

DIRECTMAILS EIN ALTER BEKANNTER ERFOLGREICHER DENN JE

Drucker und clevere Marketingdienstleister wissen schon lange, dass gedruckte Direktmailings erfolgreich sind. Als besonders hilfreich haben sich Direktmailings vor allem während der Pandemie erwiesen, wie eine Studie der *Royal Mail* zeigt.

Um Kunden während der Pandemie zu erreichen, mussten sich Werber etwas einfallen lassen, denn die Budgets wurden knapper, während die Zeit der Verbraucher zu Hause zunahm. Untersuchungen der *Royal Mail* zeigen, dass sich britische Marketer in dieser Zeit auf die Stärken haptischer Drucksachen verlassen haben, die den Empfänger per Post erreichen. Und mit dem »alten Bekannten« lagen sie genau richtig. Gedruckte Direktmailings bieten einen kostengünstigen Weg, auch digital affine Zeitgenossen zu erreichen. 88% der von der *Royal Mail* Befragten gaben an, dass sie der Post während des Lockdowns mehr Aufmerksamkeit schenkten. Dabei stellten die Untersuchungen der englischen Post fest, dass Verbraucher dem, was in ihrem Briefkasten landet, instinktiv vertrauen. »Wenn ein Unternehmen Zeit, Mühe und Geld in die Botschaft seines Direktmailings investiert, muss sie es wert sein, gelesen zu werden«, urteilten die Umfrageteilnehmer. Die Befragung zeigte außerdem, dass die Ergebnisse von Direktmailings während des Pandemie-Jahres 2020 noch besser geworden sind, als sie ohnehin schon sind. Durchschnittlich werden Postsendungen 4- bis 5-mal angeschaut. Die Reichweite der Mailings ist noch einmal um 4% ge-



stiegen. Beide Werte haben damit den höchsten Stand aller Zeiten. Ohnehin ist nach der Erhebung die Nutzung der Post mit 96% so hoch wie nie zuvor. Der signifikanteste Anstieg sei dabei bei Personen im Alter von 18 bis 34 Jahren zu verzeichnen. Nach Schlussfolgerungen der Studie liegt dies wahrscheinlich daran, dass vor allem viele Jüngere erst jetzt das Empfangen der Post als etwas »Neues« für sich entdeckt haben.

Wertvolles Werkzeug

Das Direktmailing ist somit ein wertvolles Werkzeug auch für den digitalen Marketer. Mit einer Steigerung des Online-Traffics um 70% im Vergleich zum Vorjahr hat sie ihren Wert für crossmediales Marketing bewiesen. Daraus lässt sich schließen, dass gedruckte Direktmailings einen Rückzugsort aus einer Welt bieten, die mit digitaler Werbung übersättigt ist. Zudem vertrauen Verbraucher Direktmailings, er-

achten sie als wertvoll und schätzen den Umgang mit individuell und kreativ gestalteten Mailings, da sie in der digitalen Datenflut eine willkommene taktile Abwechslung bieten. Direktmailings haben also die Kraft, die digitale Informations- und Werbungsflut zu durchbrechen. Besucher der *Print & Digital Convention* finden *locr* am Messestand und in Vorträgen im Rahmen des Kongresses. THOMAS SCHNETTLER stellt dabei Lösungen und Ideen vor, wie Printmailings durch den Einsatz von Geomarketing-Informationen verbessert, für den Empfänger interessant und für Kunden erfolgreicher gestaltet werden können.

STAND F10

> www.locr.com

Quellen: *locr Newsletter Juli 2021. Mail matters more than ever. White Paper, Royal Mail, London 2020.*

Marketing Automation und Programmatic Printing

Wie weit Technologie- und Generationenwechsel in der Druckbranche fortgeschritten sind, erläutert GERHARD MÄRTTERER auf der *Print & Digital Convention* am 20. und 21. Oktober 2021 im Slot 3 »Marketing Automation & Programmatic Printing«.

Er vereint an beiden Tagen die Avantgarde der neuen Technologien und präsentiert Software- und Hardware sowie Serviceanbieter, die ihre neuesten Entwicklungen im Programmatic Printing vorstellen. Am Ende jedes Tages rundet eine Expertenrunde aus allen Speakern das Thema ab.

Wie weit Programmatic Printing inzwischen ist und dass das keine Zukunftsmusik ist, sondern gelebte Praxis, zeigen einige Technologieführer auf der *Print & Digital Convention*:

- Apteco und Deutsche Post
- werc und censhare
- BurdaDruck
- AutLay
- IRS und Laudert
- Canon
- BlueLane
- AlphaPicture und locr

Am ersten Tag wird auch YVES GAUTSCHY mitdiskutieren, der die Generation Y repräsentiert (siehe dazu das Interview auf Seite 42).



DEINKBAR.

100 % RECYCLINGFÄHIG.



VERBINDLICH.
KURZ

Deinkbarkeit ist eine wichtige Voraussetzung im Recycling-Prozess. Dass mit Kalttransfer oder Heißprägung veredelte Produkte sich deinken lassen, hat die INGEDE für viele KURZ Transferprodukte bereits nachgewiesen. Mehr dazu: www.kurz-graphics.com/nofoil



LEONHARD KURZ Stiftung & Co. KG
Schwabacher Str. 482
90763 Fürth/Germany
Tel.: +49 911 71 41-0
Internet: www.kurz-world.com
E-Mail: sales@kurz.de



making every product unique

4R INNOVATION

EIN GEWALTIGES TOOL FÜR DAS DIGITALE PUBLISHING

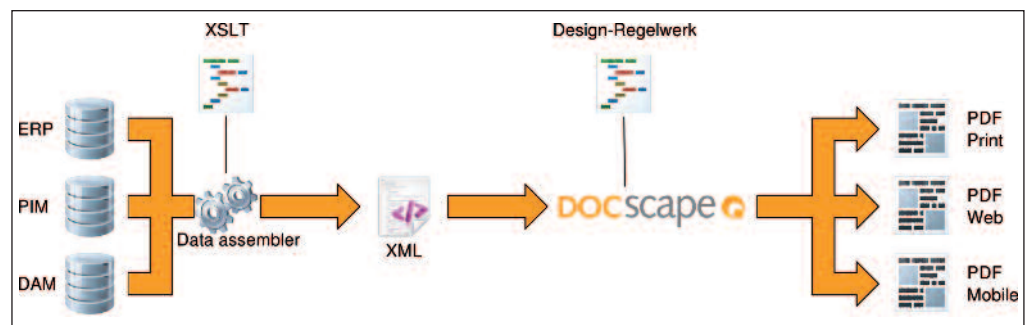
Nach der Einführung von PIM, CMS und Marketing Automation für den Online-Bereich ist die Automatisierung von Print-Publikationen der nächste logische Schritt, um Marketing-Prozesse zu vereinfachen, zu beschleunigen und durch Personalisierung individuell an die Kundenbedürfnisse anzupassen.

Text und Bilder: 4R Innovation

Setzen wir einmal voraus, das gesamte Umfeld stimmt und ist entsprechend eingerichtet, dann werden mit Database Publishing umfangreiche Kataloge oder Unmengen von Datenblättern in vielen Sprachen quasi auf Knopfdruck aktuell und ohne Nachbearbeitung druckfertig aus Produktdaten erzeugt. Aus jeder Datenselektion wird ein perfekt gestaltetes Variantendokument. Auch digital gedruckte Spezialkataloge für Mandanten mit eigenen Rabatten oder Artikelnummern, auf bestimmte Märkte oder Adressaten zugeschnittene Regionalkataloge und personalisierte Kataloge in Auflage 1 sind mit demselben Automatismus im geforderten Corporate Design und einem optimierten Layout möglich.

Das ist keine Zukunftsmusik, das ist tägliche Realität. Online-Redaktionssysteme mit integrierten Freigabe- und Publishing-Funktionen demokratisieren die Dokumenterstellung. Nutzer erfassen in einer benutzerfreundlichen Online-Oberfläche medienneutrale Inhalte, stellen Dokumente zusammen und geben automatisch gestaltete Dokumente für den Druck frei.

Durch die vollautomatische, optimierte Layoutgestaltung können jederzeit Vorschau-Exemplare generiert werden. Nach der Freigabe wird das druckfertige Dokument



Database Publishing ermöglicht das Erzeugen umfangreicher Kataloge oder Unmengen von Datenblättern in vielen Sprachen quasi auf Knopfdruck. Dabei werden die Druckdaten aktuell und ohne Nachbearbeitung aus hinterlegten Produktdaten erzeugt.

ment automatisch an die Druckerei übermittelt. Kenntnisse oder Lizenzen von Gestaltungssoftware werden nicht benötigt.

Marketing Automation und Print

Für Druckereien bietet eine solche Online-Lösung die Möglichkeit zur Kundenbindung und zum Übergang in ein serviceorientiertes Geschäftsmodell. Beim Programmatic Printing werden Konzepte der Marketing Automation mit automatischer

Print-Publikation verknüpft. Aus Kundenprofilen können personalisierte Inhalte als Datenstrom generiert und an den Publishing-Server weitergeleitet werden. Der mischt die Personalisierungsdaten mit vorgestellten Vorlagen und generiert vollautomatisch für jeden Adressaten ein individuell gestaltetes, personalisiertes Einzeldokument. Die personalisierten Dokumente werden als Performance-optimierter PDF-Datenstrom direkt in die automatisch ablaufende Prozesskette Prepress-RIP-Highspeed-Inkjet-Druck eingespeist. Tracking-Daten im Dokument wie QR-Codes, Gutscheincodes oder andere Verknüpfungen mit Online-Medien führen zurück in den Marketing Automation Prozess.

Ein gewaltiges Software-Tool

Da das vollständige Software- und Lösungsangebot der 4R Innovation frei, Open Source und un-

abhängig von proprietären Fremdsystemen ist, fallen für die Nutzung dieser Digitalisierungslösungen für das Print-Publishing keine zusätzlichen Lizenzgebühren an.

Der DocScope Enterprise Publishing Server kann im eigenen Rechenzentrum, auf einem virtuellen Server oder in der Cloud betrieben und beliebig parallelisiert werden. Auf diese Weise ist der Aufbau umfangreicher Online-Publishing Lösungen mit beliebig vielen Nutzern ohne Sorge über explodierende Lizenzkosten oder nachlassende Performance möglich.

Auf der Print & Digital Convention werden neben Referenz-Anwendungen auch einige Neuheiten aus dem Innovationslabor gezeigt:

- Mit DocScope & Docker wird die Integration eines DocScope-Ent-



DocScope ist ein Werkzeug für verschiedene Anwendungen.

wicklungs- oder -Produkktivsystems noch einfacher. Mit einem wenige Kilobyte großen Dockerfile erstellt man in wenigen Minuten beliebig viele Instanzen des *DocScope Enterprise Publishing Servers* als Container oder lässt diese durch eine Container-Orchestrierungs-Lösung, zum Beispiel in der Cloud, dynamisch lastabhängig aktivieren und deaktivieren.

- *DocScope & Schema ST4*, der Konnektor zu einem der meistgenutzten Redaktionssysteme für die Technische Dokumentation erlaubt die vollautomatische Publikation gedruckter Dokumentationen in vielen Sprachen. Automatische, intelligente Layout-Optimierung gestaltet auch komplexe Dokumente mit umfangreichem Bildmaterial und Texten in verschiedenen Sprachen stets mit sauberem Seitenlayout, mit optimalen Umbrüchen und perfektem Corporate Design.

- Mit *DocScope & IDML* können Layout-Vorlagen für die automatische Publikation mit *DocScope* im Gestaltungsprogramm erstellt werden. Dies ist besonders bedeutsam für Programmatic Printing: Das Vorlagedokument wird frei mit Gestaltungsprogramm erstellt. Datenfelder für Personalisierung (Texte, dynamische Bilder, generierte QR-Codes etc.) werden direkt im Gestaltungsprogramm verknüpft. Das Vorlagedokument wird als IDML gespeichert, von *DocScope* gelesen und mit CSV-Exportdaten aus dem CRM verknüpft. Textformatierung, Bildplatzierung und optimiertes Layout werden von *DocScope* vollautomatisch für jedes personalisierte Dokument aus der IDML-Dokumentvorlage und den entsprechenden Personalisierungsdaten generiert.

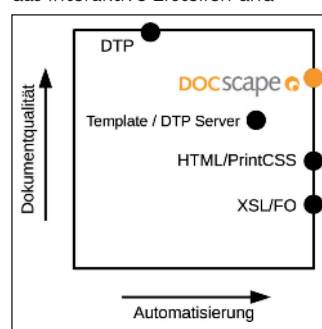
- Preview *4R Publish*: Die vollständig neu entwickelte Publishing-

Server-Software wird langfristig *DocScope* ersetzen und bringt bessere Performance, eine leistungsfähige Webservice-API und viele neue Features.

Leichte Intergration mit Fremdsystemen

Vorerst noch etwas für technisch Interessierte, gibt *4R Innovation* in der Ausstellung Einblicke in Konzepte und erste Prototyp-Komponenten.

Was man von *4R Publish* über *DocScope* hinaus erwarten kann ist das interaktive Erstellen und



Nachbearbeiten automatisch generierter Dokumente, der freie Zugriff auf das objektorientierte Dokumentmodell per Webservice-API, beliebige Performance-Skalierung durch moderne Server-Architektur mit Unterstützung massiver Parallelisierung und Verteilung der Prozesse, IDML Im- und Export, leichte Intergration mit Fremdsystemen (Datenbanken, Webserver, Marketing Automation, PDF-Workflow) durch offene API und Standard-Schnittstellen (SQL, XML, JSON, CSV, IDML) und freie Open Source Software ohne Lizenzgebühren.

