



WIE WÄR'S DENN MAL MIT AUSMALEN?

TRENDS
DIE WELT IST WIE EIN MALBUCH
Seite 38.

PREMEDIA
WEB-TO-PRINT WIRD PRINT 4.0
Seite 14.

PRINT & FINISHING
FINGER WEG VON DER MASCHINE
Seite 18.

TERMINKALENDER
TERMINE, BILDUNG & EVENTS
Seite 44.



QUARKXPRESS 2016

Love print, live digital



QuarkXPress 2016: Die bessere Alternative für Kreativ-Profis

NEU: PDF, EPS und AI in native editierbare QuarkXPress Elemente umwandeln.

NEU: Interaktive Broschüren, Flipbooks und Content Marketing Artikel ohne wiederkehrende Kosten einfach erstellen und veröffentlichen.

Extrem schnell, stabil und performant. 64-Bit für Mac und PC. KEIN Abonnement!

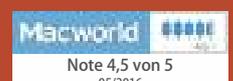
SPEZIAL-ANGEBOT FÜR DRUCKMARKT-LESER

Sparen Sie ganze €100 beim Kauf einer Vollversion oder eines Upgrades auf QuarkXPress 2016! Das Angebot ist auf den Erwerb von kommerziellen Lizenzen beschränkt und nur über den Kundendienst unter Nennung des Codes **DRUCKMARKT2016** erhältlich.

TELEFON +49 (0)40 853 328 54

Nur solange der Vorrat reicht.
Alle Preise netto zzgl. MwSt.

“ Die neuen Möglichkeiten mit QuarkXPress 2016 Objekte und Seiten aus anderen Programmen zu konvertieren, macht diese Version zu einem wichtigen Upgrade für jeden Anwender. Die Fähigkeit, HTML5-basierte Publikationen mit Interaktivität zu exportieren wird moderne Publisher glücklich machen, und die vielen weiteren Verbesserungen machen das schon schnelle und effiziente Programm noch effizienter. ”



Mehr Informationen und kostenlose Testversion unter www.quark.com/2016

TRENDS

QUELL DER FREUDE: AUSMALEN

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 04 Heidelberg: Vorstand neu aufgestellt
- 11 Menschen & Karrieren
- 11 VDM Nord-West stellt sich neu auf

Prepress

- 12 Narrensichere PDF-Prüfung
- 14 Web-to-Print wird Print 4.0

Print & Finishing

- 18 Finger weg von der Maschine!
- 22 Industrielles Drucken braucht Volumen
- 24 Vor und nach dem PDF
- 28 Nachrichten
- 30 Bodenständig und schnörkellos
- 36 28 Meter Hightech-Bogenoffset
- 38 Die Welt ist wie ein Malbuch

Graphic Arts

- 40 Neue Impulse und Wertmassstäbe

Termine, Bildung & Events

- 44 Terminkalender
- 45 Die «Light-Messe» im Südwesten
- 45 Das Desaster von Wien und seine Konsequenzen
- 46 Gmund Naturpapierdrucker 2016 geehrt
- 47 Göttlich, golden, genial
- 48 Digitaldruck-Kongress: von und für Anwender
- 50 Xfair: Print- und Crossmedia-Show
- 52 Herausforderung Kundenzentrierung
- 54 Seminare und sonstige Veranstaltungen

- 55 Business to Business
- 55 Impressum

Das Kritzeln als kreative Nebenerscheinung eines konzentrierten Telefonats ist aus der Mode gekommen. Stattdessen wird ausgemalt. Selbst Manager sollen heute lieber ausmalen, als ein ordentliches Buch zu lesen, wird behauptet. Ausmalen entschleunige, entspanne und fördere die Kreativität.

Doch die unverhoffte Karriere der Malbücher ist nicht nur Quell der Freude. Für alle, die sich Sorgen um die Kultur des Abendlandes machen, die Gesellschaft und die Welt an sich ist es der Anfang vom Ende. «Scheinwirklichkeit!» entrüsten sich engagierte Mitbürger. «Kulturverfall!» toben andere. «Rückzug ins Private!» interpretieren Soziologen den Trend verständnisvoll: Es sei das bewusste Gegengewicht zum digitalen Alltag.

Egal! Der politisch Engagierte wirft den Malbuch-Käufern Feigheit vor. Die seien mit dem echten Leben wohl völlig überfordert. Früher sei man protestierend auf die Strasse gegangen! Aber statt gegen das Digitale zu kämpfen, malen erwachsene Menschen heute Blümchen aus. Und der Bibliophile hat es sowieso kommen sehen. Stumm vor Entsetzen streichelt er den Rücken einer fadengehefteten und schön anzuschauenden Hardcover-Ausgabe der gerade neu erschienenen Luther-Bibel. Er hat es schon gewusst, als die ersten E-Books auf den Markt kamen – und nun ist es passiert: Die Literatur ist am Boden, das Böse hat gesiegt.

Es lässt sich kaum ausmalen: Niemand interessiert sich mehr für Shakespeare oder Schiller. Kulturverfall allenthalben! Helene Fischer statt Beethoven, Malbücher statt van Gogh. Halt, hier irrt er. Denn es gibt längst Malbücher wie «Mein eigener van Gogh», Malbücher mit den Gärten Monets, Kunst von Klimt oder Picasso mit Anleitung. Dort lässt sich auch nachlesen, wer diese Maler waren, welche Bedeutung das Bild hat, wie gross es im Original ist und wann es gemalt wurde. Dem kann man dann das Ausmaldatum hinzufügen. Und in der Anleitung werden die Ausmaltechniken Malfarben und Bunstifte peinlich genau unterschieden.

Damit werden dann Blümchen, Kätzchen und Schlösschen liebevoll koloriert. Millionen Menschen tun das und entspannen so vom digitalen Stress. Aber kaum sind sie fertig mit einem Motiv, wird das Werk mit dem Smartphone fotografiert und das Ergebnis stolz in den sozialen Netzwerken geteilt. Weil viele Ausmaler eben doch nicht ohne das Internet können. Und damit das Ausmalen schneller geht, nutzen sie beim nächsten Mal eine Ausmal-App. Gibt es! Das ist bizarr, das ist krank, das ist das Ende!

Nein, ganz so schlimm ist es auch nicht. Immerhin sind die Malbücher auch Quell der Freude bei Verlagen und Buchhändlern (siehe Seite 38). Und es werden ja nicht nur noch Malbücher gedruckt. Von den anderen Drucksachen und Druckereien berichtet diese Ausgabe.



Wir hoffen aber auch, dass die anstehenden Festtage für Sie eine Quelle der Freude werden.

Ihre Druckmarkt-Redaktion
Klaus-Peter und Julius Nicolay

DREIFACH AUSGEZEICHNET Gleich drei Ricoh-Produkte wurden beim diesjährigen German Design Award im Bereich «Excellent Product Design» mit Auszeichnungen prämiert. Die 360-Grad-Kamera Ricoh Theta S und das Digitaldrucksystem Ricoh Pro 9100 wurden mit der «Winner»-Auszeichnung des begehrten Awards geehrt. Die Inkjet-Endlosdruckplattform Ricoh Pro VC60000 erhielt eine «Special Mention»-Auszeichnung. › www.ricoh.de

WACHSTUMSTEMPO ERHÖHT Die technotrans AG hat ihre Anteile an den Gesellschaften KLH Kältetechnik GmbH (Bad Doberan), KLH Cooling International Pte. Ltd. (Singapur) sowie Taicang KLH Cooling Systems Co. Ltd. (VR China) jeweils um 35% auf nunmehr 100% aufgestockt. Der Umsatz stieg inklusive der zuletzt getätigten Übernahmen um 12,7% auf 103,3 Mio. €. Auf organischer Basis verzeichnete das Unternehmen einen soliden Anstieg in Höhe von 6,1%. Das berichtete Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) sank durch akquisitionsbedingte Sondereffekte um 3,8% auf 6,5 Mio. Euro. Bereinigt um diese einmaligen Mehrbelastungen stieg das EBIT um 8% auf 7,3 Mio. Euro und lag damit innerhalb der Prognose für das Gesamtjahr. technotrans bekräftigte zugleich die organischen Wachstumsziele. › www.technotrans.de

ZWEI JAHRE IN DEUTSCHLAND Asia Pulp and Paper (APP) hat seit 2014 ein eigenes Vertriebsbüro im rheinländischen Langenfeld. Ein wichtiger Schritt, da der deutsche Markt eine zentrale Bedeutung im Papier- und Verpackungssegment hat. In den vergangenen zwei Jahren ist es dem Papier- und Zellstoffproduzenten nach eigenen Angaben gelungen, sich schrittweise auf dem hiesigen Markt zu etablieren. › www.asiapulppaper.com

VERTRIEBSPARTNER FÜR BENELUX Siegwerk hat AtéCé Graphic Products zum exklusiven Vertriebspartner für seine UV- und LED-UV-Farben sowie die K-Supply-Farben für Komoris H-UV-System in den Niederlanden ernannt. AtéCé vertreibt Offsetplatten, Druckfarben, Beschichtungen, Drucktücher sowie Reinigungstücher in den Benelux-Staaten. › www.siegwerk.com

AKQUISITION ABGESCHLOSSEN Klöckner Pentaplast hat durch Übernahme von Farmamak seine Position im Bereich Hartfolien und Verpackungslösungen ausgebaut. Farmamak zählt zu den führenden Hartfolienanbietern in der Türkei und angrenzenden Regionen. Die neue Tochtergesellschaft mit Sitz in Gebze, Türkei, hat rund 230 Mitarbeiter und erzielt einen Jahresumsatz von ca. 47 Mio. Euro. › www.kpfilms.com

HEIDELBERG VORSTAND NEU AUFGESTELLT

Der Aufsichtsrat der Heidelberger Druckmaschinen AG hat mit der Bestellung eines neuen Vorstands das Unternehmen schon zum 14. November 2016 neu aufgestellt.



Dass der bisherige Vorstandsvorsitzende **Dr. Gerold Linzbach** Heidelberg nach etwa vier Jahren auf eigenen Wunsch verlassen wird, war schon seit einiger Zeit bekannt und war für den Sommer nächsten Jahres erwartet worden. Dass der Wechsel in der Vorstandsetage aber so schnell vollzogen wird, überrascht schon ein wenig.

Zum 14. November wurde Rainer Hundsdörfer zum Vorstandsvorsitzenden bestellt und Dr. Ulrich Hermann als ordentliches Vorstandsmitglied in das Unternehmen berufen.

Überraschend auch, dass der bisherige Vorstand **Harald**



Weimer, verantwortlich für das Segment Heidelberg Services, sein Amt am 13. November 2016 niederlegte und den Übergang noch bis zum 31. März 2017 begleiten wird.



Im Vorstand verbleiben **Dirk Kaliebe** als Finanzvorstand und der für Equipment verantwortliche **Stephan Plenz**, dessen Vertrag turnusgemäß um drei Jahre verlängert wurde.

