papierhersteller, Verlage und Druckindustrie erneut ihre Selbstverpflichtung erfüllt, die Verwertungsquote grafischer Papiere dauerhaft über 80% (± 3%) zu halten. Trotz des leicht rückläufigen Verbrauchs von grafischen Papieren in Deutschland konnte das hohe Niveau weiter ausgebaut werden.
Vertreter von Bundesumwelt- und -wirtschaftsministerium, der Länderarbeitsgemeinschaft Abfall und kommunale Spitzenverbände würdigten die Leistung der Agrapa. Sie habe erneut bewiesen, wie erfolgreiche Selbstverpflichtungen der Wirtschaft funktionieren könnten, wenn eine ganze Wertschöpfungskette gemeinsam Verantwortung übernimmt. Vertreter der Trägerverbände äußerten gemeinsam mit den Vertretern von Bund, Ländern und Kommunen die Absicht, durch zusätzliche Anstrengungen zur Verbesserung der hohen Altpapierqualität das hohe Recyclingniveau halten zu wollen.
› www.vdp-online.de

VERPACKUNG

JEDER 3. SCHEITERT BEIM RECYCLING

Deutschland ist Recyclingweltmeister. Doch nach einer Umfrage des Deutschen Verpackungsinstituts ist ein Drittel der Bevölkerung unsicher bei der umweltgerechten Entsorgung.

Aktuell gelangen über 70% aller gebrauchten Verpackungen in den Recycling-Kreislauf, wo sie zur Ausgangsbasis für neue Verpackungen oder andere Produkte werden. »Mit seinen hohen Recyclingquoten sichert sich das rohstoffarme Deutschland wertvolle Rohstoffe und behauptet seit Jahren den Titel als Recyclingweltmeister«, sagt **Thomas Reiner,** Vorstandsvorsitzender des Deutschen Verpackungsinstituts (dvi).

Doch nach einer Umfrage von tns-infratest im Auftrag des dvi scheitert jeder dritte Deutsche beim Recycling.

33% entsorgen Verpackungen nicht immer umweltgerecht – oft auch, weil vielen nicht klar ist, was genau in welches Sammelsystem gehört. Bedenklich sind für den dvi-Vorstandsvorsitzenden vor allem die Ergebnisse bei den 16- bis 34-Jährigen, wo die Quote bei nur 55,2% liegt. »Die Aufklärungsarbeit der 90er-Jahre zur Mülltrennung hat diese Generation offensichtlich nicht mehr erreicht. Aus Sicht des dvi müsse es das Ziel sein, die Quote auf über 80% zu bringen, da sonst zu viele Verpackungen mit dem Restmüll in die Verbrennung gingen.
In der Befragung bewerteten über 96% der Bevölkerung zentrale Funktionen der Verpackung wie Schutz der Ware, einfaches Handling, Nachhaltigkeit oder Information von Verbrauchern als wichtig. »Tatsächlich sind Verpackungen so fundamental wie Straßen und Elektrizität. Sie gehören zum Teil der Infrastruktur. Unsere Fortschritte bei Hygiene, medizinischer Versorgung, Wohlstand und Lebensqualität wären ohne Verpackungen nicht möglich«, stellt Reiner fest.
Intelligente Verpackungen werden von der Bevölkerung positiv gesehen. Wichtig sind vor allem innovative Funktionen zur Bewahrung von Frische und Qualität sowie zum Schutz vor Fälschungen.
Ab Februar 2019 müssen zudem alle verschreibungspflichtigen Arzneimittel mit individuellen Erkennungsmerkmalen und weiteren Vorrichtungen gegen Manipulation versehen werden.

› www.verpackung.org

Erfolgreichstes Jahr

KAMA TOPPT UMSATZREKORD

Die Dresdner KAMA hat das Geschäftsjahr 2016/17 (zum 31.03.) zum erfolgreichsten ihrer Geschichte gemacht und mit dem Rekordumsatz von 14,75 Mio. € abgeschlossen. Der Maschinenhersteller für die Druckweiterverarbeitung und -veredelung konnte bei deutlich positivem Ergebnis den Erlös vom Vorjahr um 13% steigern. »In unserem Kerngeschäft, dem Bau und Vertrieb eigener Maschinen, haben wir sogar ein Wachstum von 30 Prozent realisiert«, sagt KAMA Geschäftsführer **Marcus Tralau**.