STAND F20

> www.docscope.de



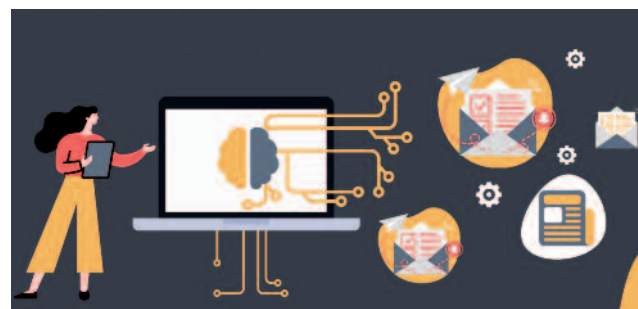
AutLay

PRINT WIRD ZUM PERFORMANCE-TOOL

Das Kölner Technologie Start-up AutLay wirbelt derzeit die Print- und Marketing-Szene durcheinander. Grund dafür ist das Angebot, die Automatisierung und Individualisierung von Print-Mailings mithilfe von Künstlicher Intelligenz zu realisieren – und damit die vollständige Automatisierung der gesamten Wertschöpfungskette in der Werbemittelerstellung einschließlich dem eigentlichen Layout Prozess.

Dabei geht es um den KI basierten Ansatz, die Durchlaufzeiten von mehreren Monaten auf nur wenige Tage zu reduzieren und den Einsatz von Grafikern, aufwendigen Tools und strategischen Einzelentscheidungen obsolet zu machen.

So können in nur drei bis vier Tagen Hunderttausende Kunden mit vollindividualisierten Print Mailings erreicht werden. Dadurch wird Print zum Performance-Tool und gibt Marketing und CRM-Managern vollkommen neue Anwendungsszenarien an die Hand. Ein revolutionärer Ansatz, der für Händler und Online-Shop Betreiber vor allem mit minimalem Ressourceneinsatz und weit überdurchschnittlichen Ergebnissen bei Warenkörben und Conversion Rates verbunden ist.



Mit dem von *AutLay* propagierten Ansatz unter Einsatz von Künstlicher Intelligenz und im Zusammenspiel mit Programmatic Printing avanciert so selbst der vermeintlich langsame Printkanal zum effizienten Performance Tool und ermöglicht CRM-Anwendern individuell wirksamere Kampagnen auszusteuern bei gleichzeitig minimalen Durchlaufzeiten, manuellen Aufwänden und Kosten.

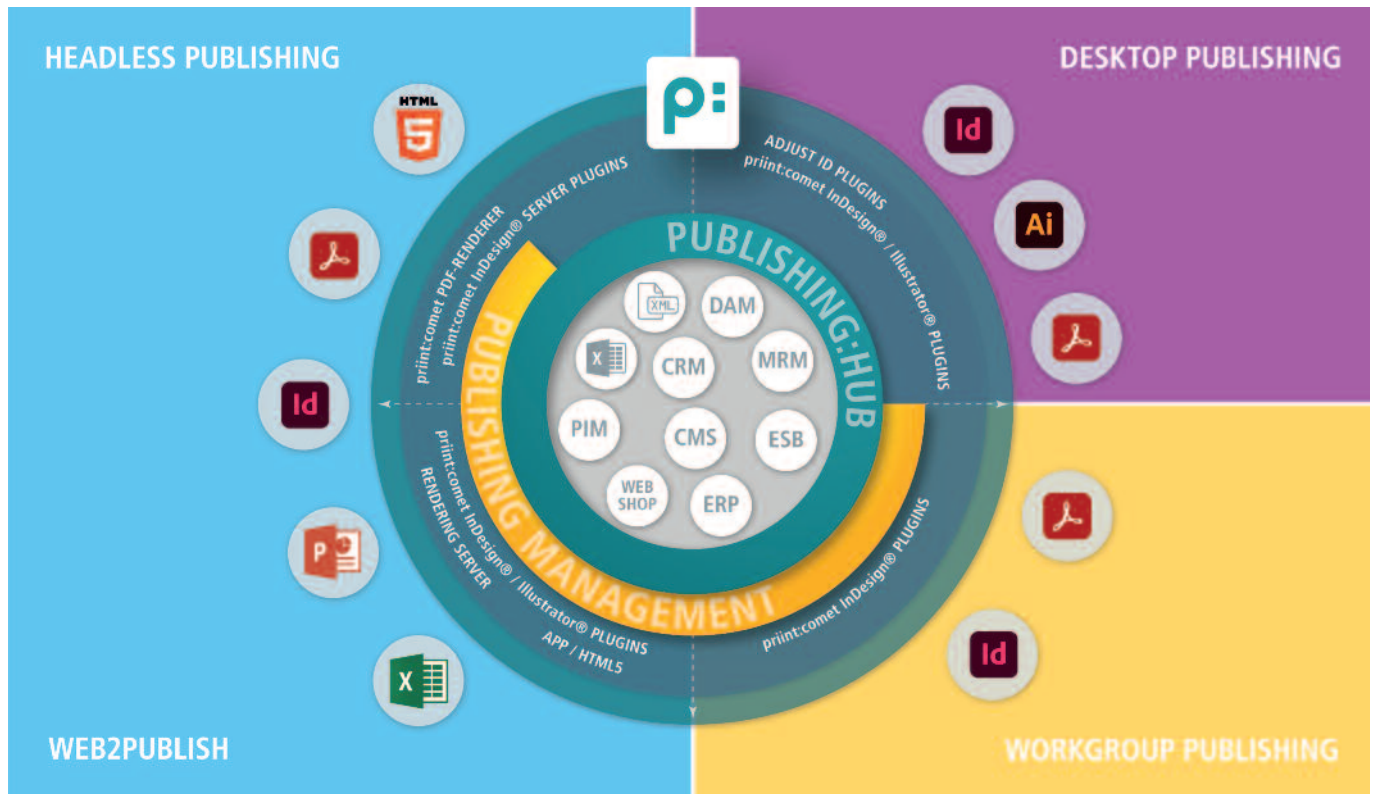
Und auch der Einstieg wird leicht gemacht: *AutLay* bietet ein anwendungsfreundliches Kampagnen-Management-Tool als SaaS-Lösung an, mit dem Händler schnell und einfach Print Kampagnen in ihren Marketing-Mix einbinden können. Das Tool steht kostenfrei zur Verfügung und die Abrechnung erfolgt flexibel auf Basis der gebuchten Kampagnen.

STAND F16

> www.autlay.com



MEHR
INFOS:
HEFT 134
SEITE 28



WERK II KREATIVE KONZEPTE FÜR DAS PRODUKTMARKETING

Höchst emotional, haptisch, individualisierbar und begeisternd präsentiert sich das Medium Print seit seinen Anfängen. Wir wissen und glauben daran, dass Print auch heute noch ›wirkt‹, auch wenn sich das Medium seit GUTENBERG immer wieder verändert und neu erfunden hat, um den Zeitgeist zu treffen.

Was bedeutet das für die innovative Produktkommunikation im Jahr 2021? Print kann heute natürlich nicht mehr als singuläres Werbemittel betrachtet werden. Es muss in die digitale Marketing-Strategie integriert werden und sich den digitalen Gesetzmäßigkeiten unterwerfen. Das bedeutet konkret: on demand verfügbar, individualisierbar und messbar. Zeitgemäße Printkonzepte wie Magalogue oder Facettenkataloge bieten durch echtes Storytelling oder eine individualisierte PDF-

Ausgabe aufgrund einer vorherigen Onlinefacettierung Benefits und bessere Nutzererlebnisse. Content Enrichment, QR-Codes und andere Technologien sorgen für Added Value.

Datenbankgestütztes Publizieren

Mit der *priint:suite* revolutioniert, digitalisiert und automatisiert WERK II nach eigenen Angaben Publishing- und Print-Prozesse, hebt sie auf das nächste Level und transformiert den Print-Kanal, indem das Digitale mit dem Analogen verbunden wird.

Auf der *Print & Digital Convention* zeigt der Anbieter neue Trends rund um die Themen Hyper-Automatisierung, Personalisierung, KI, Headless Publishing, Web-to-Publish und On-Demand-High-speed-Rendering von *Adobe InDesign*-, *Illustrator*- und PDF-Dateien sowie das neue *Illustrator* Plug-In für Tabellen und eine Cloudlösung. WERK II ist mit Niederlassungen der *priint Group* in den USA, in Frankreich, Japan, Polen und Vietnam sowie einem Partner Netzwerk von über 100 Partnern, darunter *SAP*, *Informatica* und *Adobe*, weltweit vertreten.

Das Produkt *priint:suite* ist das Ergebnis von fast 30 Jahren Pionierarbeit auf dem Gebiet des datenbankgestützten Publizierens und wird von globalen Markenherstellern und Händlern eingesetzt. Die robuste Datenkonnektivität über den gesamten Lebenszyklus für Print und Publishing ist ein wesentlicher Digitalisierung-Enabler. Denn die digitale Welt ist ständig in Bewegung – und der Publishingprozess muss folgen.

STAND A26
> www.priint.com



BLUELANE Individuelle Werbeimpulse

WeberHaus, Hersteller von Fertighäusern, führt regelmäßig Marketing- und Vertriebsaktionen durch. Entscheidend ist dabei die Planung und Organisation von Hausbesichtigungen, zu denen Interessenten per Direct-Mailing und E-Mail eingeladen werden. Diese Aktion wird von den jeweiligen Vertriebsstellen dezentral angestoßen. Hierbei unterstützt die Programmatic Cloud von BlueLane den reibungslosen Ablauf und die Produktion der hierfür notwendigen Medien. Einfache Handhabung hat höchste Priorität. Die Anforderungen von WeberHaus an die Plattform: Inhalte (Termine, Anfahrtsbeschreibungen

aus dem CRM-System Sugar. Auf Grundlage des Profils wird entschieden, welcher Ansprechpartner abgebildet und ob digital oder via Print angesprochen wird. Die sofortige Anzeige der Kosten für Porto (inklusive Portooptimierung) und Produktion sowie das automatisierte Erstellen der Direct-Mailings mit den variablen Inhalten erfolgt auf Knopfdruck. Eine solche Marketingaktion wird – inklusive der kompletten Printproduktion und dem Versand – innerhalb von nur zwei Werktagen realisiert. Durch die Programmatic Cloud werden sowohl Zeit als auch Kosten gespart. »Ganz wesentlich ist die optimale Kommunikation mit unseren Kunden. Idealerweise mit möglichst effizienten internen Abläufen«, sagt KLAUS-DIETER SCHWENDEMANN, Marketingleiter



»Programmatic« hält Einzug in die Marketingplattformen und das Kampagnenmanagement von Weberhaus.

gen etc.) sollten einfach und schnell zu erfassen sein. Eine Clearingstelle zur Freigabe des zentralen Marketings ist eingebunden. Von zentraler Bedeutung ist die Verknüpfung und Steuerung

bei WeberHaus. »Das geht nur über schlaue Lösungen, saubere Prozesse und eine gute Datenbasis – all das bietet uns die Programmatic Cloud.« Durch die Verbindung der Programmatic Cloud mit CRM und SAP Daten ist WeberHaus in der Lage – basierend auf unterschiedliche Trigger der Interessenten und Kunden – individuelle Werbeimpulse zu definieren und umzusetzen. Damit ist man bestens auf zukünftige Marketinganforderung gerüstet.

STAND C21

> www.bluelane.de
> www.stark-gruppe.de

KUNDENVORTEILE

- Schnelle Erstellung von mehrstufigen, kundenbezogenen Kampagnen direkt durch die Bauberater in den Bauforen
- Ausgabe erfolgt kanalübergreifend via E-Mail, Mailings, Anzeigen und App
- Einfache Handhabung durch intuitive Benutzerführung für Erstellung individueller Werbeimpulse

UTRAXX Auf der digitalen Überholspur

Maschinen rechnen zuverlässiger als Menschen: Für ein konkretes Produkt finden sie immer das geeignete Verfahren und immer zum besten Preis. Deshalb setzt das Schweizer Software-Unternehmen uTraxx für sein Enter-

prise-Resource-Planning-System (ERP) für die Druckindustrie Künstliche Intelligenz ein. Je nach Produkt und Auflage ermittelt das System sekundenlang den besten Verfahrensweg. uTraxx erzeugt als Basis für die Kalkulation automatisch Ausschießer – manuelles und vorlagenbasiertes Ausschießen wird dadurch überflüssig. Diese werden per JDF-Stripping direkt an die Vorstufe übergeben. Die Automatisierung entlastet nicht nur, sondern rationalisiert auch die Vorstufe; das standardisiert und verschlankt die Produktion. Die Kosten sinken dadurch schnell und dauerhaft. Auf der digitalen Überholspur angekommen sieht sich uTraxx mit dem neusten Highlight: Der Sachbearbeiter kann ein Kunden-PDF einlesen und erhält eine automatisch erzeugte Kalkulation mit den besten Produktionsvarianten. Die erzeugten Ausschießer enthalten Thumbnails und das Stripping-JDF für die Vorstufe erlaubt die druckfertige Seitenpositionierung.