Somit setzt sich der Vorstand der Heidelberger Druckmaschinen AG seit dem 14. November 2016 aus Rainer Hundsdörfer, Vorsitzender des Vorstands, Dirk Kaliebe, Stephan Plenz und Dr. Ulrich Hermann zusammen.



Der Industrieexperte **Rainer Hundsdörfer** trug bisher unternehmerische Verantwortung in verschiedenen Unternehmen. Der Diplom-Wirtschaftsingenieur begann seine berufliche Laufbahn bei Trumpf in Ditzingen, zuletzt war er Vorsitzender der Geschäftsführung bei ebm-papst, einem Hersteller von Ventilatoren und Motoren.

Mit dem Fokus auf den Ausbau digitaler Geschäftsmodelle bei Heidelberg wurde



Dr. Ulrich Hermann als Mitglied des Vorstands berufen. Bis zuletzt war er Vorsitzender der Geschäftsführung der Wolters Kluwer Germany Holding. Zuvor verantwortete er die Geschäftsführung des Süddeutschen Verlags Hüthig Fachinformation. Nach seinem Abschluss zum Diplom-Ingenieur Maschinenbau promovierte er 1996 in St. Gallen zum Doktor der Betriebswirtschaftslehre und startete seine Laufbahn 1997 bei Bertelsmann.

Koenig & Bauer-Gruppe ZWEISTELLIGES WACHSTUM

Mit einem guten 3. Quartal ist die Koenig & Bauer-Gruppe ihren Zielen für 2016 näher gekommen. Wie KBA mitteilt, ist der Auftragseingang nach neun Monaten mit 869,8 Mio. € um 1,2% höher als im Vorjahr. Die Neubestellungen übertrafen den auf 831,4 Mio. € gestiegenen Konzernumsatz um mehr als 38 Mio. € oder 22,3%. Mit 613,3 Mio. € lag der Auftragsbestand Ende September um 2,7% über dem Vorjahr und sichert die Auslastung der Werke bis ins Frühjahr 2017.

«Mit der Ergebnissteigerung auf 39,2 Millionen Euro konnten wir die Werte des Vorjahres deutlich übertreffen. Alle Segmente haben mit positiven Quartals- und Neunmonatsergebnissen dazu beigetragen», sagt der



Vorstandsvorsitzende **Claus Bolza-Schümann**. Vor allem der im 3. Quartal gestiegene Gewinn bei Sheetfed und der positive Ergebnisbeitrag des Segments Digital & Web hätten die Ertragslage im Konzern gestärkt.

Die positive Geschäftsentwicklung hat den Vorstand veranlasst, die schon im Halbjahresbericht nach oben korrigierte Ergebnisprognose für das Geschäftsjahr 2016 nochmals anzuheben. Bei einem Konzernumsatz zwischen 1,1 und 1,2 Mrd. € hält das Management nunmehr eine Rendite von bis zu 5% für erreichbar.

› www.kba.com

305.000 Tonnen SC-Papier

UPM REDUZIERT PRODUKTIONSKAPAZITÄTEN IN DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH

Wenn UPM mitteilt, der Papierkonzern plane eine dauerhafte Kapazitätsreduzierung, ist davon auszugehen, dass es mehr als ein Plan ist. Üblicherweise ist eine solche Mitteilung bereits verbindlich. So war es im Laufe dieses Jahres bereits beim Verkauf des Werks Schwedt, wobei die jährliche Produktion von 282.000 Tonnen Zeitungsdruckpapier im 3. Quartal 2017 eingestellt wird. Jetzt sollen Magazinpapiere (SC-Papier) in Europa um weitere 305.000 Tonnen reduziert werden. Dazu will UPM in Österreich bei UPM Steyrmühl die Papiermaschine 3 und in Augsburg die SC Papiermaschine 2 möglicherweise noch im November stilllegen.

Durch die Massnahmen will UPM jährliche Kosten von rund 30 Mio. € sparen. In den Werken soll die Papierproduktion auf den verbleibenden Maschinen fortgesetzt werden. Dieser Plan hat Auswirkungen auf etwa 150 Personen in Augsburg und 125 Personen am Standort Steyrmühl.

«Wie in den anderen Bereichen ist während der letzten Jahre auch die Nachfrage nach SC-Papieren zurückgegangen. Es wird erwartet, dass sich dieser Rückgang fortsetzen wird. Wir sind gezwungen, unsere Geschäftstätigkeiten an die veränderten Marktbedingungen anzupassen», sagt Winfried Schaur, Executive Vice President, UPM Paper ENA. Aufgrund dieser Marktentwicklung habe UPM eine Analyse der Anlagen in Bezug auf deren Wettbewerbsfähigkeit durchgeführt. Wegen ihrer Dimension, ihres technischen Alters und des geringen Einsparpotenzials seien die genannten Papiermaschinen in Steyrmühl und Augsburg die am wenigsten wettbewerbsfähigen SC-Papiermaschinen innerhalb des Konzerns, teilt UPM mit.

> www.upm.com

Laudert-Studios

FOTOGRAFIE IN PRINT-KOMMUNIKATION

Im Mai 2014 eröffnete Laudert mit der Inhouse-Unit beim Versandhaus Walz ein eigenes Fotostudio im Süden Deutschlands. Wo bisher ausschliesslich Produktaufnahmen für Kataloge der Walz-Gruppe entstanden, werden zukünftig auch Ressourcen für weitere Fotografie-Kunden vorhanden sein. «Wir stellen fest, dass die Expertise aus Fotografie und kreativer Bildbearbeitung in der Produktkommunikation immer weiter verschmilzt», sagt der geschäftsführender Gesellschafter Andreas Rosing. Mit den drei Laudert-Studios in Hamburg, Vreden und Bad Waldsee, die allesamt weiter ausgebaut werden, verfügt das Unternehmen jetzt über eine deutschlandweite Infrastruktur. Um das wachsende Auftragsvolumen insbesondere aus der Mode-Branche, zu bedienen, verfügt Laudert bereits heute über 35 Foto-Sets.

> www.laudert-studios.de

Innovationsstudie

NACHHALTIGES ENGAGEMENT

Die im Auftrag des Spezialchemiekonzerns Altana vom Institut Forsa durchgeführte Studie «Industrie-Innovationsindex» belegt den Zusammenhang von Nachhaltigkeit und Innovationsfähigkeit: Demnach weisen Unternehmen, die sich wirtschaftlich, gesellschaftlich und in Umweltaspekten nachhaltig engagieren, eine überdurchschnittlich hohe Innovationskraft auf. Viele Unternehmen schöpfen das Potenzial nachhaltiger Massnahmen laut Studie jedoch nicht aus. Ein weiterer grundlegender Faktor für die Fähigkeit, Nachhaltigkeit voranzutreiben, sei die Sensibilisierung der Mitarbeiter. Dabei halten rund drei Viertel der befragten Berufseinsteiger Ressourcenschutz und gesellschaftliches Engagement für so wichtig, dass sie diese Kriterien laut Studie sogar bei der Arbeitgeberwahl zugrunde legen.

> www.altana.de

Papierindustrie

RECYCLING-QUOTE AUF REKORDHOCH

Nie zuvor war die Recycling-Quote von Papier in Europa so hoch wie im Jahr 2015. 71,5% des in Europa genutzten Papiers wurden wieder aufbereitet. Gegenüber 2014 stieg die Recycling-Quote zwar nur um 0,1% auf das neue Rekordhoch, gegenüber 1991 ist es dennoch ein gewaltiger Anstieg. Damals lag die Recycling-Quote in Europa gerade einmal bei 40%. Die Zahlen, die der Verband der Europäischen Papierindustrie CEPI präsentierte, sind vor allem im internationalen Vergleich beachtlich. In Nordamerika liegt der Recycling-Anteil bei knapp über 60%, in Asien erst bei rund 50%.

Bei Verpackungsmaterialien schneiden Papier und Karton noch besser ab. 81,4% der Verpackungen aus Papier oder Karton werden wiederverwertet. Bei Stahl sind es nur 76%, bei Glas 73% und bei Aluminium gar nur 71%.

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

www.mkwgmbh.de

MKW

**Graphische
Maschinen**

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

HIDDEN CHAMPION Flyeralarm ist als Hidden Champion in der Kategorie «Change» beim n-tv Mittelstandspreises ausgezeichnet worden. Der Nachrichtensender vergab gemeinsam mit dem Bundesverband der mittelständischen Wirtschaft Preise in fünf Kategorien an Unternehmen, die zum Erfolg der deutschen Wirtschaft beitragen. Die Jury attestierte Flyeralarm die Revolution einer ganzen Branche. › www.flyeralarm.com

WIRTSCHAFTSPREIS swissQprint erhielt den 23. «Preis der Rheintaler Wirtschaft». Mit dieser Auszeichnung würdigt das Rheintaler Wirtschaftsforum herausragende Persönlichkeiten oder Körperschaften. Die Jury zeichnete swissQprint auch für die Funktion als Botschafter für die Region aus. Die swissQprint-Gründer Reto Eicher, Roland Fetting und Hansjörg Untersander nahmen den Preis am 11. November entgegen. Vor neun Jahren haben sie swissQprint aus der Taufe gehoben. Heute beschäftigt das Unternehmen über 70 Mitarbeiter und ist weltweit aktiv. › www.swissqprint.com

SCHREINER JUBILÄUMSJAHR Anlässlich des 65-jährigen Firmenjubiläums läutete die Schreiner Group ihr Jubiläumsjahr ein. Am 1. Oktober 1951 gegründet, hat sich die Spezialdruckerei zu einem internationalen Hightech-Unternehmen für Funktionsetiketten entwickelt. Den erfolgreichen Weg feiert die Schreiner Group mit einer Reihe interner und externer Aktionen. Am 17./18. Februar 2017 öffnet das Unternehmen seine Tore für Kunden, Mitarbeiter und ihre Familien, Medien und alle Interessierten beim «Tag der offenen Tür». › www.schreiner-group.com

VERGRÖSSERTES NETZWERK Mit Asia Pulp and Paper (APP), Kotkamills Oy und Epple Druckfarben begrüsst der Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI) drei neue assoziierte Mitglieder. › www.ffi.de

BERBERICH KAUFZU Berberich Papier erweitert sein Österreichgeschäft und übernimmt die Bereiche Print und Office von der Igepa Austria. Seit 1. November 2016 wird der zweite Standort in Brunn am Gebirge betrieben. «Die Akquisition passt perfekt in unser Portfolio, da wir künftig auch Kunden bedienen können, die bisher logistisch für uns nicht erreichbar waren», sagt Heinz König, Geschäftsführer der Carl Berberich GmbH.

