

DRUCKMARKT impressions 103

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

27. Februar 2016

Swiss Edition



ABFLUG IN EINE NEUE DIGITALE ÄRA.

Print & Finishing

HEIDELBERG: DIGITALDRUCK IM B1-FORMAT
Seite 12.

Large-Format-Printing

FESPA DIGITAL. | GROSSFORMAT UND DIGITAL-
DRUCK: EIN TRAUMGESPANN?
Seiten 22 und 32.

Bildung & Events

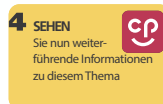
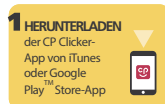
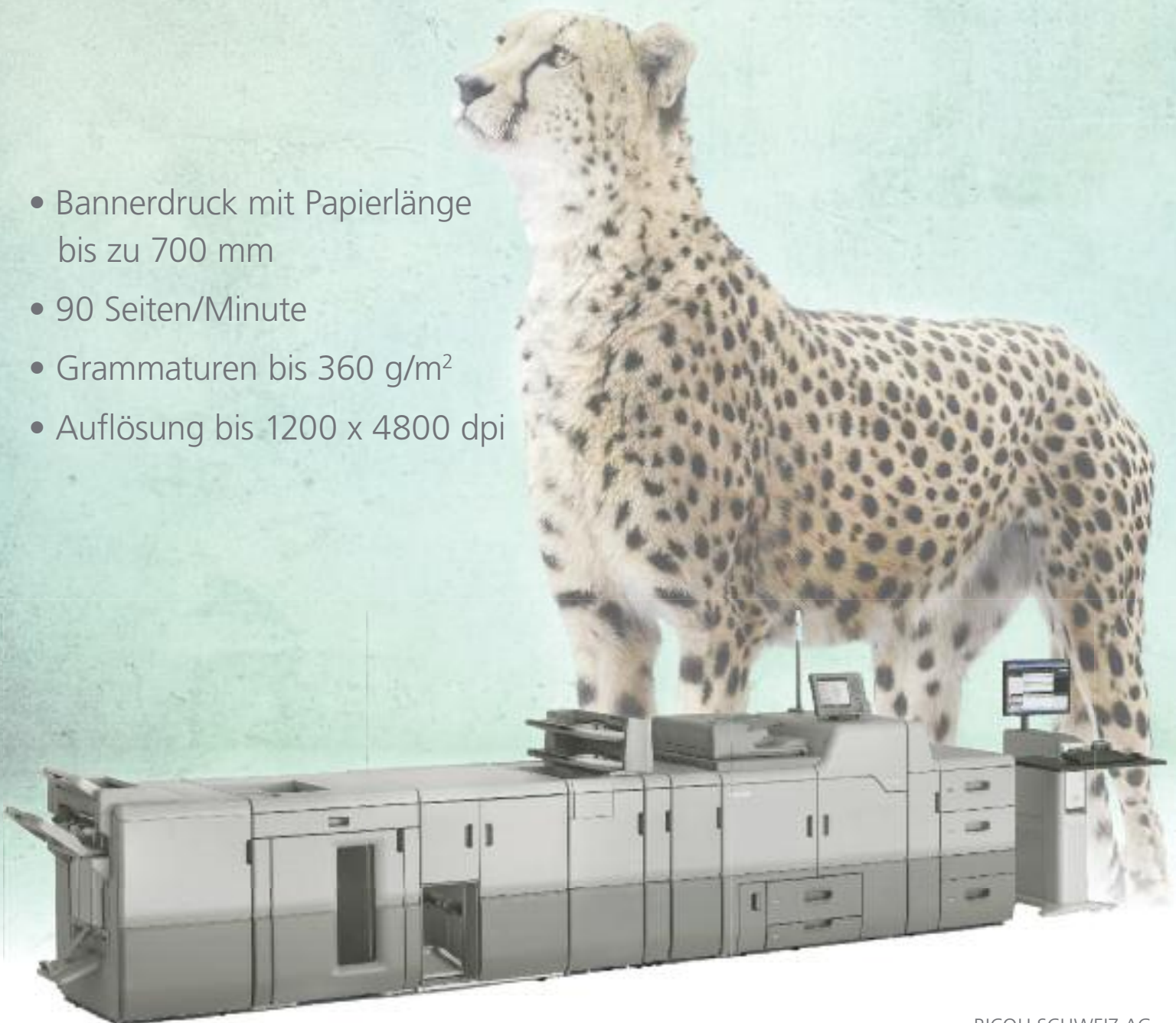
TERMINE UND SEMINARKALENDER
Seite 36.

Modellreihe RICOH Pro™ C7100X

RICOH
imagine. change.

Mit 5. Farbstation für transparenten und weissen Toner

- Bannerdruck mit Papierlänge bis zu 700 mm
- 90 Seiten/Minute
- Grammaturen bis 360 g/m²
- Auflösung bis 1200 x 4800 dpi



RICOH SCHWEIZ AG
Hertistrasse 2
CH-8304 Wallisellen
+41 (0) 844 360 360
www.ricoh.ch
info@ricoh.ch

HEIDELBERG IS WATCHING YOU

Inhaltsverzeichnis

Klicken Sie auf Seitenzahl oder Titel, um sofort zu dem ausgewählten Beitrag zu gelangen.

Markt & Zahlen | News

- 04 Nachrichten
- 04 Manroland web systems: Gewinn im Jahr 2015
- 05 Flint-Group übernimmt Siegwerk-Rollenoffsetfarben
- 06 Schlamm Schlacht nach der Insolvenz

Markt & Zahlen | Investitionen

- 08 Potenzial auch für höhere Auflagen
- 09 Investitionen und Installationen

Print & Finishing

- 10 Abflug in eine neue digitale Ära
- 12 Digitaldruck im B1-Format
- 14 Das Digitaldruck-Feuerwerk
- 16 Die Smarties aus Wiesloch
- 18 Nachrichten
- 20 20 Jahre MetalStar
- 22 Fespa Digital: Drei Messen in der Messe
- 24 Grossformat-News

drupa-Countdown

- 32 Grossformat und Digitaldruck: Ein Traumgespann?

Termine, Bildung & Events

- 36 Terminkalender
- 37 Nachrichten
- 40 Seminare & Veranstaltungen

Business to Business

- 41 Impressum

«Leistungsmerkmale, Funktionen, Vorteile – das ist heute einfach zu wenig, um ein neues Produkt am Markt einzuführen. Erst durch Integration wird aus einer Lösung eine smarte Lösung», sagte Stephan Plenz, Heidelberg-Vorstand für Equipment, bei der Präsentation neuer Maschinen-Generationen und des drupa-Auftritts am 18. und 19. Februar. Und der Heidelberg-Slogan «Es geht um mehr als Maschinen» unterstreicht es.

Um was also geht es? Es geht um eine neue Denkweise. Es geht um intelligente Prozessoptimierung, um eine Vernetzung über Unternehmensgrenzen hinaus und um eine möglichst hohe Effizienz über die gesamte Wertschöpfungskette einer Druckerei. Nicht einzelne Arbeitsschritte, sondern der Gesamtprozess steht im Mittelpunkt. Dazu sind nun einmal Daten notwendig. Aus Abertausenden Sensoren und Interfaces in Maschinen und Workflow-Systemen erhält Heidelberg via Remote-Services schon heute enorme Datenmengen, mit denen sich so einiges machen lässt. Heidelberg nutzt diese Daten für den Service-Fall, kann daraus aber auch ableiten, wie effizient die Kunden ihre Maschinen einsetzen oder wie sie effizienter produzieren könnten. Ein Wissen, das man auch verkaufen kann.

«Datenkrake» könnte man jetzt schimpfen. Doch dieses Schlagwort aus der politischen Diskussion um den Datenschutz steht für Organisationen, die personenbezogene Informationen in grossem Stil auswerten und sie an Dritte weitergeben, sprich verkaufen. Heidelberg wertet aber keine privaten Daten aus, sondern die von Maschinen seiner Kunden, und wird sie auch nicht weitergeben. An wen denn auch? An HP oder KBA etwa? Und was könnten die damit überhaupt anfangen?

Heidelberg baut mit den Daten ein eigenes Ökosystem auf, das in sich geschlossen ist und zum Nutzen der Kunden eingesetzt werden soll, was in einigen Fällen auch schon praktiziert wurde. Alles völlig legal und von den Kunden so gewollt. Zuletzt bei zwei Online-Druckereien, die glaubten, bei der Produktivität zu den Besten zu gehören. Doch mit Heidelbergs Remote-Monitoring konnten ungeplante Serviceeinsätze auf nahezu Null reduziert und die Produktivität um etwa 15% gesteigert werden. Zahlenwerte, die bei den aktuellen Umsatzrenditen aufhorchen lassen. Und wenn solche Optimierungen das Ergebnis des Datensammelns sind, dann lässt man seine Maschinen doch gerne einmal überwachen!

Übrigens: Heidelberg wird natürlich nicht mit Daten, sondern mit Technik für den Offset- und Digitaldruck nach Düsseldorf fahren. Lesen Sie dazu mehr ab Seite 10 in diesem Heft.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius
Nicolay

TARIFVERHANDLUNGEN Die am 17. Februar bekannt gewordene Forderung der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) nach einer Erhöhung der Löhne und Gehälter



in der Druckindustrie um 5% wird von den Arbeitgebern entschieden zurückgewiesen.

Sönke Boyens, Verhandlungsführer der Arbeitgeberseite und Vorsitzender des Sozialpolitischen Ausschusses des bvdv, bezeichnet die Forderung als «realitätsfern». Angesichts der Geschäftsentwicklung der vergangenen Jahre müsse sich die Tariflohnpolitik mehr denn je an den tatsächlichen Möglichkeiten der Betriebe orientieren. «Ein Abschluss in dieser Höhe würde die Druckereien über Gebühr belasten und die Zukunft der deutschen Druckindustrie gefährden», sagt Boyens. Für die Verhandlungen, die am 7. April 2016 in Berlin beginnen, erwartet Boyens konstruktive Gespräche im Sinne der Zukunftsfähigkeit der Branche. > www.bvdv-online.de

VERTRIEBSVEREINBARUNG KAPAG Karton + Papier AG hat den Vertrieb der Recyclingpapiere in den Flächengewichten von 90 g/m² bis 440 g/m² von der Papierfabrik Schoellershammer übernommen. KAPAG hatte bereits in der Vergangenheit die RC-Papiere in höheren Flächengewichten kaschiert. Seit Februar rüstet das Schweizer Unternehmen auch die unkaschierten Sorten in den niedrigeren Flächengewichten aus und vertreibt das vollständige RC-Papier Sortiment unter dem Markennamen EcoLiner weltweit (Ausnahme Benelux-Länder). > www.kapag.com

100 MILLIONEN EURO INVESTMENT Herma steht vor der größten Investition in der 110-jährigen Unternehmensgeschichte. Für 100 Mio. Euro wird das auf Selbstklebetechnik spezialisierte Unternehmen in Filderstadt ein weiteres Beschichtungswerk für Haftmaterial errichten und die weltweit modernsten Fertigungslinien für Etikettierer und Etikettiermaschinen realisieren. Beide Produktionsanlagen werden auf dem Gelände entstehen, das Herma 2015 in unmittelbarer Nachbarschaft zu seinem Hauptsitz erworben hat. Der Kaufpreis ist in der Investitionssumme nicht enthalten. Der Baubeginn ist für 2017, die planmäßige Inbetriebnahme für 2019 vorgesehen. Die jetzt vorgestellte Investition ist die erste Stufe eines Plans für das über 80.000 m² grosse Gelände, der bis 2040 reicht. > www.herma.de

MITGLIEDERZUWACHS Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/2015 konnte der Verband Druck + Medien Nord-West e.V. (VDM NW) erneut einen stolzen Mitgliederzuwachs verzeichnen, teilt der Verband mit. Seit Januar 2014 habe der Verband bereits 52 neue Mitglieder gewonnen. In den kommenden Wochen sollen viele Interessenten noch von einer Mitgliedschaft überzeugt werden. > www.vdmnw.de

Manroland Sheetfed

UMSATZ LEICHT GESTEIGERT

Langley Holdings, die Muttergesellschaft von Manroland Sheetfed, weist für das Geschäftsjahr 2015, das am 31. Dezember endete, einen Umsatz von 874,5 Mio. Euro und einen Gewinn vor Steuern von 106,7 Mio. Euro aus. Der Offenbacher Druckmaschinenhersteller Manroland Sheetfed ist im Hinblick auf Umsatz und Mitarbeiter der grösste der fünf Unternehmensbereiche des Konzerns und konnte seinen Umsatz leicht steigern.

Nach 288,2 Mio. Euro im Jahr 2014 lag der Umsatz 2015 mit 291,9 Mio. Euro leicht darüber. Der Auftragszugang entwickelte sich gut und sei gegenüber 2014 mit 48,3 Mio. Euro 2015 auf 79,5 Mio. Euro gestiegen. Am Firmensitz in Offenbach am Main waren im vergangenen Jahr 1.609 Mitarbeiter beschäftigt.

Die Manroland Sheetfed Division, die 2015 rund 33% zum Umsatz der Langley-Gruppe beisteuerte und 37% der Mitarbeiter der gesamten Langley-Gruppe stellt, hat laut Geschäftsbericht aus dem operativen Geschäft einen positiven Cash Flow erwirtschaftet.

Tony Langley, der Vorsitzende der Unternehmensleitung, berichtet weiter von einem Auftragsbestand in Höhe von 300 Mio. Euro bei rund 4.300 Beschäftigten. Der Konzern, so Tony Langley, suche weiterhin nach möglichen Akquisitionen.

> manrolandsheetfed.com

MANROLAND WEB SYSTEMS

GEWINN IM JAHR 2015: FÜR 2016 STEIGERUNG ERWARTET

Der Druckmaschinenhersteller manroland web systems hat eigenen Angaben zufolge im Geschäftsjahr 2015 ein deutliches Plus beim Gewinn verzeichnet. Bei einer Umsatzrendite von rund 3% sei das Ergebnis auf 6,2 Mio. Euro gestiegen. Aus Expertenkreisen heisst es, dass die Umsätze von über 250 Mio. Euro der Jahre 2013 und 2014 im vergangenen Jahr mit 240,7 Mio. Euro doch deutlich unterschritten wurden.

schäftsführer Jörn Gossé. Zur positiven Entwicklung würden die neuen Inline-Finishing-Systeme für Digitaldruckmaschinen beitragen. Im Rollenoffsetdruck geht manroland web systems von einer Stagnation aus. Innerhalb dieses Rahmens wollen die Augsburgers ihre Marktposition ausbauen. Das Unternehmen beschäftigte zum Jahresende 2015 weltweit 1.200 Mitarbeiter, davon 1.068 in Augsburg. manroland web systems wird



In einem verhaltenen konjunkturellen Umfeld habe manroland web systems seine Marktposition weiter ausgebaut, heisst es in einer Unternehmensmitteilung. Der Auftragszugang sei im Vergleich zu 2014 um über 10% auf rund 260 Mio. Euro gestiegen. Auch die abgeschlossene Umstrukturierung hätten ihre Wirkung gezeigt. «Die manroland web systems Unternehmensgruppe erwirtschaftete in 2015 ein positives operatives Ergebnis vor Steuern und Zinsen. Der üppige Auftragsbestand im Neumaschinengeschäft von über 150 Mio. Euro lässt eine gute Auslastung des Werkes sowie eine Steigerung der Ertragskraft im Jahr 2016 erwarten», berichtet Ge-

zudem alle Auszubildenden und Jungfacharbeiter, die 2016 auslernen, übernehmen. Aktuell bildet das Unternehmen 63 junge Menschen in verschiedenen technischen und kaufmännischen Berufen aus und bietet 16 neue Ausbildungsplätze im September 2016 an. > www.manroland-web.com

SIEGWERK: KONZENTRATION AUF VERPACKUNGEN**FLINT GROUP ÜBERNIMMT
DAS SIEGWERK-ROLLEN-OFFSETFARBEN-GESCHÄFT**

Zum zweiten Mal in relativ kurzer Zeit macht Flint Group mit einer Akquisition auf sich aufmerksam: Nach dem Kauf des Digitaldruckmaschinenherstellers Xeikon bleibt Flint aber nun in bekannten Gefilden und will das Rollenoffsetfarben-Geschäft von Siegwerk übernehmen. Dazu wurde ein verbindliches Angebot abgegeben, das die Übertragung des technischen Know-hows und des Portfolios der Siegwerk-Geschäftsbereiche Heatset & Newsink umfasst. «Die Investition ist Ausdruck unseres Engagements in diesen bedeutenden Marktsegmenten», sagt **Antoine Fady**, CEO der Flint Group. «Gleichzeitig wird unser Angebot auf dem Markt für Farben, Druckchemikalien und Transfermedien gestärkt.»



Herbert Forker, CEO von Siegwerk. Das Illustrationstiefdruck-Geschäft mit Druckfarben für Magazine, Kataloge und Broschüren, bei dem Siegwerk eigenen Angaben zufolge über einen Marktanteil von 45% in Europa verfügt, soll jedoch fortgeführt werden.



Die 76 fest angestellten Siegwerk-Mitarbeiter der Web-Offset-Sparte sollen die Möglichkeit erhalten, am Standort Siegburg in andere Bereiche zu wechseln. Flint Group beabsichtigt, ein Kernteam des Siegwerk-Rollenoffset-Geschäfts bei sich zu beschäftigen. Bevor die Transaktion umgesetzt werden kann, müssen noch die entsprechenden Rahmenbedingungen einschliesslich der Genehmigung durch die Kartellbehörden erfüllt werden.

› www.siegwerk.com

Patentstreit um Druckköpfe**HP BESCHULDIGT MEMJET: OCÉ COLOR
WAVE 900 IM VISIER**

Der Druckkopfkrieg der beiden amerikanischen Hersteller Memjet und Hewlett-Packard Company um «Tintenstrahl-Druckvorrichtungen mit Tintenverteilern» eskaliert weiter. Die HP-Anwälte begründen nunmehr Schadensersatzforderung gegenüber dem Wettbewerber Memjet Technology Limited. In der noch verbleibenden Zeit bis zur Verhandlung am 9. Juni 2016 in San Diego attackieren sich die Streitparteien wechselseitig mit immer neuen Vorwürfen.

Zwar ist offiziell von beiden Seiten keine konkrete Auskunft zum Verfahren zu erhalten, doch liege dem motio-Netzwerk (Wirtschaftsverband Kopie & Medientechnik e. V.) der HP-Schriftsatz vom 20. November 2015 im Originalwortlaut vor, informiert der Rechtsanwalt und motio-Geschäftsführer **Achim Carius**.



In dem 23 Punkte umfassenden Werk behaupten die HP-Anwälte, dass in sieben Fällen eingetragene HP-Patente durch Memjet verletzt würden. Memjet würde beispielsweise Druckköpfe und Druckwerke an OEM-Partner liefern. Neben dem italienischen Grossformat-Drucker «RTI Digital Vortex 4200» von Rigoli werde vor allem auf den Grossformatprinter «Océ Color Wave 900» hingewiesen, den Canon herstellt. Das Drucksystem aus Venlo arbeitet mit Tintenstrahl-Druckköpfen von Memjet und stünde in zahlreichen Mitgliedsbetrieben des motio-Netzwerkes, auf denen Pläne und Farbposter im DIN A0-Format produziert werden. «Damit hat HP seinen grössten internationalen Wettbewerber im digitalen Grossformatdruck, nämlich Canon, ins Fadenkreuz genommen», sagt Achim Carius. «Gleich wer den Patentstreit gewinnen sollte, ein Schadensersatz in Millionenhöhe ist absehbar. Zur Abkürzung des langwierigen Rechtsstreites bleibt HP nur die Übernahme des lästigen Gegners», sagt Carius abschliessend. › www.motio-media.de

RAPID
TRANS UT**Unsere Schnellste!****Zusammentragen · Broschürenfertigung**Neues,
dynamisches DesignHöhere
ProduktivitätAutomatische
Formatumstellung

Duplex

www.mkwgmbh.de

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

**Graphische
Maschinen**

DR. HÖNLE: 40. JUBILÄUM Von einer Idee zur weltweit erfolgreichen Unternehmensgruppe: Anlässlich ihres 40-jährigen Bestehens plauderte der Firmengründer und heutige Aufsichtsratsvorsitzende Prof. Dr. Karl Höhle ein wenig aus dem Nähkästchen. Auf amüsante Art und Weise beschrieb er den Höhle-Mitarbeitern den Weg von einer Drei-Mann-Firma mit vielen Ideen rund um die UV-Technologie zu einer erfolgreichen AG mit Standorten auf der ganzen Welt, deren UV-Systeme heute in einer Vielzahl von Märkten und Anwendungen zum Einsatz kommen. Abschliessend dankte er den Mitarbeitern dafür, dass sie Höhle durch ihre Arbeit und ihr Engagement zu diesem Erfolg verholfen haben. > www.hoenle.de



Gemeinsames Tortenanschnitten (von links): Die Vorstände Heiko Runge und Norbert Haimerl sowie Gründer und Aufsichtsratsvorsitzender Prof. Dr. Karl Höhle.

BVDM BEGRÜSST DIE PLATTFORM Am 15. Februar ist die Europäische Plattform zur Online-Streitbeilegung in Betrieb gegangen. In der Union niedergelassene Unternehmer, die Online-Kaufverträge oder Online-Dienstleistungsverträge eingehen, also auch Online-Drucker und Online-Marktplätze, sind verpflichtet, die Plattform auf ihren Websites leicht zugänglich zu verlinken. Grundlage für die neue Regelung ist die EU-Verordnung über Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten (ODR-Verordnung). Ziel ist eine unabhängige, transparente und faire aussergerichtliche Online-Beilegung von Streitigkeiten zwischen Verbrauchern und Unternehmern. Zugleich soll das Vertrauen in den Online-Handel vor allem bei grenzüberschreitenden Online-Geschäften gestärkt werden. Hierzu erklärt **Dr. Paul Albert Deimel**, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes Druck und Medien: «Die deutsche Druckindustrie legt grössten Wert auf Verbraucherschutz und rundum zufriedene Kunden. Aus Sicht des bvdv ist die Plattform daher als weiteres Instrument zur Streitbeilegung zu begrüßen.»



SCHLAEFLI & MAURER

UNSCHÖNE SCHLAMMSCHLACHT NACH DER INSOLVENZ

Nach dem Konkurs der Druckerei Schlaefli & Maurer in Uetendorf unweit von Interlaken hat sich eine wahre Schlammschlacht zwischen der ehemaligen Geschäftsleitung um Lukas Dziadek und Thomas Lüdi sowie der Schweizer Gewerkschaft syndicom um die Hintergründe der Insolvenz entwickelt. Das Unternehmen sei «wahrscheinlich bewusst in den Ruin getrieben worden, um die Druckmaschinen aus der Konkursmasse von Schlaefli & Maurer zum Schleuderpreis zurückzukaufen», behauptet die eine Seite, von Rufmord spricht die andere Seite. Es wird den 65 Mitarbeitern, die auf der Strasse stehen, nicht helfen. Allerdings gab es um Schlaefli & Maurer schon seit geraumer Zeit Gerüchte. Ende 2009 hatte Schlaefli & Maurer rund zehn Millionen Franken investiert, eine neue Heidelberg-Grossformatmaschine Speedmaster XL 145 installiert und damit in dem ohnehin umkämpften Schweizer Markt neue Kapazitäten geschaffen. Fünf Jahre nach der Grossinvestition verkauften die Besitzer das Unternehmen im September 2014 an Dziadek, der sich nach seinen Darstellungen entschieden habe, die mit einem Schuldenberg behaftete Druckerei zum symbolischen Wert zu übernehmen und weiter zu sanieren. Er habe damals eine reelle Chance gesehen, das Unternehmen zu retten.