Automatische Ausschießer für eine korrekte Kalkulation.

shop ist Bestandteil des ERP und kann pro Kunde individuell angepasst werden, vom Erscheinungsbild bis zu den Inhalten. uTraxx-Lösungen passen sich dem Unternehmen an, nicht umgekehrt: Der Kunde entscheidet, ob er bestehende Anwendungen anpasst oder neue, auf seine Bedürfnisse zugeschnittenen Applikationen selbst entwickelt. Dafür stellt die Plattform eine Entwicklungsumgebung zur Verfügung, die von einfachen Techniken bis zur professionellen Softwareentwicklung alle Bereiche abdeckt.

STAND B22

> www.utraxx.net



OBILITY E-BUSINESS PRINT AUF KNOPFDRUCK

Für viele kleine und mittelgroße Druckereien wird die Digitalisierung und Automatisierung zur Überlebensfrage. So auch für die *Volker Hinzke GmbH* und **MAGNUS HINZKE**, der Anfang 2021 ins kalte Wasser sprang und sich von der prozessorientierten Denkweise der *Obility* E-Business-Print-Plattform überzeugen ließ.

Text und Bilder: **Obility**

Vor etwa zwei Jahren suchte **MAGNUS HINZKE** nach Wegen, die Abläufe in seiner Druckerei so weit wie möglich zu automatisieren, um schnell, flexibel und mit wettbewerbsfähigen Preisen am Markt agieren zu können. Zu dieser Zeit kalkulierte das Familienunternehmen seine Aufträge mit einem herkömmlichen MIS, plante in einem Workflow-Management-System, schoss sie manuell aus und übergab sie auf unterschiedlichen Wegen an seine Offset-, Digital- und Großformatmaschinen. Nach dem Druck wurden die Auftragsaschen vom Vorstufenpersonal manuell aktualisiert.

Alles in allem betrug der Zeitaufwand in der Auftragsvorbereitung pro Job durchschnittlich 15 Minuten. Aufgrund der zunehmenden Zahl kleinerer Druckaufträge, die auch über den Online-Shop *drucksmir.de* und geschlossene Portale für Großkunden hereinkommen, musste das Unternehmen mit zehn Beschäftigten neue Wege gehen.

Preise auf Anhieb korrekt

Der geschäftsführende Gesellschafter **MAGNUS HINZKE** nahm Kontakt mit dem Koblenzer Software-Haus *Obility* auf und Anfang 2021 war es so weit. »Wir kalkulieren unsere Aufträge jetzt mit dem *Obility Printmanager* und

schicken sie anschließend direkt aus dem System per Knopfdruck auf die Druckmaschinen. Die Auftragsvorbereitung beansprucht heute im Schnitt nur noch zwei Minuten pro Job«, so **HINZKE**. Über die Preise hinaus schlägt das System für jeden Druckauftrag automatisch den optimalen Produktionsweg vor.

Bei Bedarf lassen sich die Preise und auch der Produktionsweg manuell anpassen. »Aber nur in



Ausnahmefällen«, sagt **MAGNUS HINZKE**: »Die Preise sind auf Anhieb korrekt. Auch die Produktionswege

stimmen.« Er könne sich darauf verlassen, dass das System die jeweils optimalen Lösungen vorschlägt – einschließlich der Entscheidung, mit welchem Druckverfahren die Aufträge produziert werden.

Die Rückmeldungen aus den Maschinen fließen später automatisch in *Obility* zurück. Die Auftragsvorbereitung wickelt den verschlankten Prozess vollständig über die E-Business Print-Plattform ab. Diese wurde noch mit einem Switch-Workflow versehen, was der IT-affine Druckereihinhaber in Eigenregie realisierte.

Das System lernt dazu

»Mit *Obility* kalkulieren wir inzwischen auf Knopfdruck sogar die Preise für unsere Werbetechnik.



Kalkulieren auf Knopfdruck: Magnus Hinzke am *Obility*-Arbeitsplatz.

Letztlich hat das mit Druck nicht mehr viel zu tun«, betont **HINZKE** die neue Flexibilität. »Natürlich haben wir noch längst nicht alle Artikel im System. Bekommen wir Anfragen für neue Produkte, legen wir diese kurzerhand an.«

So füttert das Unternehmen sein *Obility*-System seit Anfang des Jahres Tag für Tag »on-the-fly« mit Stammdaten. Die Plattform lernt sozusagen mit. Beispielsweise für Poster kalkuliert es mit *Obility* inzwischen zehn verschiedene Weiterverarbeitungsschritte automatisch: zum Beispiel Kaschieren, beidseitiges Heißlaminieren, Aufziehen auf Aluminiumplatten, Setzen und Positionieren von Bohrlöchern für Acrylschilder bis hin zum Konfektionieren mit doppelseitigem Klebeband.

HINZKE schätzt, dass die Druckerei künftig wenigstens 100 Basisartikel mit Tausenden Varianten automatisch kalkulieren wird.

Bei konventionellen MIS undenkbar

»Bereits im System vorhandene Artikel können wir bei Bedarf kombinieren, brauchen also nicht in allen Fällen neue Produkte in *Obility* anzulegen«, spricht **HINZKE** eine weitere Möglichkeit an. Zum Beispiel bei einer Anfrage für Blöcke mit je 50 unterschiedlichen Blättern kombinierte er kurzerhand einen Block mit einem Blattartikel. Undenkbar bei einem konventionellen MIS.

Die *Hinzke GmbH* druckt über ihre Plotter auch technische Zeichnungen für Architekten und Ingenieurbüros. Hier gelten andere Quadratmeterpreise als für Poster, da die Zeichnungen nicht geschnitten werden und auch nicht die Druckvorstufe durchlaufen.

»Das wickeln wir auf einfache Weise ab: Wir haben im System hinterlegt, diese Arbeitsschritte

bei technischen Zeichnungen wegzulassen.«

Bei der prozessorientierten und web-basierten E-Business Print-Plattform steht die Abwicklung im Vordergrund, die von den Anwendern flexibel an individuelle Anforderungen angepasst werden können. Auch in der *Druckerei Hinzke* gibt *Obility* heute die Prozesse vor.

»In den sogenannten Datenzeilen können wir flexibel und einfach Arbeitsschritte und Maschinen generieren. Selbst unseren Kreditkartendrucker bilden wir inzwischen mit allen relevanten Details im System ab. Bei unserem früheren MIS hätte das enormen Programmieraufwand erfordert«, erklärt HINZKE.

Einfache Bedienung

In der Druckerei arbeiten heute alle Mitarbeiter mit *Obility*. Die Funktionalität kann HINZKE für jeden einzelnen von ihnen individuell eingrenzen. Im standardisierten Prozess ist die Auftragsvorbereitung nur noch ein Frage- und Antwort-Spiel, bei dem selbst ungelernte Mitarbeiter mitmachen können. Mit der browser-basierten Lösung ist es für die Mitarbeiter möglich geworden, auch von zu Hause aus zu arbeiten. Das hat sich gerade in der Corona-Zeit als sehr nützlich erwiesen.

»Mit meinem iPad kann ich sogar unterwegs Angebote für Kunden generieren«, schwärmt MAGNUS HINZKE. »Da wir *Obility* in der Cloud nutzen, benötigen wir weder lokale Server noch eine IT, die permanent aktualisiert werden müssten. Damit ist ein weiterer Kostenfaktor weggefallen.« Wenn eines Tages der Wunsch besteht, das System selbst zu hosten, kann es auf die eigene Hardware umgezogen werden. Dafür sorgt modernste Virtualisierungstechnologie.

Den Service verbessern

Auch im Versand spart der Druckdienstleister Zeit. Die Versandetiketten – an manchen Tagen bis zu 500 Stück – werden in *Obility* zeitgleich mit den Lieferscheinen im Versand gedruckt. Hier kleben sie die Mitarbeiter nur noch auf die Pakete.

Ein riesiger Vorteil für die Kunden sind die Informationen, die ihnen die Druckerei rund um ihre Druckaufträge aktuell per E-Mail zukommen lässt. Fragen wie »Wann werden unsere Aufträge geliefert? Wann sind sie abholbereit? Wie lautet die Tracking-Nummer?« lassen sich schnell beantworten. »Ohne *Obility* könnten wir unseren Kunden diesen Service nicht bieten«, sagt MAGNUS HINZKE.

Die nächsten

Optimierungsschritte

Künftig will MAGNUS HINZKE die Kunden über einen SMS-Dienst automatisch informieren und die Versanddaten ohne manuellen Eingriff aus dem System an die Logistik-Dienstleister übergeben. Und welche Vorbereitungszeit brauchen Dienstleister in der Größenordnung wie die *Druckerei Hinzke*, um ihre Prozesse in *Obility* abzubilden? »Aus meiner Sicht genügt ein Monat. Die meisten Standardmaschinen und Auftragsarten sind in der E-Business Print Plattform schon hinterlegt. Die XML-Schnittstelle gegenüber den Druckmaschinen ist offen. Ihre Anbindung ist einfach, also ohne großen Programmier- und Kostenaufwand möglich. Die Online-Shops sind ohnehin nahtlos in die Plattform integriert. Auch Kollegenbetriebe und Zulieferer lassen sich leicht einbinden.«

Entscheidend seien prozessorientiertes Denken und Vertrauen in die IT. »Dann können auch kleine Druckereien so effizient wie die großen arbeiten«, so HINZKE.

> www.obility.de



Obility

PRINT BUSINESS AUTOMATION

»Einfach Business einfach machen« – mit diesem Anspruch entwickelt die *Obility Software* für das Print Business. Die *Obility-Plattform* bietet ein einzigartiges Angebot web-basierter Software-Funktionen für die Automatisierung grafischer Produktion und für die Realisierung innovativer Online-Print-Geschäftsideen.

Dabei steigert *Obility* die Produktivität und Effizienz der internen und unternehmensübergreifenden Geschäftsprozesse. So können Betriebe mehr leisten und durch die Vereinfachung interner Abläufe Zeit und Kosten sparen. Das bedeutet mehr Umsatz mit weniger Aufwand.

Die modulare Struktur der *Obility-Plattform* erlaubt es, genau die Möglichkeiten auszuwählen, die die Geschäftsmodelle am besten unterstützen. Dazu umfasst die E-Business-Print-Plattform vier Funktionsbereiche:

Printmanager: SMART MIS und ERP zur Erledigung betrieblicher Prozesse.

Printseller: Open und Closed Shops zum Online-basierten Vertrieb von Druckprodukten.

Printmaker: Web-to-Print-Lösungen zur Online-Kalkulation und Drucksachen-Gestaltung.

Printbuyer: Einkaufs-System für den einfachen, effizienten Drucksacheneinkauf.

Highlights auf der Print & Digital Convention

Für den *Printmaker* gibt es neue Funktionen, die eine automatische Druckkalkulation über alle Druckverfahren und auch für komplexe Druckprodukte ermöglichen. Neu ist auch die voll integrierte Plan-tafel und elektronische Auftrags-tasche.

Der *Printmaker Designer Pro* für die Online-Gestaltung von Drucksachen gibt Nutzern vielfältige Möglichkeiten, professionelle Druck-layouts online herzustellen.

Der neue *Printseller* als Headless Printshop sorgt für eine größere Flexibilität bei der Anpassung von Shop-Oberflächen. Die Nutzung von API-Schnittstellen ermöglicht den Einsatz in externen CMS.

STAND B23

> www.obility.de

Innovationen für alle ...

Auftragsentwicklung muss nicht teuer sein!
Über 25 Jahre Erfahrung in der Druckindustrie.

Automatisierung · Industrie 4.0 · Prozesssteuerung
PDF Workflow · LED Normlicht · Softproofing

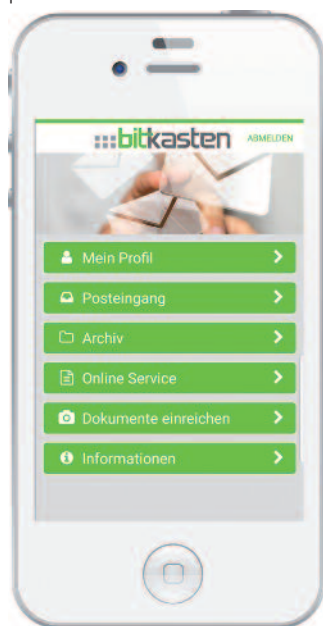
[Lacunasolutions.com] mail@lacunasolutions.com
Alexander Demmler und Team +49-8685/778665

OUTPUT.AG

Wie erreiche ich meine Kunden?

Bestehende Portale funktionieren nicht wie gewünscht. Druck geht immer. Ist allerdings kostenintensiv. Und sichere E-Mail in der Unternehmenskommunikation ist aus diversen Gründen nicht praktikabel oder kaum möglich. Was nun?

Mit dem *bitkasten* hat die *output.ag* eine einfach zu implementierende Kommunikationsplattform entwickelt. Sie basiert



Mit dem *bitkasten* hat die *output.ag* eine einfach zu implementierende Kommunikationsplattform entwickelt. Briefe werden rechtssicher an den digitalen, smarten Briefkasten zugestellt.

auf der Idee eines zentralen Briefkastens. Briefe werden rechtssicher an den digitalen, smarten Briefkasten zugestellt. Die Identifizierung und digitale Zustellung der Kommunikation erfolgen mittels der bekannten Postadresse über beispielsweise den elektronischen Personalausweis. Damit hebt das Unternehmen das alte Prinzip der Postzustellung in die neue Zeit.