Für die boomende Nachfrage nach versionierten und personalisierten Faltschachteln hatte KAMA mit der FF 52i als erster Hersteller eine effiziente Lösung entwickelt. Die hoch automatisierte FKM für schnellste Auftragswechsel ist gerade erst mit dem EDP Award für die ›best folding carton solution‹ ausgezeichnet worden. Zum Umsatzplus beigetragen haben auch die neue Generation der Stanz- und Veredelungsmaschinen (ProCut 76 Foil und DC 76 ASB) mit neuen Optionen sowie ein ›Miniboom‹ bei der universell einsetzbaren ProFold 74 zum Falten, Kleben und Aufspenden.
Gut 40% des Umsatzes macht der Dresdner Maschinenbauer in West- und Osteuropa, 10% im Mittleren Osten und Afrika und jeweils ein Viertel auf dem amerikanischen Kontinent (26%) und in Asien (23%).
› www.kama.info

Horizon

MANAGEMENT NEU AUFGESTELLT

Die japanische Horizon Gruppe bereitet sich mit einer Stärkung des deutschen Standorts auf die wachsenden Anforderungen in der europäischen Druckindustrie vor. Mit Fokus auf weiteres Wachstum wurde das Management der deutschen Horizon GmbH neu aufgestellt.

Zum 3. Juli 2017 wurde **Norbert Wienck** zum neuen Geschäftsführer ernannt. Der Betriebswirt bringt 15 Jahre Managementerfahrung als CEO und CFO in der technischen Industrie mit. Er tritt die Nachfolge von Rainer Börgerding an, der das Unternehmen nach 13 Jahren als Geschäftsführer verlässt. Die Verantwortung für den Vertrieb der Horizon GmbH

übernimmt der Schwede **Paul Jakobson**. Er ist mit Horizon seit über 30 Jahren verbunden, davon 20 Jahre mit der Horizon-Vertretung in Skandinavien und als Vertriebs- und Marketingberater für die europäischen Vertriebspartner von Horizon. Zuletzt hat er seit Februar 2017 den Markteintritt in Skandinavien maßgeblich mitgestaltet.
› www.horizon.de

KONICA MINOLTA

Länder mit aktuellen Installationen des bizhub PRESS C71cf. Die Markierungen spiegeln nicht die tatsächliche Anzahl an installierten Systemen wider.

25 - 28 September • Brussels
LABELEXPO EUROPE 2017
www.labelexpo-europe.com

GEMEINSAMES WACHSTUM FÜR IHREN ERFOLG

Seit Herbst 2015 sind wir gemeinsam mit Ihnen weltweit gewachsen, um neue Möglichkeiten im digitalen Etikettendruck zu nutzen. Wir bieten Ihnen den neuesten Stand der Technik für Druck, Weiterverarbeitung und Veredelung von Etiketten sowie auf Sie zugeschnittene Dienstleistungen, damit Sie tagtäglich die Erwartungen Ihrer Kunden übertreffen und Ihr Geschäft in einem wettbewerbsstarken Markt behaupten können. Wir sind stolz darauf, diese Erfolgsgeschichte partnerschaftlich mit Ihnen fortführen zu können - für gemeinsames Wachstum.

Besuchen Sie uns und unseren Partner MGI am Stand 8C51 / 8C52!

MGI
Digital Graphic Technology

Weitere Informationen finden Sie unter:

konicaminolta.de/labelprinting

Giving Shape to Ideas

INDUSTRIAL PRINTING

ERLEBEN SIE DAS LEBENDIGE KULTURERBE DRUCKTECHNIK IM LEIPZIGER MUSEUM FÜR DRUCKKUNST. **NUTZEN** SIE DIESEN AUTHENTISCHEN ORT DER INDUSTRIEKULTUR FÜR IHR UNTERNEHMEN UND IHRE KUNDEN. **TREFFEN** SIE SICH ZUM NETWORKING IN DER FÖRDER-GESELLSCHAFT. **SCHÖPFEN** SIE AUS DEM WISSENSSPEICHER RUND UM PRINT. **WIRKEN** SIE MIT AM TREFFPUNKT DER DRUCKBRANCHE. **BETEILIGEN** SIE SICH AM ERHALT UND AUSBAU DER PRIVATEN MUSEUMSTIFTUNG. **SPENDEN** SIE AUF DAS KONTO: DE 92 8605 5592 1100 3969 14.