Gleichzeitig mit dem Verkauf wurde das Verlagsgeschäft in die neue Verlag Schlaefli & Maurer AG ausgelagert. Dort hin wechselte vor etwa einem Jahr Rolf Hänni, der 25 Jahre lang Geschäftsführer bei Schlaefli & Maurer war. Grund für das Ausscheiden waren wohl Unstimmigkeiten mit dem neuen Inhaber über die Ausrichtung der Druckerei. So wollte Dziadek die Grossformatmaschine mit dem Webshop Swissprinted.ch auslasten, der mit den Preisen europäischer Online-Druckereien mithalten sollte, aber in der Schweiz drucken liess. Doch hinter den Kulissen brodelte es bereits seit Längerem. Seit 2011 habe Schlaefli & Maurer mit finanziellen Sorgen zu kämpfen gehabt. Auseinandersetzungen im Management, Klagen und Gerüchte im Markt setzten dem Unternehmen zusätzlich zu. Ein unschönes Ende.



Gmund Papier BEST BRANDS UND PAPIER

Zum 13. Mal wurden am 17. Februar die besten Marken Europas und Deutschlands ausgezeichnet. Jedes Jahr laden die Serviceplan Gruppe, GfK, ProSiebenSat.1 Media, die WirtschaftsWoche, der Markenverband, Die Zeit und Ströer zu dem Event und haben dieses Jahr Marken wie Nivea als beste Produktmarke, Porsche als beste Unternehmensmarke in Europa, beste Wachstumsmarke ist WMF und als wachstumsstärkste E-Commerce-Marke wurde Amazon ausgezeichnet.



Intensive Beschäftigung mit «Selbstgeschriebenem» auf Gmund Papier für die Gäste von best brands.

net. «Es geht aber nicht nur um die bedeutendsten Marken, sondern auch um Marken, die eine gewisse Emotionalität auslösen, mit denen man eindrucksvolle Erlebnisse verbindet», heisst es.

Eingeladen wurde dazu auf Gmund Papier, der Marke für anspruchsvolle Kommunikationsmedien. Gmunder Notizblöcke vor Ort dienen der Erinnerung besonderer Aha-Erlebnisse während der Veranstaltung.

> www.bestbrands.de

> www.gmund.com

ADD MORE KBA TO YOUR DAY

Gemeinsam machen wir die Welt bunter!

Die Präzision und Vielfalt unserer Printlösungen gibt Marken ihre eigene Identität – von der Banknote bis zur edlen Verpackung. Wir nutzen die Digitalisierung für neue Produkte und individuelle Services. Und erleichtern unseren Kunden ihr Geschäft mit mehr Performance, Qualität und Profitabilität. In der ganzen Welt machen wir den Alltag der Menschen bunter.

ADD MORE KBA TO YOUR DAY.

Besuchen Sie uns
auf der **drupa** 2016
31. Mai bis 10. Juni
Halle 16, Stand C47

JET PRESS 720S POTENZIAL AUCH FÜR HÖHERE AUFLAGEN

Im September 2015 hat sich das Management der niederländischen *Impressed Druk en Print* zur Investition in eine B2 Inkjet-Druckmaschine *Jet Press 720S* von *Fujifilm* entschieden, um die Wirtschaftlichkeit bei der Produktion von Kleinauflagen zu verbessern. Jetzt kann das Unternehmen seinen Kunden eine breitere Palette von Kleinauflagen sowie kreative und personalisierte Produkte anbieten.

Text und Bild: *Fujifilm*

Impressed Druk en Print, angesiedelt zwischen Den Haag und Rotterdam, wurde vor 20 Jahren gegründet und generiert heute mit 21 Mitarbeitern durch qualitativ hochwertige Druckaufträge im B2-Format einen Umsatz von 3,7 Millionen Euro. Bis vor Kurzem wurden diese Aufträge auf zwei B2-Offsetdruckmaschinen aus Heidelberg abgewickelt. Zwischenzeitlich führten aber immer geringere Auflagen zur Entscheidung für die B2-Digitaldruckmaschine.

«Weil 30 Prozent unserer Auflagen unterhalb von 700 Exemplaren, 40 Prozent zwischen 700 und 1.500 und 30 Prozent höher als 1.500 liegen, war es klar, dass wir die Effizienz und Profitabilität bei der Fertigung von Kleinauflagen verbessern können, wenn wir in die *Fujifilm Jet Press 720S* investieren. In den vier Monaten seit der Installation der Maschine konnten wir bereits eine spürbare Verbesserung bei der Produktion von Kleinauflagen sowie Möglichkeiten für neue Geschäftsfelder erkennen», erklärt Bas Gravesteijn, Geschäftsführer des Unternehmens.

Der grosse Farbumfang und die hohe Qualität, mit der die *Jet Press 720S* produziert, würden besonders die Design- und Werbeagenturen beeindrucken, denn für sie sei stets die Qualität entscheidend. «Dass wir mit der *Jet Press 720S* auf einer Vielzahl von gestrichenen und ungestrich-

nen Papieren drucken können, ist ein weiterer grosser Vorteil und gibt uns eine enorme Flexibilität in Hinblick auf das Dienstleistungsangebot für unsere Kunden», betont Gravesteijn.

In neue Märkte vordringen

«Die *Jet Press 720S* hat uns auch die Möglichkeit gegeben, in neue Marktsegmente vorzudringen. Die Maschine ist so konzipiert, dass sie Kleinauflagen wirklich profitabel fertigt. Zudem können wir mit einer Reihe von aussergewöhnlichen Druckprodukten am Markt agieren – und nicht nur reagieren», ergänzt Sandra Hackett, Mitinhaberin von *Impressed*. «*Fujifilms* Verpflichtung gegenüber seinen Kunden, deren Wunsch nach maximaler Rendite zu realisieren, hat das Vertrauen in unsere Investition verstärkt. Wir glauben, dass dies eine lange und für beide Seiten

vorteilhafte Geschäftsbeziehung wird.»

Dies unterstreicht Gravesteijn noch einmal, als er sagt, dass das Unternehmen eine breite Palette von Produkten vom Tischkalender bis zur Broschüre in variierenden Auflagen auf einem Qualitätsniveau produziert, das vorher nicht möglich gewesen sei: «Wir bemerken einen wachsenden Bedarf an personalisierten Materialien. Hier bietet uns die *Jet Press 720S* die zusätzliche Flexibilität, die wir brauchen, um diese Nachfrage zu erfüllen.»

Höhere Auflagen

Die Kunden des Unternehmens sind ebenfalls beeindruckt. «Sie lieben die scharfe Detailwiedergabe und den Farbumfang, die die *Jet Press 720S* produziert. In der Tat fordern sie, dass immer mehr ihrer Aufträge auf

der *Jet Press 720S* statt auf unseren bewährten Offset-Druckmaschinen hergestellt werden – und das nicht nur bei Kleinauflagen. Daher sehen wir auch Möglichkeiten, zukünftig höhere Auflagen damit zu produzieren», meint Bas Gravesteijn.

Abgesehen von der Druckqualität ist er von der Arbeitsweise der *Fujifilm*-Techniker, die die Maschine installiert haben, sowie von Service und Support angetan. «Wir haben in kurzer Zeit eine starke partnerschaftliche Beziehung mit *Fujifilm* aufgebaut. Sie haben immer ein offenes Ohr für unsere Fragen und wollen auf die dadurch entstehenden Herausforderungen stets schnell mit einer effektiven Lösung reagieren. Wir verstehen uns in der Tat sehr gut mit dem gesamten Team.»

«Wir wissen, dass unsere Kunden von der Druckqualität begeistert sind, mit der wir jetzt kosteneffizient die vielen kleinen Auflagen produzieren können – angefangen von der Stückzahl 1 bis in höhere Bereiche. Aber wir sind auch davon begeistert, wie sich die *Jet Press 720S* für neue Anwendungen nutzen lässt», fasst Sandra Hackett zusammen. «Letztlich wissen wir, dass wir die richtige Wahl getroffen haben und sind überzeugt, dass die Inkjet-Technologie die Zukunft für hohe Qualität auch bei kleinen Auflagen ist. Dies ist das erste Mal, dass wir mit *Fujifilm* arbeiten und bisher lief alles gut.»



Sandra Hackett, Mitinhaberin, und Bas Gravesteijn, Geschäftsführer von *Impressed Druk en Print*, vor der *Fujifilm Jet Press 720S*.

» www.fujifilm.eu/de

18 NELA SYSTEME «Dainik Jagran», die meistgelesene Zeitung der Welt mit durchschnittlich 16,37 Mio. Lesern pro Ausgabe, wird ihre Produktion mit Automationslösungen von NELA modernisieren. Ab dem ersten Quartal 2016 werden insgesamt 18 NELA Ecobender V an mehreren Druckstandorten in ganz Indien installiert. Die Registerstanz- und Biegesysteme sollen zusätzliche Produktionskapazitäten schaffen und bestehende NELA-Anlagen ergänzen. Das vollautomatische Registerstanz- und Abkantsystem NELA Ecobender V ist auf die Bedürfnisse einer modernen Zeitungsdruckerei zugeschnitten. Video Control Positioning, die NELA EcoNet Software, hoher Plattendurchsatz und präzise Positionierung der Druckplatte sind Merkmale der Ecobender-Technologie. > www.nela.de

A3-KAPAZITÄT VERDOPPELT Seit wenigen Wochen produziert die Jordi AG auf einer Speedmaster SX 52-4. Das in Belp bei Bern ansässige Medienhaus ersetzte eine SM 52-2 und verdoppelte damit die Bogenoffsetkapazitäten im Format A3. Die SX 52-4 leiste gegenüber der Vorgängermaschine einen massgeblichen Beitrag zu einer flexibleren Produktion bei tieferen Kosten, sagt der



Produktionsleiter Reto Gerber (in der Bildmitte neben dem Drucktechnologen Fabio Ricchiuti und Ruedi Schult-hess, Heidelberg Schweiz). Das Geschäft mit Mailings, ein Standbein von Jordi, sei in den letzten Jahren gewachsen. Zudem würden Kunden

über das Web-Portal printzessin.ch immer mehr vierfarbige Kuverts bestellen, wodurch die Maschine zu 50% ausgelastet werde. Die Maschine ist über den Prinect Pressroom Manager in den Workflow eingebunden. Das im Leitstand integrierte Mess- und Regelsystem Prinect EasyControl sichert auch bei kleinen Auflagen eine stabile Farbführung. > www.heidelberg.com/ch

600. POLAR Die Druckerei APD in Nischni Nowgorod ist Besitzer der 600. Polar Schneidemaschine in Russland. Der Schnellschneider N 137 AT HD ermöglicht weitere Prozessautomatisierung und erleichtert dem Bediener durch eine 3D-Vorschau des aktuellen Auftrags die Arbeit. > www.polar-mohr.com

SCHWERARBEITER Zeitungsbeilagen erfreuen sich in vielen Ländern ungebrochener Popularität. Das Einstecksystem FlexLiner trägt laut Müller Martini wesentlich dazu bei, den Boom zu meistern. Weil die Prospekt Versand Service GmbH in ihrem Werk im ungarischen Sopron die Zahl der eingesteckten Produkte innerhalb von drei Jahren um 44% erhöhte, nahm sie 2015 zusätzlich zu zehn bestehenden Einstecksystemen von Müller Martini gleich drei neue FlexLiner in Betrieb. So schafft es das Unternehmen, täglich rund 190 Tonnen Papier weiterzuverarbeiten. > www.mullermartini.com

GROSSAUFTRAG Zur Automatisierung seiner Weiterverarbeitung in Saint-Hyacinthe entschied sich TC Transcontinental Printing erneut für Gämmerler. Das grösste Druckunternehmen Kanadas suchte nach einer automatisierten Weiterverarbeitung, die den Produktionsanforderungen einer Goss 700 und einer KBA 618 Rechnung trägt. Der Standort in Quebec ist auf die Herstellung von Beilagen spezialisiert. Im 24/7-Betrieb wird insbesondere die Paketweiterverarbeitung manuell verrichtet. Mit der Investition in die automatisierte Weiterverarbeitung werden die Produkte künftig aus der Druckmaschine mit sieben Überkopf-Fördersystemen in die Halle neben dem Drucksaal transportiert, wo die Paketbildung mit sieben Kreuzlegern erfolgt. Die Palettierung der Pakete nach einem programmierbaren Packmuster erfolgt durch zwei Roboter, ein Palettentransportsystem führt die Paletten dem Folienwickler zu. > www.gaemmerler.de



**KEEP
CALM
AND
PRINT
ON**

Talking about print online with Bernd Zipper
BEYONDPRINT

Da kommt noch mehr!



Am 18. und 19. Februar lüftete Heidelberg das Geheimnis um seine digitale B1-Inkjet-Maschine. Doch nicht nur das. Das Management vertiefte den Einblick in die Philosophie, die hinter dem «Smart Print Shop» steht. Und das ist weit mehr als eine neue Maschine, das ist eine grundsätzlich neue Denkweise, die Heidelberg und seine Kunden in eine neue Ära führen könnte.

SMART PRINT SHOP

ABFLUG IN EINE NEUE DIGITALE ÄRA

«Deutschland droht der digitale Absturz» las ich morgens im Wirtschaftsteil meiner Tageszeitung. Deutschland würde von Korea, den USA, in Einzelfällen sogar von Estland überholt und bedürfe dringend einer Digitalisierungsstrategie. Wenige Stunden später hatte sich diese Drohgebärde für mich verflüchtigt. Der Heidelberg-CEO Dr. Gerold Linzbach hatte gerade die Vision und Lösungen des Druckmaschinenherstellers erläutert.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Von «Absturz» oder «überholt werden» konnte ich da nichts erkennen. Aber was in der reisserischen Headline der «Frankfurter Allgemeinen» vom 18. Februar gemeint war, galt ja auch gar nicht der deutschen Industrie, die sich auf den Weg der produktionsbezogenen Industrie 4.0 aufgemacht hat – genau so, wie es Heidelberg antizipiert hat. Die Kritik des «Jahresgutachtens der Expertenkommission Forschung und Innovation» meint vor allem die lahrende Digitalisierung in öffentlicher Verwaltung, dem Gesundheitswesen und der Bildung in Deutschland.

Interessanterweise ergeben sich gerade deshalb aber Parallelen. Die Verwaltungen oder Behörden einerseits und die Administration in den Druckereien sind die letzten Teile des Puzzles, um den Schritt der Integration zu gehen.

Eigentlich eine überraschende Erkenntnis, waren es doch die sogenannten Management-Information-Systeme (MIS), die diesen Weg in der grafischen Industrie hätten ebnen können. Na gut, sie waren es vielleicht auch, aber offenbar nicht kompromisslos genug.

Ein MIS war vor zehn Jahren noch ein kompliziertes Verwaltungs-Tool und der Workflow ein eher manueller Prozess, der sich auf Inseln der Produktionskette wie etwa die Vorstufe konzentrierte. Von JDF, Druck und Weiterverarbeitung war zwar die

Rede, doch zu spüren war von einem durchgängigen Prozess nur wenig. Und wenn, hat es die Anwender viel Schweiss gekostet und viele an den Rand des Wahnsinns getrieben.

Autonome Produktion?

Wenn bei Heidelberg heute von einer weitgehend autonomen Produktion die Rede ist, kann das allerdings nur ein Blick in die Zukunft sein. Heute arbeite an einer Druckmaschine – gleich welcher Länge – ein Drucker und ein Helfer, erläuterte Stephan Plenz, Vorstand Equipment von Heidelberg. Je nach Länge vielleicht auch zwei Helfer unter anderem für die Papierversorgung. Doch gibt es längst auch Logistik-Systeme für den Papiertransport und Roboter, die Fertigungslinien entladen. Technisch ist das machbar (und auch bei Heidelberg zu haben). Da kommt also noch



«Wir sind auf einer Reise», sagte Heidelberg-Chef Dr. Gerold Linzbach. «Wo die Final Destination ist, und ob wir sie je erreichen, können wir nicht wissen.»

was und daran wird in Wiesloch gearbeitet – das steht ausser Frage.

So sagte Gerold Linzbach unmissverständlich: «Angestrebt wird eine Maschine, an der jemand arbeitet, der nicht drei Jahre, sondern sechs bis zwölf Wochen ausgebildet wurde.» Und das ist ernst gemeint.

Dazu passt ja auch, dass Heidelberg dem Drucker mit einer neuen Maschinensteuerung am Leitstand unter die Arme greift und ihm vorgibt, in welcher Reihenfolge er welche Arbeitsschritte auszuführen hat, wenn er effizient und wirtschaftlich arbeiten will. Und das muss er, um zukunftsfähig zu bleiben.

«Automation ist der Schlüssel, um wettbewerbsfähig zu bleiben», sagte Stephan Plenz, während er von Anwendungen im industriellen Umfeld und einer digitalisierten Wertschöpfungskette in einem vollends integrierten Drucksaal schwärmte. Und Gerold Linzbach versprach: «Wir werden unsere Branche in eine neue digitale Ära führen und unterstützen unsere Kunden aktiv bei der Transformation in die digitalisierte Zukunft.»

Industriell drucken

Unter dieser Prämisse ist das, was Heidelberg jetzt angekündigt und vorgestellt hat, weit mehr als nur der vage Blick in die Zukunft des Drucks. Natürlich gibt es auch neue Maschinen wie die Primefire 106, die Heidelberg und Fujifilm in weniger als zwei Jahren entwickelt haben, doch die Perspektive, die Heidelberg

für die grafische Branche weist, erscheint viel wichtiger.

Die Integration aller Prozesse in den Druckereien steht im Mittelpunkt. Da geht es nicht mehr um eine technisch mögliche Maschinengeschwindigkeit, sondern um die Effektivität der Maschinen über alles gerechnet (OEE oder Overall Equipment Effectiveness) und darum, dass der Break-even nicht für einzelne Systeme das Mass der Dinge ist, sondern die Performance der gesamten Wertschöpfungskette, wie es Stephan Plenz auf den Punkt brachte. Dazu passen ohne Zweifel die B1-Digitaldruckmaschine, aber auch die weiterentwickelte Speedmaster-Reihe (wir stellen die Neuheiten noch in separaten Beiträgen vor).

In wenigen Worten bedeuten die Ankündigungen von Heidelberg: Mit der Automatisierung und Integration der gesamten Wertschöpfungskette soll die Wettbewerbsfähigkeit von Druckereien erhöht werden. Software ermöglicht den durchgehenden Datenfluss von der Auftragsannahme über die Maschinen bis zur Abwicklung der Aufträge. Mit neuen Steuerungen für die Offsetmaschinen wandern immer mehr Arbeitsschritte zum automatischen Betreiben des Drucksaaes in die Drucksysteme – der autonome Drucksaal wird immer greifbarer, Produktivität und Rentabilität steigen.

Das ist der Start in eine neue digitalisierte Zukunft, kein Absturz.

» www.heidelberg.com



Heidelberg-Vorstand Stephan Plenz präsentiert in Anwesenheit von Vertretern von Fujifilm einen Druck der Heidelberg Primefire 106, die von den beiden Konzernen entwickelt wurde.

HEIDELBERG UND FUJIFILM DIGITALDRUCK IM B1-FORMAT

Fujifilm mit der Fujifilm Global Graphic Systems und die Heidelberger Druckmaschinen AG haben ihr Inkjet-Digitaldrucksystem im B1-Format präsentiert, das die Unternehmen auf der drupa 2016 unter dem Namen Heidelberg Primefire 106 offiziell vorstellen werden. Das strategische Entwicklungsprojekt ermöglicht industriell produzierte Digitaldruckanwendungen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY
und KNUD WASSERMANN

Mit einer Fülle von Ankündigungen neuer Digitaldrucksysteme ging die drupa 2012 zu Ende: B2-Maschinen und ein grösseres Modell. Von einigen hört man seither nichts mehr, andere wurden verworfen, drei B2-Modelle werden derzeit aktiv vermarktet und ein weiteres Modell soll sicher zur drupa 2016 kommen.

Wen man nach der letzten drupa in Sachen Digitaldruck noch nicht auf dem Schirm hatte, war Heidelberg. Erst Ende 2013, also eineinhalb Jahre nach der drupa, hatten Heidelberg und Fujifilm eine strategische Partnerschaft für die Entwicklung einer neuen Digitaldruckmaschine angekündigt. Das Ergebnis des gemeinsa-

men Projektes, das auf umfassende Ressourcen in Forschung und Entwicklung zurückgreift, ist nach weniger als 24 Monaten ein Prototyp, der sich sehen lassen kann und der wohl noch gehöriges Potenzial hat. Während andere also seit vier Jahren an ihren Maschinen arbeiten, haben die beiden Konzerne ein komplett neues Produkt aus dem Boden gestampft. Nicht ohne Stolz sagt Heidelberg CEO Gerold Linzbach deshalb: «In Rekordzeit haben Fujifilm und Heidelberg die erste industrielle Digitaldruckmaschine im B1-Format entwickelt. Zu Beginn unsere Partnerschaft haben wir gemeinsam das Potenzial der Inkjet-Technologie von Fujifilm für das Projekt eingeschätzt und sind nach zwei Jahren Entwicklungspartnerschaft davon überzeugt, dass Fujifilm der beste Partner für

diese Technologie ist. Auf der drupa werden wir die neue Digitaldruckmaschine als vollintegrierten Bestandteil unseres Smart Print Shop präsentieren können.»

Die Inkjet-Druckmaschine für das B1-Format soll im ersten Schritt für Faltschachteldrucker angeboten werden, nach der drupa in den Betatest gehen und ab Anfang 2017 kommerziell verfügbar sein.

«Dank unserer engen Partnerschaft mit Heidelberg gehen wir fest davon aus, dass wir die steigenden Anforderungen des industriellen Verpackungsmarktes bedienen können», sagt Shigetaka Komori, Chairman und CEO der Fujifilm Corporation. «Die neue Maschine im B1-Format erhöht die Bandbreite der Einsatzmöglichkeiten der Fujifilm-Inkjet-Technologie – ausgehend von der Jet

Press 720S, unserem bewährten System für das B2-Format. Fujifilm wird den Digitaldruck-Markt auch weiterhin mit zukunftsweisenden Innovationen der eigenen Inkjet-Technologie, die zugleich Eckpfeiler der neuen B1-Maschine ist, bedienen.»

Hand in Hand

Die Inkjet-Druckeinheit beruht auf der Samba MEMS Druckkopftechnologie von Fujifilm Dimatix. Der Zusatz MEMS steht für mikro-elektromechanische Systeme. Damit lassen sich dreidimensionale Strukturen auf Mikrometer-Ebene erstellen. Dimatix nutzt MEMS, um hochpräzise Tintenstrahldüsen mit grosser Genauigkeit und hoher Dichte anzuordnen sowie Tintenstrahl-Druckköpfe herzustellen, die in mechanischer und chemi-

scher Hinsicht stabil sind. Die wasserbasierte Pigment-Tinte von Fujifilm mit Raptic-Technologie für hochauflösende Bildqualität wird die Sicherheitsanforderung der Lebensmittelverpackungsindustrie erfüllen.