Der *bitkasten* ist ein zusätzlicher Kommunikationskanal, der allerdings durch die Verwendung bestehender Druckdaten und der bekannten Postadresse auf vor-

handene Prozesse aufbaut. Damit erfolgt die Implementierung ohne aufwendiges IT-Projekt innerhalb kurzer Zeit. Die nachhaltige Briefkommunikation, digital und ohne Druck und Transport, führt zu einer Halbierung der Druck-, Porto- und Prozesskosten mit einem ROI innerhalb von wenigen Wochen. Mit dem *bitkasten* kommunizieren Unternehmen mit ihren Empfängern sicher – ohne E-Mail.

Für Empfänger funktioniert die Kommunikation ohne Medienbruch via App oder Web. Der *bitkasten* empfängt Post digital von allen teilnehmenden Versendern, stellt die Möglichkeit einer digitalen Signatur bereit und übermittelt Daten an ERP-, CRM-, HR-Systeme. Durch Abbildung von Prozessen, Eingabemöglichkeiten oder Formularen im geschlossenen System des *bitkasten*, ist der Empfänger sicher mit dem Unternehmen verbunden. Das Ziel der *output.ag* ist es, dass der Brief als Ausgangspunkt eines digitalen Assistenten dient, um mit Unternehmen oder Kommunen zu interagieren und bei Bedarf auch marketingseitig auswertbar zu machen. Mit dem *bitkasten* hat das Unternehmen eine Spam-freie Umgebung ohne Ablenkung von der Botschaft und keinen Streuverlust. Der digitale Briefkasten ist immer dabei. Im richtigen Kommunikationsmix können Kunden besser erreicht werden.

STAND A28

> www.output.ag



DESH

Digitalisierung und Datenerfassung

Seit rund 27 Jahren erfasst die *DESH Datenservice & Mailing GmbH* Daten und digitalisiert auf Papier vorliegende Dokumente in den unterschiedlichsten Formen auf vielfältige Weise.

Egal ob Gewinnspiel, Kundenresponse, Listen, Tabellen auf Papier oder als PDF-File, Faxe oder ganz profan die normale Eingangspost erfasst und digitalisiert werden sollen, werden die Daten von *DESH* mit eigener Software in hoher Qualität erfasst.

DESH nimmt seinen Kunden bei kompletten Kampagnen die gesamte Rücksendelogistik und Bearbeitung ab. Der Auftraggeber erhält die erfassten und geprüften Daten zur direkten Kundenansprache in einem von ihm gewünschten Schnittstellenformat. *DESH* realisiert mit zuverlässigen Partnern auch die Kundenansprache mittels Serienbrief oder Mail.

Mit dem Invoice-Prozess digitalisiert das Unternehmen auch Eingangsrechnungen. Dabei kann ein komplett papierloser Prozess realisiert werden.

STAND F11

> www.desh-datenservice.de

HYBRID SOFTWARE

Integrationslösungen für Print

Hybrid Software entwickelt und vermarktet innovative Produktivitätswerkzeuge für die grafische Industrie. Das Tochterunternehmen von *Global Graphics* mit seinem globalen Partnernetzwerk bietet den *Cloudflow*-Workflow, den *PackZ*- und *StepZ*-Editor sowie Integrationslösungen mit Vorteilen wie native PDF-Workflows, auf offenen Standards basierende Lösungen sowie skalierbare Technologien für vielfältige Anwen-

dungen. Diese Produkte werden in allen Segmenten der Vorstufe und dem Druck weltweit eingesetzt, einschließlich der Verpackungsindustrie mit Etiketten, Faltschachteln, Wellpappe und dem Großformat-Digitaldruck.

STAND F25

> www.hybridsoftware.com

ESKO

Software für Verpackung und mehr

Neun von zehn Einzelhandelsverpackungen werden nach Herstellerangaben mithilfe von *Esko*-Lösungen für das Verpackungs- und Asset-Management, das Grafikdesign, den Konstruktionsentwurf, die Produktionsvorbereitung, die 3D-Visualisierung, Flexodruckplattenherstellung, Workflow-Automatisierung, Qualitätssicherung, Mustererstellung, Palettierung und die Herstellung von Schildern und Displays erstellt.

Die Lösungen bestehen aus einer umfangreichen Software-Suite und digitale Flexodruckplattenbelichter, die durch Dienstleistungen, Schulungen und Beratung ergänzt werden.

Enfocus mit den Lösungen für die PDF-Qualitätskontrolle und Workflow-Optimierung, *Media-Beacon* mit Digital-Asset-Management-Lösungen und *Blue Software* mit SAAS-Applikationen für Etiketten und Artwork sind Teil der *Esko* Familie.

STAND F29

> www.esko.com

Trennen Sie sich endlich von
Ihrem alten **MIS(T)** und arbeiten
Sie mit zeitgemäßer Software!



Überzeugen Sie sich LIVE!

Print & Digital Convention in Düsseldorf: Stand B23



BUSINESS AUTOMATION

webbasiert | vernetzt | automatisiert

Sie haben es satt, Ihre Mitarbeiter mit komplizierten Abläufen und unnötiger Arbeit zu belasten. Jetzt ist die Zeit für innovative ERP-Software, die Ihr Unternehmen auf die nächste Stufe der Printproduktion befördert. Warten Sie nicht länger und kontaktieren Sie uns!

www.obility.de | +49 261 500813-0



MONDI

REZEPT FÜR DAS PERFEKTE UNBOXING

Print-Produkte erreichen Verbraucher dort, wo dies digitalen Lösungen nicht gelingt. So endet das Einkaufserlebnis nicht bei der Bestellung, sondern erfährt beim Unboxing einen unerwarteten Höhepunkt (auch beim E-Commerce). Unter Berücksichtigung aktueller Verbrauchertrends wie etwa Nachhaltigkeit lässt sich mithilfe eines durchdachten Verpackungskonzepts die Markenbindung stärken.

Text und Bilder: **Mondi**

Menschen beim Auspacken von Produkten zusehen? Was nach einem kuriosen Zeitvertreib klingt, ist über die letzten Jahre zu einem Hype avanciert. Auf *YouTube* werden sogenannte »Unboxing«-Videos millionenfach geklickt. Jeden Monat rufen rund 90.000 Nutzer diesen Suchbegriff auf.

Dieses Phänomen lässt sich anhand eines Megatrends erklären, den der Zukunftsforscher JOSH NAIBRITT bereits 1982 in seinem Bestseller »Megatrends. Zehn Perspektiven, die unser Leben verändern werden« skizziert hat: Hightech/Hightouch.

Dieses Begriffspaar beschreibt das Spannungsfeld zwischen dem rasanten technischen Fortschritt (Hightech) und dem menschlichen Urbedürfnis nach realen, persönlichen Sinneseindrücken

(Hightouch). Inmitten einer immer komplexer werdenden Welt greifen Menschen verstärkt auf ihre fünf Sinne zurück, um sich im Hier und Jetzt zu erden.

So betrachtet, schafft das Erlebnis »Auspacken« für viele Konsumenten den ersehnten Hightouch-Gegenpol inmitten des Hightech-Dickichts des E-Commerce. Die Sehnsucht der Käufer nach multisensorischen Erlebnissen verändert auch das Käuferlebnis als solches. Der Trend geht vom

Bedarfs- zum Erlebniskauf. Dabei spielen nicht nur die Lieferzeit sowie die Qualität der eigentlichen Konsumgüter eine wichtige Rolle, sondern auch die Inszenierung des Käuferlebnisses inklusive der Verpackung, Beilagen und Extras.

Genau an dieser Stelle eröffnen sich für Händler große Chancen, sich vom Wettbewerb zu differenzieren und Kunden zu binden. So können Händler etwa das Aus-

packen der bestellten Waren als unvergessliches Hightouch-Erlebnis inszenieren. Dabei spielt ihnen die Lieferzeit sogar in die Hände: Im Unterschied zum stationären Handel ist bei E-Commerce das Einkaufserlebnis verzögert. Eine Bestellung ist mit wenigen Klicks getätigt und oftmals genauso schnell wieder vergessen, doch durch eine hochwertige Verpackung und ein entsprechend einprägsames Unboxing-Erlebnis bleibt der Kauf inklusive Anbieter deutlich länger im Gedächtnis.

Karton ist nicht gleich Karton

Das Kreieren von Sinneserlebnissen beginnt bereits bei der Wahl des Verpackungsmaterials. Farbe, Oberfläche, Glanz – sogar Geruch: Die Verpackung mit all ihren sensorischen Eigenschaften bildet eine bedeutsame Hightouch-Schnittstelle zwischen Käufer und Marke. An diesem Touchpoint lässt sich mit einem durchdachten Verpackungsdesign die Kundenbindung stärken. Denn das Verpackungsmaterial trägt ein Stück Markenidentität in sich. Deshalb tun Hersteller und Händler, die Wert auf Markenloyalität legen, gut daran, sich bei der Auswahl nicht nur von Kosten- und praktischen Aspekten leiten zu lassen. So kann beispielsweise die Entscheidung für Plastik aus pragmatischer Sicht sinnvoll sein, zugleich kann sie aber auch ein ungünstiges Statement im Hinblick auf das Umweltbewusstsein des Unternehmens setzen. Papier und Karton hingegen sind nicht nur nachhaltige, sondern auch vielseitige Verpackungsmaterialien, mit denen sich sowohl die ästhetischen als auch die ethischen Anforderungen der Konsumenten in einem unverwechselbaren Design vereinen lassen. Für viele Konsumenten ist die Beschäftigung mit Nachhaltigkeit

identitätsstiftend geworden; im Zuge des Individualisierungstrends können Marken ihren Kunden also durch ein umweltfreundliches Verpackungskonzept vermitteln, dass ihre Bedürfnisse verstanden und persönlich adressiert werden. Zudem werden Erzeugnisse aus Papier im Zeitalter der Digitalisierung mehr denn je mit Beständigkeit, Verbindlichkeit und Qualität in Verbindung gebracht. Im Unterschied zu der »Jederzeit und überall«-Verfügbarkeit von digitalen Informationen wirken Printprodukte, insbesondere hochwertige Printprodukte, limitiert und exklusiv. Unterstreichen lässt sich die Wahrnehmung der Verpackung als Premium-Produkt beispielsweise durch satte, tiefe Farben von Papier und Karton. Marktuntersuchungen von *Mondi* zufolge assoziieren Konsumenten satte, tiefe Farben wie die *Deep & Dark Colours* aus der *Pergraphica*-Reihe mit Premium-Qualität. Zudem bedient die besondere Oberfläche dieser Papiere das Hightouch-Bedürfnis der Verbraucher. Auch Veredelungen verstärken den Eindruck einer hochwertigen Verpackung. Bei einem entsprechend hochwertigen Material sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt: Prägungen aller Art sorgen für ansprechende Haptik, während der Laserschnitt filigrane Muster ins Material brennt. Die Lasergravur macht sich auf farbigem Papier und Karton besonders gut, weil sich durch die Hitze des Lasers auf den gravierten Stellen der Farbton verändert. Die *Pergraphica*-Papiere von *Mondi* sind für diese Arten von Veredelungen ausgelegt.

Nachhaltigkeit – der neue Luxus

Auch aus Umweltsicht stellen Papier und Kartonagen das Mittel der Wahl für Verpackungsmaterialien dar. Sie basieren auf einem nachwachsenden Rohstoff, lassen



Menschen beim Auspacken von Produkten zusehen? Was nach einem kuriosen Zeitvertreib klingt, ist über die letzten Jahre zu einem Hype avanciert.

sich gut recyceln und sind am Ende des Lebenszyklus auch biologisch abbaubar. Die Siegel FSC und PEFC weisen Konsumenten darauf hin, ob bestimmte Papierprodukte aus einer nachhaltigen Forstwirtschaft stammen. Bei *Mondi* ist dieses Label häufig zu finden, denn *Mondi* bewirtschaftet 2,5 Mio. Hektar Wald nach FSC-Richtlinien. Damit nimmt *Mondi* seine Verantwortung als Papierhersteller wahr, der Abforstung entgegenzuwirken und Waldflächen zu erhalten. Zudem werden seit April 2021 die *Pergraphica*-Papiere von *Mondi* standardmäßig CO₂-neutral produziert.

Holz ist nicht das Ende der Fahnenstange

Über die letzten Jahre hat Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal immer mehr an Bedeutung gewonnen. Moderne Konsumenten bewerten nicht nur die Nachhaltigkeit des eigentlichen Produktes und seiner Verpackung, sondern setzen sich zunehmend kritisch mit der kompletten Umweltstrategie eines Unternehmens auseinander. Für eine langfristige Kundenbindung sind Unternehmen also gut beraten, eine ganzheitliche und konsequente Nachhaltigkeitsstrategie entlang des gesamten Produktlebenszyklus zu entwickeln: von der Materialbeschaffung über die Produktion

und Verpackung bis hin zur Logistik. Eine der jüngsten Entwicklungen ist die Verwendung von Gras als alternativen Rohstoff. Im Vergleich zum Klassiker Holz wächst Gras um ein Vielfaches schneller nach. Zwar muss auch bei Papiererzeugnissen auf Grasbasis weiterhin eine bestimmte Menge an Cellulose zugegeben werden, damit das Papier die notwendige Steifigkeit erhält, dennoch wird der Verbrauch von Frischfasern durch den alternativen Einsatz von Gras reduziert, was die Nachhaltigkeit von Papierprodukten zusätzlich fördert. So enthält beispielsweise das Graspapier *IQ Grass+ Packaging* von *Mondi* 30% Grasfasern. Im Vergleich zu herkömmlichen ungestrichenen Feinpapieren ist *IQ Grass+ Packaging* dank der Zumischung von größeren Grasfasern deutlich reißfester. Zudem ist es für Flexodruck-Verfahren optimiert, die beim Bedrucken von Verpackungen eingesetzt werden. Dank seiner Zertifizierung im Bereich Lebensmittelsicherheit steht das Graspapier auf dem Verpackungsmarkt reinen Zellulose-Produkten in nichts nach.