WWW.DRUCKKUNST-MUSEUM.DE

Museum für Druckkunst Leipzig

HEIDELBERG

»UNSERE ROLLE ÄNDERT SICH«

Nach Stationen bei den Maschinenbauern Trumpf, Schaeffler, Weinig und ebm papst übernahm Rainer Hundsdörfer im Herbst 2016 den Vorstandsvorsitz der Heidelberger Druckmaschinen AG. Im Interview spricht er über seine Beziehung zum Maschinenbau sowie seine Digitalisierungs- und Wachstumspläne.

n einer Interviewreihe stellt der VDMA-Fachverband Druck- und Papiertechnik Akteure aus seinen Reihen vor. Wir haben das Interview des VDMA mit dem Heidelberg-Vorstandsvorsitzenden übernommen und leicht redigiert.

Herr Hundsdörfer, sind Sie gut im Druckmaschinenbau angekommen?

Rainer Hundsdörfer: Ja. Es bleibt ja Maschinenbau, mit denselben Kundenstrukturen, wie bei meinen vorherigen Stationen. Das Gros unserer Maschinen geht an mittelständische Betriebe. Ich kenne den Druckmaschinenbau, da ich meine erste Stelle nach dem Studium bei einem Zulieferer für Druckmaschinen hatte. Daher bin ich mit Druckverfahren vertraut.

Sie haben angekündigt, Heidelberg wieder zum wachstumsstarken, profitablen Leuchtturm der Branche machen zu wollen. War Heidelberg das nicht schon immer?

Bei meinen früheren Stationen haben alle zu Heidelberg aufgeschaut. Wer eine wirklich moderne Maschinenbaufabrik sehen wollte, musste zu Heidelberg! Meine Vorgänger haben trotz schwieriger Marktlage massiv in Forschung und Entwicklung investiert und die digitale Kompetenz des Konzerns ausgebaut. Das ist eine gute

Basis, um an erfolgreiche Zeiten anzuknüpfen. Wir bauen ja längst nicht mehr nur Maschinen, sondern betten diese in einen digitalen Workflow ein. Damit haben wir Zugriff auf eine enorme Fülle an Informationen. Denn außer der Farbübertragung ist heute kaum noch etwas analog.

Was wollen Sie mit den gewonnenen Daten anstellen?

Sie bieten uns die Möglichkeit, neue Geschäftsmodelle umzusetzen. Bisher stand die Maschine im Zentrum des Geschehens. Künftig ist sie nur noch Mittel zum Zweck. Erster Schritt ist die Automatisierung der Abläufe. Danach können wir die Produktivität auf Basis der Daten optimieren, vollumfängliche Servicepakete anbieten, optimale Performance der Maschinen gewährleisten und automatisch Verbrauchsmaterialien bereitstellen. Die Bestellung erledigt die Druckmaschine selbst. Dabei müsste der Kunde zukünftig noch nicht einmal mehr die Maschine kaufen, sondern könnte uns pro bedruckten Bogen bezahlen.

Sie wollen das nicht unumstrittene Digitaldruck-Modell auf Druckereien übertragen?

Wir sind dabei, solche Modelle zu überdenken. Es wird sicher noch etwas dauern. Doch das ist unsere Chance, wieder ganz nach vorn zu kommen: Nicht mehr im reinen Wettbewerb der besten Druckmaschine, sondern im Wettbewerb der besten Geschäftsmodelle für die Druckindustrie. Dafür bereiten wir uns vor, indem wir unser Angebot an Verbrauchsmaterialien systematisch ausbauen. Druckmaschinen konsumieren ständig große Mengen davon. Consumables sind ein zentraler Baustein unserer Wachstumsstrategie. Wir wollen als Maschinenbauer raus aus dem Inputgeschäft und rein ins Outputgeschäft.

Was verstehen Sie unter Output-Geschäft?

Der Druckmaschinenbau hat ein Marktpotenzial von fünf Milliarden Euro – je zur Hälfte für Offset- und Digitaldruckmaschinen. Der Output-Wert der Druckindustrie liegt bei 400 bis 500 Milliarden Euro jährlich. Wenn wir uns davon eine Scheibe abschneiden, wird sich Wachstum einstellen. Dieses Geschäft ist längst nicht so volatil wie der Maschinenbau. Die Maschine zählt künftig zur ›digital Technology‹. Ihre Betriebsdaten sind der Schlüssel zum ›digital Business‹. Auf diesen zwei Säulen ruht mittlerweile die Struktur unseres Konzerns.

Das klingt aber auch nach Umstellung für Ihre Mitarbeiter…

… die wir mitnehmen müssen. Doch wenn wir weitermachen wie bisher, bekommen wir das Stigma ›Druck und Papier ist tot‹ nicht los. Dabei ist das Gegenteil der Fall. Druck lebt und ist allgegenwärtig!