Die Inkjet-Technologie von Fujifilm geht Hand in Hand mit Heidelberg Know-how im Druckmaschinenbau. So basiert die Primefire auf der Speedmaster XL 106. Ziel ist dabei ein Druckergebnis, das sich auf Augenhöhe mit dem Offsetverfahren befindet. Für einen optimierten Datenworkflow erfolgt die Maschinensteuerung über das Heidelberg Prinect Digital Frontend (DFE).

Die Primefire 106 soll Druckereien neue Anwendungen bieten und dabei individuelle Kundenanforderungen, variablen Datendruck und zielgruppengenaue Marketingkampagnen ermöglichen.

Heidelberg wird die Maschine auf dem drupa-Messestand in Halle 1 präsentieren. Dort wird Fujifilm als strategischer Partner seine Bandbreite an OEM-Produkten präsentieren, darunter verschiedene Inkjet-Lösungen auf Basis der Samba-Druckkopf-technologie mit ausgefeilten Funktionen.

Lösung für Faltschachteln

Heidelberg-Vorstand Stephan Plenz, der den Bereich Equipment verantwortet, betonte im Gespräch mit unserer Redaktion, dass vor allem Faltschachtelhersteller auf eine indus-

trielle Digitaldrucklösung warten. Dies habe sich im Gespräch mit zahlreichen potenziellen Anwendern herausgestellt. An dieser Stelle kann er sich auch den einen oder anderen Seitenhieb nicht verkneifen. Faltschachteln, die sich nicht dem normalen Recycling-Kreislauf zuführen lassen, seien für Markenartikler ein «absolutes No-Go». Aber auch der direkte Kontakt mit Lebensmitteln habe bei der Entwicklung im Vordergrund gestanden.

Die Entscheidung, gleich auf das B1-Format zu setzen, sei relativ leicht gefallen, da die Anwender im industriellen Verpackungsdruck bereits über das passende Equipment in der Weiterverarbeitung verfügen. Zudem seien die Rüstzeiten im Digitaldruck formatunabhängig. Damit habe man die Schwachpunkte heute verfügbarer Lösungen erkannt und von Beginn an ausgemerzt. Mit den wasserbasierten Tinten wurde die Basis für recyclingfähige Druckprodukte gelegt.

Mit 1.200 dpi x 1.200 dpi und dem Druck mit sieben Farben (CMYK + Orange, Grün, Violett) in Verbindung mit den Lacken von Heidelberg will der Druckmaschinenhersteller höchste qualitative Ansprüche befriedigen, ein erweitertes Farbspektrum erreichen und rund 90% der Pantone-Farben abdecken.

Um eine möglichst breite Auswahl an gestrichenen und ungestrichenen Papieren verarbeiten zu können, werden sie vor dem Druck mit einem

Primer versehen. Hinsichtlich möglicher Grammaturen wollte sich Stephan Plenz jedoch nicht in die Karten schauen lassen. «Wir drucken mit Wasser, das begrenzt die Papierausswahl», sagte Plenz.

Da die Maschine nur mit einem einzigen und dementsprechend grossen Druckzylinder ausgestattet ist, dürfen sich höhere Grammaturen, wie sie bei der Faltschachtelproduktion üblich sind, problemlos verarbeiten lassen. Die Primefire 106 soll bis zu 2.000 Bogen/Std. bedrucken, es sei aber Luft nach oben bis zu einer Leistung von 5.000 Bogen/Std.

Damit die Bogen trocken in die Ablage gelangen, werden sie nach dem Trocknerdurchlauf zusätzlich lackiert. Dies geschieht konventionell über eine Platte und nicht via Inkjet.

Keine Absichtserklärungen

Stephan Plenz betonte auch, dass die Primefire auf der drupa vor Ort produzieren werde und man unmittelbar danach den Betatest mit Kunden in Deutschland starten werde. Kommerziell verfügbar sein soll die Maschine Anfang 2017.

In Anspielung auf andere Anbieter meinte er, dass man keine «Letter of Intent», sondern nur tatsächliche Bestellungen für die Primefire 106 auf der drupa entgegennehmen werde.

➤ www.heidelberg.com

➤ www.fujifilm.com

DER BLICK INS ARCHIV

Wie heisst es noch so schön? Man begegnet sich im Leben mindestens zweimal. Das trifft wohl auch auf die Zusammenarbeit von Heidelberg und Fujifilm zu. Allerdings nicht direkt, sondern über den Hersteller der Inkjet-Druckköpfe. So wurden wir auch in unserem Archiv fündig. In einer Mitteilung im Februar 2002 meldeten wir im Druckmarkt:

«Heidelberg und der amerikanische Hersteller von Inkjet-Druckköpfen Spectra haben einen langfristigen Lizenz-, Entwicklungs- und Liefervertrag unterzeichnet. Auf der Basis von Spectras patentiertem piezoelektrischen Inkjet soll eine neue Technik-Generation für den Digitaldruck entwickelt werden.

Bereits auf der letzten drupa präsentierte sich Heidelberg mit Spectra gemeinsam, um eine mögliche Antwort auf den Trend, hochwertigen Farboffsetdruck mit einem innovativen Inkjet-Druckkopf für die Personalisierung zu kombinieren. Ein 12,5 Zoll breites Tintenstrahlwerk mit 7.600 Düsen war in einer Printmaster QM 46 integriert. Mit einer Druckgeschwindigkeit von über 300 ft./Min., einer Auflösung von 600 x 600 dpi und einer Leistung von 300 Mio. Tröpfchen/Sek. ist es laut Hersteller eines der leistungsstärksten Inkjet-Druckwerke.»

Doch nach 2002 hörte man nicht mehr viel von der Kooperation der beiden Unternehmen. Heidelberg hatte im April 2004 seinen Strategiewechsel eingeleitet, die Digitaldrucksparte an Kodak verkauft und auch sonst nur noch wenige Ambitionen im Digitaldruck gezeigt. 2005 wurde das 1984 gegründete US-Unternehmen Spectra in Dimatix umbenannt und 2006 von Fujifilm übernommen, als der japanische Konzern seine Digitaldruckstrategie umsetzte und auch den Tintenhersteller Sericol kaufte. Seither firmiert der Druckkopfhersteller Dimatix unter dem Namen Fujifilm Dimatix.



Gemeinsames Ergebnis der erfolgreichen Partnerschaft von Fujifilm und Heidelberg: Das neue Inkjet-System im B1-Format, Heidelberg Primefire 106, für die industrielle Produktion digitaler Druck-Erzeugnisse.

HEIDELBERG

DAS DIGITALDRUCK-FEUERWERK

«Fire steht für Leistungsfähigkeit, Dynamik, Performance und Wachstum – zugleich für das digitale «Übertragen» von Daten und Tinte auf unterschiedliche Oberflächen», sagt Jason Oliver, Leiter Geschäftsbereich Digital bei Heidelberg. Auch wenn einem andere Synonyme einfallen könnten – der Familienname «Fire» soll ein Signal für eines der leistungsfähigsten Digitaldruckangebote der Branche senden.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Es gilt nicht mehr alles, was früher einmal fast ehernes Gesetz war. Die Welt hat sich verändert. Gedruckt wird heute überall – und nicht mehr nur in der Druckindustrie. So hat auch Heidelberg eine Maschine entwickelt, die nicht zwingend in einer Druckerei stehen muss. Bestes Beispiel: My Müsli – wir haben darüber bereits Ende letzten Jahres berichtet (Druckmarkt 100).

Die Zukunft des Druckens liegt also nicht mehr ausschliesslich im Bedrucken von Papier, sondern generell im Bedrucken von Oberflächen, ganz gleich, welcher Art auch immer. Deshalb hat auch die Digitaldruck-Strategie von Heidelberg, die nunmehr von der Vision zur greifbaren Realität wurde, vier Säulen – und einen einheitlichen Namen: Fire.

«Fire»-Produktlinie

Alle Maschinen im Digitaldruckangebot erhalten analog zur Speedmaster-Baureihe im Offsetdruck einen einheitlichen «Familiennamen»: die «Fire»-Produktlinie. Während die Familie der Speedmaster für Wettbewerbsfähigkeit im Kerngeschäft einer Druckerei steht, zielt das digitale Angebot auf neue Geschäftsmodelle und Druckanwendungen.

Anvisiert werden durch die vier verschiedenen Digitaldruck-Plattformen ebenso unterschiedliche Marktsegmente.

Akzidenzdruck

Für den Akzidenzdruck bietet Heidelberg in Kooperation mit Ricoh seit Anfang 2011 tonerbasierte Bogendruckmaschinen für das Format DIN A3+ an. Die bisher unter dem Namen Linoprint vermarkteten Systeme wurden ständig weiterentwickelt und haben sich nach Angaben von Heidelberg bisher rund 1.000 mal verkauft.

Versafire CP/CV ist die neue Bezeichnung für die bisherigen Linoprint-Digitaldrucksysteme. Heidelberg beschreibt die Versafire als Allroundsystem für die Produktion von kleinen und personalisierten Auflagen in Verbindung mit einer grossen Substratauswahl sowie einem überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnis.

Etikettendruck

Als zweite Säule kommt die Etikettendruckmaschine dazu, die von Gallus, Heidelberg und dem Kooperationspartner Fujifilm entwickelt und im Herbst 2015 auf den Markt gebracht wurde. Hier sind der Digitaldruck und bewährte Gallus-Technologie in einer Hybrid-Maschine kombiniert.

Gallus Labelfire 340 ist der aktuelle Name der vormals Gallus DCS 340 genannten Hybridmaschine für den Markt des digitalen Etikettendrucks. Seit der Markteinführung der Maschine auf der Label Expo in Brüssel sollen bereits 18 Maschinen bestellt worden sein. Der Vertrieb erfolgt

über Gallus, dem Schweizer Tochterunternehmen von Heidelberg.

Verpackungsdruck

Auf die grossformatige Bogenmaschine, die Heidelberg bereits im Dezember 2015 avisiert hatte, wartete die Fachwelt bisher gespannt. Jetzt hat Heidelberg die Heidelberg Primefire 106 im B1-Format vorgestellt, die auf der Inkjet-Technologie des Entwicklungspartners Fujifilm und der Plattform der Heidelberger Offsettechnologie basiert (siehe auch den separaten Beitrag auf der vorigen Seite).

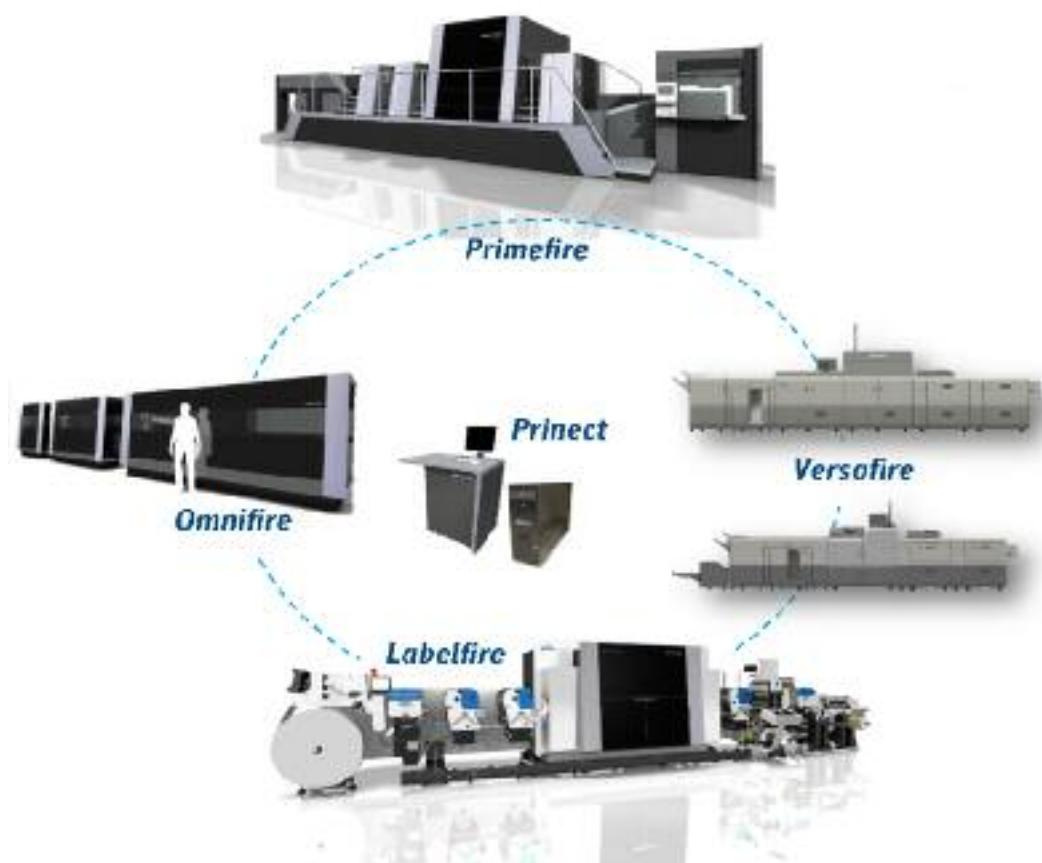
Wesentliche Kompetenzen von Heidelberg wie die berührungslose Papierbogenführung oder die An- und Auslegertechnologie, sind in das System eingeflossen. Damit soll der industriellen Produktion von Digitaldruckanwendungen in einer neuen Formatklasse der Weg geebnet werden. Zudem will Heidelberg den anspruchsvollen Anforderungen vieler Unternehmen aus der Konsumgüterindustrie Rechnung tragen. «Diese wollen als Unterstützung ihrer zunehmend digitalisierten Produktionsprozesse eine integrierte Lösung für die schnelle, flexible, versionierte beziehungsweise individualisierte, bedarfsorientierte und wirtschaftliche Herstellung von Druck-Erzeugnissen in kleinen bis mittleren Auflagenhöhen und auf Augenhöhe mit der aus dem Offsetdruck bekannten Qualität haben», sagt Jason Oliver, Leiter Geschäftsbereich Digital bei Heidelberg.

«Mit der Heidelberg Primefire 106 haben wir einen Meilenstein in unserer Digitalstrategie erreicht: Wir sind erfolgreich dabei, zusammen mit Partnern in kürzester Zeit Systeme zur Marktreife zu bringen, mit denen unsere Kunden die gestiegenen Marktanforderungen in einer digitalisierten Welt bedienen können. Jetzt sind wir der erste Anbieter, der die industrielle und integrierte Produktion digitaler Druck-Erzeugnisse im Smart Print Shop ermöglicht», so Stephan Plenz, Mitglied des Vorstands und verantwortlich für Heidelberg Equipment.

Natürlich stellt sich die Frage, warum die Maschine für Faltschachteln und nicht etwa für den Akzidenzdruck ausgelegt wurde. Doch Heidelberg hat bereits in der Vergangenheit Modelle zunächst als Verpackungslösungen vorgestellt und danach zu typischen Akzidenzmaschinen weiterentwickelt. Bestes Beispiel war die Speedmaster CD.

Industriedruck

Der Einstieg in das industrielle Drucken ist die vierte Säule der Heidelberger Digitaldruckstrategie. Mit der JetMaster Dimension startete Heidelberg schon 2014 in die 4. Dimension: ein dreidimensionales Objekt plus Druck. Diese Maschine arbeitet mit Inkjet-Druckköpfen von Xaar und eigenen Heidelberg-Tinten. Die Technologie, mit der heute beispielsweise Bälle oder Dosen bedruckt werden, wird weiter ausgebaut und dann



Ab der drupa 2016 vermarktet Heidelberg sein gesamtes Digitaldruckangebot unter einem einheitlichen Familiennamen, der «Fire»-Produktlinie. Kunden haben dann die Wahl zwischen der Versafire CP und CV, Omnifire 250 und 1000 oder der Gallus Labelfire 340 sowie der neuen Primefire 106. Diese ist für die industrielle Produktion digitaler Druck-Erzeugnisse im B1 Format konzipiert.

grössere Formate und höchst unterschiedliche Gegenstände und Oberflächen bedrucken können.

Heidelberg Omnifire 250/1000 ist künftig die Bezeichnung für die 4D-Drucksysteme. Mit dem sogenannten 4D-Druck sollen individualisierte und flexible Drucke auf dreidimensionalen Objekten wie Bällen, Flaschen und anderer Massenartikel der Konsumgüterindustrie hergestellt werden. Heidelberg arbeitet zudem an der Entwicklung von Systemen, die

sich auch für industrielle Anwendungen beispielsweise in der Automobilindustrie, eignen. Die Markteinführung der Heidelberg Omnifire 1000 ist für Ende des Jahres 2016 geplant.

Marktveränderungen

Doch es wäre zu wenig, würde sich Heidelberg nur auf Druckmaschinen konzentrieren. «Es geht um die Veränderungen des Marktes, es geht um kürzere Zeitfenster, mehr Variatio-

nen, automatisierte Workflows, um höhere Produktivität, mehr Effizienz der gesamten Wertschöpfungskette und Flexibilität», fasst Stephan Plenz zusammen.

Also ein ganzes Bündel an Massnahmen, das zwar nicht durch eine einzige Lösung oder gar Maschine abzudecken wäre, gleichwohl im Sinne der Integration durch eine einheitliche Software-Lösung unterstützt werden kann. So lässt sich das nun komplette Digitaldruckportfolio zu-

sammen mit den Offsetsystemen von Heidelberg über das Prinect Digital Front End in den Gesamt-Workflow einer Druckerei integrieren.

Hinzu kommen Web-to-Print- und Multichannel-Publishing-Anwendungen, die unterstützt werden. Damit soll nach dem Willen von Heidelberg der Smart Print Shop Realität werden, bei dem Anwender ihre Prozesse im Offset- und Digitaldruck automatisieren sowie einheitlich und transparent steuern können.

Zudem steht für alle Produkte ein umfangreiches Angebot an Dienstleistungen und Verbrauchsmaterialien zur Verfügung.

» www.heidelberg.com

In den nächsten Ausgaben werden wir über weitere Neuheiten von Heidelberg aus den Bereichen Offset und Finishing berichten.

Keine Angst vor Neuem!

Neue Entwicklungen sollte man nicht verpassen. Zusammen den Überblick behalten. Fachverband Medienproduktions e.V.

f:mp.
fachverband
medienproduktionen

Start Medienproduktions/f:mp.®
Junior Medienproduktions/f:mp.®
Geprüfter Medienproduktions/f:mp.®
www.f-mp.de/seminare

Weiterbildung

DIE SMARTIES AUS WIESLOCH

Wer sich vor Augen hält, welche Materialschlachten sich die grossen Aussteller der drupa, allen voran die Druck- und Finishing-Maschinenhersteller, in der Vergangenheit lieferten, wird 2016 stutzen. Zumindest was Heidelberg angeht. Statt mit zwei Hallen zu protzen, begnügt sich das Unternehmen nunmehr mit einer und teilt die auch noch mit Partnern.



Von KLAUS-PETER NICOLAY

Aufgeräumt gibt sich Heidelberg, was die kommende drupa angeht. Statt alles, wie in der Vergangenheit, nach Düsseldorf zu karren und wochenlang aufzubauen, wird der Druckmaschinenhersteller zum Reiseunternehmen und fährt Interessenten spezieller Lösungen nach Wiesloch in die beiden Print Media Center. Dort steht ja alles, was Druckereien sehen wollen. Etwa 5.000 Anmeldungen lagen bereits vor. Nicht schlecht. Natürlich macht sich diese smarte Überlegung im Stand-Layout unter der Headline «Partner Solution Network» bemerkbar. Nach genauerem Hinsehen findet man dort tatsächlich auch Maschinen von Heidelberg. Eine Auswahl aus dem Offset-Portfolio – vor allem aber die neuen und digitalen Dinge.

Und das bezieht sich eben nicht mehr nur auf Maschinen. «We are more than machines» sagt Heidelberg und nimmt diesen Slogan durchaus ernst, was be-

«Simply Smart» ist eine geschickte Wortwahl, die jeder so auslegen kann, wie er mag. Denn die Synonyme reichen von klug über elegant bis zu pffiffig oder durchtrieben. Süss, nicht wahr?

reits bei der Ankündigung des «Smart Print Shop» im Dezember deutlich wurde. Der nämlich ist kein visionäres Gebilde oder utopische Phantasie, sondern bezieht die installierte Basis mit ein. Daten, generiert aus Tausenden Sensoren in 10.000 Heidelberg-Maschinen und 15.000 Software-Produkten, verschwinden nicht irgendwo in den Festplatten-Katakomben der Service-Rechner, sondern werden genutzt, um den Kunden schnelleren Service zu bieten und zu mehr Transparenz zu verhelfen.

«Smart Services» sollen den reibungslosen Ablauf einer Druckerei sicherstellen. Durch eCall kann sich eine Maschine im Störfall automatisch beim Heidelberg-Service melden, Remote Service ermöglicht dem Servicetechniker das Einloggen in die Systeme des Kunden und Remote Monitoring kündigt ein Maschinenproblem an, bevor es zum Stillstand kommt.

Mit «Smart Collaboration» will der Druckmaschinenhersteller neue Wege der Zusammenarbeit mit den Kunden gehen, die weit über den Ausbau des Heidelberg-Online-Shops gehen. Der «Assistent» beispielsweise ist so etwas wie eine App, mit der Kunden einen Überblick über Wartungen und Services erhalten, Anfragen stellen oder Consumables bestellen können. Im Hintergrund berechnen Algorithmen aus den gesammelten Daten einer Druckerei die richtige Menge bei der Materialbestellung oder sie lassen die Maschinen gar selbstständig die nötigen Verbrauchsmaterialien bestellen.

In einem weiteren Schritt sollen sich Druckerei-Manager auf der Webseite von Heidelberg einloggen und dort einen detaillierten Überblick über die eigene Maschinen-Performance erhalten. Durch Performance Benchmark will Heidelberg Kunden den Zugriff auf eine Datenbank von Leistungsdaten ermöglichen, in denen sie ihre eigenen Werte auf anonymer Basis mit anderen Druckereien vergleichen und so Rückschlüsse über die eigene Effizienz ziehen können. Durch die Kenntnis der Drucksaal-Performance kann Heidelberg den Kunden wiederum konkrete Vorschläge zur Verbesserung der Effizienz machen und Lösungspakete schnüren, die aus Hard- und Software sowie Beratung und Training bestehen.

Diese smarte Heidelberg-Welt mag auf den ersten Blick nur als netter Nebenschauplatz in einer zunehmend digitalisierten Welt erkennbar sein, wird sicher von vielen Druckerei-Managern ob der kundenorientierten Angebote begrüsst werden – könnte aber sehr bald zu einem wenig vertrauten Gesicht von Heidelberg werden. Denn auf Basis detaillierter Kundendaten kann Heidelberg das Service-Geschäft automatisieren und gleichzeitig ausbauen. Auf dieser Basis liessen sich auch zusätzliche Verkaufskanäle öffnen oder vielfältige Upselling-Modelle formen. Denn wie war das noch? Wer die Daten hat, hat die Macht. Heidelberg gibt sich transparent – und ebenso transparent werden auch die Kunden. Das kann, muss aber nicht unbedingt jedem gefallen. Doch solche Geschäftsmodelle und Marketing-Strategien kennt man schon zuhauf aus anderen Bereichen: von Suchmaschinen, von der Telekommunikation, aus dem Versandhandel alias E-Commerce und generell aus der «digitalen Wirtschaft». Aber für einen Maschinenbauer, einen Druckmaschinenhersteller, ist das eine völlig neue Denkweise, an die man sich erst einmal gewöhnen muss.