STAND F01
> www.mondigroup.com



Mit Papier und Ideen überzeugen

Verpackungen, Karton und Papier sind stumme Botschafter. Sie transportieren unterschwellig Informationen und vermitteln ein Bild des Unternehmens hinter der Verpackung. BERNHARD CANTZLER, Head of Marketing & Innovation UFP bei *Mondi*, kennt noch mehr Hintergründiges, wie er im Gespräch verrät.

Es gibt wohl kaum eine Branche, in der es ohne Verpackungen geht. Wie unterscheiden sich die Branchen hinsichtlich der Verpackungstrends vor allem auch im E-Commerce?



BERNHARD CANTZLER: Betrachten wir drei Branchen, die im E-Commerce besonders stark vertreten sind: Beauty, Fashion und Food. Die Beauty-Branche ist Pionier, wenn es um ein faszinierendes, emotionales Unboxing-Erlebnis geht. Mit liebevoll gestalteten Kartonagen, Beilagen mit QR-Codes sowie Kosmetikprobchen ziehen Online-Kosmetikhändler sämtliche Register für ein einzigartiges Käuferlebnis. Im Karton-Einheitsbrei können Händler mit bunt laminierten Verpackungen für einen Wow-Effekt beim Kunden sorgen. Außerdem stellt der Online-Versand von Lebensmittel-Verpackung und Logistik vor besondere Herausforderungen.

Die eingesetzten Verpackungsmaterialien müssen strengen Anforderungen an die Lebensmittelechtheit genügen, auch das Thema Kühlung gilt es bei Frischware innovativ in das Verpackungskonzept zu integrieren. Zugleich legen hier die Konsumenten besonders hohen Wert auf Nachhaltigkeit: Was ›Bio‹ enthält, sollte auch nach ›Bio‹ aussehen.

Welche Rolle spielt die Farbgestaltung für das Unboxing-Erlebnis?

Wir beobachten im E-Commerce zwei unterschiedliche Vorgehensweisen bei der Farbgebung von Verpackung: Entweder wird die Außenseite der Kartonagen in den CI-Farben des Unternehmens gestaltet,

oder aber der Karton ist äußerlich unauffällig, während die Innenseite mit unerwarteten Farben und Mustern für einen Wow-Effekt sorgt.

Unsere Marktanalysen haben ergeben, dass dunkle, satte Farben besonders stark mit Premium-Produkten assoziiert werden. Diese Erkenntnisse haben wir in die erweiterte Farbpalette unserer *Pergraphica*-Papiere einfließen lassen: mit 30 neuen bunten Farben, unter anderem besonders intensive Farbtöne. Alle *Pergraphica*-Farben entsprechen den Richtlinien der FSC Zertifizierung und dem EU Ecolabel.

Was muss ich tun, um von Verbrauchern als nachhaltiges und verantwortungsvolles Unternehmen wahrgenommen zu werden?

Zu den bekanntesten Maßnahmen zählen die Wahl ressourcenschonender Materialien sowie die konsequente Minimierung des CO₂-Fußabdrucks entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Der erste Schritt auf diesem Weg ist es, den CO₂-Fußabdruck einer Fertigung verlässlich zu

quantifizieren. Bei *Mondi* berechnen wir die CO₂-Emissionen. Um Transparenz zu schaffen, werden Informationen über die CO₂-Neutralität der *Mondi*-Produkte auf die Verpackungen gedruckt und dokumentiert. Darauf kann sich der Anwender unserer Produkte verlassen.

Wie lassen sich Hightech und Hightouch im Sinne eines multisensorischen Online-Einkaufserlebnisses effektiv vermischen?

Im E-Commerce stellt die Verpackung ein wichtiges Bindeglied zwischen der digitalen und der realen Welt dar. Sie ist das Vehikel, Markenidentität lückenlos zu transportieren. Dies gelingt Unternehmen beispielsweise durch hochwertige Kartonagen, die im Marken-CI gestaltet sind und durch das Zusammenspiel von Optik und Haptik gleich mehrere Sinne des Verbrauchers ansprechen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Customer Journey nicht beim Unboxing endet. Die Verpackung bietet auch die Gelegenheit, die Brücke in die digitale Welt zu schlagen – beispielsweise durch Beilagen mit QR-Codes, die die Konsumenten zurück zum digitalen Auftritt des Händlers oder Herstellers führen. Idealerweise geht dieser digitale Auftritt weit über einen bloßen Online-Versandkatalog hinaus, sondern reichert das Einkaufserlebnis durch Hintergrundinformationen, Kundenstimmen oder interaktive Elemente an.

STAND F01

> www.mondigroup.com



INAPA DEUTSCHLAND

Alles für die nachhaltige Printproduktion

Das Team der *Inapa Deutschland* freut sich, auf der *Print & Digital Convention* gleich zweifach vertreten zu sein: mit einem Messestand auf der Ausstellungsfläche sowie mit einem Vortrag von SILVIA WIENER am zweiten Veranstaltungstag. Besuchen Sie uns auf unserem Stand und entdecken Sie unser großes Sortiment im ganz neuen Look. Neuer Look? Genau. Die *Inapa Deutschland* präsentiert ihr Papiersortiment jetzt mit neuen hand-



Der *in'cube* ist bereits mit Musterfächern zu den *Inapa*-Eigenmarken bestückt.

lichen Musterfächern, die im sogenannten *in'cube* ihren Platz finden. Mithilfe dieser praktischen Aufbewahrungsbox haben Kunden und Interessenten alle verfügbaren Qualitäten und Flächengewichte immer griffbereit. Kompakt und gleichzeitig umfassend bilden die Musterfächer das gesamte Papiersortiment der *Inapa Deutschland* ab: von Bilderdruck und Naturpapier über Recyclingpapier bis Karton und natürlich Digitaldruckpapiere. Der *in'cube* ist bereits mit Musterfächern zu den *Inapa*-Eigenmarken bestückt: *enviro* – das Recyclingpapier; *lona* – das Naturpapier; *arto* – das Bilderdruckpapier; *joly* – das farbige Papier; *inacard* – der starke Karton; *bavaria* – das opake Papier; *tecno* – das Officepapier. Darüber hinaus ist bereits der druckfrische Digitaldruckfächer enthalten – mit der großen Auswahl an prozesssicheren Papieren und synthetischen Druck-

trägern für Ihr Digitaldrucksystem und Ihren jeweiligen Druckauftrag. Darüber hinaus wird das Team Digitaldruck interessante Produkte und Lösungen ihrer Partner wie *Mondi*, *UPM*, *folex*, *Koehler*, *Yupo* präsentieren. Während Kunden und Interessenten der *Inapa* also auf der Ausstellungsfläche die bunte Vielfalt der Papiere entdecken können, geht es auf der Vortragsbühne am Nachmittag des zweiten Veranstaltungstags um das Thema »Nachhaltige Medienproduktion«. SILVIA WIENER, Teamleiterin Printmedien-Beratung, stellt in ihrem Vortrag das Kompendium Sustainable Publishing vor, das die *Inapa Deutschland 2020* veröffentlicht hat und gibt Antworten auf die Frage: »Wie wird Print nachhaltig und wie wirkt Print nachhaltig?«

Als einer der größten Papiergroßhändler in Deutschland und Tochter der portugiesischen *Inapa-Gruppe* sind wir bei der *Inapa Deutschland* überzeugt von der Kraft von Printprodukten. Wir glauben an Haptik und bleibende Werte und daran, dass Gedrucktes besser im Gedächtnis bleibt. Wir glauben außerdem daran, dass Printprodukte nachhaltig sind – wenn sie zielgerichtet eingesetzt und sorgfältig gestaltet sind, anstatt dem schnellen Konsum zu dienen und anschließend im Müll zu landen. Papier ist unser Fokus. Aber wir bieten Ihnen noch mehr: Mit maßgeschneiderten Beschaffungs- und Transportlösungen profitieren Sie von unserem flächendeckenden Logistiknetz und dank unseres umfassenden Sortiments in den Bereichen Reinigung und Hygiene, Arbeitsschutz und Verpackung erhalten Sie bei uns alles aus einer Hand.

STAND F09

> www.inapa.de

> www.bewusstpapier.de

EDELMEISTER

KREATIV-WETTBEWERB IM DIGITALDRUCK

Zum dritten Mal geben der *f:mp.* und die *drupa* mit dem Kreativwettbewerb *Edelmeister* neuen Ideen rund um den Digitaldruck eine Bühne. Dieses Jahr wurden die Wettbewerbskategorien erweitert.



Die kreative Idee ist das Fundament, auf dem wirkungsvolle Kundenkommunikation aufbaut. Ob Broschüren, Mailings, Etiketten, Verpackungen oder Plakate – sie entfalten ihre Wirkung dann am besten, wenn sie direkt ins Auge fallen, multisensorisch aktivieren, mit digitalen Kanälen vernetzen oder mit einem gewissen Charme

dazu verführen, ihnen Aufmerksamkeit zu schenken. Geht es um wirkungsvolle Kommunikation, kann der Digitaldruck im Idealfall zur Höchstform auflaufen.

In den letzten Jahren sind zahlreiche Veredelungstechnologien entwickelt worden, mit denen beeindruckende Effekte erzielt werden können. Doch mit dem *Edelmeister* werden nicht allein inspirierende Veredelungsprojekte, die im Digitaldruck realisiert wurden, gekürt: Aufgabe der Teilnehmer ist es, außergewöhnliche Veredelungsideen zu entwickeln, die allein mit den vorhandenen Digitaldrucktechniken und in Verbindung mit entsprechenden Bedruckstoffen realisiert werden können.

DIE KATEGORIEN Die Kategorie »Hybridprodukte« ist seit 2021 ganz neu mit dabei. So kann der Digitaldruck im Zusammenspiel mit analogen Produkten seine vielseitigen, individuellen und personalisierten Veredelungen ausspielen. Für den aktuellen Wettbewerb wurden folgende Kategorien definiert:

- Broschüren, Akzidenzen
- Mailings, Selfmailer, Dialogmarketing
- Etiketten
- Verpackungen
- Poster/Plakate
- Hybridprodukte

DEADLINE: 30. NOVEMBER Um neue und ausgefallene Ideen zu entwickeln, können sich die Award-Teilnehmer auf der *Print & Digital Convention* (20. und 21. Oktober 2021) in Düsseldorf bei 48 Fachvorträgen, in Workshops sowie von den technischen Möglichkeiten und Messexponaten inspirieren lassen. Alle Ideen können bis zum 30. November 2021 beim *f:mp.* eingereicht werden. Es besteht auch die Möglichkeit, Dummys bei *Edelmeister*-Partnern produzieren zu lassen. Drei gedruckte Muster bieten den Teilnehmern eine zusätzliche kleine Belohnung für ihre Projekte.

Die Sieger werden im Januar 2022 bekannt gegeben. Die sicherlich sehr wirkungsvollen und manchmal vielleicht sogar verrückten Ergebnisse, die schon bis zur *Print & Digital Convention* im Oktober eingereicht werden, sollen vor Ort zusätzlich in einer Ausstellung vorgestellt werden.

> www.edelmeister-wettbewerb.de > www.f:mp.de



IGEPA Italienische Papiermacherkunst

Italiens Papierproduktion kann auf eine lange Historie zurückblicken. Vor allem bei den Feinstpapieren gehören die Ergebnisse zum Besten, was der europäische Markt zu bieten hat. Die ersten Dokumente, die zum Beispiel das Papierwerk *Cordenons* erwähnen, datieren von 1630. Im folgenden Jahrhundert wird die »Cartiere di Cordenons« als offizieller Papierlieferant der Republik Venedig genannt.

Die Produkte und die damit verbundene Geschichte sind seit jeher mit der Tradition und Qualität »made in Italy« verbunden.



Färbungen von Reef. Die Qualität bietet eine feine Sandpapier-Haptik.

Ab sofort bietet *Igepa* drei neue Papiersorten für besondere Anwendungen: *Kingdom* ist eine Range weißer und elfenbeinfarbener Corporate-Premium-Papiere für einprägsame und individuelle (Brief-) Botschaften. *Kingdom* ist gerippt (*Laid*), geprägt (*Wove*) und geglättet (*XT-S*) erhältlich. Eine edle Anmutung erhalten alle drei durch einen Baumwollanteil von 15%. Die Färbung *Recy White* wird ohne Baumwolle ganz aus Altpapier hergestellt. Faszinierend durch die individuelle Wirkung ist die Sorte *Bohème*: Erhältlich in den Ausführungen *Tradition* (filzmarkiert), *Design* (matt geprägt) und *Insize Tradition* (oberflächenveredelt). *Bohème Tradition* wird in vier Färbungen angeboten: candido, neve, bianco und camoscio, während die Auswahl bei *Bohème Design* und *Insize*



Tradition aus candido und neve besteht.

Das Feinstpapier der Serie *Reef* von *Cordenons* bietet eine feine Sandpapier-Haptik. In krassstem Rot, tiefem Blau, Schwarz, Braun und Grau sowie klassischem Weiß ist dieses Papier die perfekte Grundlage für außergewöhnliche Packaging- und Einband-Anwendungen.