DEUTSCHLAND-NIEDERLASSUNG swissQprint und Sihl Direct lösen zum 1. April 2017 die Vertriebspartnerschaft einvernehmlich auf. Eine swissQprint-Tochter betreut ab dann den deutschen Markt. Jetzt hat swissQprint erste Fakten bekannt gegeben. Designer Geschäftsführer ist Wolfgang Tropartz, bisher Vertriebsleiter bei Sihl Direct. Zukünftiger Leiter Technischer Service ist Frank Krott. Beide haben sich zum Ziel gesetzt, den Wechsel für die Kundschaft reibungslos zu gestalten. › www.swissqprint.com

Self-Publishing

UMFRAGE UNTER BUCHHÄNDLERN

Der stationäre Buchhandel ist offen für Self-Publishing-Titel – vor allem bei Regionalliteratur. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage der Self-Publishing-Plattform BoD in Zusammenarbeit mit dem buchreport.

Voraussetzungen für mehr Präsenz in Buchhandlungen sind aus Sicht der Sortimentler ein professionell erstelltes Buch und die Anbindung der Titel über das Barsortiment. Hohes Potenzial sehen 56% der befragten Buchhändler bei Titeln mit regionalem Bezug. Bei anderen erfolgreichen Genres wie Fantasy (21%), Krimi/Thriller (21%), Ratgeber/Erfahrungsberichte (20%) und Liebesromanen (19%) zeigen sich die Befragten zurückhaltender bei der Einschätzung des Potenzials.

Insgesamt führen aber bereits 49% der teilnehmenden Buchhändler Self-Publishing-Titel in ihrem Sortiment. Jeder vierte Sortimentler berichtet, dass sich Kunden nach selbst verlegten Büchern erkundigen. Die grosse Mehrheit von 98% der befragten Buchhändler bestellen auf Kundenwunsch Self-Publishing-Titel. 22% würden sogar direkt beim Autor bestellen.

Für mehr Präsenz von Self-Publishing-Titeln im stationären Buchhandel sehen Buchhändler noch Verbesserungspotenzial bei den Verkaufskonditionen sowie bei der gestalterischen und inhaltlichen Qualität der Bücher.

› www.bod.de

Wurzel Mediengruppe

WEITERE DRUCKEREI ÜBERNOMMEN

Erst vor wenigen Wochen hat die Wurzel Mediengruppe mit Sitz in Waiblingen die Druckerei Walter Wirtz in Speyer übernommen. Jetzt kommt mit der Übernahme der Druckerei Schefenacker GmbH in Deizisau mit Wirkung zum 1. Oktober ein weiteres Unternehmen zur Mediengruppe dazu. Alle 14 Arbeitsplätze sollen erhalten bleiben. «Wir wollen uns bei Katalogen, insbesondere bei Kunst- und Auktionskatalogen, weiter verstärken. Schefenacker hat in diesem Bereich nicht nur einen hervorragenden Ruf, sondern verfügt auch über sehr gute Kundenkontakte – nicht nur in Deutschland, sondern auch in der Schweiz», erklärt



Heinz Wurzel, Inhaber der Wurzel Mediengruppe.

Der Betrieb soll unter dem Namen Schefenacker Medien GmbH weitergeführt werden. Till Wacker, Enkel des Firmengründers, bleibt dem Unternehmen als Geschäftsführer erhalten und leitet zusammen mit Heinz Wurzel die Geschäfte. Die Druckerei Schefenacker wurde Ende der 1950er Jahre von Erwin Schefenacker gegründet und hat sich auf die Herstellung von Katalogen spezialisiert. Aber auch Geschäftsberichte, Plakate, Flyer, Prospekte und Poster werden von Schefenacker gedruckt.

› www.w-mg.com

Konica Minolta

DIGITAL IMAGING SQUARE ERÖFFNET

In der Europa- und Deutschlandzentrale in Langenhagen hat Konica Minolta den Digital Imaging Square eröffnet. Damit will Konica Minolta sein Engagement im professionellen sowie industriellen Druckmarkt unterstreichen. Im neuen «Center of Excellence» können Kunden Systeme und Lösungen in Live-Demonstrationen erleben und auch selbst Hand anlegen.

Auf ca. 550 m² werden im DIS rund 20 Systeme und mehrere komplette Workflows präsentiert. Im «Light Production» Showroom finden sich neben Grossformat-Druckern die Einstiegssysteme in den Produktionsmarkt. Die bizhub Press Produktreihe bildet das Herzstück der «Mid-Production» Ausstellung und im «Industrial Print» Showroom werden das bizhub Press C71cf Etikettenfarbdrucksystem, die Accurio-Jet KM-1 UV-Inkjet-Bogen-druckmaschine für das B2+ Format sowie Systeme von MGI gezeigt.

Anhand kompletter Workflows werden integrierte Lösungen für den Etikettendruck, den Produktions- und Industriedruck sowie den Grossformatdruck gezeigt. Zu den hier präsentierten Highlights der Konica Minolta Produktpalette gehören auch Partnerprodukte sowie Lösungen weiterer wichtiger Anbieter wie EFI, KIP und Möglichkeiten der Weiterverarbeitung von Plockmatic, Watkiss und SDD.

› www.konicaminolta.de



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

SPEED IST NICHT ALLES

Natürlich erwarten Sie von Ihrem Produktionsequipment Höchstleistungen. Dazu gehört aber mehr als Geschwindigkeit. Wenn die 20 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association zusammengeschlossen haben, jährlich die besten Produkte aus Software, digitalem Druck, Finishing und Consumables mit den begehrten **EDP Awards** auszeichnen, zählen außerdem Kriterien wie Qualität, Benutzerfreundlichkeit und niedrige Produktionskosten für die Anwender. Deswegen bieten die EDP Awards Orientierung und unterstützen Sie bei Ihren Kaufentscheidungen.

www.edp-awards.org

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.



Charity Creative Kalender
WOHLTÄTIGKEIT TRIFFT GRAFIKDESIGN

Wie können Talente aussehen? Unter diesem Thema initiierte cewe-print.de in diesem Jahr zugunsten der SOS-Kinderdörfer den Charity Creative Award. Grafikdesigner in ganz Deutschland gestalteten von April bis Juli die unterschiedlichsten Plakatentwürfe, welche die Schönheit von Talenten zei-



Bestellbar ist der Wandkalender im DIN A3 Querformat (42,0 x 29,7 cm) mit Spiralbindung direkt bei cewe-print.de zu einem Preis von 21,99 €.

gen. Insgesamt gingen über 400 Motive bei der hochkarätigen Jury ein. Die zwölf besten Grafikgestaltungen wurden nun im Charity Creative Kalender 2017 zusammengestellt. Die zwölf verzaubernden Gewinnermotive zum Thema Talent wurden von Grafikdesignern, Illustratoren und Werbeagenturen aus ganz Deutschland eingereicht.

Ob als Zeichen der Wertschätzung für eine langjährige Geschäftsbeziehung oder um jemanden eine Freude zu machen: Mit seinen kreativen und liebevoll gestalteten Motiven ist der Kalender ein ganz besonderes Designstück. Und das Beste: Der Grossteil der Verkaufserlöse geht direkt an die SOS-Kinderdörfer Global Partner.

> www.cewe.de

> www.sos-kinderdoerfer-karten.de

Entgelttransparenzgesetz
BÜROKRATIE OHNE NUTZEN

Derzeit arbeitet die Bundesregierung an einem Entgelttransparenzgesetz, das Entgeltunterschiede zwischen Frauen und Männern beheben soll. Ein jüngst vorgelegter Referentenentwurf sorgt aus Sicht des bvdM für neue Bürokratie, ohne die wahren Ursachen der Entgeltunterschiede zu beseitigen.

«Es ist zu begrüßen, dass der neue Entwurf den Stellenwert von Tarifverträgen bei der Festlegung einer fairen und transparenten Bezahlung anerkennt», betont



Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdM. «Tarifverträge orientieren sich an objektiven Kriterien und differenzieren nicht zwischen Frauen und Männern.»

Auch wenn dieser Entwurf gegenüber früheren zumindest punktuelle Erleichterungen, zum Beispiel für kleinere Betriebe, vorsieht, werden die neuen Prüfverfahren und Berichtspflichten für zusätzliche Bürokratie sorgen und auch den Betrieben aufgebürdet. Statt sich der gesellschaftlichen Ursachen zu widmen, schiebt das Ministerium die Schuld den Arbeitgebern zu. «Das Gesetz wird allenfalls zur Einkommensverbesserung von Genderforschern, Gutachtern und Kommissionen beitragen», kritisiert Dr. Paul Albert Deimel.

Im Sinne einer modernen Gleichstellungspolitik sollten Frauen vielmehr ermutigt werden, technische Berufe zu wählen und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch den Ausbau der Kinderbetreuung verbessert werden. > www.bvdM-online.de

OE-A
POSITIVER AUSBLICK FÜR 2017

In der Branche der organischen und gedruckten Elektronik stehen die Zeichen weiter auf Wachstum. Nach der aktuellen Geschäftsklimaumfrage der OE-A (Organic and Printed Electronics Association) erwarten drei Viertel der Befragten, dass sich die Branche im kommenden Jahr weiter positiv entwickeln wird. Mit einem erwarteten Umsatzwachstum von 10% wird 2016 ein sehr erfolgreiches Jahr für die OE-A Mitglieder. Und der positive Trend hält an. Für 2017 erwarten die Firmen ein Umsatzwachstum von 17%. Die positiven Umsatzaussichten für 2017 spiegeln sich auch in Aussagen zum Ausbau der Produktion wider. Fast ein Drittel der Unternehmen will die Investitionen in die Produktion erhöhen und Forschung und Entwicklung weiter ausbauen. Zudem wollen 31% der Unternehmen weitere Mitarbeiter einstellen.

> www.oe-a.org

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

Treffpunkt Technik
DRUCKPRODUKTION VON MORGEN

Am 6. und 7. Oktober tagte zum vierten Mal der Treffpunkt Technik des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdM). In Fachgremien des Dachverbandes sowie in dem offenen Forum Innovation diskutierten Experten die Techniken, Prozesse, Geschäftsfelder und Kundeninteressen von morgen.

Strategieentwicklung stand im Mittelpunkt des Forum Innovation. Von Experten präsentiert und im Forum mit rund 100 Teilnehmern diskutiert wurden Technologietrends, künftige Geschäftsfelder, optimale Formen der Zusammenarbeit mit Auftraggebern und Zulieferern sowie die Potenziale von Print 4.0. Deutlich wurde: Auf allen Ebenen gibt es gewaltige Entwicklungsmöglichkeiten und der bvdM wird die Themen weiter vorantreiben. In den traditionellen Gremiensitzungen standen konkrete praxisorientierte Themen auf der Tagesordnung. Dazu gehörten die Dimensionsveränderung von Papieren im Offsetdruck, die objektive Bewertung von Softproofs auf Farbbrichtigkeit, die Möglichkeiten und Grenzen der UV-Härtung, der Kompetenzausbau für Digitalmedien, die Investitionssicherheit beim Maschinenkauf, Steigerungen der Energieeffizienz sowie der Umgang mit der Umweltgesetzgebung. Erarbeitet wurden praxisnahe Lösungen und Positionen, die der bvdM gegenüber dem Gesetzgeber, der Zulieferindustrie und anderen Interessengruppen vertreten wird. Der nächste Treffpunkt Technik findet am 19./20. Oktober 2017 in Berlin statt. > www.bvdM-online.de

Wurzel Mediengruppe
PRODUKTIONSSTANDORT IN INGOLSTADT

Die Wurzel Mediengruppe mit Sitz in Waiblingen hat jetzt auch einen Produktionsstandort in Bayern. Mit einem Tag der offenen Tür wurde vor Kurzem in Ingolstadt eine eigene Niederlassung feierlich eröffnet. In Ingolstadt sollen vor allem Virtual Reality-Lösungen umgesetzt werden.