Vor allem aber könnte diese digitale Strategie für Heidelberg im Kampf um die Kunden zum «Big Bang» werden. Denn Heidelberg tritt ab der drupa nicht mehr nur gegen KBA oder manroland an. Spätestens mit der Einführung der digitalen B1-Maschine Primefire 106 werden auch Big Player wie Canon, HP, Konica Minolta sowie alle, die sich im Digitaldruck tummeln, zu harten Rivalen. Aber während viele Konkurrenten noch am Break-even einzelner Maschinen feilen, könnte sie Heidelberg in der Kundengunst durch ein Gesamtkonzept aus Technik, Prozessintegration und Dienstleistungen überholen. Und das ist wirklich smart!





Die «Druckmarkt COLLECTION» ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und permanent aktualisiert. Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Dossiers zu speziellen Themen und künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als «Investitionskompass» bündelt die Fachschriftenreihe «Druckmarkt COLLECTION» ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.

Mehr kann eine Messe auch nicht bieten.



DRUCKMARKT
COLLECTION
 DIE FACHTHEMEN-BIBLIOTHEK DES DRUCKMARKT

www.druckmarkt.com

Primus-Print.de

NEUES PAPIERMUSTERBUCH

Primus-Print.de stellt seinen Kunden und Interessenten eine weitere Auflage des kostenlosen Papiermusterbuches zur Verfügung. Die erste Auflage war innerhalb kurzer Zeit vergriffen, die Auslieferung der Folge-Auflage ist nun für Mitte März geplant und kann im Online-Shop der Druckprofis angefordert



werden. Im Musterbuch finden sich verschiedenste Papiere, Veredelungen sowie Spezialmaterialien inklusive der Benennung beispielhafter Einsatzzwecke. Die deutschen Bezeichnungen der entsprechenden Papiermuster sind dabei zusätzlich in die Sprachen Französisch, Niederländisch, Spanisch und Englisch übersetzt. Der internationalen Ausrichtung des Druckunternehmens soll damit Rechnung getragen werden.

Das Papiermusterbuch von Primus-Print.de soll Kunden und Interessenten auf rund 80 informativen Seiten bereits im Vorfeld eines Druckauftrags zur Auswahl geeigneter Bedruckstoffe dienen. Entsprechende Papiersorten wie unter anderem Offsetpapier, Bilderdruckpapier oder auch spezielle Papiere wie Chromo- oder Premiumkarton sind in verschiedenen Grammaturen eingeteilt.

› www.primus-print.de

Monotype

NEUE ABO-SERVICES FÜR SCHRIFTEN

Monotype bietet ab sofort die Abo-services Monotype Library Subscription und Enterprise License an: Zwei neue Dienste, die es Kunden erleichtern sollen, mit einigen der weltweit beliebtesten Schriften zu arbeiten. Monotype Library Subscription ist auf Fonts.com und MyFonts.com erhältlich und ermöglicht es Designern und Kreativagenturen, Lizenzen für Schriften aus der Monotype Library für den Desktopgebrauch für 14,99 Euro im Monat oder 119,99 Euro im Jahr zu erwerben.

Mit Monotype Enterprise License können Unternehmen für eine jährliche Gebühr die Lizenz für jede Schrift aus der Monotype Library erwerben und die Schriften unternehmensweit nutzen, beispielsweise auf Desktops, Webseiten und in Mobilien Apps. Somit haben Kunden von Monotype jetzt auf einfachem Weg Zugriff auf mehr als 9.000 Schriften aus 2.200 Schriftfamilien.

› www.monotype.com



Langlebigkeit

LED-UV-SYSTEME VON GEW

Mit ihrer bewährten Quecksilberbogenlampentechnologie hat GEW gezeigt, dass konventionelle UV-Systeme selbst in unwirtschaftlichen Betriebsumgebungen wirtschaftlich und zuverlässig funktionieren. Dazu hat GEW das HALT (Highly Accelerated Life Test) Verfahren eingesetzt. Der Zweck des HALT-Verfahrens ist es, überzeugend zu zeigen, dass LED-Strahler in einer hybriden Anlage mit Bogenlampen und LEDs selbst unter extremen Bedingungen dieselbe konstante Leistungsfähigkeit und zuverlässige Betriebssicherheit bieten.



HALT bestätigt die Langlebigkeit von GEW LED UV Systemen auch bei unwirtschaftlichen Betriebsumgebungen.

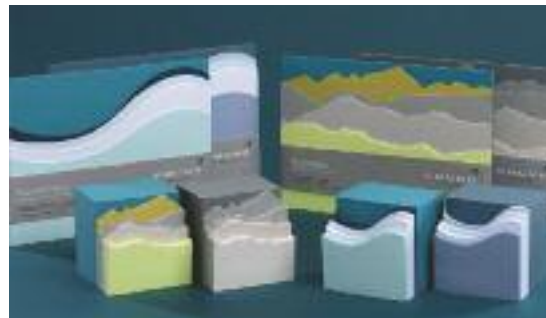
Während des Prüfverfahrens laufen die LED-Strahler bei Temperaturen von bis zu 50°C und werden dabei einer Luftfeuchtigkeit von bis zu 95% ausgesetzt. Zuverlässigkeitstests und HALT-Prüfungen von LED-Arrays, die bei GEW durchgeführt wurden, haben überzeugend ergeben, dass eine Lebensdauer von über 20.000 Stunden selbst unter ungünstigen Bedingungen erreicht werden können, das heisst sieben- bis zehnmal länger als die 2.000 bis 3.000 Stunden von konventionellen Quecksilberbogenlampen.

› www.gewuv.de

Gipfelglück und Wellengang

GMUND PAPIER LÄSST SICH VON BERG UND TAL INSPIRIEREN

Gmund Papier hat die Silhouette der umliegenden Berge in Papierform nachempfunden und zwei «Gipfelblöcke» in interessanten Farbkombinationen zusammengefügt. Aus der Kollektion Gmund Colors mit der matten Oberfläche wird die natürliche Ästhetik deutlich spürbar. Einmal in Türkis mit Grün und einmal natural in zarten Grautönen. Ein Notizblock mit dem Tegernseer Panorama für inspirierende Erlebnisse oder kreative Ideen. Seit 1829 ist die Mangfall, der Fluss aus dem Tegernsee, Inspiration und Energiequelle für die Papiermacher aus Gmund. Inzwischen werden bis zu 50% der benötigten Energie für die Papierproduktion rein aus Wasserkraft der Mangfall gewonnen.



Das war Grund, den Fluss zu würdigen. Entstanden ist ein Block mit Wellengang. Auf der graublauen und türkisblauen matten Oberfläche aus Gmund Colors können Ideen zu Papier gebracht werden. › www.gmund.com

Felix Schoeller Group

NEUE JET-SPEED WEB PRESS PAPIERE

Mit den neuen Jet-Speed web press Papieren bietet die Felix Schoeller Group eine Alternative zu den Papieren der Sappi Jaz-Linie. Die Papiere wurden gemeinsam mit HP für den Einsatz auf HP PageWide-Rollendruckmaschinen entwickelt und vobehandelt. Durch die HP ColorPro Technology sind die Papiere direkt bedruckbar. Neben hoher Weisse bieten die Papiere nach Herstellerangaben bei hohem Farbauftrag eine bessere Druckqualität im Vergleich mit Standard-Bilderdruckpapieren. Die Papiere sind in Grammaturen von 90, 115, 130 und 150 g/m² und in den Oberflächen Gloss und Silk verfügbar.

› www.felix-schoeller.com

Arktika GC1

DIE ZUKUNFT BEI ANTALIS

Antalis führt den Chromokarton Arktika GC1 in allen gängigen Formaten und in Sonderformaten im Lager. Der Karton eignet sich laut Antalis für hochwertige Anwendungen und bietet dank der doppelt gestrichenen Vorderseite und hohen Steifigkeit ideale Oberflächeneigenschaften für wertige Designs in Grammaturen von 200 g/m² bis 300 g/m². Auch bei Sonderformaten ab kleiner Menge bietet Antalis eine schnelle Lieferung.

› www.antalis.de

Konica Minolta NEUE SCHWARZ- WEISS-DRUCKER

Konica Minolta hat seine neuen Schwarz-Weiss-Produktionsdrucksysteme bizhub Pro 1052e, bizhub Press 1052e, 1250e und 1250eP vorgestellt. Mit ihren neuen Weiterverarbeitungsoptionen, verbessertem Workflow-Management und nach Herstellerangaben hoher Druckqualität lassen sich ganz

Die neuen Modelle vereinfachen und beschleunigen Workflows auch durch Unterstützung des Inline-Finishers von Konica Minolta. Durch ihn können Kunden den gesamten Druck- und Verarbeitungsprozess automatisieren. Produktivitätsfördernd ist auch die neue Broschüreinheit SD-513. Sie bietet optional vollständig automatisierte Rillung und Dreiseitenbeschnitt sowie



neue Möglichkeiten eröffnen. Mit den neuen Modellen müssen Druckdienstleister und grosse Hausdruckereien mit hohem Schwarz-Weiss-Durchsatz keine Produktionsengpässe und -verzögerungen mehr befürchten. Sie profitieren von erhöhter Effizienz, hoher Zuverlässigkeit und Vielseitigkeit.

eine Buchrückenpressung. Dadurch lassen sich die optische Qualität erhöhen und die Lieferzeiten verkürzen. Der bizhub Press 1250e/eP kann bis zu 125 Seiten/Min. im Format A4 beziehungsweise 70 Seiten/Min. im Format A3 drucken, während der bizhub Press 1052e bis zu 105 Seiten/Min. im Format A4 beziehungsweise 60 Seiten/Min. im Format A3 produziert.

› www.konicaminolta.de

Kyocera NEUE A4-MULTI- FUNKTIONSGERÄTE

Kyocera Document Solutions bringt drei leistungsstarke A4-Multifunktionsgeräte auf den Markt. Die neuen Kyocera-Geräte TASKalfa 406ci, 356ci und 306ci drucken 40, 35 und 30 Seiten pro Minute und bieten bei einer Auflösung von bis zu 1.200 dpi hohe Qualität. Sie bewältigen Formate von A6 bis zu



einer Bannergrosse von 1.220 mm.

Die Modelle reichen von Desktopgeräten bis zu Farb-Multifunktionsgeräten mit fünffacher Papierzuführung. Alle drei Geräte können einfach in bestehende Workflows eingebunden werden.

› kyoceradocumentsolutions.ch

OKI Pro9542dn FÜNFFARB-SYSTEM MIT SPOT-FARBE WEISS AN ERSTER STELLE

Mit dem OKI Pro9542dn ist OKI eine kleine Revolution gelungen: Das A3+-Fünffarb-System druckt das gesamte Spektrum der Prozessfarben – mit dem Zusatz der fünften Spot-Farbe Weiss – in einem Arbeitsschritt. Das Besondere dabei: Der Drucker bringt den Weissstoner als erste Farbe auf. Das sorgt für extrem hohe Passgenauigkeit und Farbbrillanz bei weiss unterlegten Vollfarbdrucken auf diversen Medien.

Der OKI Pro9542dn eignet sich als ideale Lösung überall dort, wo Weissdruck oder vollflächiger Druck lebendiger Farben auf dunklen, transparenten oder farbigen Medien benötigt wird. So wirken beispielsweise bedruckte Klarsichtfolien, kreative



Mailings und Grusskarten oder farbige Umschläge dank weissem Unterdruck besonders farbtintensiv. Der Weissstoner ist lichtundurchlässig und lässt sich auch als Deckweiss im Druck verwenden.

Ein weiterer Vorteil für kreative Druckanwendungen ist die hohe Medienflexibilität des OKI Pro9542dn: Aufgrund des geraden Papierwegs verarbeitet der Drucker auch schwere Grammaturen von bis zu 360 g/m² mühelos. Zudem lassen sich alle Formate von A6 bis A3+ und sogar Banner mit einer Länge von bis zu 1,32 m ohne Probleme bedrucken. Die Druckgeschwindigkeit beträgt 50 Seiten pro Minute. Darüber hinaus punktet das System mit einer Papierkapazität von 530 Blatt (erweiterbar auf 2.950 Blatt), original Adobe Postscript sowie einer Duplexfunktion für das automatische Drucken von doppelseitigen Dokumenten.

› www.oki.de

Wissen, wo es lang geht.

www.druckmarkt.com



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

BLECHDRUCK 20 JAHRE METALSTAR

Die Erfolgsgeschichte der MetalStar als Mehrfarben-Blechdruckmaschine begann 1995. Mit einem damals neuen Maschinenkonzept wurden neue Maßstäbe hinsichtlich Produktivität und Druckqualität gesetzt. Benötigte man bisher mehrere Maschinendurchgänge, weil Ein- oder Zweifarben-Druckmaschinen eingesetzt wurden, konnten mit der MetalStar in Reihenbauweise bis zu sechs Farben in einem Durchgang gedruckt werden.

Text und Bilder: KBA MetalPrint

Mit der Entwicklung der MetalStar wurde ein neuartiges Konzept im Blechdruck präsentiert: Hochleistungs-Bogenoffsetmaschinen von KBA. Durch die Zusammenarbeit mit dem damaligen Blechdrucker Bauer+Kunzi wurde auf Basis der früheren KBA-Planeta Grossformatdruckmaschinenbaureihe Varimat eine für den Blechdruck geeignete Mehrfarbendruckmaschine entwickelt. So entstand eine Maschine, die den gestiegenen Ansprüchen der Metallverpackungsindustrie hinsichtlich höherer Leistung, Wirtschaftlichkeit und Qualität entsprach.

Die erste MetalStar, eine Vierfarben-Maschine, wurde 1995 an Crown, Cork & Seal, USA, geliefert und befindet sich seitdem im Einsatz. Das Besondere an dem neuen Maschinenkonzept bestand darin, dass Bogenoffsetmaschinen in Aggregatbauweise mit doppelt grossen Druckzylindern für den Blechdruck eingesetzt wurden. Bis dahin wurden nur Blechdruckmaschinen in Tandem/Y-Bauweise (5-Zylinder Prinzip) eingesetzt

oder die heute noch im Blechdruck weit verbreitete traditionelle Technik, die mit Hilfe von Ketten und Transportbändern die Tafeln transportiert (Mailänder-Prinzip) und vor jedem Druckwerk die Tafel neu ausgerichtet. Der Vorteil der Aggregatbauweise besteht darin, dass die Tafeln von einem Greifersystem an das nächste übergeben werden, sodass sich die Blechtafeln immer in einem Greiferschluss befinden und dabei absolut passierbar sind.

Bei der ersten MetalStar wurde auch bereits ein Schuppenanleger anstatt eines Einzelbogenanlegers eingesetzt. Aufgrund der Schuppe ist es möglich, die Blechtafeln deutlich verlangsamt der Anlage zuzuführen und erst nach der Anlage mit der Vario-Speed Anlegetrommel auf die eigentliche Maschinendruckgeschwindigkeit zu bringen. So waren schon damals Geschwindigkeiten bis zu maximal 8.000 Tafeln/h möglich.

Weiterentwicklungen

Im Laufe der Jahre wurde die MetalStar-Serie immer wieder überarbeitet und auf den aktuellen Stand der

Technik gebracht. So wurde im Jahre 2002 die MetalStar 2, später auch unter der Bezeichnung MetalStar PR bekannt, im Markt eingeführt und in zahlreichen Konfigurationen verkauft, bis hin zur Achtfarben-Maschine mit integriertem Trockenturm und Inline-Lackturm für UV-Lackierungen. Mit der MetalStar 2 konnte die maximale Geschwindigkeit von 8.000 Tafeln auf 10.000 Tafeln/h gesteigert werden und seitdem ist die MetalStar die schnellste Blechdruckmaschine im Markt. Bei der Serie der MetalStar 2 (PR) kamen die Druckwerke der Grossformatmaschine Rapida von KBA zum Einsatz.

Bekannte KBA-Technologie

Mit dem Wechsel bei KBA auf die neueste Maschinengeneration wurde mit Abstand von zwei Jahren bei KBA-MetalPrint die MetalStar 3 herausgebracht. Die neueste Generation der MetalStar wurde 2014 vorgestellt und konnte an die Verkaufserfolge der Vorgänger anknüpfen. Bei der MetalStar 3 wurde der Automatisierungsgrad nochmals deutlich erhöht, die Rüstzeiten reduziert und

dabei auf eine kostengünstigere Produktion von Kleinauflagen Wert gelegt.

Deshalb bietet KBA-MetalPrint Features zur Rüstzeitsenkung an, die von den KBA-Maschinen bekannt sind: DriveTronic SPC, CleanTronic Synchro oder DriveTronic SRW für Plattenwechsel und Waschen.

Zusammen mit dem ErgoTronic-Leitstand und der Leitstandssoftware «TouchTronic» sowie der Funktion «One-Button-Job-Change» für den simultanen Ablauf von Rüstprozessen werden die Einrichtezeiten bei der MetalStar 3 deutlich verkürzt.

Auch in Zukunft wird KBA-MetalPrint als Hersteller im Bereich Metal Decorating die Innovationen im Blechdruck weiter vorantreiben. Deshalb planen und arbeiten wir schon jetzt an neuen Lösungen und Features für die MetalStar, die den sich ändernden und wachsenden Marktanforderungen gerecht werden und unseren Kunden die Möglichkeit geben, weiterhin wirtschaftlich und effizient produzieren zu können.

➤ www.kba-metalprint.de



Erste MetalStar 1 bei Crown Cork 1995. Längste MetalStar 2 Konfiguration, eine 8-Farben UV Drucklinie



mit integriertem Trocken- und Lackturm in Indonesien. MetalStar 3, die neueste Generation der Hoch-



leistungs-Druckmaschinen bietet komplett neue Features zur Rüstzeitsenkung und Effizienz.

NEU: QuarkXPress 2015 jetzt erhältlich.
Upgrade von jeder Vorgängerversion!



Ihre Funktionen. Geliefert. Treffen Sie das neue QuarkXPress.

Sie werden die neuen Funktionen von QuarkXPress 2015 lieben, denn es sind Ihre Funktionen. Tatsächlich haben wir die zehn am häufigsten von den Anwendern gewünschten Erweiterungen eingebaut. Arbeiten Sie schneller mit der unschlagbaren 64-Bit-Leistung und einer Reihe der von Anwendern gewünschten Funktionen für Print- und digitale Produktionen wie verifizierte PDF/X-4 Ausgabe und Fixed Layout eBooks. Arbeiten Sie intelligenter mit den neuen Designer-gesteuerten Automatisierungen wie Fußnoten oder Inhaltsvariablen zum automatischen Einfügen von Inhalten.

Mit der neuen 64-Bit-Architektur kann QuarkXPress 2015 den gesamten verfügbaren Arbeitsspeicher nutzen, und es bietet so von der Dateihandhabung über das Rendering von Layouts bis zum PDF-Export fantastische Leistungssteigerungen. In Kombination mit unserem unermüdlichen Fokus auf Qualität

bedeutet dies, dass Sie die Geschwindigkeit und die Zuverlässigkeit erhalten, die Sie verdienen.

QuarkXPress 2015 ist Ihr professionelles Arbeitstier und unterstützt die Ausgabe von PDF/X-4. Mit diesem neuesten Standard können Sie Transparenz beibehalten und eine schnellere Ausgabe, kleinere Dateien und eine bessere Qualität erreichen. Und was noch wichtiger ist: Sie können sich darauf verlassen, denn die PDF/X-4 Ausgabe wird mit derselben Technologie verifiziert, die auch in Adobe Acrobat verwendet wird.

QuarkXPress 2015 ist als unbefristete Kauf- lizenz für Mac OS X und Windows erhältlich. Es ist kein Abo erforderlich. Upgrades sind von jeder beliebigen Vorversion zu einem einheitlich günstigen Preis verfügbar. Preis- vergünstigungen für Mehrfachlizenzen gibt es ab zwei Arbeitsplätzen. Jetzt kostenlos testen!

Matthias Günther
Director QuarkXPress
Business Unit
Quark Software Inc.



„QuarkXPress 2015 ist eine Version für alle Designer, die Print lieben und ebenso für die Fans der digitalen Welt, die von den Werkzeugen zum Erstellen von Apps und interaktiven eBooks mit festem Layout profitieren werden. Wir wollen sicherzustellen, dass die von uns entwickelten neuen Funktionen den Arbeitsablauf der Kunden wirklich verbessern. Deshalb basiert ein Großteil der Erweiterungen von QuarkXPress 2015 auf dem Feedback der Anwender. Um einen schnellen Überblick über alle Neuerungen zu erhalten und eine kostenlose Testversion herunter zu laden, besuchen Sie uns auf www.quark.com/2015.“

FESPA DIGITAL DREI MESSEN IN DER MESSE

Vom 8. bis 11. März geben sich Grossformat-Drucker und Werbetechniker auf der Fespa Digital 2016 in Amsterdam ein Stelldichein, um sich mit eigenen Augen davon zu überzeugen, was ihre Branche zum 10-jährigen Jubiläum dieser Fachmesse zu bieten hat. Angesichts einer Vielzahl auch neuer Aussteller und attraktiver neuer Produkte könnte die Messe vielleicht sogar einen kleinen Ausblick auf die drupa geben.

Nachdem bereits die letzten vier Messen ausgebucht waren, werden die diesjährigen Fespa Digital und European Sign Expo noch grösser als ihre Vorgängerveranstaltungen sein. Zumal die parallel stattfindenden Messen Fespa Textile und Printeriors für die Besucher eine Vielfalt auch neuer Anwendungen bringen werden. «Über 20 neue Aussteller an den Events und über 30 neue Produkte unterstreichen den Wert, der der Fespa beigemessen wird», meint Roz McGuinness, Divisional Director der Fespa.

Zum 10-jährigen Jubiläum der Fespa Digital werden über 450 internationale Aussteller auf der ausverkauften Ausstellungsfläche ihre neuen Produkte und Anwendungen für Grossformat-Digitaldruck, digitalen Textildruck, Werbetechnik und gedruckte Innendekoration präsentieren. Mit einem Wachstum von 159% seit der Auftaktveranstaltung 2006 wird die Fespa Digital 2016 mit der bislang grössten Ausstellungsfläche aufwarten. Diese Tatsache unterstreicht das Wachstum des digitalen Druckmarkts.

Messen in der Messe

Besucher, die sich für Signage- und digitale Textildruckanwendungen interessieren, werden über spezielle Pfade und «Trails» zu Ausstellern und Anbietern von Lösungen in diesen Bereichen geleitet.

Durch die parallel stattfindenden Fespa Textile für den digitalen Textil-

druck, einschliesslich Soft Signage und Bekleidungsdekoration, European Sign Expo für nicht bedruckte Beschilderung und Printeriors für gedruckte Innendekoration können sich Besucher unter einem Dach mit einer Fülle von Informationen eindecken. Auf der diesjährigen Printeriors in Form eines «Print Hotels» werden die Möglichkeiten des Digital- und Textildrucks für die Innendekoration in 16 verschiedenen Räumen wie Badezimmern, Schlafzimmern, Bars und Konferenzräumen präsentiert.