Aber unsere Rolle ändert sich. Ich sehe uns als Enabler. Wir machen den Unterschied, wenn es um Identifikation mit Marken und um Kommunikation von Inhalten geht. Der Verpackungsdruck wird nicht zufällig immer aufwendiger; auch bei online vertriebenen Produkten. Wenn der erste Eindruck nicht wertig ist, lassen Kunden ihre Bestellung zurückgehen. Zusätzlich bietet aufwendiger Verpackungsdruck Mehrwerte wie den Schutz vor Plagiatoren. Fortlaufende Nummerierung oder Mikroprägungen auf Verpackungen stellen die Fälscher vor echte Probleme.

Wer sind die Kunden für diese Geschäftsmodelle?

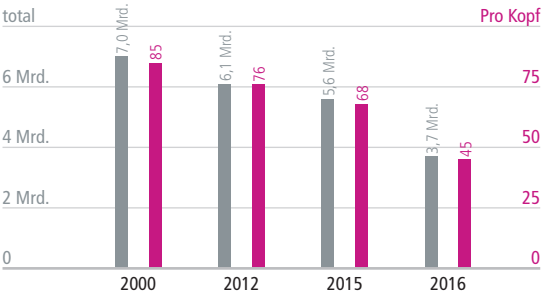
Globale Großunternehmen haben ihre eigenen Strukturen und für kleinere handwerkliche Druckereien machen Fullservice-Angebote ebenfalls wenig Sinn. Aber für die große Masse der mittelständischen Druckereien, die auf industrielle Prozesse und Digitalisierung setzen, lohnt es sich. Für sie zählt, dass die Abläufe im Drucksaal reibungslos funktionieren. Das können wir zu planbaren Bedingungen gewährleisten.

Welche Rolle spielt der industrielle Druck in der Heidelberg-Strategie?

Die Transformation vom handwerklichen zum industriellen Druck ist in vollem Gang. Heidelberg treibt diese Entwicklung mit Innovationen wie ›Push-to-Stop‹ oder den industriellen Digitaldrucksystemen ›Primefire‹ und ›Labelfire‹ voran. Wichtig ist, dass die Innovation Werte für Kunden schafft. Verfügbarkeit und Automatisierungsgrad sind dafür das A und O. In industriellen Prozessen müssen die Maschinen Aufträge ohne Stopp oder manuelle Brüche bei Formatwechseln abarbeiten. Mit unserem Einstieg in den digitalen Verpackungsdruck adressieren wir exakt diese Themen: Verfügbarkeit, Automatisierung und maximale Produktivität. Es genügt nicht, einen weiterentwickelten Kopierer hinzustellen, und das dann industriellen Druck zu nennen. Dann reicht die technische Verfügbarkeit nicht. Hier liegt der Unterschied zwischen Handwerk und industriellem Druck. Heidelberg ist mit verlässlicher Technik zum Marktführer geworden – und wird weiterhin damit punkten.

› http://dup.vdma.org

VERBRAUCH VON KUNSTOFF-TRAGETSCHEN IN DEUTSCHLAND



Quelle: HDE/GVM, Statista. Druckmarkt-Grafik 7/2017.

Konsum

IMMER WENIGER PLASTIKTÜTEN

Jeder Deutsche hat im vergangenen Jahr durchschnittlich 45 Plastiktüten verbraucht. 2015 waren es noch 68 Stück. Damit hat sich die Initiative von Bundesumweltministerium und Handelsverband, eine Bezahlpflicht auf die Kunststoff-Tragetaschen einzuführen, gelohnt. Laut Handelsverband ging der Verbrauch von Plastiktüten besonders im Textileinzelhandel massiv zurück. Hier führten die bezahlpflichtigen Tüten zu einem Rückgang von 50 bis 80 Prozent. In einigen Unternehmen verschiedener Branchen werde mittlerweile komplett auf Einwegtaschen verzichtet. Insgesamt lag der Verbrauch von Plastiktüten in Deutschland bei 3,7 Mrd. Stück – demnach nur noch rund die Hälfte des Verbrauchs von 2000, wie die Grafik oben zeigt.