Dieser Audi A8 wurde am Computer fotorealistisch erzeugt.

«Wir sind Spezialisten im Bereich der Neuen Medien wie der Virtual Reality. Dafür gibt es insbesondere in der Automobilindustrie eine grosse Nachfrage. Durch unsere Expertise und die Kundennähe versprechen wir uns grosse Wachstumschancen», erklärt Heinz Wurzel, Inhaber der Wurzel Mediengruppe. Der Grund: Mit den neuen Techniken können die Automobilkonzerne zig Millionen an Entwicklungskosten sparen. Normalerweise muss man für die Entwicklung eines neuen Modells Hunderte von Prototypen bauen. Deshalb haben sich mehrere Automobilhersteller zum Ziel gesetzt, bis im Jahr 2020 prototypenlos zu entwickeln. Das funktioniert nur mit dem Einsatz virtueller Techniken. Und die Mitarbeiter der Wurzel Mediengruppe sind dafür die Experten.

Ingolstadt ist der sechste Standort der Wurzel Mediengruppe.

> www.w-mg.com

ADD
MORE **PROFIT**
TO YOUR
DAY

Gemeinsam steigern wir Ihr Ergebnis!

Innovationen im Druck haben bei KBA seit 200 Jahren Tradition. Deshalb sind wir in vielen Märkten führend. Neben unserer leistungsfähigen Technik nutzen wir den digitalen Wandel für gewinnbringende Empfehlungen und Services. Mit KBA 4.0. fördern wir Ihre Performance und Ihr Ergebnis.
Add more profit to your day. **ADD MORE KBA TO YOUR DAY.**



Ein Unternehmen der KBA-Group
8181 Höri/Zürich, Tel. 044 872 33 00
info@printassist.ch, www.kba.com



Konjunkturtelegramm November

**STIMMUNG UNTER VORJAHRESNIVEAU
PREISENTWICKLUNG POSTIV**



Bildquelle: www.123rf.com

Die Stimmung in der Druck- und Medienwirtschaft hat sich im November 2016 gegenüber dem Vormonat eingetrübt. Die Druckunternehmen beurteilten die aktuelle Geschäftslage schlechter als im Vorjahr. Gleichzeitig blicken sie skeptischer in die Zukunft und revidierten ihre Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate.

Die Eintrübung dürfte auf die Auftragslage zurückzuführen sein. Die Druckereien waren zum einen vergleichsweise unzufrieden mit dem Auftragsbestand im Oktober 2016. Zum anderen beurteilten die Unternehmen ihre derzeitigen Auftragsbestände deutlich negativer als im Vormonat und Vorjahr. Dies dürfte auch die erwartete Entwicklung der Produktionstätigkeit und damit auch die allgemeinen Geschäftslageerwartungen beeinflusst haben. Die positive Beurteilung der Preisentwicklung für eigene Erzeugnisse schien auf die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage hingegen kaum ausgestrahlt zu haben. > www.bvdm-online.de

MEHR PALETTENPLÄTZE Das Produktsortiment von Sprintis wächst. Zurzeit bietet der Würzburger Fachgroßhändler für Druckerei- und Werbebedarf etwa 3.000 Produkte. Jetzt investierte Sprintis 750.000 € in den Ausbau der Palettenplätze von 4.000 auf 6.000. > www.sprintis.de

30 JAHRE IN DEUTSCHLAND Kyocera Document Solutions wird in Deutschland 30 Jahre alt. Das Unternehmen startete in Deutschland mit fünf Mitarbeitern, heute sind es über 230 Personen. Während in der Vergangenheit vor allem Drucker und Kopierer die Eckpfeiler bei Kyocera bildeten, geht die Entwicklung heute immer mehr in Richtung digitaler Arbeitsprozesse und um die Philosophie, Arbeitsprozesse so effizient, einfach und ressourcenschonend wie möglich zu gestalten. > www.kyocera.de

Preisverleihung

**BAYERISCHER
PRINTMEDIENPREIS**

Vor rund 400 Gästen wurden am 27. Oktober 2016 auf Schloss Nymphenburg die Gewinner des Bayerischen Printmedienpreises 2016 geehrt. In den Kategorien Technik, Unternehmen und Innovation wurde hierzu die Nike vergeben. Zudem erhielt Dr. Hermann Balle den Ehrenpreis des Bayerischen Ministerpräsidenten.

Zunächst wurde der Unternehmerpreis von Regine Sixt, Sixt SE, an Cornelia Pinsker überreicht. Das Kundenmagazin «Schwarze Kunst» der Pinsker Druck und Medien GmbH hatte die Jury überzeugt. Mit «Schwarze Kunst» investiere Pinsker Druck auf sehr hohem Niveau in die Kundenkommunikation, was für ein mittelständisches Unternehmen ungewöhnlich sei, aber von beispielhaftem unternehmerischen Handeln zeuge.

Für herausragende Leistungen in der Kategorie Technik wurde Erik Kurtz für die Kösel GmbH & Co. KG von Christiane Wolff, Serviceplan Gruppe, geehrt. Das «TGM Programm 2016 – Landschaft mit Flattersatz» sei ein herausragendes Beispiel dafür, wie Kösel manuelle Herstellungsverfahren maschinell umsetze und dabei höchste Qualität erziele. Der Innovationspreis schließlich ging an Peter Turi für sein Projekt «Turi2 Edition – Werbung». Turi2 sei eine Liebeserklärung an die eigene Branche. Dies aber nicht nostalgisch, träumerisch, sondern vielmehr mit hohem unternehmerischen und wirtschaftlichen Anspruch.

> www.bayerischer-printmedienpreis.de

Messe Düsseldorf

**NEUBAU DES SÜDLICHEN EINGANGSBEREICHS
UND DER MESSEHALLE 1**

Aufsichtsrat und Gesellschafter der Messe Düsseldorf GmbH haben den Planungen zum kompletten Neubau des Eingang Süd und der Messehalle 1 zugestimmt. Das Investitionsvolumen für diesen südlichen Bereich beträgt 140 Mio. €. Insgesamt wird die Messe Düsseldorf bis 2030 rund 636 Mio. € in das Gelände investieren. Beginnen werden die Arbeiten nach der interpack im Mai 2017 und sollen im Sommer 2019 abgeschlossen sein. Realisiert wird der Entwurf des Düsseldorfer Büros slapa oberholz pszczulny architekten.

> www.messe-duesseldorf.de



Mit dem neuen Eingang Süd wird die Messe Düsseldorf einen modernen Auftritt direkt am Rheinufer mit Blick auf die Stadt schaffen. Ein 7.800 m² grosses und etwa 20 m hohes, transluzentes beleuchtetes Vordach heisst Messe- und Kongressbesucher willkommen. Die neue Halle 1 entspricht mit 158 m Länge, 77 m Breite und mehr als 12.000 m² Fläche in etwa den Hallen 8 a und b.

Heidelberg

**NEUES ENTWICK-
LUNGSZENTRUM**

Gemeinsam mit der baden-württembergischen Ministerin für Wissenschaft, Forschung und Kunst, Theresia Bauer, hat die Heidelberger Druckmaschinen AG den offiziellen Startschuss für das neue Entwicklungszentrum in Wiesloch-Walldorf gegeben. Hier wird bis zum Jahr 2018 für 50 Mio. € für rund

1.000 Arbeitsplätze die modernste Forschungsstätte für die Druckindustrie entstehen. «Wir haben uns bewusst für Baden-Württemberg entschieden, weil wir hier ein exzellentes Umfeld vorfinden und auf hoch qualifizierte Fachkräfte zurückgreifen können», betont Rainer Hundsdoerfer, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg. «In Wiesloch-Walldorf wird eine zukunftsorientierte Arbeits-



Ministerin Theresia Bauer und Heidelberg-CEO Hundsdoerfer geben den Startschuss für das neue Entwicklungszentrum in Wiesloch-Walldorf. Ganz links Frank Kropp, Entwicklungsleiter, neben Stephan Plenz, Vorstand Equipment.

umgebung entstehen, die interdisziplinäre und bereichsübergreifende Entwicklungsprozesse fördert.»

> www.heidelberg.com

MENSCHEN & KARRIEREN



Nach fast 40 Jahren im Vertrieb von Frischfaserkarton für Faltschachtelverpackungen und Flüssigkeitsbehälter verabschiedet sich **Manfred Aumann**, Director for Business Relation & Market Support bei Metsä Board, zum Jahresende in den Ruhestand. Metsä Board bedankt sich bei Aumann für sein 24 Jahre langes Engagement im Unternehmen und wünscht ihm für seinen weiteren Lebensweg alles Gute sowie ein erfülltes Leben im Ruhestand. • **Dr. Horst Steppat** hat am 1. Oktober die Geschäftsführung der Herzog+Heymann in Bielefeld übernommen. Er folgt damit auf Dirk Stühmeier, der das Unternehmen mehr als fünf Jahre lang geleitet hat und dem Unternehmen als Projektleiter weiterhin zur Verfügung steht. • Das



Deutsche Verpackungsinstitut (dvi) erweitert sein Führungsteam. Das 1990 gegründete Netzwerk der Verpackungswirtschaft wird künftig von einer Doppelspitze geführt. Dazu übernimmt **Kim Cheng** eine neu geschaffene Position in der Geschäftsführung an der Seite von Winfried Batzke. • Der Dresdner Maschinenhersteller KAMA verstärkt seine Vertriebsaktivitäten in Fernost und benennt den branchenerfahrenen **Job van Hasselt** zum Gebietsmanager für Südostasien, Pazifik und Japan. Van Hasselt bringt über 30 Jahre Expertise im Printbusiness speziell für die asiatischen Märkte mit, unter anderem aus Senior Managementpositionen bei Bobst und manroland. • **Dr. Martin Schirmbacher**, Fachanwalt für IT-Recht bei der Berliner Kanzlei Härting Rechtsanwälte, ist seit September



2016 als juristische Unterstützung für die Mitglieder der Initiative Online Print e. V. tätig. Er wird an den Sitzungen der Initiative teilnehmen und den Mitgliedern bei Fragen zu rechtlichen Themen mit seiner Expertise beratend zur Seite stehen. • Im Zuge der Neuausrichtung der Kern GmbH wurden Umstrukturierungen im Vertrieb vorgenommen. Ab sofort ist **Jens Döp-**



per als Vertriebsbeauftragter für den süddeutschen Raum tätig. **Sybille Stöckle-Luschtz**, seit 2011 als Produktmanagerin bei Kern tätig, übernahm zum 1. September 2016 die neue Position Leiterin Unternehmensstrategie. Zum 1. September wurde **Elvira Schäfer-Selinger** zur Marketingleiterin der Kern GmbH befördert. • Die Position des Head of Business Sales D/A/CH bei der Epson Deutschland GmbH übernimmt ab sofort **Michael Rabbe**. Er verantwortet die Bereiche Corporate Account, Private and Public Sector sowie den Fachhandelsvertrieb für Epson Businessdruck, -scan und Projektionslösungen.