Vom Display bis zu Textilien

Auf der bislang grössten Fespa Digital mit einer Brutto-Ausstellungsfläche von 42.000 m² werden die Besucher namhafte globale Player wie HP, Canon, Mimaki, Efi, d.gen, Avery Dennison und Roland sowie auch viele neue Aussteller finden. Dazu gehören zum Beispiel Ricoh oder Lüscher-Tschudi. Zudem können die Besucher eine Fülle attraktiver neuer Produkte in Augenschein nehmen. Einige davon finden Sie auf den nächsten Seiten.

In den Hallen der Fespa Digital (1, 3 und 7) können die Besucher Geräte, Verbrauchsmaterialien, Softwarelösungen und Anwendungen für den Grossformat-Digitaldruck sowie über 50 neu auf den Markt gebrachte Produkte von international renommierten und kleineren Herstellern in Augenschein nehmen. So werden neue Drucksysteme, Tinten und Substrate für die verschiedensten Anwendun-

gen auf flexiblen und rigiden Bedruckstoffen, auf Glas, Textilien oder Folien gezeigt sowie Applikationen wie Displays, Soft-Signage oder gedruckte Innendekorationen von der selbstklebenden Tapete über Folien bis zu Textilien für die Innenraumgestaltung.

Auf Besucher, die sich für den digitalen Textildruck interessieren, warten zwei Hallen mit speziellen Textildrucklösungen – noch mehr Anwendungen und Technologien als jemals zuvor. Neben etablierten Branchengrössen wie Cham Paper Group, Kornit Digital, Durst, Kiian und MS Printing Solutions werden auch Aussteller erstmals auf der Fespa Textile vertreten sein.

«Neben den beiden Hallen, die speziell dem Textildruck vorbehalten sind, werden auch einige Aussteller auf der Fespa Digital Textildrucklösungen an ihrem Stand präsentieren. Auf diese Aussteller, die nicht in den Messehallen 4 und 5 der Fespa Textile zu finden sind, werden wir mit einer Textils pur aufmerksam machen», erklärt McGuinness weiter.

Seminare, Konferenzen, Meisterschaften

Seminare und Schulungsveranstaltungen finden im Digital-Seminars- und Sign-Seminars-Bereich statt. Hier werden jeden Tag informative Veranstaltungen zu den neuesten Trends und Technologien abgehalten. Ergänzt werden die Veranstaltungen in den Seminarbereichen durch zwei

eintägige Fachkonferenzen: die Digital Textile Conference am Dienstag, den 8. März, und die Printeriors Conference am Donnerstag, 10. März. Eine weitere Messeattraktion sind die Wrap Masters Europa- und Weltmeisterschaften, bei denen Folierer ihr ganzes Können unter Beweis stellen. Der World Wrap Master wird am letzten Messetag gekürt. An jedem Messetag können Besucher auch an einem kostenlosen Wrap-Workshop teilnehmen und dabei Kontakte zu echten Wrap-Profis knüpfen.

Kostenlos anmelden

«Diese Fespa Digital ist einfach ein Pflichttermin im Veranstaltungskalender der Grossformat-Print-Community. Seit ihrer Einführung vor zehn Jahren ist die Fespa Digital für viele Aussteller die Präsentationsplattform für die Markteinführung neuer Produkte. In dieser Hinsicht macht die diesjährige Messe keine Ausnahme», sagt McGuinness. «Besucher sollten sich die Möglichkeiten der Fespa Digital und der drei zeitgleich stattfindenden Begleitveranstaltungen nicht entgehen lassen, da sie dort viele Anregungen und neue Geschäftsideen erhalten werden.» Auf der Fespa-Website können sich Besucher unter Angabe des Codes ADOZ0710 für den freien Eintritt zur Fespa Digital, European Sign Expo, Fespa Textile und Printeriors anmelden.

➤ www.fespadigital.com



ERKENNEN SIE DEN UNTERSCHIED?

Natürlich. Und welcher Drucker lässt sich nun am Besten verkaufen? Auch klar. Denn die 20 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association zusammengeschlossen haben, zeichnen jährlich die besten Lösungen und Produkte aus den Kategorien Software, Digitaldruck, Finishing, Substrate, Tinten und Toner mit den begehrten EDP Awards aus. So unterstützen die EDP Magazine mehr als eine halbe Million Leser in 25 Ländern bei ihren Kaufentscheidungen – und die EDP Awards werten die Produkte auf.

Reichen Sie jetzt Ihre Bewerbung ein. Und nehmen Sie

Ihren EDP Award 2015/2016 am 1. Juni im drupa cube (Halle 6) auf der drupa 2016 entgegen!

www.edp-awards.org

Austria | BeNeLux | Czech Republic/Slovakia | Denmark | Finland | France | Germany | Greece | Hungary/Romania | Italy | Liechtenstein | Norway | Poland | Russia | Spain | Sweden | Switzerland | Turkey | UK/Ireland | Ukraine

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.



www.edp-net.org

Sun Chemical TINTEN, LÖSUNGEN UND CHEMIKALIEN

Die Geschäftsbereiche von Sun Chemical für den digitalen Inkjet-Druck werden ihr Portfolio an Tinten, Lösungen und Tintenchemikalien, die speziell für den Digitaldruck im Gross- und Supergrossformat entwickelt wurden, präsentieren. Zu den Highlights gehören die neuen Inkjet-Tinten der Serie SunTex, die für Textildruck- und Soft Signage-Anwendungen entwickelt wurden. Zudem wird Sun Chemical seine alternativen lösemittelbasierten Tinten der Serie Streamline präsentieren, die als kompatible Lösung für viele Druckermodele geeignet sind.

Im Mittelpunkt der Exponate von SunJet wird AquacureT, die funktionale wasserbasierte Inkjet-Tinte stehen.

› www.sunchemical.com

Roland DG feiert 35 JAHRE INNOVATION

Roland DG lädt die Besucher der Fespa zum Feiern ein: 35 Jahre Roland-Innovation. So hat Roland DG dieses Jahr bereits mit einem aufregenden Start begonnen: mit der Ergänzung der VersaUV-Reihe, dem LEF-300 (siehe auch Seite 25). Die Fespa bietet die erste Chance, diesen LED UV-Inkjet-Flachbett-drucker in Aktion zu sehen. Der LEF-300 hebt die Individualisierung von Merchandising und Werbedrucksachen auf ein neues Niveau. Am Roland-Stand zu sehen ist die Geschwindigkeit und Effizienz, mit der das Gerät eine unglaubliche Palette von Alltagsgegenständen in personalisierte Artikel verwandeln kann. Von Handy-Schutzhüllen und USB-Sticks bis zu Kugelschreibern, Golfbällen und vielem mehr.

› www.rolanddg.eu

Zünd MODULARE SCHNEID- LÖSUNGEN

Auf der Fespa Digital 2016 in Amsterdam präsentiert Zünd leistungsstarke und flexible Cuttersysteme für gewerbliche und industrielle Druckdienstleister. Darüber hinaus zeigt Zünd auf jeden Einsatzbereich abgestimmte Automatisierungslösungen zur Produktivitätssteigerung. Auf seinem Messestand demonstriert Zünd, wie Druckdienstleister ihre Produkti-



Der neue Roboter benötigt keinen geschützten Arbeitsbereich mehr und entlastet den Bediener von repetitiven und nicht wertschöpfenden Arbeiten.

onsleistung steigern und gleichzeitig Personalkosten reduzieren können. Mit innovativen Automatisierungslösungen perfektioniert der Schweizer Lösungsanbieter das Materialhandling von der flexiblen Zuführung bis zur vollautomatisierten Entnahme und Ablage. Eines der Highlights am Stand von Zünd ist der kollaborative UR-Roboter. An einem S3 M-800 entnimmt er vollautomatisch fertig bearbeitete Teile und legt sie an vordefinierten Stellen ab. Der Roboter agiert eigenständig in Produktionsumgebungen, in denen Mensch und Roboter an denselben Aufgaben arbeiten. Zur vollautomatischen Produktion gehört zudem die Auftragserfassung mittels QR-Code. Dabei erfasst ein Kamerasystem den auf das Material gedruckten QR-Code. Anschliessend öffnet das Zünd Cut Center ZCC automatisch den richti-

gen Auftrag. Vor Produktionsbeginn werden Position und Ausrichtung des Auftrags automatisch ermittelt. Im Falle eines Materialverzugs passt das ZCC die Schneiddaten automatisch an.

Mit dem automatischen Fräserwechsler ARC präsentiert Zünd eine weitere Automatisierungslösung. Der ARC stellt in einem flexibel konfigurierbaren Magazin bis zu acht Fräser für die Bearbeitung zur Verfügung. Die Frä-

ser werden passend zum Material vollautomatisch ausgewählt. Die Einrichtzeit wird damit auf ein Minimum reduziert und die Prozesssicherheit nachhaltig erhöht. Das Frässystem ermöglicht das leistungsfähige Fräsen, Polieren und Gravieren von Aluminium, Holz, Kunststoff oder Verbundmaterialien. Zünd wird ausserdem den bewährten Zünd Cutter G3 3XL-1600 live in Aktion zeigen. Er ist speziell auf die Anforderungen von Herstellern grossformatiger Werbematerialien zugeschnitten. Der Hochleistungscutter schneidet Rollenmaterialien wie Folienbanner bis zu einer Breite von 3,21 m. Der Zentrumswickler mit integriertem Tänzersystem stellt eine konstante Materialspannung sicher, damit Textilien falten- und verzugsfrei verarbeitet werden können.

› www.zund.com

Canon KREATIVITÄT IM PRINTBEREICH

Canon präsentiert neue Möglichkeiten für den Digitaldruck in den Kreativbranchen. Auf dem Messestand richtet Canon ein Designstudio ein und nimmt die Besucher mit auf die Reise vom ersten Entwurf bis zum finalen Printprodukt. Demonstriert werden dort kreative und künstlerische Anwendungen, die mit dem Portfolio von Canon realisiert werden können. Dazu zählen insbesondere die Océ Arizona 1280 XT und GT, die in Amsterdam ihre Europa-Premiere feiern. Hinzu kommen neue, vielseitige ColorWave Grossformatdrucker mit einzigartig automatisiertem Workflow.

Darüber hinaus zeigt Canon, wie sich für Anwender durch innovative Applikationen neue geschäftliche Möglichkeiten erschliessen lassen und wie kreative Marketing-Materialien neue Marktchancen eröffnen. Fallstudien zeigen das umfassende Produkt- und Leistungsportfolio von Canon – einschliesslich strategischer Beratung, Training und kontinuierlichem Support zur Unterstützung der Geschäftspartner.

Canon wird ausserdem sein Angebot im Bereich 3D-Printing vorführen und zeigen, wie Grossformat- und 3D-Druck für die Herstellung von Prototypen und Kleinserien zusammenarbeiten können.

› www.canon.de

Toscana

Edle Weine der Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch
www.poggioalsole.com

Graubünden

NEUER ROLAND DG LEF-300 DIREKTDRUCK VIELFÄLTIGER MATERIALIEN

Roland DG hat seine Flachbettdrucker-Serie VersaUV um den LEF-300 erweitert. Mit der Erweiterung der Serie um den grösseren und schnelleren LEF-300 erzielen Anwender eine höhere Produktivität und können eine noch grössere Vielfalt drucken.

Der Trend für personalisierte Teile auch in höheren Stückzahlen wächst stetig. Dabei nutzen Druckereien unter anderem die Roland VersaUV LEF-Drucker für den Aufbau neuer

Die LEF-300 ist mit der neuen Roland VersaWorks Dual-RIP-Software ausgestattet, die Funktionen beinhaltet, um den Druckvorgang zu vereinfachen und die Ergebnisse zu optimie-



Roland DG stellte innerhalb der VersaUV-Serie den LED Flachbettdrucker LEF-300 vor.

Geschäfte, bei denen sie kundenspezifische Drucksachen auf einer Vielzahl an Materialien über Webseiten oder als Ergänzung zu ihrem bestehenden Drucksachen-Portfolio anbieten.

Der LEF-300 bietet einen um 50% vergrößerten Druckbereich (770 mm Breite und 330 mm Länge) und ermöglicht die Aufnahme von Objekten bis zu 100 mm Höhe und 8 kg Gewicht. Mit vier Druckköpfen und zwei UV-LED-Lampen erlaubt der LEF-300 ein bidirektionales Drucken und ist um etwa 60% schneller als der LEF-20. Darüber hinaus wurde die Anzahl der weissen und transparenten (Lack) Tintendüsen für schnelleres Drucken, erhöhte Dichte und Deckkraft und den schnellen Aufbau von mehreren Schichten für strukturierte Effekte verdoppelt.



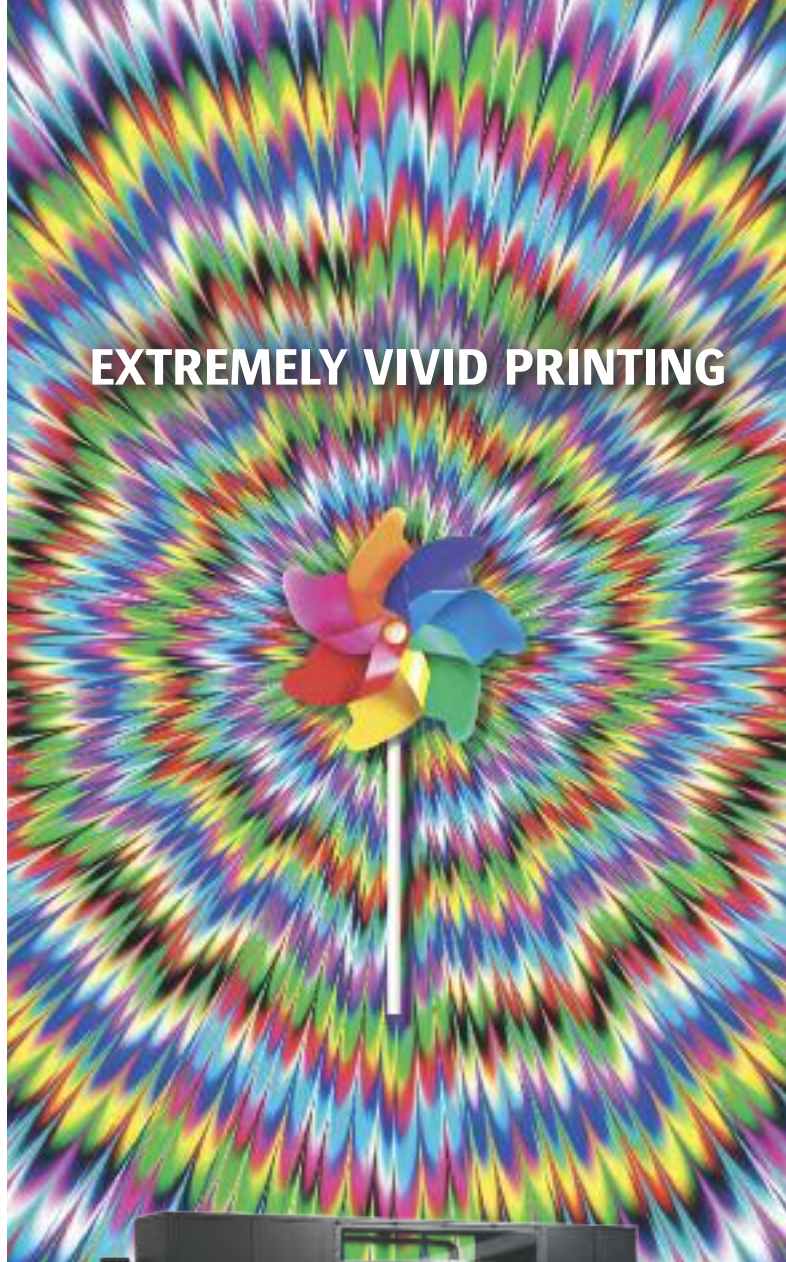
Mit dem Roland DG LEF-300 lassen sich die unterschiedlichsten Materialien auch im Reliefdruck personalisieren.

ren. Die Funktion «Special Colour Plate Generation» erlaubt das Erstellen von weissen oder glänzenden Details und die «Maintain Clipped Position»-Funktion erhält die Repositionierung der beschnittenen Bilder.

Um beständige Druckergebnisse in Premiumqualität zu gewährleisten und das Schrumpfen von Dünnschichtmaterialien bei der Aushärtung zu verhindern, verwendet der LEF-300 ECO-UV-Druckfarbe in CMYK, weiss und transparent (Lack). Für maximale Kosten- und Zeiteffizienz können Kunden die 500cc Tintenkartuschen wählen (weisse Tinte ist nur in 220 cc-Kartuschen verfügbar).

Mit dem UV-Drucker LEF-300 ist es möglich, eine Vielzahl von Trägermaterialien einschliesslich Acryl, Holz, Pappe, Kunststoff, Metall, Glas sowie Stoffe und weiche Materialien wie Leder und Kunstleder zu bedrucken. Ein Vakuumsaugtisch hält zudem dünne und weiche Materialien in Position. So lassen sich eine Vielzahl Gegenstände wie Kugelschreiber, Handyhüllen, unterschiedlichste Werbematerialien, Schilder, Geschenke, Industriegüter und vieles mehr direkt bedrucken. Dabei bietet sich das Bedrucken mit diesem System auch für die Prototypen-Fertigung an. ■

EXTREMELY VIVID PRINTING



DER NEUE JETI TAURO. FÜR BEEINDRUCKENDE FARBEN, DETAILS UND PRODUKTIVITÄT.

Geblendet von diesen Farben? Das ist der Jeti Tauro-Effekt! **Dieser Premium-Hybrid-UV Inkjet Wide Format Drucker der neuesten Generation** basiert auf unserem umfassenden F&E Know-how und bietet außergewöhnliche Druckqualität bei hoher Geschwindigkeit sowohl für starre als auch für flexible Medien. Er ist DIE Lösung für **Sign und Display**, um die hochvolumige Produktion in brillanten Farben erstrahlen zu lassen.

Lassen Sie sich beeindrucken auf
www.agfagraphics.com.

AGFA 
STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Avery Dennison

«HERE FOR YOU» AUF DER FESPA DIGITAL

Avery Dennison stellt auf der Fespa Digital 2016 sechs neue Digitalprodukte unter dem Thema «Here For You» vor. Am Stand werden die neuen gegossenen MPI 1104 Folien, ein neues Digital-Wandfoliensortiment und die neuesten Anwendungsschulungen und Workshops präsentiert.

Der Avery Dennison Stand inspiriert Besucher zu neuen



Avery Dennison bei der Fespa Digital 2016: neue digitale Cast Folie, bedruckbare Wandfolie und praktische Wrapping-Produkte.

Ideen und eröffnet neue Geschäftsgelegenheiten. Die Hauptthemen: Anwendungsgeschwindigkeit, neue Farben und Oberflächen, Services und Schulungen. Avery Dennison ist ausserdem Sponsor des «World Wrap Masters» Wettbewerbs, bei dem regionale und nationale Fespa Wrap Master-Sieger am 10. und 11. März zwei Tage um den Titel des «World Wrap Master 2016» kämpfen.

› www.averydennison.com

Sihl auf der Fespa NEUE SIHL POSTERPAPIERE

Vom 8. bis 11. März präsentiert Sihl auf der diesjährigen Fespa in Amsterdam ein umfassendes Angebot an bewährten und neuen Druckmedien für den professionellen Inkjet-Druck. Im Bereich der exquisiten Poster, Grusskarten, Fotografien und in der Werbung zeichnen sich die neuen Indoor-Posterpapiere Sihl IvoryColor Paper 210 sowie die Sihl TrueColor Paper Varianten 210 und 250 besonders durch die noble Haptik und ihre brillante Farbwiedergabe aus. Das IvoryColor Paper 210 deutet bereits im Namen sei-



nen neutralweissen, optisch aufhellerfreien Papierton an, der Freunde einer natürlichen Farbwiedergabe begeistern wird. Die warmweisse, edelmatte und glatte Oberfläche bietet durch ihren grossen Farbraum – basierend auf hohen Farbdichten – lebendige Farben. Liebhaber hochweisser Papieroberflächen mit kartonähnlichem Charakter finden in den FSC-zertifizierten TrueColor Ablegern mit den hohen Flächengewichten von 210 beziehungsweise 250 g/m² das richtige Pendant. TrueColor Paper 210 matt und Sihl TrueColor Paper 250 matt sind wie geschaffen für die Herstellung von grossen Posterdrucken, hochwertigen Grusskarten, Speisekarten, edel wirkenden Fotografien sowie für die Werbung im Innenbereich.

› www.sihl.de

swissQprint auf der Fespa MEHR ALS ÜBLICHE ANWENDUNGEN

swissQprint stellt an der Fespa Digital 2016 in Amsterdam aus und präsentiert alle möglichen – und scheinbar unmöglichen – Anwendungen. An zwei ausgestellten Druckern erlebt der Besucher



swissQprint zeigt an der Fespa 2016 gängige und ganz spezielle Anwendungen und demonstriert damit die Vielseitigkeit seiner Grossformatdrucker.

den Druckprozess live und ist eingeladen, die Lösungen und seine eigenen Ideen zu diskutieren.

Die UV-Inkjet-Drucker aus der Schweizer Schmiede bauen alle auf einer soliden Flachbett-Lösung auf. Mit Ergänzungen, wie beispielsweise der Rollen- oder Plattenoption, und freier Konfiguration der neun Farbkanäle stellt der Benutzer seine Maschine so zusammen, wie er sie braucht. Voll ausgerüstet ist eine swissQprint-Maschine mit dem Schweizer Taschenmesser vergleichbar. Alle Werkzeuge stecken in ein und demselben Gerät. Statt eines Maschinenparks braucht der Kunde genau einen Drucker, um sowohl starre Medien als auch Rollenmaterialien zu verarbeiten. Vom Bierdeckelformat bis hin zum Billboard. Dass es eben mehr als die alt bekannten Anwendungen gibt, das will swissQprint dem Fachpublikum aufzeigen.

› www.swissqprint.com

Brett Martin auf der Fespa SUBSTRATE FÜR DRUCK UND WERBETECHNIK

Auf einen denkwürdigen Fespa-Auftritt dürfen sich Besucher am Stand von Brett Martin freuen: Präsentiert werden vielfältige Kunststoff-Flachplatten aus zwei Flaggschiff-Sortimenten des Unternehmens – dem für PVC-Schaumstoffplatten (Foamalu White, Foamalu Colour, Foamalu Ultra, Foamalu Xtra) und dem für transparente Platten (Marlon FS Po-



lycarbonate, Marpet-g FS PETg, Marpet-a FS aPET, Marcryl Acrylic), einem der umfangreichsten auf dem europäischen Markt. Dazu Duncan Smith, Sales Director, Brett Martin: «Als langjähriger Branchenführer kennen wir die ganz speziellen Anforderungen, denen Substrate in der Werbetechnik genügen müssen, wie kaum ein anderes Unternehmen. Die Fespa bietet uns Gelegenheit, unsere diesbezüglichen Stärken vor einem breiten Publikum aus aller Welt – digital und im Siebdruck arbeitenden Druckdienstleistern, Werbetechnikern, potenziellen Vertriebspartnern – zur Schau zu stellen.»

In den unterschiedlichsten Spielarten wird Foamalu, eine der international führenden Marken für PVC-Schaumstoffplatten, vertreten sein. Leichtgewichtig, vielseitig und äusserst strah-

pazierfähig, brilliert das Sortiment bei ungezählten Anwendungen in Druck und Werbetechnik.