STAND F41

> www.igepa.de

ANTALIS Innovationen bei Digitaldruckmaterialien

Zu den Neuheiten am *Antalis*-Stand im Digitaldruck gehört beispielsweise das gerade gelaunchte *Pergraphica* für Trockentoner und *HP Indigo* Drucktechnologien. Oder auch *Xerox Premium Never-Tear* aus der umfangreichen Trockentoner *Xerox Range*, das antibakteriell und antiviral gegen Covid-19-Viren ausgerüstet ist. Ganz neu ist auch *Image Magic Cling* für *HP Indigo*, eine elektrostatisch-haftende Folie in Weiß oder transparent für Anwendungen im Innenbereich ohne Laminierung. Das Sortiment ist für alle Werbe-, Marketing- und Beschilderungsanwendungen geeignet, die im Innenbereich etwa drei bis sechs Monate halten müssen. Zudem werden weitere Produkte des Sortiments für den Digitaldruck präsentiert. Dabei setzt

Antalis bei den Digitalformaten den Schwerpunkt auf werksausgerüstete Materialien, die für die verschiedenen Digitaldrucktechnologien getestet wurden.

STAND C01

> www.antalis.de

KOEHLER PAPER Recyclingpapier für Luxusverpackungen

Auch bei Luxusverpackungen muss auf Nachhaltigkeit nicht verzichtet werden. Die Recyclingpapiere von *Koehler Paper* zeigen eindrucksvoll, dass Recyclingpapiere und -kartons hohen Ansprüchen an Eleganz und Qualität



Die Recyclingkartons von *Koehler Paper* sind eine ökologische Alternative für anspruchsvolle Verpackungen.

gerecht werden. Aus 100% Sekundärfaserstoffen hergestellt, überzeugen sie mit zahlreichen Umweltzeichen, ihrem Naturpapiercharakter und intensiven Farben.

STAND F03

> www.koehler.com

Die *Metapaper Printfarm* ist nach eigenen Angaben Europas größter Marktplatz für feine Drucksachen.

METAPAPER Plattform für Papier und Print

Auf *metapaper.io* ist ein kuratiertes System weißer und farbiger Papiere ausgewählter Papierfabriken zu entdecken. Das Wiki bietet dazu vielfältige Informationen. Und über 400 Printprojekte dienen als Inspirationsquelle. Neu und gleichzeitig das Highlight auf der *Print & Digital Convention* ist die *Metapaper Printfarm*, nach Angaben von *Metapaper* Europas größter Marktplatz für feine Drucksachen. Hier lassen sich Printprojekte, Papiere und Veredelungen aller Art finden, konfigurieren sowie die passende Druckerei auswählen und beauftragen. Die teilnehmenden Druckereien sind von Agenturen empfohlen.

STAND A13

> www.metapaper.io



MEHR
INFOS:
HEFT 134
SEITE 32



**Museum
für
Druckkunst
Leipzig**

Kulturerbe Drucktechnik Erleben

druckkunst-museum.de

**Tragen Sie dazu bei, die Drucktechniken
zu bewahren und lebendig zu vermitteln!**

Spendenkonto:

IBAN DE92 8605 5592 1100 3969 14



**Immaterielles
Kulturerbe**
Wissen. Können. Weitergeben.

Eintrag im
Bundesweiten Verzeichnis
Künstlerische Drucktechniken des
Hochdrucks, Tiefdrucks, Flachdrucks,
Durchdrucks und deren Mischformen

DIGIBOOK 360° BUCHPRODUKTION

Der erste Berührungspunkt eines Druckproduktes mit dem Leser ist der Umschlag. Dabei lässt der Einband in Sekundenbruchteilen die Wertigkeit fühlen. Das gilt ganz besonders für Bücher. Technologie der Wahl ist die Klebebindung, einstmals die Domäne industrieller Buchbindereien, inzwischen aber immer mehr in mehrstufigen Druckereien zu finden.

Von Klaus-Peter Nicolay

Sowohl die Anwendung als auch der Einsatzort der Klebebindung haben sich in den letzten Jahren verschoben. Die Bindetechnik steht längst nicht mehr nur für Großauflagen und ist nicht mehr spezialisierten Buchbindereien vorbehalten, sondern findet sein Einsatzspektrum quer durch die gesamte Branche einschließlich der Fotobuchhersteller, deren Wurzeln weniger in der grafischen Industrie, sondern eher in der Fotobranche liegen. Zudem macht sich beim Einsatz auch der alles beherrschende Trend nach immer kleineren Auflagen in immer kürzerer Frequenz bei immer kleineren Zeitfenstern für die Produktion und sinkenden Margen bemerkbar. Das bedeutet auch, dass die Maschinenteknik angepasst sein sollte. Die Angebote bei Klebebindemaschinen reichen vom manuell bedienbaren Gerät über halb automatische Klebebinden bis zum Hochleistungs-Universalklebeinder. Mit Letzteren können in der Regel auch flexible Produktionen in Bezug auf Papierauswahl, Klebstoffart, Umschlagmaterial, Auflagenhöhe und auch Qualitätsanspruch gefahren werden. Solche Universalmaschinen sind für normale Druckereien allerdings in vielen Fällen völlig überdimensioniert.



Digibook Technology liefert seit mehr als einem Jahrzehnt Bindeequipment für die Digital-Druckindustrie weltweit und hat sein Portfolio erweitert, damit Digitaldrucker alle Phasen (360 °) der Buchherstellung ausführen können.

Vielfach reichen einfachere Modelle aus. Das zumindest lässt der Trend vermuten, nachdem viele Klebebinder in Druckereien und bei Digitaldruckern eingesetzt werden. Was nicht heißt, dass Druckereien mit aufgebohrten Büromaschinen langfristig konkurrenzfähig sein könnten. Im Gegenteil sind Systeme gefragt, die auf einen industriellen Betrieb ausgelegt sind. Denn gerade bei häufigen Auftragswechseln sind Automatisierung und Effizienz gefragt. Dies gilt auch vor dem Hintergrund, dass Druckprodukte mit Auflage 1 zwar wenig erscheinen, sich bei einem Auftrag mit 100.000 mal Auflage 1 trotzdem eine Großauflage auf industriellem Niveau ergibt.

Trend Book-on-Demand

Bücher in hoher Auflage sowie Kataloge und Magazine als Massenware, für die Hochleistungs-Universalklebebinder benötigt werden, wird es nach wie vor noch geben. Vielleicht sogar noch mehr als bisher. Die werden aber vermutlich von einigen wenigen Großbuchbindereien hergestellt werden können. Parallel dazu erleben wir seit einigen Jahren eine weitere Entwicklung im Bücherdruck durch Innovationen im Digitaldruck und der Technik im Finishing. Der wirtschaftliche Druck ab Auflage 1 und Book-on-Demand sind bereits Realität. Anlässe für Bücher in solch kleinen Auflagen sind nahezu unbegrenzt und beschränken sich nicht nur auf Fo-

tobücher: Chroniken, Tagebücher, Biografien, Diplomarbeiten, Dokumentationen und vieles mehr sind gefragt. Es wäre ein abendfüllendes Programm, den Trend Book-on-Demand und daraus resultierende Ableger wie etwa Selfpublishing zu diskutieren. Genauso interessant könnten Visionen zum Buch-Vertrieb sein. Erste Ansätze gibt es ja bereits. So ist der Buchdruck inzwischen auch im Online-Druck angekommen. Dabei unterscheiden sich die Bücher in kleinen Auflagen oder Auflage 1 in Qualität und Ausstattung nicht nennenswert von industriell gefertigten Großauflagen.

Die Lücke geschlossen

Um entsprechend geforderte Qualitäten zu erreichen, liefert *Digibook Technology* (vormals *PBT Photobook Technology*) seit mehr als einem Jahrzehnt Bindeequipment insbesondere für den Digitaldruck und hat sein Portfolio nunmehr erheblich erweitert, damit alle Phasen (360°) der Buchherstellung abgedeckt und realisiert werden können.

Digibook Technology bietet mit dem Maschinenprogramm ausgereifte Lösungen für die vollautomatische Fertigung von digital gedruckten Hardcover-Büchern in Kleinauflagen an. Dazu zählen in erster Linie Fotobücher. Doch die Maschinen wurden entwickelt, um die Lücke zwischen halb automatischen Aggregaten und komplexen Maschinen für die industrielle Buchfertigung, die heute am Markt angeboten werden, zu schließen.

Besonderen Fokus bei der Entwicklung der Maschinen hat der Hersteller nach eigenen Angaben auf Benutzerfreundlichkeit und Flexibilität gelegt – zusammen mit einem hohen Automatisierungsgrad und Qualitätsstandard.

Mit diesem Portfolio will *Digibook Technology* nicht nur die Lücke zwischen halb automatischen und industriellen Anlagen zur Buchherstellung schließen, sondern die Systeme über den Bereich der Fotobücher hinaus in der Druckindustrie vermarkten. Dazu wurden die Maschinen für die Ansprüche der Branche optimiert:

- Fokussierung auf kleine Volumen,
- einfache Bedienung,
- computer- und Barcode-unterstützte Jobwechsel,
- automatisierte Produktion mit hoher Reproduzierbarkeit,
- mittleres Geschwindigkeitspotenzial,
- kompaktes und stabiles Design,
- geringer Wartungsaufwand.

Beeindruckendes Aufschlagverhalten

Dabei ist eine Anwendung besonders erwähnenswert: Buchblocks mit vollflächig miteinander verleimten, einseitig bedruckten Falzbogen. Sie ergeben ein als Flatbook beeindruckendes Pro-

dukt. Ist der Buchblock der Layflat-Panorama-Bindung geöffnet, liegt er flach, mit dem besonderen Vorteil, dass Bilder, die über den Bund laufen und zwei gegenüberliegende Seiten einnehmen, ohne Bruch im Rückenfalz sichtbar sind. Es werden auch keine hässlichen Klammern wie bei der Rückendrahtheftung benutzt, die die Abbildung »zerstören«. Dieses Verfahren wird häufig für die Herstellung hochwertiger Fotobücher und Fotoalben eingesetzt. Doch es müssen eben nicht zwingend Fotobücher sein, es können genauso auch Werbeprodukte sein, Speisekarten oder was die Phantasie auch immer hergibt. In jedem Fall kommt der Inhalt aufgrund der Layflat-Bindung durch das nicht im Falz unterbrochene Bild besonders zur Geltung.

Und wenn Buchbinder und Drucker weltweit nach neuen Ideen suchen für Produkte, die in ihrem Unternehmen mit einer hohen Wertschöpfung hergestellt werden können, dann zählt die Layflat-Panorama-Bindung ganz sicher dazu. Werbeagenturen kennen die Möglichkeiten, die diese Bindung bietet, größtenteils noch nicht. Es besteht also noch erhebliches Potenzial der Vermarktung.

Nach Angaben von *Digibook Technology*, die eine komplette Produktionsanlage für die Herstellung von Layflat-Buchblocks anbietet, auf der Buchblocks unabhängig vom verwendeten Papiertyp hergestellt werden können, nimmt die Nachfrage kontinuierlich zu. Denn die attraktive Bindeart wird nicht nur für Fotobücher eingesetzt, sondern kann auch bei Kinder- und Promotionbüchern haptische Erlebnisse vermitteln und zur erfolgreichen Kommunikation beitragen.

STAND F35

> www.digibook.tech

IP ADELT GMBH

Gute Ideen machen den Unterschied

Seit über 65 Jahren ist die *IP Adelt GmbH* einer der führenden Entwickler und Produzenten von Präsentations- und Werbeprodukten. Dabei hat sich das Unternehmen von Anfang an auf kundenspezifische Lösungen spezialisiert. Im ostwestfälischen Bielefeld werden individuelle Werbe- und Präsentationsmittel entworfen und produziert. Denn gute Ideen machen den Unterschied, so *IP Adelt*.

Auf der *Print & Digital Convention* zeigt *IP Adelt* Inspirationen aus den Produktbereichen: Muster



und Kollektionen, Schachteln und Verpackungen, Ordner und Ringbücher, Werbeartikel und Geschenke, Gastro- und Hotelmappen und Videocards sowie Specials.



Dabei versteht sich *IP Adelt* als Kundenversther, Perspektivengeber und Bessermacher: Erfahrungen in Marketing, Produkt- und Produktionstechnik aus über 65 Jahren mit Tausenden von Projekten pro Jahr machen den Experten aus.

STAND F31

> www.adelt-ideen.de



Wollten Sie durch diese Autofront eine Klammer durchjagen? Oder bei einem Bauprojekt, einer Innenausstattung oder einer Gemäldereproduktion? Bei der Layflat-Panorama-Bindung lassen sich Bilder über zwei Seiten ohne Unterbrechung im Falz darstellen. (Bildquelle: *Digibook Technology*).





KONICA MINOLTA Professional Printing der Zukunft

Der neueste Zugang im Mid-Production-Portfolio, der *AccurioPress C7100*, stellt eine Evolution der *AccurioPress*-Reihe dar und wird auf der *Print & Digital Convention* präsentiert. Mit den Möglichkeiten des neuen Systems versetzt *Konica Minolta* seine Kunden in die Lage, ihr Produktsortiment weiter auszubauen und wirtschaftlich zu produzieren.