Sybille Stöckle-Luschtz, seit 2011 als Produktmanagerin bei Kern tätig, übernahm zum 1. September 2016 die neue Position Leiterin Unternehmensstrategie. Zum 1. September wurde **Elvira Schäfer-Selinger** zur Marketingleiterin der Kern GmbH befördert. • Die Position des Head of Business Sales D/A/CH bei der Epson Deutschland GmbH übernimmt ab sofort **Michael Rabbe**. Er verantwortet die Bereiche Corporate Account, Private and Public Sector sowie den Fachhandelsvertrieb für Epson Businessdruck, -scan und Projektionslösungen.



Die Umstrukturierung ist aktuell noch nicht abgeschlossen, aber mit den neuen Aufgabenbereichen und einem neuen Organigramm werden die Weichen für die Zukunft gestellt. Dies bringt einige personelle Veränderungen mit sich: Simone Marhenke, stellvertretende Geschäftsführerin, bisher Leiterin der Akademie und verantwortlich für den Bereich Bildung, verantwortet nun die Leitung Marketing und Vertrieb. Der stellvertretende Geschäftsführer Stefan Höynck, bisher für das Kundenmanagement verantwortlich, hat die Leitung der Technischen Beratung übernommen und ist weiterhin im Vertrieb aktiv. Teresa Kohnen, zuvor verantwortlich für die Campus Managementakademie sowie die Beratung in der Aus- und Weiterbildung, ist jetzt Leiterin Betriebswirtschaftliche Beratung und Management-Qualifizierung. Zusätzlich verstärken neun neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Team: Annabelle Luther ist seit dem 1. Oktober die neue Leiterin der VDM Akademie. Gwendolyn Paul ist seit Mitte September für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes verantwortlich. Jan Prentler erweitert seit September als Vertriebsassistent gemeinsam mit dem Vertriebsprofi Jürgen-Manfred Hubrich (seit 1. November) das Team. Ümit Cebi ist seit dem 1. August Teil des Trainerteams am Standort Lünen und dort für die Beratung und das Training im Bereich Digitale Medien zuständig. Stefanie Schönrock ist seit Mitte August in der Kundenbetreuung und Seminarorganisation in Hamburg tätig, Ramona Schulz übernahm im



VERÄNDERTER MARKT VDM NORD-WEST STELLT SICH NEU AUF

Mit insgesamt neun Neueinstellungen sowie der Neuorganisation der Verbandsstruktur reagiert der größte Landesverband der Druck- und Medienindustrie auf die veränderten Anforderungen des Marktes und seiner Mitglieder.

Als größter Landesverband ist der VDM Nord-West Partner und Dienstleister für Unternehmen der Druck- und Medienindustrie in Nordrhein-Westfalen, Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern. Um den veränderten Anforderungen gerecht zu werden, stellt sich der Landesverband jetzt neu auf: «Die Transformation in der Druckindustrie ist auch für uns eine Herausforderung. Der Markt verändert sich rasant, unsere Dienstleitungen müssen dies auch», sagt Verbands-



geschäftsführer **Oliver Curdt**. «Wir wollen uns klarer positionieren und noch

deutlicher zeigen, was die Marke VDM Nord-West zu bieten hat. Mit der Neustrukturierung setzen wir neue Schwerpunkte und erweitern unsere Kompetenzen.» Die Umstrukturierung ist aktuell noch nicht abgeschlossen, aber mit den neuen Aufgabenbereichen und einem neuen Organigramm werden die Weichen für die Zukunft

gestellt. Dies bringt einige personelle Veränderungen mit sich: Simone Marhenke, stellvertretende Geschäftsführerin, bisher Leiterin der Akademie und verantwortlich für den Bereich Bildung, verantwortet nun die Leitung Marketing und Vertrieb. Der stellvertretende Geschäftsführer Stefan Höynck, bisher für das Kundenmanagement verantwortlich, hat die Leitung der Technischen Beratung übernommen und ist weiterhin im Vertrieb aktiv. Teresa Kohnen, zuvor verantwortlich für die Campus Managementakademie sowie die Beratung in der Aus- und Weiterbildung, ist jetzt Leiterin Betriebswirtschaftliche Beratung und Management-Qualifizierung. Zusätzlich verstärken neun neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Team: Annabelle Luther ist seit dem 1. Oktober die neue Leiterin der VDM Akademie. Gwendolyn Paul ist seit Mitte September für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes verantwortlich. Jan Prentler erweitert seit September als Vertriebsassistent gemeinsam mit dem Vertriebsprofi Jürgen-Manfred Hubrich (seit 1. November) das Team. Ümit Cebi ist seit dem 1. August Teil des Trainerteams am Standort Lünen und dort für die Beratung und das Training im Bereich Digitale Medien zuständig. Stefanie Schönrock ist seit Mitte August in der Kundenbetreuung und Seminarorganisation in Hamburg tätig, Ramona Schulz übernahm im

Oktober die Seminar- und Programmkoordination in Düsseldorf, Eugenia Puttfarcken ist ebenfalls seit dem 1. Oktober für den Verband tätig und unterstützt das juristische BackOffice in Hamburg. Bereits seit Ende 2015 ist Janina Winter als Assistenz der Geschäftsführung beim VDM Nord-West tätig. «Zusammen mit dem Erfahrungsschatz der bestehenden Mitarbeiter schaffen wir mit den Neueinstellungen beste Voraussetzungen, um als strategischer Partner der Unternehmen der Druck- und Medienindustrie wahrgenommen zu werden und den Unternehmen genau das zu bieten, was sie brauchen», ist Oliver Curdt überzeugt. «Der VDM Nord-West liefert Beratungen und Qualifizierungen genauso wie betriebswirtschaftliche, juristische und technische Dienstleistungen am Puls der Zeit. Das ist genau die Unterstützung, die Unternehmen in sich verändernden Märkten benötigen!», fasst Curdt zusammen. «Nur wer sich selber bewegt und weiterentwickelt, kann auf aktuelle Marktveränderungen angemessen reagieren», erläutert Curdt die Beweggründe für die Neuorganisation.

Der stellvertretende Geschäftsführer Stefan Höynck, bisher für das Kundenmanagement verantwortlich, hat die Leitung der Technischen Beratung übernommen und ist weiterhin im Vertrieb aktiv. Teresa Kohnen, zuvor verantwortlich für die Campus Managementakademie sowie die Beratung in der Aus- und Weiterbildung, ist jetzt Leiterin Betriebswirtschaftliche Beratung und Management-Qualifizierung. Zusätzlich verstärken neun neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Team: Annabelle Luther ist seit dem 1. Oktober die neue Leiterin der VDM Akademie. Gwendolyn Paul ist seit Mitte September für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes verantwortlich. Jan Prentler erweitert seit September als Vertriebsassistent gemeinsam mit dem Vertriebsprofi Jürgen-Manfred Hubrich (seit 1. November) das Team. Ümit Cebi ist seit dem 1. August Teil des Trainerteams am Standort Lünen und dort für die Beratung und das Training im Bereich Digitale Medien zuständig. Stefanie Schönrock ist seit Mitte August in der Kundenbetreuung und Seminarorganisation in Hamburg tätig, Ramona Schulz übernahm im

Oktober die Seminar- und Programmkoordination in Düsseldorf, Eugenia Puttfarcken ist ebenfalls seit dem 1. Oktober für den Verband tätig und unterstützt das juristische BackOffice in Hamburg. Bereits seit Ende 2015 ist Janina Winter als Assistenz der Geschäftsführung beim VDM Nord-West tätig. «Zusammen mit dem Erfahrungsschatz der bestehenden Mitarbeiter schaffen wir mit den Neueinstellungen beste Voraussetzungen, um als strategischer Partner der Unternehmen der Druck- und Medienindustrie wahrgenommen zu werden und den Unternehmen genau das zu bieten, was sie brauchen», ist Oliver Curdt überzeugt. «Der VDM Nord-West liefert Beratungen und Qualifizierungen genauso wie betriebswirtschaftliche, juristische und technische Dienstleistungen am Puls der Zeit. Das ist genau die Unterstützung, die Unternehmen in sich verändernden Märkten benötigen!», fasst Curdt zusammen. «Nur wer sich selber bewegt und weiterentwickelt, kann auf aktuelle Marktveränderungen angemessen reagieren», erläutert Curdt die Beweggründe für die Neuorganisation.

Der stellvertretende Geschäftsführer Stefan Höynck, bisher für das Kundenmanagement verantwortlich, hat die Leitung der Technischen Beratung übernommen und ist weiterhin im Vertrieb aktiv. Teresa Kohnen, zuvor verantwortlich für die Campus Managementakademie sowie die Beratung in der Aus- und Weiterbildung, ist jetzt Leiterin Betriebswirtschaftliche Beratung und Management-Qualifizierung. Zusätzlich verstärken neun neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Team: Annabelle Luther ist seit dem 1. Oktober die neue Leiterin der VDM Akademie. Gwendolyn Paul ist seit Mitte September für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes verantwortlich. Jan Prentler erweitert seit September als Vertriebsassistent gemeinsam mit dem Vertriebsprofi Jürgen-Manfred Hubrich (seit 1. November) das Team. Ümit Cebi ist seit dem 1. August Teil des Trainerteams am Standort Lünen und dort für die Beratung und das Training im Bereich Digitale Medien zuständig. Stefanie Schönrock ist seit Mitte August in der Kundenbetreuung und Seminarorganisation in Hamburg tätig, Ramona Schulz übernahm im

Oktober die Seminar- und Programmkoordination in Düsseldorf, Eugenia Puttfarcken ist ebenfalls seit dem 1. Oktober für den Verband tätig und unterstützt das juristische BackOffice in Hamburg. Bereits seit Ende 2015 ist Janina Winter als Assistenz der Geschäftsführung beim VDM Nord-West tätig. «Zusammen mit dem Erfahrungsschatz der bestehenden Mitarbeiter schaffen wir mit den Neueinstellungen beste Voraussetzungen, um als strategischer Partner der Unternehmen der Druck- und Medienindustrie wahrgenommen zu werden und den Unternehmen genau das zu bieten, was sie brauchen», ist Oliver Curdt überzeugt. «Der VDM Nord-West liefert Beratungen und Qualifizierungen genauso wie betriebswirtschaftliche, juristische und technische Dienstleistungen am Puls der Zeit. Das ist genau die Unterstützung, die Unternehmen in sich verändernden Märkten benötigen!», fasst Curdt zusammen. «Nur wer sich selber bewegt und weiterentwickelt, kann auf aktuelle Marktveränderungen angemessen reagieren», erläutert Curdt die Beweggründe für die Neuorganisation.