Strahlend weiss, bietet Foamalu White eine ausgezeichnete UV-Stabilität im Digitaldruck. Direkt bedruckbar in Stärken zwischen 1 und 24 mm. 15 leuchtende Farben sind bei Foamalu Colour erhältlich – von Neon-Pink und Neon-Grün hin zu Himbeere und Glitzer-schwarz. Ein edles Hochglanz-Finish verbindet Foa-

malux Ultra mit herausragender Robustheit und Beständigkeit. Erhältlich in sechs Farben und Weiss. Last but not least: Eine besonders umweltfreundliche Wahl ist Foamalu Xtra. Zwischen zwei Schichten aus hochweissem Neu-PVC befindet sich eine recycelte schwarze Kernschicht. Neu sind zwei 19-mm-Varianten (Schwarz und Weiss-Schwarz-Weiss).

› www.brettmartin.com

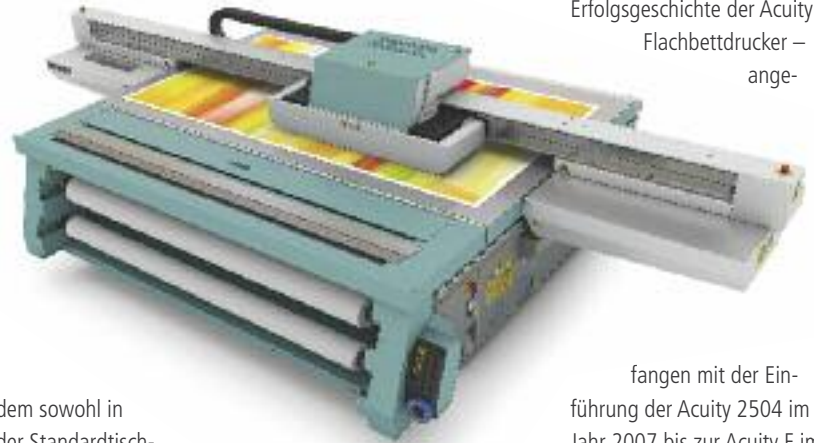
FUJIFILM**ERWEITERTES PORTFOLIO UM DIE SERIE ACUITY SELECT 20**

Fujifilm wird an seinem Fespa-Stand in Halle 1 erstmals die neue Baureihe der Acuity Select 20 präsentieren. Als Nachfolger der Modelle der Acuity Advance Select Serie bietet sie weiterhin die Vorteile der sehr erfolgreichen Acuity UV-Flachbettdrucker, darunter eine nahezu fotorealistische Bildqualität sowie eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 33,6 m²/h. Aufgrund ihrer Vielseitigkeit und Benutzerfreundlichkeit lassen sich unterschiedlichste Materialien bis zu einer Stärke von 50,8 mm für eine Vielzahl von Anwendungen bedrucken. Die verfügbare Serie bietet darüber hinaus neue Funktionen.

Ein pneumatisches Pin-Registrierungssystem ermöglicht das schnelle und unkomplizierte Ausrichten der Materialien auf dem Drucktisch. Mit dem optional lieferbaren automatischen Wartungssystem für die Druckköpfe kann die Produktivität zusätzlich gesteigert werden. Die neueste UV-Lampentechnologie erlaubt nun auch das Bedrucken von dünnen und empfindlichen Materialien. Neu hinzugekommen ist zudem ein verbessertes Vakuum-System, was die Notwendigkeit der Maskierung des Drucktisches reduziert. Aufgrund der zusätzlich neu nutzbaren Farbtöne Light Cyan und Light Magenta

sowie Weiss und Transparent ist die neue Baureihe in drei Ausstattungsvarianten (4, 6 und 8 Farbkanäle) erhältlich. Die Acuity Select 20 wird zu-

dem sowohl in der Standardtischgröße (2,5 m x 1,25 m) als auch in der X2-Tischvariante (2,5 m x 3,08 m) angeboten, die auf Wunsch jeweils mit einer Rollenoption ergänzt werden können. Somit stehen insgesamt acht Modelle zur Wahl, die alle



hohe Druckqualität sowohl auf starren als auch flexiblen Materialien und kombiniert Graustufen-Technologie mit Flachbett-Architektur, um die höchstmögliche Druckqualität zu gewährleisten und den

Erfolg der Marke fortzuführen. «Die Acuity-Baureihe der Select 20 Serie basiert auf der fast ein Jahrzehnt dauernden Erfolgsgeschichte der Acuity Flachbettdrucker – ange-

fangen mit der Einführung der Acuity 2504 im Jahr 2007 bis zur Acuity F im Jahr 2014. Die Acuity-Modelle haben sich mit bester Druckqualität einen guten Ruf erarbeitet», sagt Mike Battersby, Marketing Manager bei Fujifilm. > www.fujifilm.de

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

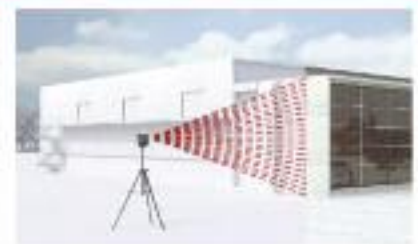
Seit mehr als 30 Jahren schätzen Kunden weltweit unsere Qualität auf höchstem Niveau.

**Grafische Systeme**

Wir entwickeln und fertigen Systeme und Anlagen für die Grafische Industrie. Im Besonderen für den Bereich Pre-Press des Offsetdruckes. Einzelsysteme bis zu vollautomatisierten Prozesslinien.

**Lasersintern**

Auch für unsere grafische Industrie. Wir konstruieren und fertigen lasergesinterte Kunststoffteile als Serienteil oder als Prototyp vollständig werkzeuglos.

**3D-Laserscan**

Auch für unsere grafische Industrie. Wir digitalisieren und dokumentieren Gebäude und Anlagen in den Bereichen Anlagenbau und Reverse Engineering.

Mimaki auf der Fespa DIE «HELDEN DES DIGITALDRUCKS»

Mimaki wird auf der Fespa Digital 2016 mit einem äusserst breiten Portfolio vertreten sein. Durch die Lage des Messestandes wird Mimaki darüber hinaus zu den ersten Firmen gehören, mit denen die Messebesucher in Kontakt kommen. Natürlich hat sich Mimaki vorgenommen, den Erwartungen in jeder Hinsicht gerecht zu werden. «Auf der Fespa Digital werden wir unser breites Spektrum an Druck- und Schneidesystemen vorstellen», betont Horsten, General Manager Marketing EMEA von Mimaki Europe. «Und Sie können sicher sein, dass wir auch mit einigen neuen Produktankündigungen überraschen werden. Anhand praktischer Beispiele werden sich die Besucher mit eigenen Augen von den innovativen Anwendungen überzeugen können, die die Systeme von Mimaki sowohl in der Werbetechnik als auch im digitalen Textildruck und in der Bekleidungsveredelung ermöglichen. Gemäss dem Superhelden-Motto der Messe sollten die Besucher nach diesen Abbildungen in unseren Mustern Ausschau halten, die sie dann mit nach Hause nehmen können. Wir sponsorn erneut den Wrap Masters Wettbewerb und werden in diesem Rahmen an unserem Stand einen Audi-Oldtimer komplett mit Folie verkleben! Daneben laden wir die Besucher ein, in unserer Coffee Corner bei Erfrischungen und interessanten Gesprächen zu entspannen.»

› www.mimaki.de

Fujifilm auf der Fespa GROSSFORMAT- LÖSUNGEN

Zur Fespa Digital 2016 wird Fujifilm auf seinem Stand eine breite Palette von fortschrittlichen Druckanwendungen und Produktvorführungen präsentieren. Zusätzlich mit den zu einem späteren Zeitpunkt noch zu publizierenden unterschiedlichen Produktneuheiten will das Unternehmen seine Position als ein Marktführer und Partner für Druckdienstleister im Grossformatmarkt festigen. Schon jetzt ist bekannt, dass dort der im Herbst 2015 neu vorgestellte Rollendrucker Acuity LED 1600 II ausge-



Acuity LED 1600 II von Fujifilm.

stellt wird. Der Nachfolger der bewährten Acuity LED 1600 bietet dank bekannter Features ebenfalls ein Höchstmass an Produktivität und Vielseitigkeit. Die Acuity LED 1600 II bietet zudem Druckgeschwindigkeiten von bis zu 33 m²/h und hat eine maximale Druckbreite von 1.610 mm sowie eine hohe Auflösung von 1.200 dpi.

› www.fujifilm.eu

Neschen auf der Fespa PREMIEREN FÜR TAPETENPORTFOLIO

Ein neues, selbst produziertes und nachhaltiges Tape-sortiment, neue Lamina-toren «Made by Neschen» und Folien aus der originalen easy dot-Familie: Das sind die Highlights, die die Neschen AG auf der Fespa zeigt. Das erweiterte Tapetensortiment «Green Wall» aus eigener Herstellung wird Neschen erstmals dem Fachpublikum vorstellen. Das PVC-freie Portfolio entspricht dem Verbraucherwunsch nach noch nachhaltigeren Tapeten. Die Tapeten aus

dem «Green Wall»-Sortiment erlauben im Vergleich zu anderen PVC-freien Vliestape-ten verschiedenste Texturen bis zu einer Gesamtbreite von 160 cm.

Eine weitere Weltpremiere erleben die Besucher des Neschen-Messestands mit den neuen Laminatoren aus eigener Herstellung. Im Mittelpunkt der Entwicklungsarbeit, die Neschen gemeinsam mit Kunden vornahm, stand die wirtschaftliche und ergonomische Bedienung und Wartung der Heiss- und Kaltlaminatoren. Viele Teile lassen sich auf Kundenseite ganz einfach selbst austauschen und reparieren. Der in Amsterdam ausgestellte Hotlam 1650 TH laminiert mit 12 m/Min.

› www.neschen.com

Thieme auf der Fespa «DRUCKMASCHINEN- GENERATOR»

Auf der Fespa Digital präsentiert sich Thieme als Technologieanbieter für industrielle Sieb- und Digitaldrucksysteme. Auf Basis bewährter Komponenten lassen sich Drucksysteme konfigurieren und perfekt in den Kundenprozess einpassen. «Jede Druckmaschine, egal ob Sieb- oder Digitaldruck, inklusive Optionen und Automatisierung, wird von uns unter Berücksichtigung der spezifischen Bedingungen und Besonderheiten im Produktionsprozess des Kunden konfiguriert.»

Möglich macht dies Thiemes universelle Maschinenplattform, die das Ergebnis langjähriger Maschinenbau- und Anwendungserfahrung im Sieb- und Digitaldruck darstellt. Zahlreiche hochentwickelte Komponenten stehen bereits zur Verfügung, vom Druckkopf über den automatischen Anleger bis hin zum Kamerasystem für die Qualitätskontrolle. Im Unterschied zum klassischen Sondermaschinenbau ermöglicht dieses Baukastensystem auf Basis bewährter Komponenten eine ebenso passgenaue wie kosteneffiziente Maschinenentwicklung.

Wie flexibel das Thieme-Plattformkonzept ist, können interessierte Fachbesucher selbst am Fespa-Messestand ausprobieren. Dort können sie ihre Wunschmaschine am «Druckmaschinen-generator», einer interaktiven Videowand, mit Unterstützung des Thieme-Beratungsteams Schritt für Schritt selbst konfigurieren. Zu sehen ist zudem eine Digitaldruckmaschine Thieme 500 D.

› www.thieme.eu

Sawgrass auf der Fespa 8-FARBEN-PRODUKT- DEKORATIONSSYSTEM

Sawgrass, Anbieter von Sublimations- und Digitaldrucklösungen, wird auf der Fespa sein komplettes Portfolio an Sublimationsdrucklösungen präsentieren. Dazu gehören auch das neue 8-Farben-Drucksystem Sawgrass VJ 628 und die SubliJet-HD-Tinten, die beide von der SGIA (Specialty Graphic Imaging Association) zum «Produkt des Jahres» gekürt wurden. Mit den Worten von Darcy Mauro, President von Sawgrass: «Mit dem VJ 628-System, das wir in enger Zusammenarbeit mit Mutoh entwickelt haben, reagieren wir auf den Wunsch nach einer Alternative zu gängigen 610-mm-After-Market-Lösungen, den Händler wie auch Endkunden immer wieder an uns herangetragen hatten. Wir können es kaum erwarten, diesen jüngsten Neuzugang in unserer Virtuoso-HD-Familie – die branchenweit erste vollintegrierte 8-Farben-Sublimationsdrucklösung dieser Grösse – dem europäischen



Markt zu präsentieren.»

Die 8-Farben-Sublimationsdrucklösung VJ 628 ermöglicht den randabfallenden Druck auf Produkte mit einer Breite von 610 mm. Seine leistungsstarken Druckköpfe unterstützen eine Auflösung von bis zu 1.440 x 1.440 dpi.

› www.sawgrassink.com

Europapremiere

**NEUE EPSON GROSS-
FORMATDRUCKER**

Epson präsentiert seine umfassende Range an SureColor SC-Grossformatdruckern mit wasserbasierten und Lösemittelintinten. Auf der Fespa geben drei neue 64-Zoll-Drucker der SureColor SC-Sx600er Serie sowie der SureColor SC-P20000 (siehe Meldung rechts) ihr Debüt. Dort werden im Detail die zahlreichen Funktionen, mit

denen diese Drucker auf die Anforderungen professioneller Druckdienstleister hin ausgestattet wurden, in realen Anwendungen gezeigt. Im Bereich Textildruck stellt das Unternehmen seine neuesten SureColor SC-F6200 und SC-F9200 Dye-Sublimations Drucksysteme vor. Beide produzieren auf der Messe hochwertige Textilien und Innenraumdekoration. Zudem wird eine Reihe von Livedemos die Leistungs-

fähigkeit der Epson-Lösungen unter Beweis stellen. So wird ein SureColor SC-S60600 im 4-Passdruck qualitativ hochwertige Banner, Vinyls und Poster-Materialien bedrucken. Ein SureColor SC-S80600 produziert mit seinem Farbsatz inklusive der Sonderfarbe Rot Drucke mit aussergewöhnlich grossem Farbraum. Ein Epson SureColor SC-F2000 DTG-Drucker bedruckt am Stand T-Shirts, Taschen und anderes Material mit individuellen Designs und verwendet dabei die neue und besonders einfach zu nutzende Epson Software Garment-Creator. Die Epson SureColor SC-F6200 Dye-Sublimationsdrucker bedrucken harte Oberflächen wie beispielsweise Aluminiumplatten mit individuellen Designs.

› www.epson.de

Epson SureColor SC-P20000

**NEUER PRODUKTIONSDRUCKER FÜR FOTOS,
SCHILDER UND PLAKATE**

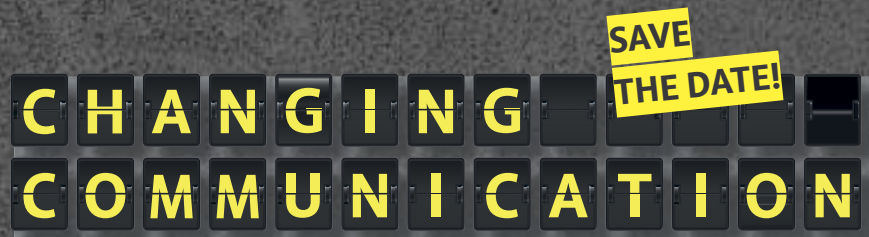
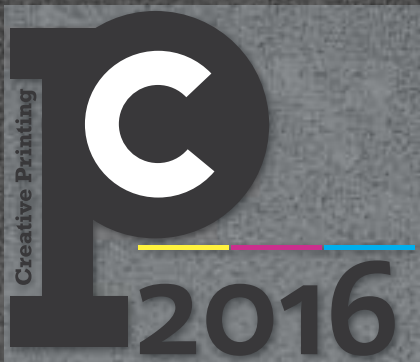
Mit dem SureColor SC-P20000 bietet Epson einen neuen 162,56 cm breiten Grossformatdrucker an, der nach Angaben des Herstellers für die Produktion grossformatiger Fotos, POS-Schilder und Plakate sowie Signage-Materialien entwickelt wurde. Die Maschine basiert auf einer Vielzahl bewährter Epson-Technologien wie dem PrecisionCore Micro-TFP-Druckkopf, ist laut Epson zuverlässig im Betrieb und einfach zu bedienen. Der Drucker nutzt eine neue UltraChrome Pro 10-Farbtinte (C, Vivid M, Y, LC, L Vivid M, Matte K, Photo K, Dark Gray, Gray, Light Gray) und eine weiterentwickelte Multi-Size-Droplet-Technologie (MSDT) für genaue Tropfenform und präzise Platzierung. › www.epson.de



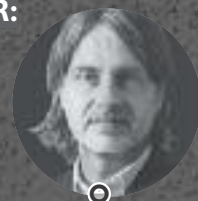
Epson zeigt auf der Fespa 2016 zusammen mit Partnerunternehmen die vielseitigen Möglichkeiten seiner breiten Range an Grossformatdruckern.



Beim Epson SureColor SC-P20000 überwacht eine Kamera den Papierweg und gewährleistet in Verbindung mit einem verbesserten Papiervorschub einen gleichmässigen Transport.

**SPEAKER:**

Roy Porat,
CEO, Scodix
Israel



Frank Bodin,
CEO, Havas
Worldwide, Schweiz

DIE CREATIVE PRINTING 2016

präsentiert die führenden Köpfe des Medienwandels.

12. APRIL 2016

ALBERT HALL, WIEN

**10 PROZENT
Rabatt für
Druckmarkt-Leser
bei Eingabe des
Aktionscodes
„dm16“**

Informationen zu allen Speakern und Tickets unter
www.creative-printing.info

Veranstalter:



Sponsor:





Antalis VISUAL COMMUNICATION EXPERTISE

Antalis, die europäische Grosshandelsgruppe für Produkte in Print, Office, Packaging und Visual Communications, nutzt die Messe, um Coala WallDesign vorzustellen. Die neue Kollektion bietet Möglichkeiten für personalisierte, kreative Inneneinrichtungsprojekte und ist vor allem auf die Bedürfnisse von Innenarchitekten und Designern ausgerichtet. Zudem werden Bodenbeläge, Lamine und Selbstklebefolien aus der Coala-Selektion präsentiert. Innen- oder Außenapplikationen, Fussböden, Wände, Kurz- oder Langzeitanwendungen gehören zu den Lösungen von Antalis. Die digital bedruckbaren Tapeten aus der Reihe Coala WallDesign machen jeden Innenraum – ob Wohnung, Büro, Rezeption, Geschäft oder Restaurant – zu etwas Besonderem. Die Produkte sind in vielen verschiedenen Prägungen, Verarbeitungen und Anbringungsarten vorhanden. Einfach anzubringen und wieder abzulösen, erlaubt das Coala WallDesign einen wechselnden Look nach den neuesten Trends.

Ausserdem zeigt Antalis die neue Datenbank mit ICC-Profilen, die von der Unternehmenswebsite geladen werden können und kostspielige Testverfahren sparen. Über 10.000 Profile sind bereits verfügbar.
› www.antalis.de



Kiian Digital hat sich die Fespa Digital als Plattform ausgesucht, um die Vielzahl an Textil- und Designdrucken auszustellen, welche durch die marktführenden Kiian Digital Sublimationsdruckfarben einzigartig sind.

EDP-Award EINREICHEN BIS 31. MÄRZ

Noch bis zum 31. März können Produkte und Lösungen aus den Kategorien Software, Digitaldruck, Finishing, Substrate, Tinten und Toner für den EDP Award 2016 eingereicht werden. Die Awards unterstützen Leser in 25 Ländern bei ihren Kaufentscheidungen – und die EDP Awards werten die Produkte auf. Die Verleihung des EDP Award 2015/2016 findet am 1. Juni im drupa cube auf der drupa 2016 statt.
› www.edp-awards.org

Kiian Digital GROSSE VIELFALT AN TEXTILIEN

Kiian Digital wird eine umfangreiche Vielfalt an Textilien präsentieren, die mit seinen Sublimationsfarben hergestellt wurden. Die Palette umfasst zwölf speziell entwickelte Farben in 81 Farbtönen und repräsentiert somit die kompletteste Farbskala hochwertiger Farben für Sublimationsdrucker. Die Farben sind laut Kiian Digital so konzipiert, dass sie den Druckbedingungen des Textildrucks standhalten. Hohe Bildqualität, präzise Farbwiedergabe, schnelle Trocknung und reduzierte

Betriebskosten nennt der Hersteller als Merkmale seiner Farben. Das Produktangebot erfülle die Vorgaben der weltweit geltenden Normen für Textilsysteme und sei mit einer breiten Palette an Druckköpfen von Epson, Ricoh, Kyocera und Panasonic kompatibel. Für die Präsentation auf der Fespa wurde eine Reihe an Anwendungen ausgewählt, die der Nachfrage nach hochwertiger grafischer Gestaltung auf unterschiedlichen Textilien und steifen Materialien gerecht wird und topmodische Bekleidung, strapazierfähige Sportbekleidung, Ausstattung und Haushaltstextilien umfasst.
› www.kiian.com

Durst DURST WATER TECHNOLOGY UND TEXTILIEN ALS KERNTHEMA

Auch in diesem Jahr ist die «Durst Water Technology» das Kernthema der Messepräsenz von Durst. Vorgestellt werden der Rhotex 500, das erste 5 m breite Dye-Sublimations-Drucksystem am Markt für nahtlose und extrabreite Soft-Signage- und Fabrics-Anwendungen, sowie die neue WT-Druckerklasse mit dem Rho WT 250 HS für nachhaltige und geruchsfreie Werbemedien und Displays am POS.



Durst zeigt auf der Fespa unter anderem den Rhotex 500, das erste 5 Meter Dye Sublimations-Drucksystem am Markt für nahtlose und extrabreite Soft-Signage/Textil-Anwendungen.

Dem Textil-Trend folgend, zeigt Durst mit dem Alpha 190 auch ein neues Drucksystem aus seinem traditionellen Textile Printing Segment. Durst bietet hier mit One-Step-Pigmenttinten und automatischer Material-Vorbehandlung eine technologische Konvergenz, um auch LFP-Spezialisten den einfachen Einstieg in die Produktion von Heimtextilien und Bekleidung anzubieten. Die Automatisierung ist auch im Durst UV-Portfolio der entscheidende Faktor, um die Gesamtanlageneffizienz weiter zu steigern. Der Rho 1312 AF setzt hier mit seiner Zufuhr-, Ausricht- und Abstapeleinheit neue Massstäbe.
› www.durst.it/fespa2016

Sun Chemical GERUCHSARME TINTE FÜR MIMAKI

Sun Chemical hat sein Streamline-Sortiment alternativer Eco-Solvent-Inkjet-Tinten mit der Einführung eines neuen, besonders geruchssamen Sortiments erweitert. Streamline Ultima HPQ LO nutzt die geruchssamen Chemikalien von Sun Chemical und ist eine leistungsstarke Tinte, die speziell für die Grossformatdrucker Mimaki JV300 und JV150 entwickelt wurde. Die OEM-kompatible Tinte,

deren Rezeptur die gleichen physikalischen Eigenschaften wie die Originaltinten aufweist, ist auf die Farben des SS21-Tintensortiments von Mimaki abgestimmt und mit diesem mischbar. Die neue Tinte Streamline Ultima HPQ LO ist zurzeit in CMYK erhältlich, wobei Spezialfarben wie Orange und Hellschwarz, noch in diesem Jahr in das Sortiment aufgenommen werden sollen.
› www.sunchemical.com

INVESTITIONSKOMPASS SCHNEIDEN & CO.