Mit Bannerformaten, die automatisch beidseitig bis zu 900 mm bedruckt werden können und der Flexibilität, geprägte und strukturierte Medien zu verarbeiten, ist die Handhabung der Systeme so einfach, dass die komplexesten Projekte von einem Bediener ausgeführt werden können. Zudem zeigt *Konica Minolta* den Inline-Schneidefinisher *TU-510*, der als Vierkantenschneider mit weiteren optionalen Erweiterungen für das Rillen, Perforieren und spezielle Schneideoptionen für Visitenkarten ausgestattet werden kann.



Der neueste Zugang im Mid-Production-Portfolio, der *AccurioPress C7100*, stellt eine Evolution der *AccurioPress*-Reihe dar.

Für weitere Automatisierungen sorgen optionale Erweiterungen wie der Mediensensor, die intelligente Qualitätssicherungseinheit *IQ-501* für Echtzeit-Korrektur der Farbqualität und Registerhaltigkeit sowie eine Auto-Inspektions-Einheit, die Fehler wie Flecken, Streifen und falsche Seitenreihenfolgen erkennt und korrigiert. Gezeigt werden auf dem Stand Softwarelösungen für die Druckdatenannahme, Auftragsvorbereitung, Workflowautomatisierung und den variablen Datendruck. Mit vielfältigen Ideen veranschaulicht *Konica Minolta*, wie digital produzierte Druckprodukte als kreatives und profitables Kommunikationsmittel für Markentexte und die Werbeindustrie einsetzbar sind. Hierbei stehen Themen wie die digitale Druckveredelung oder der Einsatz von Augmented-Reality-Technologien im Mittelpunkt. Den Besucher erwarten faszinierende Druckbeispiele.

STAND B02

> www.konicaminolta.de

FKS Alles nach dem Druck

Live und vor Ort präsentiert *FKS* in Düsseldorf »Alles nach dem Druck«: praxisnahe Anwendungen aus dem Point-of-Sale-Marketing und weitere Highlights aus dem Multifinishing, digitalen Stanzen und der Druckveredelung. Gezeigt werden der digitale



Multifinisher *FKS/Duplo DocuCutter DC-618*.

Schneidetisch *FKS/PFi Blade B3+*, der *FKS/Duplo DocuCutter DC-618* Multifinisher und der *FKS/Multigraf CPC375 XPro*.

Die Systeme sind durch einen hohen Grad an Automatisierung auf Wirtschaftlichkeit und Flexibilität ausgerichtet.

Das neueste System aus der *FKS/Multigraf Touchline*-Familie vereint in nur einem Arbeitsgang die Arbeitsschritte Längs- und Querschneiden, positiv und negativ rillen sowie abgesetzt perforieren in Längs- und Querrichtung. Mit einem optionalen Falzwerk kann das System um einen weiteren Arbeitsschritt erweitert werden.

Der digitale Schneidetisch *FKS/PFi Blade B3+* ermöglicht die Verarbeitung einer großen Bandbreite an Papieren, laminierten Produkten und Aufklebern mit Grammaturen bis 400 g/m². Standard-Schneideanwendungen werden genauso zuverlässig ausgeführt, wie komplexere Jobs, die auch Rill- oder Perforieraufgaben erfordern.

So verwandelt man Printprodukte in attraktive Endprodukte nach Maß.

Insbesondere das neueste System aus der *DocuCutter*-Familie, der *FKS/Duplo DocuCutter DC-618*, ist dabei dank der Software *Ultimate Imposstrip* auch für Anforderungen der Zukunft gerüstet.

Im Rahmen des Vortragsprogramms werden *FKS*-Produktmanager die Bedeutung der Industrie 4.0 in der grafischen Industrie anhand lösungsorientierter Anwendungsbeispiele präsentieren.

STAND B10

> www.fks-hamburg.de

HEFTER SYSTEMFORM Post- und Druck- weiterverarbeitung

Multifunktionssysteme für vermeintlich einfache Produkte werden immer populärer. Die neue *DigiFold Pro XL* erweitert die Produktpalette der Serie und rillt, falzt und perforiert in einem Arbeitsgang. Die Maschine falzt 6.000 Bogen/Stunde mit einer Papierdicke bis zu 400 g/m² und verfügt über eine intuitive Bedienoberfläche per Touchscreen. Für komplexere Aufgaben kann



DigiFold Pro XL 2CR von *Hefter Systemform*.

optional eine Querperforationseinheit hinzugefügt werden. Auch auf dem Stand von *Hefter Systemform*: die Schneide- und Rillmaschine *AutoCut Pro* und die Kuvertiermaschine *SI 4250/4350*.

STAND C12

> www.hefter-systemform.com

HORIZON

Das Duo für kleine und mittlere Auflagen

Kleine und mittlere Auflagen aus dem Digitaldruck verdienen eine ebenso saubere Weiterverarbeitung wie große Auflagen.

Horizon stellt auf der *Print & Digital Convention* zwei Maschinen vor, die die Produktion häufig wechselnder Jobs wirtschaftlich machen. Und zwar durch hohe Automatisierung und clevere Funktionen.

Die *RD-4055DM* ist eine rotative Stanzmaschine, die mittels Dop-

Die Stanzmaschine RD-4055DM ist äußerst platzsparend und schnell auf neue Jobs umgerüstet. Sie macht die Produktion von Verpackungen in Kleinauflagen rentabel.

pelmagnetzyylinder und passender Matrize- / Patriz-Stanzbleche arbeitet. Der Modellname lässt

schon auf das maximale Bogenformat schließen: 400 x 550 mm. Viel Raum also für unterschiedliche Anwendungen wie Präsentationsmappen, Visitenkarten, Etiketten, Mailings und personalisierte Verpackungen. Anstanzen, Rillen, Perforieren und Prägen sind mit der Maschine ebenso möglich. Bemerkenswert ist auch die Geschwindigkeit, die bis zu 6.000 Takte/Stunde beträgt. Die *RD-4055DM* ist auf Wirtschaftlichkeit im kleinen und mittleren Auflagenbereich konzipiert. Das Stanzwerk kann durch die elektronische Bogensteue-



rung effektiv Mehrfachnutzen produzieren, was sich in geringeren Werkzeugkosten äußert.

Hohen Wert hat *Horizon* auch auf die intuitive Bedienung und das schnelle Umrüsten gelegt. Diese Merkmale sind über die Jahrzehnte zum Markenzeichen des Unternehmens geworden.

Der *SmartSlitter* steht für das Schneiden, Rillen und Perforieren kleiner Auflagen in einem Ar-



Der SmartSlitter vereint gleich drei Arbeitsschritte in einer kompakten Maschine: Schneiden, Rillen und Perforieren.

beitsgang. Das Besondere hierbei ist, dass die Maschine sowohl in Längs- als auch in Querrichtung verarbeiten kann. Selbst Teilperforationen sind realisierbar. Auf diese Weise lassen sich beispielsweise Aktions-Coupons herstellen. Aber auch für Visiten- und Glückwunschkarten, Einladungen oder Umschläge ist der *Smart-*

Slitter einsetzbar. Beim Einzug des Bogens ist es wichtig, dass dieser – besonders bei Digitaldrucken – automatisch ausgerichtet wird, um das optimale Ergebnis zu erhalten. Möglich macht dies die integrierte Kamera, die Registermarken sowie Barcodes liest. Durch die Barcodelesung ist es

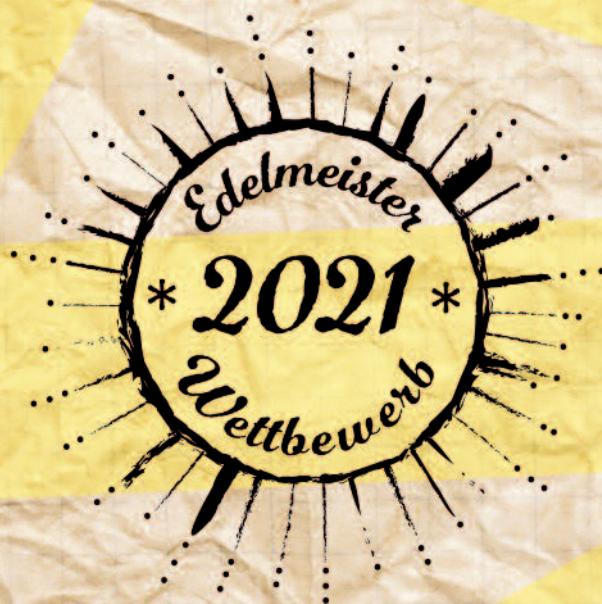
zudem möglich, gespeicherte Auftragsdaten abzurufen, damit die Maschine sich automatisch einrichtet. So sparen Anwender wertvolle Zeit beim Umrüsten.

STAND F26

> www.horizon.de

Der Preis für die kreativste Druckveredelung

Gesucht: Inspirierende, attraktive und wirkungsvolle Veredelungs-ideen und -projekte, realisiert im Digitaldruck.



www.edelmeister-wettbewerb.de

LIMEGO GMBH

Veredelungstechniken und Web-to-Print

Durch Veredelung lässt sich die Attraktivität eines Printprodukts deutlich steigern und somit eine höhere Aufmerksamkeit für die Inhalte erzielen. Mit jedem zusätzlich angesprochenen Sinn bleibt die Botschaft stärker im Gedächtnis, wodurch sich der Kaufimpuls beim Kunden viel leichter aktivieren lässt.

Mit den aktuellsten Verfahren ermöglicht die Limego GmbH aus Gelsenkirchen den vollflächigen oder partiellen Relief-Lack auf 70 x 50 cm, der hohe Ansprüche erfüllt. Unterschiedliche metallische Folien in Bronze, Silber, Gold, Roségold, Kupfer sowie exklusive Farben und Spezialfolien mit holographischen Effekten, heben Druckprodukte optisch deutlich hervor.

Limego zeigt außerdem verschiedene Möglichkeiten der PUR-Klebebindung und Wire-O-Bindung. Notizbücher mit und ohne Personalisierung, Tischkalender, Wandkalender bis zu A2 oder auch Wandplaner werden von Limego angeboten.

Auch einen Online-Shop betreibt Limego.

STAND B21

> www.limego.de

GRUNEWALD GMBH

Print und Online clever vernetzt

Die Grunewald GmbH Digital- und Printmedien aus Kassel zählt seit über 25 Jahren zu den Pionieren im Digitaldruck. Auf der Print & Digital Convention stellt sie mit der Produktion von Tassen im Sublimationsdruck eines ihrer Druckverfahren live vor. Der Clou: Alle Besucher können sich eine Tasse mit ihrem Wunschnamen mit nach Hause nehmen.

Mit dem Druck von personalisierten Werbeartikeln baut der ambi-



tionierte Komplettanbieter sein Portfolio weiter aus und rundet das Angebot rund um Digitaldruck, Mailings und Multisensorik ab. »Als Full Service-Dienstleister stehen wir von der Beratung und Ideenfindung über die Produktion bis hin zum Adressmanagement und Versand an der Seite unserer Kunden – egal wie klein oder anspruchsvoll das Projekt ist«, erläutert Geschäftsführer MICHAEL GRUNEWALD.

STAND F21

> www.grunewaldkassel.de

RUHRKRAFT GMBH

Digital Signage und In-Store Communication

Als Start-up im Bereich Digital Signage und Retail Marketing produziert Ruhrkraft – Digital Solutions Lösungen für kleine und mittlere Unternehmen.

Auf Basis der selbst entwickelten Software-Lösung RK Media werden individuelle Lösungen im Bereich In-Store Communications und Digital Signage angeboten. Die Planung und Steuerung von Marketing-Kampagnen, KI-gestützte Rückmeldungen über die Kundenstruktur (Kundenzählung, Stoßzeiten, Auswertung etc.) und deren Verwendung runden das Angebot ab.

Modernes Marketing am POS zeichnet sich dadurch aus, dass es durch crossmediale Kombinationen analoge und digitale Ansätze sinnvoll und wirtschaftlich kombiniert. Auf der Print & Digital Convention zeigt Ruhrkraft, wie diese Kombination in die Customer Journey integriert werden kann.

STAND A12

> www.ruhrkraft.io

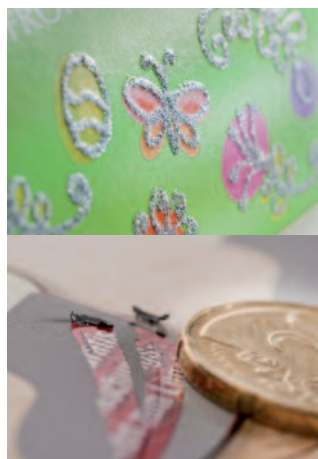


Einen Überblick über das Veredelungs-Know-how der Koblenzer Druckerei Kreye Siebdruck verschafft die Broschüre »BeeinDRUCKend«, die alle zwei Jahre herausgegeben wird. Sie enthält eine Übersicht verschiedenster Veredelungseffekte, vermittelt sowohl visuelle als auch haptische Eindrücke und spricht zum Teil den Geruchssinn an.

KREYE SIEBDRUCK

Effekte, die aufmerksam machen

Mit den Veredelungseffekten der Koblenzer Druckerei Kreye Siebdruck lässt sich die Aufmerksamkeit für Produkte drastisch erhöhen. Einen Überblick über das Veredelungs-Know-how gibt das Unternehmen in Düsseldorf. Dazu gehören Veredelungseffekte, visuelle als auch haptische Eindrücke und sogar der Geruchssinn. Eine Spezialität des Unternehmens ist der Verpackungsbereich.