Oktober die Seminar- und Programmkoordination in Düsseldorf, Eugenia Puttfarcken ist ebenfalls seit dem 1. Oktober für den Verband tätig und unterstützt das juristische BackOffice in Hamburg. Bereits seit Ende 2015 ist Janina Winter als Assistenz der Geschäftsführung beim VDM Nord-West tätig. «Zusammen mit dem Erfahrungsschatz der bestehenden Mitarbeiter schaffen wir mit den Neueinstellungen beste Voraussetzungen, um als strategischer Partner der Unternehmen der Druck- und Medienindustrie wahrgenommen zu werden und den Unternehmen genau das zu bieten, was sie brauchen», ist Oliver Curdt überzeugt. «Der VDM Nord-West liefert Beratungen und Qualifizierungen genauso wie betriebswirtschaftliche, juristische und technische Dienstleistungen am Puls der Zeit. Das ist genau die Unterstützung, die Unternehmen in sich verändernden Märkten benötigen!», fasst Curdt zusammen. «Nur wer sich selber bewegt und weiterentwickelt, kann auf aktuelle Marktveränderungen angemessen reagieren», erläutert Curdt die Beweggründe für die Neuorganisation.

Oktober die Seminar- und Programmkoordination in Düsseldorf, Eugenia Puttfarcken ist ebenfalls seit dem 1. Oktober für den Verband tätig und unterstützt das juristische BackOffice in Hamburg. Bereits seit Ende 2015 ist Janina Winter als Assistenz der Geschäftsführung beim VDM Nord-West tätig. «Zusammen mit dem Erfahrungsschatz der bestehenden Mitarbeiter schaffen wir mit den Neueinstellungen beste Voraussetzungen, um als strategischer Partner der Unternehmen der Druck- und Medienindustrie wahrgenommen zu werden und den Unternehmen genau das zu bieten, was sie brauchen», ist Oliver Curdt überzeugt. «Der VDM Nord-West liefert Beratungen und Qualifizierungen genauso wie betriebswirtschaftliche, juristische und technische Dienstleistungen am Puls der Zeit. Das ist genau die Unterstützung, die Unternehmen in sich verändernden Märkten benötigen!», fasst Curdt zusammen. «Nur wer sich selber bewegt und weiterentwickelt, kann auf aktuelle Marktveränderungen angemessen reagieren», erläutert Curdt die Beweggründe für die Neuorganisation.

› www.vdmnw.de

PDFX-READY NARRENSICHERE PDF-PRÜFUNG

PDFX-ready, die Qualitäts-Initiative aus der Schweiz, hat schon in den letzten Jahren viel für standardisierte Druckvorlagen-Workflows mit einheitlichen Settings und Prüfprofilen geleistet. Dies setzte jedoch einiges Know-how sowie entsprechend konfigurierte Werkzeuge voraus. Mit den jetzt neu lancierten PDFX-ready Online Tools geht PDFX-ready einen entscheidenden Schritt weiter.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Die Prüfung von PDF-Daten ist nun für jedermann quasi narrensicher per Drag&Drop möglich. Am 25. Oktober hat die Initiative PDFX-ready bei einer Informationsveranstaltung an der Berufsschule für Gestaltung Zürich die sofortige Verfügbarkeit der PDFX-ready Online Tools bekannt gegeben. Dies ist eine innovative Dienstleistung für PDFX-ready-Mitglieder und wird in einer reduzierten Form auch Nicht-Mitgliedern angeboten.

Die PDFX-ready Online Tools ermöglichen es, Analysen und Konvertierungen auf einem Server in der Cloud durchzuführen. Mit Preflight-Profilen von PDFX-ready wird die Prüfung durchgeführt und ein ausführlicher Report erzeugt.

Damit sind die Online Tools ideal für in Sachen PDF-Know-how nicht ganz sattelfeste Anwender, die ihre Drucksachen fehlerfrei in Auftrag geben wollen. Druckereien und Publishing-Profis können sich viel Ärger ersparen, indem sie ihre Datenlieferanten auf dieses Tool hinweisen und so nur noch zuverlässig geprüfte Druckdaten erhalten.

Für das Hochladen der PDF-Dateien und das Ausfüllen des Jobtickets ist ein PDFX-ready Connector erforderlich. Dazu wird das kleine Tool heruntergeladen und ohne Installation auf dem PC oder Mac gestartet. Per Drag&Drop wird ein PDF in ein entsprechendes Feld gezogen, PDFX-

ready Online Tools prüft die Daten und stellt zeitnah einen anschaulichen Prüfbericht per Mail-Download-Link zur Verfügung.

Für Profis bieten die PDFX-ready Online Tools interessante zusätzliche Funktionen: Ein Color Preflight kann den ursprünglichen Farbraum jedes CMYK-Bildes in einer PDF-Datei ermitteln. Und mit dem ISO<->PSO-Converter können die Farben in PDF/X-Dateien von FOGRA39 (ISO Coated V2) zu FOGRA51 (PSO Coated V3) oder umgekehrt konvertiert werden.

Die Freeware-Version der PDFX-ready Online Tools verarbeitet PDFs mit bis zu 5 Megabyte. Mitglieder von PDFX-ready erhalten eine Premium-Version für deutlich grössere Datenmengen.

Nicht irgendein Tool

Die PDFX-ready Connectoren wurden mit Enfocus Connect Send erzeugt. Die PDFX-ready Online Tools sind auf einem Cloud-Server der Hamburger Impressed GmbH installiert. Dort organisiert Enfocus Switch die Verarbeitung der hochgeladenen PDF-Dateien, die je nach Eintrag im Jobticket an den Callas pdfToolbox-Server zur Ausführung des PDF Preflights und des ISO<->PSO Converters respektive an den ColorLogic DocBees ProfileTagger, der den Color Preflight durchführt, verteilt werden. Für den Versand der Resultate wird der Internetdienst TeamBeam Pro verwendet.



Eingabemaske und Vorspann des Prüfprotokolls.

Damit stellen sich die PDFX-ready Online Tools als gewaltige und hochprofessionelle Werkzeuge dar. Ohnehin steckt hinter der Initiative PDFX-ready mehr als ein Stamm-tisch. Der Verein wurde im Januar 2005 gegründet. Ziel der breit abgestützten Initiative (zu den Gründungsmitgliedern zählen Adobe, Unternehmen der Schweizer Print- und Publishing-Szene, die Verbände Viscom und VSD, die Ugra, die Magazine Druckmarkt und Publisher etc.) war und ist es, PDF/X in der Schweiz zum Durchbruch zu verhelfen.

Im Zentrum der Initiative steht das Zertifikat «PDFX-ready», mit dem Personen und Unternehmen zeigen, dass sie vom Know-how und der Infrastruktur für einen PDFX-Workflow gerüstet sind. Die Ugra fungiert dabei als unabhängige Zertifizierungsstelle.

Basis Industriestandard

PDF/X-ready stützt sich dabei auf die ISO-Norm PDF/X. Denn nachdem der ISO-Standard 15930-3: 2002 (PDF/X-3) die Übermittlung digitaler Druckvorlagen auf Grundlage von PDF definierte, stand erstmals ein klares Regelwerk zur Verfügung, wie das Dateiformat PDF in der grafischen Industrie sicher und flexibel eingesetzt werden kann. Dies war die dringend nötige Basis für die Entwicklung und Einführung zeitgemässer Arbeitsabläufe.

PDFX-ready wollte von Beginn an keine rein schweizerische Lösung sein, auch wenn sie zunächst in der Schweiz Verbreitung fand. Die verwendeten Spezifikationen basieren allesamt auf internationalen Normen und Standards. Auf der Internetseite von PDFX-ready finden sich kostenfrei verfügbare Settings, Prüfprofile, Rezepte und Know-how. Zertifizierte Mitglieder von PDFX-ready signalisieren ihren Geschäftspartnern Kompetenz im sicheren Datenaustausch.