«Investitionskompass»
Schneiden & Co.

48 Seiten DIN A4, davon
über 10 Seiten Markt-
übersichten sowie Tabellen,
Checklisten, Artikel, Glossar
und Anbieterverzeichnis.

Zu bestellen im Internet für
16,50 € / 16.50 CHF.



Schneiden ist in Druck und Verarbeitung eine zwar notwendige, wenn auch wenig spektakuläre Tätigkeit. Doch gerade in diesem Bereich hat sich in den letzten Jahren erhebliches verändert. Nicht nur bei den klassischen Planschneidern. So absolvieren kompakte Multifunktionssysteme mehrere Arbeitsschritte vollautomatisch in einem Schritt, Cutting-Systeme schneiden, fräsen und rillen und Laserschneider ermöglichen hoch filigrane Veredelungen.

Um die für Sie richtige Lösung zu finden, können Sie natürlich Kollegen befragen, sich durch Berge von Papier wühlen oder durch Suchmaschinen kämpfen, um irgendwann den Überblick zu verlieren. Aber warum? Diese Arbeit haben wir schon für Sie erledigt!

Die aktuelle «Druckmarkt COLLECTION 16» greift praktische und theoretische Aspekte auf, stellt rund 240 verschiedene Schneidesysteme in Marktübersichten zusammen (Stand vom 6. November 2015), beschreibt und kommentiert sie. Daneben gibt es ein Glossar mit den wichtigsten Begriffen und ein Anbieterverzeichnis für die Ansprechpartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

DIE DRUPA VOM 31. MAI BIS 10. JUNI
WIRFT SCHON JETZT IHRE SCHATTEN VORAUS.
MIT DIESEM ARTIKEL ZUM LARGE FORMAT PRINTING BLICKEN WIR
IN RICHTUNG DÜSSELDORF.



Konkurrierende Technologien oder Alternativen dürften dem grossformatigen Inkjet-Druck auf absehbare Zeit kaum zu schaffen machen. Large-Format-Printing ist im Aufwind, getragen von einem wachsenden Druckerangebot, das nach Aspekten wie Durchsatz, Breite, Automatisierungsgrad und Preis-Leistungs-Verhältnis immer attraktiver und differenzierter wird.

Aber auch LFP steht unter einem steigendem Wettbewerbs- und Preisdruck. Immer mehr Drucker werfen deshalb ein Auge auf Spezial- und Nischenanwendungen, bei denen die Vielseitigkeit des Digitaldrucks erst richtig zum Tragen kommt.

Die drupa 2016 wird, anders als das Gros der Fachmessen, die Druckindustrie in ihrer ganzen Vielfalt beleuchten. Trends aus unterschiedlichen Markt Bereichen werden sich zu einer umfassenden Momentaufnahme verdichten.

Gerade für das Inkjet-Grossformat dürften sich dabei an der Schnittstelle zwischen konventionellem Druck und neuen Entwicklungen wie Cloud-Anwendungen oder digitaler Werbung im öffentlichen Raum (Digital out of Home) neue Perspektiven ergeben – separat oder im Verbund mit anderen Technologien.

In zahlreichen Markt Bereichen, die bisher von konventionellen Druckverfahren dominiert waren, ist LFP schon heute fest verankert. Konventionelle Druckverfahren stehen ganz sicher nicht vor dem Aus, sind aber nicht mehr automatisch erste Wahl – zumal in einer Branche, die im Zeichen der Diversifikation und kundenorientierten Wertschöpfung steht.



drupa

31. Mai -
10. Juni 2016
Düsseldorf
www.drupa.de

GROSSFORMAT UND DIGITALDRUCK EIN TRAUMGESPANN?

Über Jahre war der XL- und XXL-formatige Inkjet-Druck einer kleinen Schar von Trendsettern vorbehalten. Heute ist ein Drucksaal im Grossformat ohne Inkjet-Drucker eher eine Seltenheit. Eine neue, robustere Druckergeneration in Verbindung mit anspruchsvollen Druckköpfen und Tinten sorgt für verlässliche Qualität bei einem beachtlichen Durchsatz – Grund genug für immer mehr Druckereien auf das Grossformat zu setzen.

Von SOPHIE MATTHEWS-PAUL

Nicht etwa, dass der Sieb- und Offsetdruck ausgedient hätten, doch auf den Trend zu variantenreichen, individuell gestalteten Kleinauflagen gibt es nur eine Antwort: digitaler Druck.

Wie kein anderes Verfahren setzt der Digitaldruck bei schlanken, agilen, Just-in-Time- und On-Demand-Produktionen Massstäbe. Ein effizienter Materialeinsatz verbindet sich mit einer günstigen Umweltbilanz, die auf den Wegfall von Chemikalien in Vorstufe und Druck zurückzuführen ist. Dazu kommen permanente Weiterentwicklungen bei den bedruckbaren Materialien. Und eine schnelle, wirtschaftliche Auftragsbearbeitung, eine schlanke Logistik und reduzierte Lagerhaltung können weitere Vorteile des Inkjet-Drucks sein.

Und das Maschinenangebot? Druckereien, die sich für Large- oder Wide-Format-Lösungen interessieren, haben die Qual der Wahl: Flachbettdrucker, Drucker, die von Rolle zu Rolle arbeiten oder hybrid, Solvent-, UV- oder Latextinten, ein, drei oder gar fünf Meter Druckbreite, Einstiegs- und Spitzenmodelle, Drucker mit vier bis 12 Farben, Lack, Weiss und so weiter.

Damit lassen sich unterschiedliche starre und flexible Materialien direkt bedrucken bei einem Anwendungsspektrum, das sich keineswegs nur auf herkömmliche Werbetechnik beschränkt.

Nischen- und Spezialmärkte

Innenarchitektur, Druck-Erzeugnisse für die Industrie, Objekte mit reliefartigen Oberflächen – je spezialisierter, desto besser! Gerade wenn es an neue, mit konventionellen Druckverfahren nicht zu realisierende Anwendungen geht, läuft der Inkjet zur Höchstform auf. Eine schlanke Druckvorstufe, kurze Rüstzeiten und ein schneller Auftragswechsel erleichtern das Experimentieren mit neuen Substraten. Hinzu kommt die Möglichkeit zu kundenindividueller Massarbeit auch in Losgrösse 1.

Gerade Neueinsteiger neigen dazu, sich von Anfang an in lukrativen, wachstumsstarken Marktnischen anzusiedeln. Doch auch mehr und mehr etablierte Akteure setzen auf Kreativität und Diversifikation, um dem wachsenden Wettbewerbs- und Preisdruck die Stirn zu bieten. Immer gewiefter, immer vielfältiger werden die Akteure, die im digitalen Grossformat ein Stück vom Kuchen abbekommen wollen.

Durchsatz – das A und O?

Die Hersteller arbeiten gleichzeitig kontinuierlich an der Verbesserung von Qualität, Produktivität, Zuverlässigkeit und Flexibilität.

Aber welcher dieser Aspekte ist der wichtigste? Geht es um den reinen Durchsatz, sind Inkjet-Drucker gegenüber konventionellen Maschinen natürlich im Hintertreffen. Je vielseitiger jedoch die Anforderungen, je

«Diversifikation ist der Schlüssel zum Erfolg. Drucker, die sich auf ein Produkt beschränken, sind mittlerweile eine Seltenheit. «Alles aus einer Hand» lautet die Devise. Je vielseitiger, desto besser.»



Mike Horsten, General Manager Marketing (EMEA) bei Mimaki.

kleiner und variantenreicher die Auflagen, desto besser kommen die Stärken des digitalen Grossformats zum Tragen.

«Zur Deckung der Nachfrage und Maximierung des ROI sind unsere Kunden auf ein möglichst breites Material- und Anwendungsspektrum angewiesen. Flexibilität ist uns deshalb ein Hauptanliegen», betont Richard Barrow, Senior Product Manager Epson Europe. Gemeint ist damit, dass die Anwender nach Möglichkeit von POS-Materialien, Popup-Bannern und Transparenten, Aussenwerbung und Fahrzeugfolierung hin zu Funktionsfolien und Haftetiketten alles auf einem einzigen Drucker herstellen können.

«Diversifikation ist nach meiner Auffassung der Schlüssel zum Erfolg. Drucker, die sich auf eine Produktkategorie beschränken, sind mittler-

weile eine Seltenheit. «Alles aus einer Hand» lautet die Devise – je vielseitiger, desto besser», sagt Mike Horsten, General Manager Marketing (EMEA) bei Mimaki.

Mit anderen Worten: Ein Blick in die technischen Daten ist bei der Druckerauswahl nur beschränkt aussagekräftig. Das Mass aller Dinge ist das jeweilige Geschäftsmodell, das sich wiederum an den Nachfrage-trends orientieren sollte – und die verlangen mehr und mehr Agilität und Kreativität. Kurze Rüstzeiten, schnelle Auftragswechsel, geringe Anlaufmakulatur – Faktoren wie diese sind gegen gängige Kennzahlen der Produkte aufzuwiegen.

Workflow-Automatisierung

Doch im Drucksaal stehen bekanntlich nicht nur Drucker. Zusehends rücken Workflows vom Auftragseingang über Druck und Weiterverarbeitung hin zu Nachkalkulation und Analyse in den Blickpunkt. JDF-Konformität, die Integration mit Schneidesystemen und Branchensoftware (MIS, ERP) sind nur einige der Aspekte, von denen immer öfter auch beim LFP die Rede ist.

Betriebswirtschaftliche Vorteile eines schnelleren Druckers lassen sich dabei relativ leicht beziffern. Der Nutzen der Prozessoptimierung wird dagegen gerne vernachlässigt. Doch ein von A bis Z integrierter Workflow wird bedeutende Wettbewerbsvorteile bringen.





Beim Grossformatdruck geht es längst nicht mehr nur isoliert um Maschinen, Tinten und Substrate. In erster Linie geht es um die Vielfalt an Anwendungen, die von der grafischen Kommunikation im Aussenbereich bis zur Inneneinrichtung reicht. Gerade beim Interior-Design besteht noch erheblicher Beratungsbedarf, den clevere Anwender für sich nutzen können (Foto Kiian).

Worauf es ankommt

Das sieht auch Mike Horsten so: «Betriebe mit einem grossen Kundestamm und einem breit aufgestellten Drucksaal würden ohne Workflow-Automatisierung ganz einfach den Überblick verlieren.» Der Workflow bringt die Effizienz eines Drucker erst richtig zum Tragen.

Ähnliche Schwerpunkte setzt Paul Adriaensens von Agfa: «Der Durchsatz eines Druckers steht und fällt mit der Fähigkeit, gleich auf Anhieb die gewünschte Qualität zu produzieren – bei jedem einzelnen Auftrag. Genau hier kommt die Workflow-Automatisierung ins Spiel – von der Datenübernahme über das Farbmanagement hin zur Integration mit der Weiterverarbeitung.»

Grafikdesigner, Reprotechniker, Schilderhersteller, ehemals reine Siebdruckereien, Spezialisten für Industriebedarf und viele mehr – die unterschiedlichsten Akteure tummeln sich mittlerweile im Inkjet-Grossformat. Sie alle sehen sich vor einer

grundlegenden Herausforderung: termintreu Spitzenqualität zu attraktiven Preisen zu liefern, ohne dass die Margen aus dem Ruder laufen. Die Wirtschaftlichkeit des Digitaldrucks hilft ihnen dabei – doch sie allein kann keine Wunder bewirken: «Noch immer gibt es Unternehmen, die ihre Preise kalkulieren, ohne sich über die tatsächlichen Produktionskosten im Klaren zu sein», weiss Mike Horsten. «Da kann nur eines helfen: eine umfassende Kenntnis der Kostenstruktur.»

Unter den zahlreichen Faktoren, die im Inkjet-Grossformat die Weichen auf Wachstum stellen können, gehören robustere, verlässlichere Drucker, niedrige Stückkosten, die Eignung für individualisierte Kleinauflagen und Einzelexemplare.

Zwei zentrale Entwicklungen

Welche Trümpfe werden die Hersteller und Anbieter von Grossformatmaschinen wohl für die drupa 2016 im Ärmel haben? Zum jetzigen Zeit-

«Die drupa 2016 wird die Druckindustrie in ihrer ganzen Vielfalt beleuchten. Trends aus unterschiedlichen Markt-bereichen werden sich zu einer umfassenden Momentaufnahme verdichten.»



Sophie Matthews-Paul ist gelernte Fotografin und berichtet seit Ende der 1970er Jahre über Print.

punkt noch reine Spekulation. Doch zwei zentrale Entwicklungen scheinen sich abzuzeichnen. Einmal ist die Mobilisierung weiterer Leistungsreserven durch einen höheren Durchsatz abzusehen, eine weitere automatisierte Materialführung und einen nahtlosen Übergang zur Weiterverarbeitung der grossformatigen Drucke. Andererseits sind neue

Tintenrezepturen und Härtungsverfahren zu erwarten. Interessant erscheinen beispielsweise jüngste Fortschritte bei der LED-Härtung. Von sich reden machen zudem UV-Tinten auf Wasserbasis, und gefeilt wird auch an Latextinten – ebenso wie an wässrigen, Solvent- und UV-Rezepturen ... Man darf gespannt sein!

Doch es kommt ein weiterer Aspekt dazu. Im Vergleich zu den vielen anderen Fachmessen, bei denen die LFP-Systeme unter sich sind, werden auf der drupa auch konventionelle Drucksysteme präsentiert, die den Wettbewerb nicht fürchten. Bei diesem Aufeinandertreffen wird sich zeigen, welche Potenziale sich für den Grossformatdruck in konventionellen Druckereien auftun.

Konventionelle Druckverfahren stehen sicher nicht vor dem Aus, sind aber nicht mehr automatisch erste Wahl – zumal in einer Branche, die im Zeichen der Diversifikation steht.

» www.drupa.de

Wir schlagen den Bogen

KONZEPT, DESIGN, WERBUNG, REALISIERUNG

arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel
+49 (0) 26 71 - 38 36



”30 Jahre Integral MC Biel/Bienne. Dank unseren Kunden, Mitarbeitern, Partnern und natürlich der ASW!“

Peter Brechbühler
Agenturleiter und Mitinhaber Integral MC Biel/Bienne
ASW-Mitglied seit 1994



INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2016			
08. 03. – 11. 03. 2016	Fespa Digital	Amsterdam	 › www.fespa.com
14. 03. – 18. 03. 2016	CeBIT, Global Event for Digital Business	Hannover	 › www.cebit.de
15. 03. – 16. 03. 2016	ZLV, 2. Internationale Verpackungskonferenz	Kempten	 › www.zlv.de
17. 03. – 18. 03. 2016	Online Print Symposium	München	 › www.online-print-symposium.de
17. 03. – 20. 03. 2016	Leipziger Buchmesse	Leipzig	 › www.leipziger-buchmesse.de
06. 04. – 07. 04. 2016	Packaging Innovations, Empack, Label&Print	Zürich	 › www.easyfairs.com
12. 04. 2016	Creative Printing 2016, Printmedien-Konferenz	Wien	 › www.creative-printing.info
13. 04. – 14. 04. 2016	Dialog Marketing Messe	Zürich	 › www.dialog-marketing-messe.ch
23. 04. 2016	Leipziger Typotage	Leipzig	 › www.typotage.de
11. 05. – 13. 05. 2016	Deutscher Druck- und Medientag	Bonn	 › www.vdmnw.de
31. 05. – 03. 06. 2016	Empack, Label&Print	Hannover	 › www.easyfairs.com
31. 05. – 10. 06. 2016	drupa 2016	Düsseldorf	 › www.drupa.de
02. 06. 2016	DOXNET-vor-Ort	Düsseldorf	 › www.doxnet.eu
16. 06. 2016	Fogra, Forum Smart-Card-Produktion	München	 › www.fogra.org
23. 06. – 24. 06. 2016	Packaging Innovations	Hamburg	 › www.easyfairs.com
20. 06. – 22. 06. 2016	DOXNET, 18. Jahreskonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	 › www.doxnet.eu
29. 06. – 30. 06. 2016	CO-Reach, Dialogmarketing-Messe	Nürnberg	 › www.co-reach.de
30. 08. – 31. 08. 2016	SuisseEMEX'16	Zürich	 › www.suisse-emex.ch
20. 09. – 25. 09. 2016	photokina	Köln	 › www.photokina.de
27. 09. – 29. 09. 2016	FachPack, Fachmesse für Verpackung	Nürnberg	 › www.fachpack.de
10. 10. – 12. 10. 2016	World Publishing Expo	Wien	 › www.worldpublishing.com
12. 10. – 15. 10. 2016	22. Druck+Form	Sinsheim	 › www.druckform-messe.de
19. 10. – 20. 10. 2016	Fogra, Anwenderforum UV-Druck	München	 › www.fogra.org
19. 10. – 20. 10. 2016	Printfair	Wien	 › www.printfair.at
19. 10. – 20. 10. 2016	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	 › www.buchmesse.de
19. 10. – 26. 10. 2016	K 2016, Messe für Kunststoff und Kautschuk	Düsseldorf	 › www.k-online.com
25. 10. 2016	2. Vertriebskongress der Druck- und Medienbranche	Düsseldorf	 › www.vdmnw.de
09. 11. – 11. 11. 2016	InPrint	Mailand	 › www.inprintshow.com



COLLIER | VERSCHLUSS: ROSÉGOLD
750ER. STEINE: SAPHIR IN ALLEN
FARBEN.
DESIGN BY BARBARA HAUSER

SEEFELDSTRASSE 40
CH-8008 ZÜRICH
TEL +41 44 252 21 55
WWW.SCHMUCK-ZUERICH.CH

ÖFFNUNGSZEITEN

MONTAG

14.15 UHR – 18.30 UHR

DIENSTAG BIS FREITAG

10.15 UHR – 13.00 UHR

14.00 UHR – 18.30 UHR

SAMSTAG

NACH VEREINBARUNG

SCHMUCK



BARBARA HAUSER

Follmann

VORHANG AUF FÜR DUFT LACKE

Als Fördermitglied des Fachverbands Medienproduktions e. V. präsentiert Follmann im Rahmen der Creatura-Roadshow «The Power of Print» zum Thema multisensorische Druckveredelung seine hochwertigen Duftlacke für Print-Erzeugnisse. Fünf Wochen, sechs Cinemax-Kinos und 15 Aussteller – unter dem Motto «Groses Kino: The Power of Print» startete am 16. Februar in Hamburg erfolgreich die Roadshow der Creatura-Initiative des Fachverbands Medienproduktion (f.mp.) zum Thema multisensorische Druckveredelung. Als neues Fördermitglied des f.mp. präsentiert Follmann als Partner und Aussteller seine universell einsetzbaren Duftlacke und erläutert interessierten Besuchern ihre Vorteile für den Druck.

Im Fokus der Creatura-Roadshow durch sechs deutsche Städte stehen die multisensorische Kommunikation und der wirkungsvolle Einsatz von Druckveredelungen und Printeffekte. Nach dem Auftakt in Hamburg und Dortmund macht die Roadshow noch Halt in Köln (1. März), Offenbach (2. März), München (15. März) und schließlich in Stuttgart (16. März).

› www.follmann.com

PAPIER ERLEBBAR MACHEN**ANTALIS STARTET CREATIVE POWER ROADSHOW 2016**

«Choosing paper is a creative act» – unter diesem Motto zeigt der Papiergroßhändler Antalis auf der Creative Power Roadshow sein Sortiment an hochwertigen Premiumpapieren. Erster Halt der Roadshow ist der Markenaward am 15. März 2016 in Düsseldorf.

Im Rahmen der Roadshow zeigt Antalis die gesamte Vielseitigkeit seines Premiumpapiersortiments auf verschiedenen Messen und Events. Der Fokus liegt vor allem auf dem neuen Mohawk Superfine Digital mit i-Tone Sortiment, ein Premium High Performance Papier für den Digitaldruck. Das i-Tone-Verfahren ist eine Oberflächenbehandlung für den Digitaldruck und sorgt für eine einwandfreie Bildwiedergabe. Somit eignet es sich zum Beispiel für Fotobücher und hochwertige Bildkataloge. Das Sortiment gibt es in zwei verschiedenen Oberflächen und Farben sowie in den Grammaturen von 118 bis 380 g/m². Das komplette Sortiment ist FSC- sowie HP Indigo-zertifiziert. Das Sortiment ist auch im Herzstück der Roadshow, dem Antalis Brain Store, zu sehen: Hier können Kunden und Interessenten in aktuellen Musterfächern stöbern und aufwendige Druckmuster kennenlernen, die auch

zur Mitnahme bereitliegen. Fachkundige Berater geben zusätzliche Einblicke in die vielfältige Produktwelt des Papiergroßhändlers. Workshops und Expertenvorträge rund um die Welt der Premiumpapiere sorgen für ein Plus an spannenden Inhalten, Informationsaustausch und geselligem Networking. Ausser auf dem Markenaward macht die Roadshow auch auf der Typo Berlin (12. bis 14. Mai 2016), der drupa in Düsseldorf (31. Mai bis 10. Juni 2016), der Co-Reach in Nürnberg (29. und 30. Juni 2016) und der Creative Paper Conference in München (27. und 28. Oktober 2016) halt. Für die Dialogmarketingmesse Co-Reach organisieren der Fachverband Medienproduktions (f.mp) und Antalis wieder die Sonderfläche «Erlebniswelt: crossmedia-print-emotion», wo Hersteller, Druckunternehmen und Dienstleister innovative Technologien und Applikationen aus der crossmedialen Kommunikation präsentieren. Auf dem Messtand stehen Experten für Gespräche zum Thema crossmediales Dialogmarketing und Führungen durch die Ausstellung zur Verfügung.

› www.antal.de



Plakat als Dialogmedium

NEUE**ADC-KAMPAGNE**

Mit 14 unterschiedlichen Plakat-Motiven wirbt der Art Directors Club für Deutschland (ADC) bundesweit für den ADC-Kongress am 22. April 2016 in Hamburg. Mit der Kampagne werden zum Teil zielgerichtet einzelne Unternehmen angesprochen und die Marketingabteilungen zur Teilnahme am ADC Kongress «Heroes of Content» aufgefordert.

Entwickelt hat die Kampagne die Hamburger Agentur Grabarz & Partner. «Hinterhältigster Feind in der Schlacht um die Aufmerksamkeit des Users sind Katzenvideos. Niemand bekommt so viele Klicks wie diese Haustiere», sagt Ralf Heuel, Kreativchef von Grabarz & Partner. «Unsere Botschaft an die Marketingverantwortlichen: Kommt zum ADC Kongress und lernt, wie man erfolgreichen Content erkennt, generiert und damit Marken emotionalisiert.»