Veredelungen der Kreye Siebdruck GmbH aus Koblenz.

Veredelungen wie UV- und Reliefackierung, Rubbellack, Thermofarben oder Nachleuchtfarben erweitern das Angebot ebenso wie die Low-Migration-Veredelungen für den Lebensmittel-Bereich.

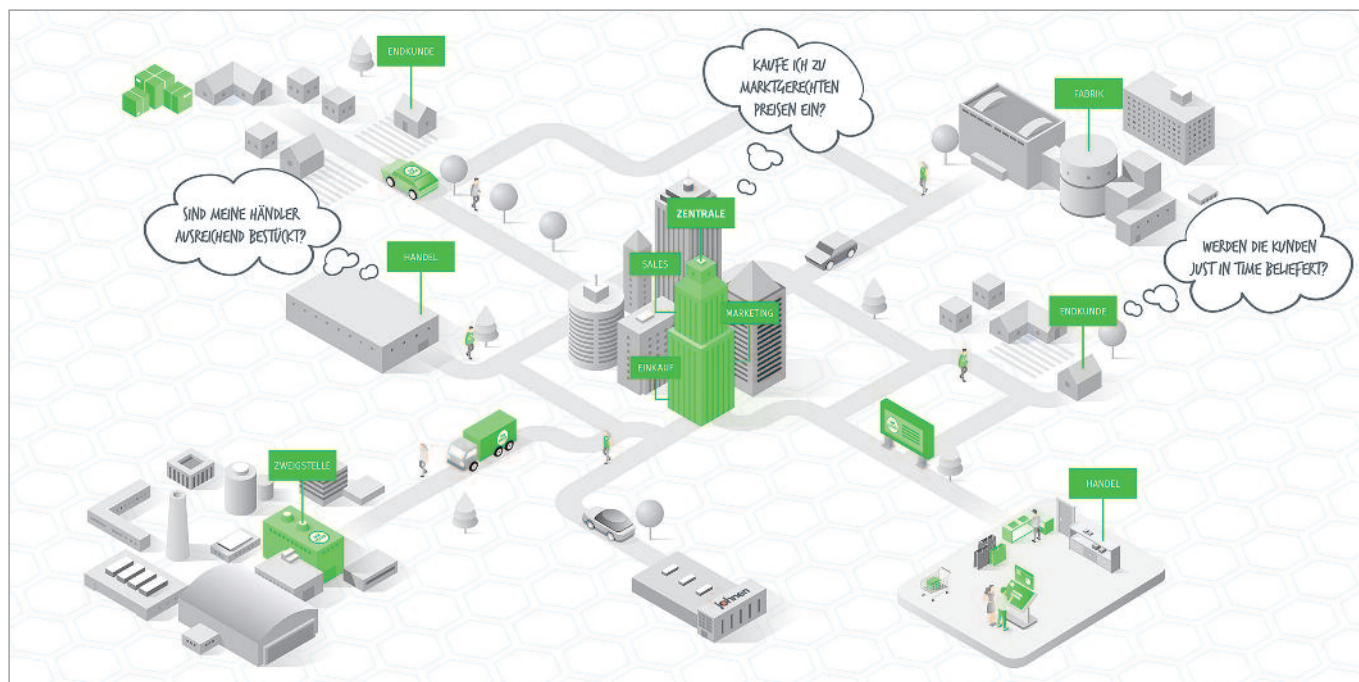
Kreye Siebdruck pflegt enge Abstimmungsgespräche mit den Kunden, damit Veredelungseffekte individuell auf Motive beziehungsweise Themen abgestimmt und entwickelt werden können. So zum Beispiel die Glitter-Konzentration, der exakte Farbton oder auch die genaue haptische Struktur. Diese enge Kommunikation und Kooperation mit den Kunden führt zu Ergebnissen, die sich mit »Klasse statt Masse« beschreiben lassen.

So wurde jüngst ein Kunde aus Polen begeistert werden, der seine Druckbogen auf eine 1.200 km lange Reise schickt, nur um sie in Koblenz bei Kreye Siebdruck veredeln zu lassen.

Seit vier Generationen in Familienhand beschäftigt das Unternehmen heute 25 Mitarbeiter, die mit großer Begeisterung erfolgreich am Druckmarkt tätig sind.

STAND A11

> www.kreye-siebdruck.de



JOHNEN Dienstleistung neu definiert

Johnen will die Fragen, die hier im Schaubild der Druckerei dargestellt sind, mit einer Optimierung der Prozesse in Einkauf, Marketing und Sales beantworten und bietet dazu clevere Werkzeuge zur Auslagerung, Abbildung, Automatisierung und einfachen Steuerung der kompletten Medienproduktion an. So werde Fullservice als Dienstleistung neu definiert.

STAND A23
> www.johnen-gruppe.de

TAOPIX Shopify-Plugin für Personalisierungen

Taopix, Anbieter von Whitelabel-Personalisierungs-Software, wird auf der Print & Digital Convention in Düsseldorf sein neues Shopify-

Plugin vorstellen, das Personalisierungen möglich macht. In den letzten Jahren ist *Shopify* exponentiell gewachsen und hat sich zu einer der bekanntesten E-Commerce-Plattformen auf dem Markt entwickelt. Daher hat Taopix das Plugin entwickelt, um Kunden möglichst nahtlos in bestehenden oder neue *Shopify*-Shops zu integrieren.

STAND A30
> www.taopix.com



Das Taopix-Plug-In ermöglicht Fotobuch-Applikationen und Personalisierungen.

CANON Digitaldruck und Finishing

Die Canon Deutschland GmbH gibt anhand zahlreicher Applikationen einen detaillierten Überblick, welche Digitaldrucktechnologien und Weiterverarbeitungs- und Veredelungsmöglichkeiten (in Zusammenarbeit mit FKS) es gibt und wie der Bioladen *Naturkost Oase* den Digitaldruck für die Point-of-Sales-Kommunikation effektiv für sich einsetzt.

Des Weiteren erfahren die Besucher der Print & Digital Convention im Kongress und bei einem Vortrag einige spannende Erkenntnisse, die Marketing- und Kommunikationsverantwortliche im neuesten *Canon Insight Report*, der Marktstudie zur Bedeutung von Print im Kommunikationsmix, zum Ausdruck bringen. Durch den Einsatz der Canon *imagePRESS C170* zeigt der Hersteller vor Ort, wie unkompliziert

und hochqualitativ Printprodukte on-Demand produziert werden können.

STAND A10
> www.canon.de

KODAK Drucken mit Gewinn

Besucher des Kodak Standes erfahren von Experten, wie innovative Technologien geschäftliche Aktivitäten stärken und Produktionsprozesse rationalisieren können. Ein besonderer Schwerpunkt in Düsseldorf liegt auf der cloudbasierten *Prinergy Workflow*-plattform mit den on-Demand Business Solutions. Zudem informiert Kodak über die *Prosper Inkjet*-Digitaldrucklösung und die *Nexfinity* Digitaldruckmaschine.

STAND F23
> www.taopix.com



**ÜBERBLICK.
EINBLICK.
DURCHBLICK.**

DRUCKMARKT
impressions

www.druckmarkt.ch

UMDEX Nachhaltige Druckereien

UmDEX steht für Umweltindex und ist weder ein administratives Label noch ein Ranking. UmDEX ist eine Initiative von zertifizierten nachhaltigen Druckereien, die für eine umweltfreundlichere Druckindustrie eintreten. Sie haben UmDEX als nachhaltiges Qualitäts-Level entworfen, der auf laufend aktualisierten Daten basiert. Zu den Topkriterien zählen DIN ISO-Managementsysteme wie 14001 oder 50001, EMAS oder der Blaue Engel DE-UZ 195. Die Initiative möchte auf der *Print & Digital Convention* das Segment der nachhaltigen Medienproduktion bekannter machen und die vermeintliche Komplexität reduzieren.

Auf der Messe werden von acht Druckereien nachhaltige Druckprodukte gezeigt – und die Story dahinter erläutert: Warum entscheiden sich Printbuyer für gelabelte Nachhaltigkeit? Wie gut sind sie informiert? Warum wählen sie Print statt Digital? Wie wurden die Druckdaten vorbereitet, wie die Druckprodukte in welcher Umgebung und mit welchen Assets der Nachhaltigkeit produziert?

Die drei UmDEX-Experten GUIDO ROCHUS SCHMIDT, JÜRGEN ZIETLOW und MARIO DRECHSLER beteiligen sich zudem mit Vorträgen am Kongress (Slot 4 »Nachhaltige Medienproduktion«).

In einem Vortrag geht es um die von UmDEX mitinitiierte »Kampagne Subventionspaket *Blauer Engel*« und eine dazu durchgeführte Branchenstudie. Im zweiten Vortrag geht es um den aktuellen Stand beim nachhaltigen Labeling und im Dritten um die kreative Planung nachhaltiger Medien sowie die Präsentation nachhaltiger Druckprodukte.

STAND F17
> www.umdex.de

DRUCKEREI LOKAY Umweltbewusste Printprodukte

Die Druckerei Lokay präsentiert sich mehrfach auf der *Print & Digital Convention*: Bei einer Workshop-Session (20. Oktober, 16:15 Uhr) mit GENNARO MARFUCCI (*Die Lithografen GmbH*) wird RALF LOKAY »Vier Win-Win-Win-Effekte bei umweltbewussten Printprodukten« präsentieren. »Wir zeigen, wie Grafiker, Agenturen und Printbuyer im Dialog mit Druckereien und Lithografen ungenutzte Potenziale ausschöpfen können«, verspricht LOKAY.



Er kennt aus tagtäglicher Arbeit die Stellschrauben, an denen gedreht werden kann, um für Kunden, Druckerei und Umwelt mehr herauszuholen. Die Druckerei Lokay ist seit 20 Jahren im Umweltdruck tätig und auf nachhaltige Papiere, insbesondere Recyclingpapiere spezialisiert. In der langjährigen Partnerschaft mit GENNARO MARFUCCI wird die Expertise für die optimale Farbwiedergabe auf Recyclingpapier gebündelt.

Als Teil von UmDEX wird die Druckerei Lokay zusätzlich am Stand der Initiative für nachhaltige Medienproduktion vertreten sein und ausgewählte Printprodukte vorstellen.

STAND F37
> www.lokay.de

LITHOGRAFEN Ansätze und Lösungen für die Druckproduktion

Die Lithografen GmbH präsentiert sich auf der *Print & Digital Convention* auf einem Gemeinschafts-

stand mit der Umweltdruckerei Lokay. Die Lithografen zeigen unter anderem den Weg vom Export der Druckdatei bis zur Druckdatenoptimierung für Naturpapier. »Grafiker, Reinzeichner und Medienproduktoren werden bei uns neue Ansätze und Lösungen für die umweltbewusste Druckproduktion kennenlernen«, verspricht GENNARO MARFUCCI. Der erfahrene Reinzeichner und Geprüfter Medienproduktions-/f.m.p. ist davon überzeugt, dass eine ressourcenschonende Medienproduktion bereits beim Agenturbriefing beginnt. Die Lithografen bieten auch Lösungen für das Corporate Design, die Farb- und Unternehmenskommunikation.

STAND F37
> www.die-lithografen.de

MEDIENHAUS GATHER Drucksachen leisten mehr ...

Vom technischen Formular über Verpackungen bis zu Karten mit RFID-Technologie spannt das Medienhaus Gather sein Angebot. Und zeigt auf der *Print & Digital Convention* die Welt des Patching, wo Papier Funktion und Mehrwert bekommt. Das reicht von intelligenten Visitenkarten bis zu biologisch abbaubaren Badges. Beim Patching werden nur dort Verbundstoffe aufgebracht, wo sie wirklich notwendig sind. Mit einer Basis aus Papier ist das öko-



nomisch, ökologisch nachhaltig und sinnvoll. Die Anwendungsbereiche reichen von Versicherungen über Messen, die Gesundheitsbranche bis zur

Automobilindustrie und zum örtlichen Verein.

STAND F04
> www.gather.de

FIDES Umweltfreundliche Werbemittel

Die fides Druck & Medien GmbH, ein mittelständisches Unternehmen mit 30 Mitarbeitern, ist auf ökologische Werbemittel sowie Verpackungs- und Konfektionsarbeiten spezialisiert.

Es geht dabei um klimaneutrale Streuartikel aus deutscher Fertigung mit einer Vielzahl an Gestaltungsmöglichkeiten vom Design über die Kontur bis zur Personalisierung.

Der Energiebedarf (Strom) wird bei fides zu hundert Prozent aus den erneuerbaren Energiequellen Sonnenlicht und Wasserkraft gedeckt. Der Betrieb des Maschinenparks und aller anderen elektrischen Geräte ist klimaneutral. Darüber hinaus wird auch der Wärmebedarf umweltfreundlich gedeckt.

STAND F39
> www.fides-druck.de

WINTERMANN LIJNCO Full-Service Lettershop für Direct Mail

Seit 1936 engagiert sich Wintermann Lijnco für eine erfolgreiche Unternehmenskommunikation, die Konzeption und den Versand von Direct Mails. Dazu gehören natürlich auch personalisierte Mailings und die Herstellung mit speziellen Formen und Veredelungen wie Kaltfolie, Thermo-tinte, Duft- oder Rubbellack. Die Produktion erfolgt nach eigenen Angaben mit moderner Produktionstechnik effizient und wird ergänzt durch eine durchdachte Porto- und Versandstrategie.

STAND F14
> www.wintermann-lijnco.de