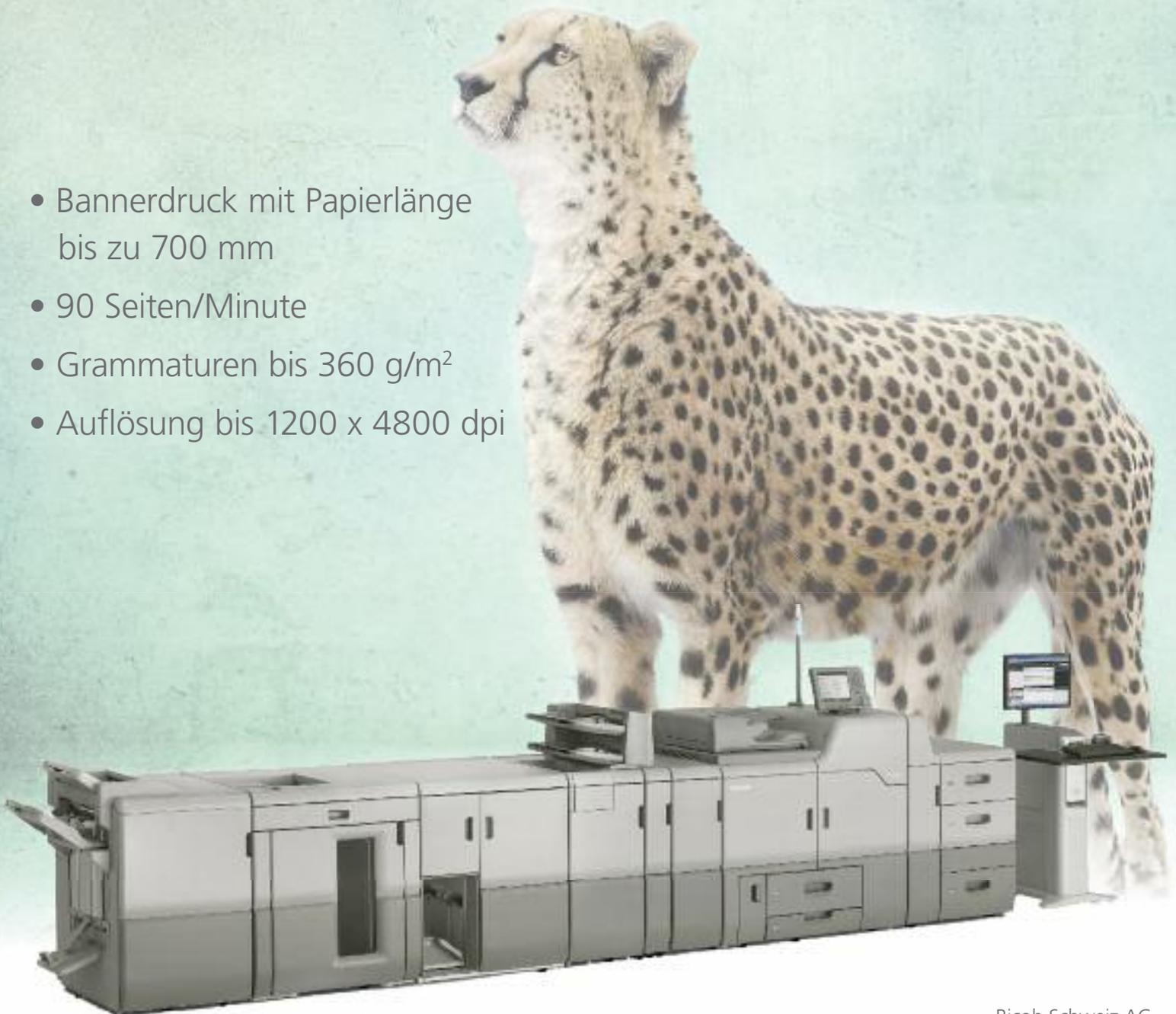
➤ www.online-tools.ch

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



 Snap Me
Clickable Paper™

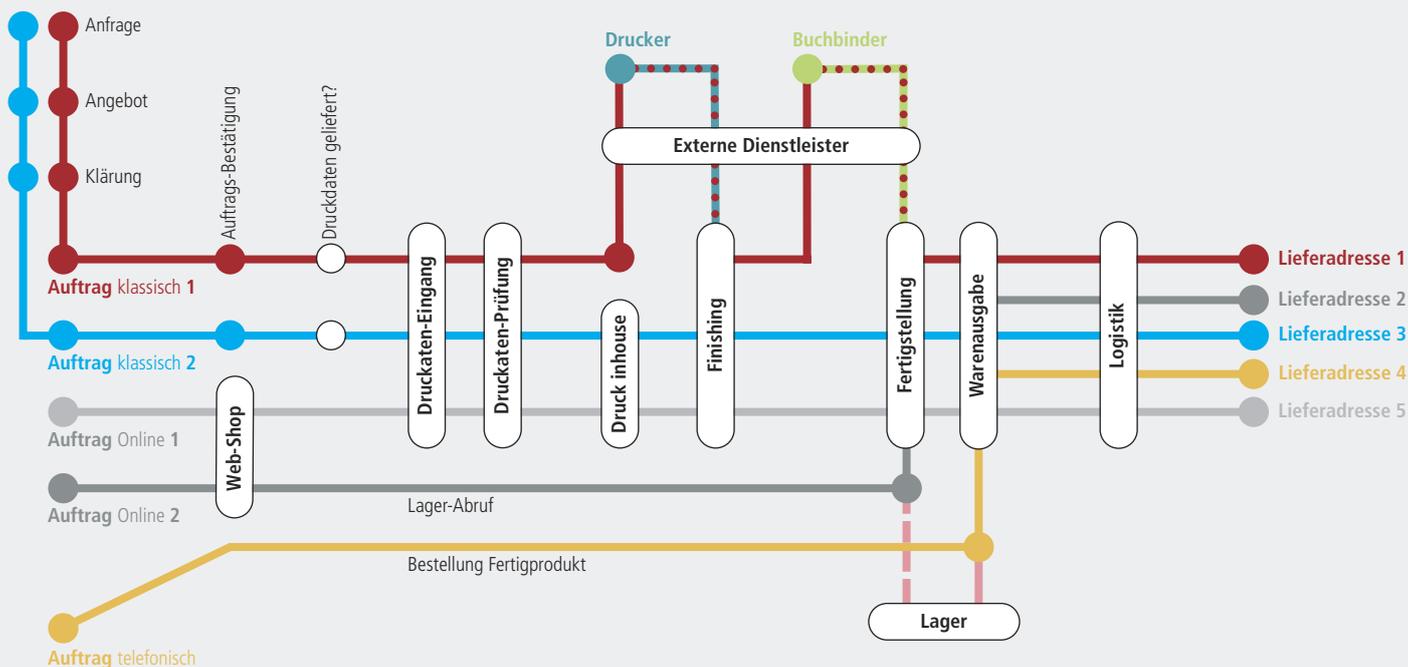
1 HERUNTERLADEN
der CP-Clicker-App von iTunes oder Google Play Store-App

2 HALTEN
Sie Ihr Gerät über die mit dem Logo gekennzeichneten Seiten

3 FOTOGRAFIEREN
Sie die gekennzeichneten Seiten mit der CP-Clicker App

4 SEHEN
Sie nun weiterführende Informationen zu diesem Thema

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



In diesem beispielhaften Szenario verschiedener Aufträge lässt sich erkennen, wo sich Print-Automation lohnt. Obility stellt über 60 Module bereit, die einzelne Prozesse übernehmen oder aneinandergereiht die gesamte Prozess-Steuerung optimieren. Dabei geht es nicht nur um Automatisierung, sondern auch um die Integration bestehender Systeme, externer Umgebungen und Partnerlösungen sowie bidirektionaler Anbindungen.

Quelle: Obility, Druckmarkt-Grafik 2016

OPTIMIERTE PROZESSE WEB-TO-PRINT WIRD PRINT 4.0

Web-to-Print ist zwar schon seit mehr als 15 Jahren bekannt, seine Bedeutung wird aber noch immer viel zu reduziert oder einseitig wahrgenommen. Web-to-Print ist mehr als ein Online-Print-Shop – es ist elementarer Bestandteil der Digitalisierung und somit ein wesentliches Element von Print 4.0. Und bei Print 4.0 geht es um viel mehr als nur um die technischen Abläufe.

Von FRANK SIEGEL

H heute stellt sich die drängende Frage, wie Druckereien, ausgehend vom aktuellen Stand ihrer Organisation, in den unterschiedlichen Zukunftsszenarien ihre Existenz sichern können. Denn so, wie die Digitalisierung unsere gesamte Gesellschaft verändert, verändert sie auch das Umfeld der druckenden Industrie. Dementsprechend muss sich je-

des einzelne Unternehmen diesem Thema stellen und sich anpassen. Wie schnell die Digitalisierung eine Branche zur Veränderung zwingt, zeigt das Beispiel der Musikindustrie: Was früher einmal die Vinyl-Schallplatte war, dann über digitale Datenträger wie CDs verkauft wurde, wird in jüngster Zeit den Musik-Downloads und wird heute im Rahmen von «Miet-Musik» als Stream für das Smartphone vermarktet. So wurde Apple in der Musikindustrie nicht zu-

fällig der grösste Anbieter – zulasten der klassischen Plattenfirmen. Transformative Prozesse betreffen jedoch nicht nur die Technik. Nur etwa 20% der Anbieter vor einer Transformation verbleiben nach dem Transformationsprozess im Markt.

Fundamentaler Wandel

Die digitale Transformation hat aber auch längst fast alle anderen Branchen erfasst. Mit diesem fundamen-

talen Wandel mit Themen wie Mobilität, Vernetzung, Online-Services und globalem Wettbewerb muss sich daher auch die Druckbranche auseinandersetzen. Weil die digitale Transformation das Fundament eines jeden Unternehmens verändert. Typische Beispiele sind Agfa und Kodak (mit Einschränkungen auch Fujifilm), die sich nach dem Aufkommen der digitalen Fotografie aus ihren ehemaligen Kerngeschäften Foto und Film quasi kom-

plett zurückgezogen haben. Aber auch umgekehrt: Wer hätte im Jahr 2000 gedacht, dass 24 Monate später ein Quereinsteiger und «Nicht-Drucker» ein Unternehmen gründet, das heute wohl die grösste Druckerei Deutschlands ist?

Wir sind also mittendrin in der Transformation. Das klassische Vertriebsgespräch findet in der Branche heute zwar immer noch statt – aber eines stellen immer mehr Druckbetriebe auch fest: Weitaus weniger Kunden als früher rufen direkt an und lassen sich ein Druckprodukt kalkulieren. Auch die Kunden befinden sich in dieser gesellschaftlichen und digitalen Transformation.

Viele Menschen schauen heute kein klassisches Fernsehen mehr, sondern streamen sich ihr Programm zu jeder Zeit auf den Fernseher, das Tablet oder sogar das Smartphone. Und solche Services werden zunehmend auch von Druckereien erwartet: On-Demand-Mehrwerte und Online-Services rund um die Uhr.

Prozesse und Veränderungen

Als Web-to-Print von den klassischen Druckbetrieben nicht mehr ignoriert werden konnte, haben einige Betriebe einen Printshop ins Internet gestellt. Die erfolgreichen Unternehmen haben ihre Mitarbeiter geschult, ins Online-Marketing investiert und sich eine Nische gesucht. Erfolg trat auch schnell ein. Und statt fünf grosser Aufträge trudelten auf einmal 50 kleinere Aufträge ein – mit weniger Auflage, aber mehr Arbeit.

Die interne Erledigung der Aufträge blieb aber oft auf «Steinzeit-Niveau». Belege wurden noch mit Hand erzeugt, es gab noch die manuelle Auftrags tasche und die Produktionsplanung erfolgte im besten Fall mit der Tabellenkalkulation.

Wer aber ein profitables Online-Business betreiben will, muss industriell arbeiten – nicht mehr handwerklich. Das geht nur, wenn die Prozesse den neuen Gegebenheiten angepasst werden. Die Digitalisierung ist hierbei die Basis für die Optimierung aller Prozesse.

Was kann ein Online Printshop?

Früher gingen Kunden zur Druckerei, besprachen ihr Druckvorhaben, es wurde kalkuliert und (meist als Word und Excel-Datei) das Angebot vorgelegt. Kam es zum Auftrag, erfasste der Sachbearbeiter die Daten noch einmal im ERP-System oder MIS, bevor endlich gedruckt wurde.

Im Print-Shop dagegen kalkuliert der Kunde selbst, legt die gewünschten Parameter der Drucksache fest und erfasst seine Daten im Warenkorb selbst. Diese Erleichterung hat jeder Online-Drucker den anderen schon einmal voraus.

Das ist aber nur einer von vielen Aspekten – weil die Daten über den Warenkorb zwangsläufig auch standardisiert werden. Der Kunde muss seine Daten in einem Web-Shop selbst erfassen – und kann nur das übermitteln, was der Shop vorgibt. So erhalten Druckereien einen standardisierten Auftrag.

Betrachten wir nun den Warenkorb: Der Kunde möchte 400 Broschüren, 48 Seiten, Umschlag 170 g/m² matt, Innenteil 80 g/m², 4/4 farbig. Dann wird überprüft: Hat der Kunde die Auftragsdaten schon geliefert? Sind die Auftragsdaten komplett? Ist alles in Ordnung, erledigt das System alle kaufmännischen Aufgaben selbstständig: Auftragsbestätigung versenden, Jobticket erstellen, Material bestellen, Druckdaten in die Vorstufe übertragen, Rechnung drucken und so weiter.