› www.adcfestival.de

Mission Digital Marketing

ADOBE MARKETING DAYS 2016

Marketing wird immer schwieriger. Alle sind mobil und schalten bei der aktuellen Content-Flut immer schneller auf Durchzug. Klassische Kundenkommunikation funktioniert vor diesem Hintergrund längst nicht mehr. Höchste Zeit, die Mission Digital Marketing auf die Startrampe zu bringen: auf den «Adobe Digital Marketing Days 2016»! Mit einer ausgesuchten Besatzung und erfahrenen Navigatoren fürs Digital Marketing bringt die fünfte Auflage der Adobe Roadshow Ideen für Mobile, Cross-Channel-Marketing, Customer Experience und Data-Driven-Marketing in die Städte München (3. März), Hamburg (10. März) und Zürich (17. März).

Experten und Wissenschaftler, Software-Architekten und Lösungsspezialisten sowie Unternehmen aus dem Digital Marketing präsentieren auf der Tour Trends und Themen, um erfolgreich durchzustarten. Neben Referaten wartet ein Programm aus Podiumsdiskussionen, Best-Practices zur Kombination aus Kreativität, Content und Daten, Trailer-Shows der Adobe Lösungen sowie Gesprächs- und Networking-Möglichkeiten.

› www.adobe.com

VERPACKUNGSEVENT Vom 6. bis 7. April 2016 läuft in Zürich der Schweizer Verpackungsevent mit den Einzelmessen «Empack», «Packaging Innovations» und «Label & Print». › www.verpackung-zuerich.ch • **ONLINE PRINT SYMPOSIUM** Bereits ausgebucht, geht am 17. und 18. März in München (Unterschleißheim) das 4. Online Print Symposium über die Bühne. › www.online-print-symposium.de • **EDP AWARD** Noch bis zum 31. März können Produkte und Lösungen aus den Kategorien Software, Digitaldruck, Finishing, Substrate, Tinten und Toner für den EDP Award 2016 eingereicht werden. › www.edp-awards.org • **DMM DIALOG-MARKETING-MESSE** Am 13. und 14. April findet in der Messe Zürich zum zweiten Mal die Messe rund um das Dialog-Marketing statt. › www.dialog-marketing-messe.ch • **CARD COUTURE** Noch bis 30. April 2016 können Projekte für den Card Couture Award der italienischen Papiermanufaktur Fedrigoni eingereicht werden. › www.fedrigoni.de • **FMI-JAHRESTAGUNG** Der Fachverband für multimediale Informationsverarbeitung e. V. (FMI) veranstaltet vom 9. bis 11. Juni 2016 seine Jahrestagung in Eisenach. › www.fmi-ev.de

KONGRESS AN NEUEM ORT Das grosse Interesse an der neuen ISO 12647 nahmen der bvdm und printXmedia zum Anlass, den PSO-Kongress am 2. März 2016 im InterCity Hotel Frankfurt Airport auszurichten. Die hohe Teilnehmerzahl übersteigt jedoch die ursprünglich eingeplanten Kapazitäten. Aus diesem Grund findet der Kongress statt im Leonardo Royal Hotel Frankfurt, Mailänder Strasse 1, 60598 Frankfurt. › www.pxm-sued.de/pso-kongress

GEPRÜFTER MEDIENPRODUKTIONER «Geprüfter Medienproduktionsfachmann/fachfrau» – Schwerpunkt «Druckveredelung» und Schwerpunkt «Digitaldruck» – ist eine berufs begleitende Fortbildung, die auf einer Ausbildung in der grafischen Industrie basiert. Die Fortbildung des f.m.p. läuft über zwei Wochenenden. Die nächste Fortbildung Schwerpunkt «Druckveredelung» startet am 3. März 2015 in Köln und Schwerpunkt «Digitaldruck» am 14. April 2016 in Frankfurt. › www.f-m-p.de

22. LEIPZIGER TYPOTAGE Am 23. April 2016 finden die 22. Leipziger Typotage unter dem Thema «Schrift Neu. Über das «Neue» in Schriftgestaltung und Typografie» im Museum für Druckkunst Leipzig statt. Dabei wird der Bogen von der Erfindung der Druckseite über die Typografie der 1920er Jahre bis zu aktuellen Entwicklungen in Schriftgestaltung und -technologie gespannt. Den Auftakt zu den Typotagen 2016 bildet die Eröffnung der von Jost Hochuli kuratierten Ausstellung «Typografie in Briefen» am 22. April 2016. Präsentiert werden von Hand geschriebene Briefe bekannter Gestalter, Typografen und Verleger, die nicht wegen ihres Inhalts, sondern wegen ihrer Schrift gezeigt werden. › www.typotage.de

DOXNET 2016 Neben der dreitägigen Fachkonferenz und Ausstellung vom 20. bis 22. Juni in Baden-Baden organisiert Doxnet eine Reihe von Veranstaltungen. So gibt es DOXNET vor Ort am 2. Juni während der drupa in Düsseldorf und am 3. Oktober in Wien und Grossebersdorf, einen neuen Education Day am 7. Juli bei Horizon in Quickborn, ein Round Table am 13. Oktober während der Druck+Form in Sinsheim und den DOXNET Tag am 24. November in München. › www.doxnet.de

Hauchler Studio FORTBILDUNG FÜR DIE MEDIENWIRTSCHAFT Geprüfter Medienfachwirt und Industriemeister Print heissen die aktuellen Aufstiegsfortbildungsabschlüsse der Medienwirtschaft mit IHK-Prüfung. Das Hauchler Studio in Biberach – mehrfach Preisträgerin des Innovationspreises der Deutschen Druckindustrie – bildet seit 70 Jahren Führungskräfte des gesamten Bundesgebietes und deutschsprachigen Auslands aus. Aktuelle Statistiken belegen, dass sich die Investition der Absolventen in ihre berufliche Zukunft rentiert. Aus den bundesweit gültigen Lehrpläne, die das Hauchler Studio als Sachverständige gemeinsam mit den Tarifpartnern entwickelt hat, wurde ein spezieller Hauchler-Lehrplan entwickelt mit «Blick über den einzelberuflichen Tellerrand», der auch Praxisanteile von Vorstufe bis Druck zum besseren Verständnis des Lernstoffes, besondere Betreuungs- und Übungsangebote sowie Fachvorträge und Exkursionen beinhaltet. Der nächste Fachschulkurs in Vollzeit findet vom 27. September 2016 bis 26. Juli 2017 sowie in Teilzeit an Samstagen vom 10. September 2016 bis 21. Juli 2018 in Biberach statt. In Heidelberg ist der nächste berufsbegleitende Kurs geplant vom 25. März 2017 bis Januar 2019. Informationen zu Inhalten, Prüfungsmodalitäten, Förderungsmöglichkeiten sowie Kursinhalte/-ablauf und Besonderheiten im Hauchler Studio gibt es auf einer Infoveranstaltung am 23. April 2016 in Biberach. › www.hauchler.de

«Free Coffee for a Year» START-UP-WETTBEWERB VON PPI MEDIA Raus aus dem WG-Büro und rein in die Wirtschaft! ppi Media ruft auch in 2016 wieder zum Ideenwettbewerb auf. Unter dem Motto «Free Coffee for a Year» können sich Studierende, Absolventen oder Start-ups aus den Bereichen IT, Medien und Informatik mit ihrem Businesskonzept bewerben.



ppi Media unterstützt den Gewinner für mindestens 365 Tage: Es gibt ein eigenes Büro in Kiel, ein grosses Netzwerk erfahrener Kollegen, modernste Infrastruktur und natürlich Coffee for free. Der Gewinner tritt in die Fussstapfen des Vorjahressiegers «Lokalportal». Noch bis zum 1. Mai 2016 können die Kandidaten ihre Idee präsentieren: in Form einer Website, eines Konzeptpapiers, einer Präsentation, eines Prototyps oder eines Videos. Ansprechpartner für den Ideencontest ist Manuel Scheyda, Produkt- und Innovationsmanager bei ppi Media. Der Gewinner wird am 6. Juni 2016 im Rahmen der ppi Kundentage in Kiel bekannt gegeben. Die Jungunternehmer erhalten dort die Chance, ihr Konzept vor 150 Akteuren der Verlags- und Medienbranche vorzustellen und erste wichtige Kontakte zu knüpfen. Der Ideenwettbewerb richtet sich an Studierende, Absolventen und Start-ups aus den Bereichen IT, Medien und Informatik. › www.coffeeforfree.de

Neue Initiativen WORLD PUBLISHING EXPO 2016

Die World Publishing Expo vom 10. bis 12. Oktober 2016 in Wien wird nach Angaben des Veranstalters mit den zwei neuen Konferenzen «Digital Media World» und «Print World» aufgepeppt – fokussiert auf die Bedürfnisse der Medienmacher. «Digital Media World» wird folgende Themen in den Fokus rücken: Fallstudien zur Transformation; Social Media und Plattformstrategien; Mobil monetarisieren; Ad-Blocking und smartes Werben; Online-Video; Bezahl-inhalte 2.0 sowie Virtuelle Realität im Storytelling. «Print World» beleuchtet Innovation im Druck; Inkjet-Anwendungen in der Zeitungsproduktion; Aufwertungen im Prepress-Bereich; Druck und Versand; Fallstudien des International Newspaper Color Quality Club sowie Möglichkeiten mit niedriger Grammatik und aufgebessertem Zeitungspapier. › worldpublishingexpo.com

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin «Druckmarkt impressions».

Telefon 0 26 71 - 38 36
E-Mail:
nico@druckmarkt.com

3. Buchmessekonferenz

AKADEMIE DER DEUTSCHEN MEDIEN

Nach dem Erfolg der letztjährigen Events, veranstaltet die Akademie der Deutschen Medien am 17. März 2016 zum dritten Mal die Fachkonferenz Marketing & Vertrieb in Kooperation mit der Leipziger Buchmesse. Sie steht unter dem Motto «Stories, Data, Discoverability – Erfolgsstrategien für Multi-channel-Marketing und -Vertrieb für B2C-Medien» und behandelt neben zukunfts-fähigen Marketing- und Vertriebskonzepten die Themen Data Analytics und Discoverability.

Von der Online Community über die App bis hin zum Youtube-Channel – nie waren die Möglichkeiten zahlreicher, Aufmerksamkeit für die eigenen Marken und Medien zu generieren. Hier stehen Verlage vor der Herausforderung, ihre Marketingmassnahmen an der Customer Journey der Leser ausrichten zu müssen und die Kunden zur richtigen Zeit mit passenden Inhalten zu erreichen. Doch wie können Medienhäuser ihre bisherigen Marketing- und Vertriebsmassnahmen optimieren? Wie lassen sich Verlagsmarken über alle Kanäle hinweg aufbauen und welche Rolle sollten dabei Content Marketing und Audience Development spielen? Und wie lassen sich Kundendaten besser managen, analysieren und zum Beispiel für eine bessere Auffindbarkeit nutzen? Um diese und weitere Fragen geht es bei der Fachkonferenz im Congress Center Leipzig.

› www.medien-akademie.de

Studienreise

MIT DEM f:MP. INS LAND DER MITTE

Bei einer Informations- und Studienreise des Fachverband Medienproduktoren (f:mp.) können Interessenten die Medienproduktion in China hautnah mit deutschsprachiger Korrespondenz und Reiseführung ganz unkompliziert erleben.

Die Medienproduktion in China ist für viele Unternehmen und Agenturen bereits jetzt eine ernstzunehmende Alternative. Dennoch stellt sie auch eine wirkliche Herausforderung dar. Die inspirierende und ebenso kurzweilige Informations- und Studienreise des f:mp. entführt die Teilnehmer direkt ins Land der Mitte, um die Vorteile, Risiken und Produktionsbedingungen einer Medienproduktion in Fernost kennenzulernen.

Bei der Besichtigung von mehreren mittelständischen Druckereien können die Teilnehmer live miterleben, wie chinesische Unternehmen produzieren. Natürlich können auch die Muster in den Showrooms begutachtet werden, die mit Sicherheit für die Teilnehmer die eine oder andere Inspiration bereithalten. In einem Kurzbericht mit anschließender Diskussionsrunde erfahren die Teilnehmer von einem Medienproduktoren, der bereits seit einigen Jahren selbst in China produziert, wie schwierig sich die Zusammenarbeit zwischen Deutschen und Chinesen zunächst gestaltete, welche Fallen es zu vermeiden galt und wie ethische, moralische und ökonomische Standards übereinzubringen waren. Daneben berichtet er aber auch über die vielen schönen und sogar bewegenden Momente, die er erleben durfte.

Natürlich bietet sich für die Teilnehmer auch die Gelegenheit mit dem Besuch des Luohu Commercial Einkaufszentrums, einem Rundgang durch Zhangmutou Town und einer Stadtrundfahrt durch Hong Kong Land und Leute kennenzulernen. Den Abschluss der Reise bildet der Besuch der Asia Printing & Packaging Messe in Hong Kong.

Die Informations- und Studienreise des f:mp. vom 25. bis 30. April 2016 ist ein Erlebnis, zu dem der Fachverband gerne einladen möchte. Der Preis pro Person beträgt 2.990 Euro inklusive Hin- und Rückflug, Hotelübernachtungen, Frühstück, Mittag- und Abendessen, deutschsprachiger Reiseführung, Stadtrundfahrt und Messebesuch. f:mp.-Mitglieder zahlen lediglich 2.490 Euro.

› www.f-mp.de

HAST DU PROFIL BIST DU READY



Für die sichere Druckproduktion

Produktionssicherheit und mehr Effizienz durch den ISO-Standard PDF/X.

PDFX-ready hat sich als Verein zum Ziel gesetzt, eine sichere Druckproduktion zu gewährleisten. Bei PDFX-ready sind die führenden Köpfe dabei. Werde Mitglied und lehne dich mit den richtigen Prüfprofilen und Settings für die Adobe-Software entspannt zurück.



PDFX-ready-Leitfaden
Mit Tipps für einen
sicheren PDF/X-Workflow.

www.pdfx-ready.ch

PDFX-ready



SEMINARE, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2016	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
29. 02.	impressed , Enfocus PitStop Starter	Hofheim	› www.impressed.de
29. 02. – 02. 03.	VDM NW , Adobe InDesign – Basiswissen Layout und Satztechniken	Hamburg	› www.vdmnw.de
29. 02. – 04. 03.	Akademie der Deutschen Medien , Online-Marketing Manager	München	› www.medien-akademie.de
29. 02. – 04. 03.	Heidelberger Druckmaschinen , Falzen Basis (Modul 1)	Ludwigsburg	› www.heidelberg.com
01. 03.	impressed , Enfocus PitStop Insider	Hofheim	› www.impressed.de
01. 03. – 02. 03.	Innoform Coaching , Megatrend Convenience: Machen Sie Ihre Verpackungen höflich	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
02. 03.	VDMB , ProzessStandard Offsetdruck: PSO Update: Refresh your Standard	Ismaning	› www.vdmb.de
02. 03.	VDM NW , PDF/X-4 – der neue Standard für digitale Druckvorlagen	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
02. 03. – 03. 03.	Fogra , Farbmanagement – Grundlagen	München	› www.fogra.org
03. 03.	VDM NW , PDF Master Class II – effizienter und sicherer Einsatz von PDF	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
03. 03.	VDM NW , Vertrieb – Akquisitionsmanagement	Hamburg	› www.vdmnw.de
03. 03.	viscom , Aktuelles Publishing-Know-how für Entscheidungsträger	CH-Burgdorf	› www.viscom.ch
03. 03. – 04. 03.	Akademie der Deutschen Medien , Buchgestaltung in der Praxis	München	› www.medien-akademie.de
04. 03.	viscom , Aktuelles Publishing-Know-how für Entscheidungsträger	CH-Burgdorf	› www.viscom.ch
07. 03.	Fogra , Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSD	München	› www.fogra.org
07. 03. – 08. 03.	Polar , Kurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
07. 03. – 09. 03.	VDM NW , Adobe Illustrator – Basiswissen Vektorgrafik	Lünen	› www.vdmnw.de
08. 03.	Akademie der Deutschen Medien , Design-Trends für Corporate Media in Print & digital	München	› www.medien-akademie.de
08. 03.	Akademie der Deutschen Medien , Digitale Geschäftsmodelle	München	› www.medien-akademie.de
08. 03.	viscom , Netmapping – Vernetztes Denken	CH-Bern	› www.viscom.ch
08. 03. – 11. 03.	VDM NW , Maxon Cinema 4D – Produktvisualisierung	Hamburg	› www.vdmnw.de
09. 03.	Fogra , Farbmanagement für Experten	München	› www.fogra.org
09. 03. – 10. 03.	Innoform Coaching , Grundlagen der Kunststoff-Verpackungen	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
09. 03. – 10. 03.	Polar , Kurs für Polar Compucut	Hofheim	› www.polar-mohr.com
10. 03.	Fogra , Farbmanagement im Digitaldruck	München	› www.fogra.org
10. 03.	Typographische Gesellschaft München , Text ist mehr als Typo!	München	› www.tgm-online.de
10. 03. – 11. 03.	Akademie der Deutschen Medien , Design Thinking	München	› www.medien-akademie.de
10. 03. – 11. 03.	Akademie der Deutschen Medien , Produktmanagement in Fachverlagen	München	› www.medien-akademie.de
10. 03. – 11. 03.	VDM NW , Adobe InDesign – komplexe Layouts und Formate	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
11. 03.	Fogra , Farbmanagement für Druckeinkäufer	München	› www.fogra.org
11. 03.	Typographische Gesellschaft München , Toner, Tinte, Digitale Drucksysteme	Poing	› www.tgm-online.de
14. 03. – 15. 03.	Management Forum Starnberg , Cool bleiben – gelassen reagieren	München	› www.management-forum.de
15. 03.	Akademie der Deutschen Medien , XML-Grundlagen für das Publizieren von E-Books	München	› www.medien-akademie.de
15. 03.	VDM NW , Adobe Edge Animate – HTML/CSS-Animationen für Tablets	Lünen	› www.vdmnw.de
15. 03.	VDM NW , Adobe Edge Animate – HTML/CSS-Animationen fürs Web	Lünen	› www.vdmnw.de
15. 03. – 16. 03.	Innoform Coaching , Migrationsprüfungen richtig auswählen und beurteilen	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
15. 03. – 16. 03.	VDM NW , Druck – fachbezogene Mathematik	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
15. 03. – 16. 03.	VDM NW , HTML/CSS – Tags, Attribute und Selektoren	Lünen	› www.vdmnw.de
16. 03. – 18. 03.	VDM NW , Maxon Cinema 4D – Produktvisualisierung	Hamburg	› www.vdmnw.de
16. 03. – 18. 03.	VDM NW , Medienproduktion kompakt – digitale Publikationen mit DPS, ePub und iBooks	Lünen	› www.vdmnw.de
17. 03.	Akademie der Deutschen Medien , Anzeigen- und Mediaverkauf am Telefon	München	› www.medien-akademie.de
04. 04. – 05. 04.	VDM NW , Adobe Photoshop – medienneutrale Farbkorrekturen mit ICC-Profil	Lünen	› www.vdmnw.de
05. 04.	Fogra , Einsatz der Fogra-Feuchtungskontroll-Testform	München	› www.fogra.org
05. 04.	Typographische Gesellschaft München , Verlegen – gewusst wie!	München	› www.tgm-online.de
05. 04.	VDM NW , 3D – Scantechnologie und Modellierung	Lünen	› www.vdmnw.de
06. 04.	VDM NW , Augmented Reality – AR für Nicht-Programmierer	Lünen	› www.vdmnw.de
06. 04. – 07. 04.	Fogra , Prozesskontrolle im Offsetdruck	München	› www.fogra.org

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



→ XYZ.CH gestaltet alles, was es für ein visuelles Erscheinungsbild braucht. Ob Inserate, Werbung, Logos oder Webseiten – am Anfang steht bei uns die Idee.

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung



Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch

WEITERVERARBEITUNG

BEORDA
Direktwerbung



Couvertieren, Folieren...
ein Fall für uns!

www.beorda.ch

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget im Druckmarkt und im Internet im PDF-Magazin «Druckmarkt impressions».

Telefon +41 44 380 53 03

VERSCHIEDENES

GÜTESIEGEL.



Publikation 2016
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

ZERTIFIZIERTE QUALITÄT.

DRUCKMARKT wurde vom Verband Schweizer Medien mit dem Gütesiegel für das Jahr 2015 ausgezeichnet.

IMPRESSUM

«Druckmarkt» ist ein unabhängiges Magazin und offizielles Mitteilungsorgan von asw, «gib» Zürich, GFZ, IRD und anderer Vereinigungen. Informationen der Verbände oder Organisationen erfolgen in deren redaktioneller Eigenständigkeit und ausserhalb der Verantwortung der «Druckmarkt»-Redaktion. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion dar. Der Verfasser von Beiträgen ist für die inhaltliche Richtigkeit, rechtliche Korrektheit sowie für die Beachtung der Rechte Dritter verantwortlich. Er verpflichtet sich, «Druckmarkt Schweiz» von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die aufgrund seiner Beiträge geltend gemacht werden, freizustellen.

© by Druckmarkt 2016
Alle Informationen unterliegen dem Copyright. Vervielfältigungen gleich welcher Form oder Menge sind nur mit Genehmigung des Verlages und unter Quellenangabe zulässig.

Auflage und Bezug

Druckmarkt Schweiz erscheint im 14. Jahrgang 6 mal pro Jahr in einer Auflage von 3'700 Exemplaren (verbreitete Auflage: 2'473, WEMF beglaubigt 11/2014).
Jahres-Abopreis: 50.00 CHF (Aussland: 75,00 CHF).

Verlag und Herausgeber

DVZ Druckmarkt Verlag
Zürich GmbH
Seefeldstrasse 62, CH-8008 Zürich
T +41 44 380 53 03

Redaktionsbüro Schweiz

Druckmarkt Schweiz
Ansprechpartner Verkauf:
Seefeldstrasse 62, CH-8008 Zürich
Jean-Paul Thalman
thalman@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
M +41 79 405 60 77

Redaktion

Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay
(Chefredaktor)
nico@druckmarkt.com
T +41 44 380 53 04
M +49 160 970 790 73
Ahornweg 20, D-56814 Fankel

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

Druckmarkt im Internet:

www.druckmarkt-schweiz.ch
www.druckmarkt.ch
www.druckmarkt.com

Stefi Thalman



aberdorferstrasse 13 • 8001 zürich • www.stefitalman.ch

Karl Schwegler AG
Druckerei mit Format



*Plakate Offset + Digital
Grossformatdruck bis 130 x 185 cm

Karl Schwegler AG Hagenholzstrasse 65 8050 Zürich
Telefon 044 308 84 11 www.schwegler.com

WIR GEBEN DER BRANCHE EIN **Gesicht!**



In jeder Ausgabe ein Neues. Denn wir analysieren sechs mal jährlich die Markt-Situation anhand von Trends, Meinungen und Ereignissen. Wir lassen Menschen, «Macher» und Manager zu Wort kommen, kommentieren, präsentieren und informieren.

Wenn der Druckmarkt bisher nicht zu Ihnen kam, können Sie dies sofort ändern. Mit einem Abo, das sein Geld wert ist.

Themen auf den Punkt gebracht.

Das Jahresabonnement kostet CHF 50.00 (Inland) beziehungsweise CHF 75.00 (Ausland) inkl. Porto + Versandkosten. Weitere Informationen und Bestellformulare auf unserer Internetseite.

DRUCKMARKT 
Managementmagazin

Druckmarkt • Abo-Service
Postfach 485 • CH-8034 Zürich
Telefon +41 44 380 53 03 • Fax +41 44 - 380 53 01
www.druckmarkt.ch