› www.statista.com

Gfk

KONJUNKTUR AUF DREI-JAHRES-HOCH

Die Konjunkturerwartung der deutschen Verbraucher ist im 2. Quartal 2017 auf den höchsten Stand seit drei Jahren gestiegen. Der Indikator erreichte im Juni 41,3 Punkte, zuletzt wurde 2014 ein höherer Wert gemessen. Allen Risiken zum Trotz ist der Konjunkturoptimismus der Deutschen ungebrochen. Dank guter Aussichten auf dem deutschen Arbeitsmarkt legte auch die Einkommenserwartung im Juni weiter zu. Auch die Konsumneigung der Deutschen hat das hohe Niveau behauptet.

Online-Werbung

ADBLOCKER NEHMEN WIEDER ZU

Der Anteil der geblockten Online-Display-Werbung ist laut Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) wieder gestiegen. Zuvor war der Anteil der geblockten Online-Werbung in Deutschland auf den tiefsten Stand seit Beginn der Messung gefallen. Diese Entwicklung hatte der OVK wie folgt gedeutet: »Branchenweite Maßnahmen wie ein offener Dialog mit den Nutzern sowie die Optimierung der Qualität der Online-Werbung entfalten mehr und mehr ihre Wirkung.« Im Nachhinein vielleicht eine etwas optimistische Sichtweise.

› www.statista.com

Zenith-Prognose

WERBEMARKT WÄCHST STÄRKER

2017 sollen die weltweiten Werbeausgaben um 4,2% auf 559 Mrd. US-$ steigen – so die Prognose des ›Advertising Expenditure Forecasts‹ von Zenith. Damit fällt das Wachstum geringer aus als 2016 (4,8%). Zenith begründet das mit nicht stattfindenden Großereignissen wie US-Wahlen oder Olympische Spiele, in deren Rahmen die Werbeausgaben um 6 Mrd. $ höher ausfallen. Wird diese Summe neutralisiert, steigt das tatsächliche Wachstum der Werbeausgaben auf 5,4%. In Deutschland soll der Werbemarkt derweil stärker als erwartet zulegen. Statt der im März prognostizierten 2,3% geht Zenith Deutschland nun von 2,5% Wachstum aus. Hintergrund sind die nach wie vor steigenden Werbeinvestitionen in das Internet.

Scodix

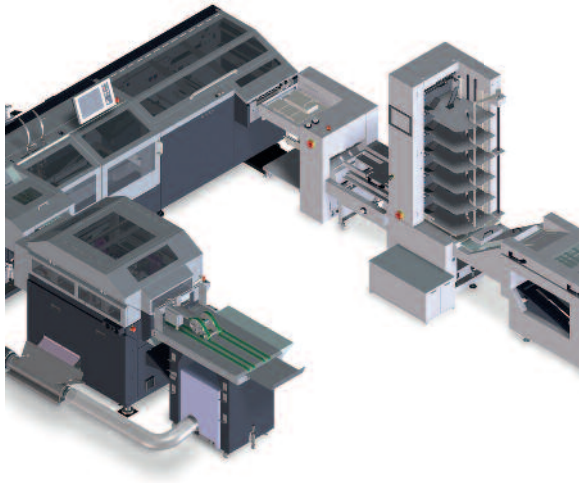
RÄDLER IST VERTRIEBSPARTNER

Scodix hat die Anton Rädler GmbH in das Vertriebsnetz aufgenommen. Die europäische Präsenz von Scodix wird damit weiter ausgebaut. Die Rädler-Gruppe ist Händler von Prepress-, Druck- und Weiterverarbeitungssystemen. Als Scodix-Partner vertreibt das Unternehmen nun die digitalen Veredelungssysteme von Scodix in Süd- und Ostdeutschland.

› www.raedler-gruppe.de
› www.scodix.com

BUCHEN SIE JETZT IHREN DEMO-TERMIN.

STITCHLINER MARK III.
EVOLUTION IM SAMMELHEFTEN.



Mit dem von Grund auf neu entwickelten Hochleistungssystem für die industrielle Produktion rückstichgehefteter Broschüren markiert Horizon die technologische Spitze bei Automation, Produktqualität und Zuverlässigkeit im Dauerbetrieb. Höchste Präzision im Papiertransport, auch bei anspruchsvollen Papieren und Formaten bis zu A4-Landscape mit bis zu 5.300 Takten/h. Feinjustage sämtlicher Parameter ist im laufenden Betrieb möglich. Überzeugen Sie sich selbst: www.horizon.de

SAMMELHEFTEN. FALZEN. RILLEN.
KLEBEBINDEN. SCHNEIDEN.
FOLIENKASCHIEREN. STANZEN.

LÖSUNGEN AUF DEN PUNKT.
Horizon
DRUCKWEITERVERARBEITUNG.