Sogar die Nachfrage nach fehlenden oder fehlerhaften Druckdaten wird automatisch durch eine Erinnerung an den Kunden erledigt. Und nicht nur das: In der E-Mail ist ein Einmal-Link hinterlegt, den der Kunde anklickt und über den er seine Auftragsdaten direkt hochladen kann. Diese Daten werden automatisch dem richtigen Auftrag zugeordnet und ins System eingespielt. Erst wenn der Kunde mehrfach nicht reagiert und der Liefertermin gefährdet ist, bekommt der Sachbearbeiter der Druckerei eine Benachrichtigung, dass er sich per Telefon noch einmal beim Kunden melden sollte.

VORTEILE ONLINE-SHOP-SYSTEM



Klassische Vertriebswege und die damit verbundenen Abläufe werden durch Standardisierung und Automatisierung wie etwa bei einem Web-Shop ausgehebelt. Die Kosteneinsparungen durch die Prozessoptimierung sind beträchtlich.

Und bereits bevor der Auftrag in Produktion geht, weiss das System, ob genug Material vorhanden, ob Platz im Lager ist oder ob ein Regalfach reserviert werden muss.

Das System erkennt auch, ob eine Bestellung aus mehreren Einzelpositionen besteht und kann diese jeweils dem richtigen Regalplatz zuweisen. Bei der letzten Position meldet das System dem zuständigen Mitarbeiter, welche anderen Teile der Gesamt-Bestellung noch für den Versand hinzugefügt werden müssen. Automatisch werden Liefer-Etiketten gedruckt und ein Versand-Tracking erstellt mit Benachrichtigung an den Kunden.

Auch Vorlieferanten und externe Lieferanten können in den automatischen Prozess eingebunden werden, indem sie eine Bestellung und die Druckdaten per Mail erhalten, sobald das System erkennt, dass das bestellte Produkt nicht selbst produziert werden kann. Über eine Web-

Plattform wird der Prozess-Status vom Lieferanten in das System übernommen und relevante Informationen an den Kunden versendet. Das alles und noch viel mehr ist möglich, wenn ein Auftrag standardisiert im Unternehmen ankommt.

Lassen sich auch Kunden standardisieren?

Noch bis vor Kurzem musste ein Grafik-Designer, der seine Idee für ein Druckprodukt mit dem Kunden abgestimmt hatte, endlos Druckereien anfragen, gab entweder entnervt auf oder fand nach einiger Zeit zu entsprechenden Preisen eine Lösung. Heute läuft es anders.

Gemeinsam mit seinem Kunden informiert sich der Grafiker im Web, welche Produkte online möglich sind und ob diese zum Konzept sowie zum Budget passen. Danach wird ein Produkt ausgesucht, dafür das Layout der Drucksache angepasst und online bestellt. Damit sind die Prozesse für die Druckerei wieder standardisiert und automatisiert.

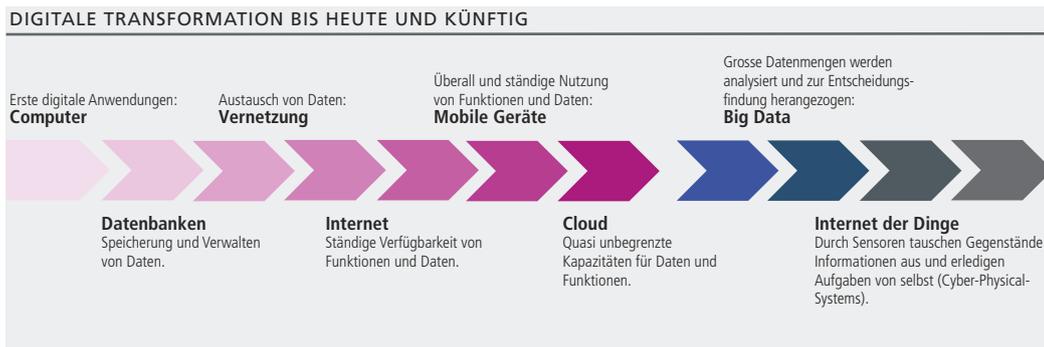
Manche Kunden, die nach wie vor und «wie immer» mit dem Sachbearbeiter sprechen wollen, lassen sich oft mit Services überzeugen, damit sie im Print-Shop bestellen. Zum Beispiel mit Leistungen wie Online-Gestaltung, Online-Kalkulation, auch 24/7-Services, ein verwaltbares Kundenkonto sowie Nachbestellfunktionen und Auftragsinformationen per E-Mail oder SMS.

«Die digitale Transformation verändert das Fundament jedes Unternehmens in seiner Strategie, Struktur, Kultur und in seinen Prozessen.»



Frank Siegel ist Geschäftsführer der Obility GmbH in Koblenz.

frank.siegel@obility.de



Die Druckbranche hat sich schon früh mit der Digitalisierung beschäftigt und dabei Computer und Netzwerke für die Produktion eingesetzt. Mit dem Internet und Cloud-Services stehen nunmehr weitere Werkzeuge und Dienste zur Verfügung, die die Prozesse in der Branche weiter automatisieren und die Abläufe optimieren können. Dies sind jedoch nur die Voraussetzungen für den sinnvollen Einsatz von Big Data und das Internet der Dinge. Daraus lassen sich für die Zukunft Lösungen und Services ableiten, die sich dynamisch in Geschäftsprozesse integrieren lassen und Produktionsanlagen, Lagersysteme und Betriebsmittel über die Unternehmensgrenzen hinaus vernetzen.

Die Online-Kalkulation ist so ein typischer Zusatznutzen. Denn im klassischen Fall vergeht vom ersten Anruf des Kunden bis zu einem endgültigen Angebot eine Menge Zeit. Hat der Kunde nach einigen Stunden ein Angebot per Mail bekommen, muss im Zweifelsfall noch nachgefasst und gegebenenfalls nachverhandelt werden. Damit ist noch immer kein Auftrag erteilt.

Beim Wettbewerber (im Internet ist die Konkurrenz nur einen Mausklick entfernt) geht der Kunde, wann immer er will (auch am Wochenende), in den Webshop, konfiguriert und kalkuliert sein Produkt und erhält in Sekunden seinen Preis. Er kann seinen Auftrag abspeichern und einfach nachbestellen. Zudem kennt er jederzeit den Status des Auftrags und muss nicht mehr nachfragen.

Funktionieren diese Abläufe zwischen Druckerei und B2B-Kunde und finden sie regelmässig statt, stellt sich irgendwann auch die Frage, ob der Kunde überhaupt noch einen Warenkorb bedienen muss. Wenn die Bestellung im firmeneigenen SAP so wieso erfasst wurde, kann sie als Auftrag auch direkt an das Druckerei-System übergeben werden. Natürlich findet immer noch eine persönliche Kommunikation mit dem Kunden statt, aber dann geht es eher um die Leistungen und nicht mehr um den Auftrag an sich. Die Zusammenarbeit wird durch Standardisierung und Automatisierung intensiviert und auf ein neues Level der Kundenbindung gebracht.

79% DER UNTERNEHMEN EINER UMFRAGE SAGTEN, DIE DIGITALISIERUNG BESCHLEUNIGT DIE KOMMUNIKATION MIT KUNDEN UND MITARBEITERN.

63% STELLTEN FEST, DASS IHRE ORGANISATION FLEXIBLER GEWORDEN IST.

55% SEHEN EINE HÖHERE EFFIZIENZ.

52% SAGEN, INTERNE ENTSCHEIDUNGSPROZESSE WERDEN TRANSPARENTER.

Quelle: Bitkom, Februar 2015.

Kosten senken trotz Preisdruck

Es herrscht im Druckbereich ein unglaublicher Preisdruck. Das Internet macht die Sache natürlich nicht besser. Aber warum können Druckereien im Web solche Preise anbieten? Weil die automatisierten internen Prozesse enorme Kosten einsparen und die Gemeinkosten sinken. Mit dem gleichen Personal, mit dem früher fünf Aufträge am Tag bearbeitet werden konnten, lassen sich heute 50 Aufträge erledigen.

Einer der grössten Online-Printer sagt über die Automatisierung von Administration und Produktion: Die Herstellung von einem Visitenkarten-Auftrag kostet ihn (statistisch) drei

Sekunden manuelle Arbeit. Die Optimierung der Prozesse ist demnach der Schlüssel zur Senkung der internen Kosten. Dabei geht es vor allem um zwei Dinge:

- Das System soll so viele Dinge wie möglich selbst erledigen – ohne dass manuell in den Prozess eingegriffen werden muss.
- Unterschiedliche Arbeiten erfordern unterschiedliche Workflows, die aufeinander abgestimmt und miteinander vernetzt sind.

Das alles – und noch viel mehr ist mit Obility heute möglich. Denn mit diesem umfangreichen und starken System-Verbund aus MIS-Funktionen, Print-Automatisierungs-Tools und Web-Shop können Druckereien die digitale Transformation erfolgreich angehen und bewältigen, um ihren Betrieb in allen Abteilungen für das 21. Jahrhundert fit zu machen. Beispiele sind Angebots-Automatisierung, automatische Druckdaten-Annahme, automatisierte Materialwirtschaft, Verpackungssteuerung, Versandautomatisierung, automatisiertes Mahnwesen etc.

Print 4.0

Aber wie geht es weiter? Das zuvor beschriebene ist in einigen Druckereibetrieben längst Realität und bei vielen Unternehmen tagtägliche Praxis. Die digitale Transformation geht aber weiter und hat auch einen Namen: Industrie 4.0 oder Print 4.0. Dahinter verbergen sich Arbeitsabläufe, die durch eine vollständige Di-

gitalisierung noch weiter automatisiert und durch eine durchgängige Vernetzung noch intelligenter gestaltet werden können.

«Mass Customization» oder die individuelle Fertigung bis zur Losgrösse 1 ist nur eines von vielen Beispielen. Daneben werden sich neue Dienste, sogenannte «Smart Services» etablieren, die es für die Kunden einfacher machen, Printprodukte einzukaufen. Es werden Anwendungen entwickelt, die sich dynamisch in Geschäftsprozesse integrieren lassen und schliesslich werden «Print 4.0» und das «Internet der Dinge» Produktionsanlagen, Lagersysteme und Betriebsmittel über die Unternehmensgrenzen hinaus vernetzen.

Druckmaschinen beispielsweise melden Verschleisswerte an einen Server, bevor es störungsbedingt zu einem Ausfall kommt, Codes im Anschnitt des Druckbogens steuern die Falzmaschine, Sensoren im Lager informieren über den Lagerbestand, RFID-Chips an einer Palette übermitteln Auftragsinfos an den Bildschirm des Sachbearbeiters und verschiedene Lesegeräte überprüfen Produkte und ordnen sie zu.

Vieles davon ist heute zwar noch Zukunftsmusik, doch müssen die Wege dahin heute geebnet werden. Voraussetzung sind Business-Systeme und Module, die die Prozessketten automatisieren, optimieren und absichern.

» www.obility.de

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebelfisch umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und passenden, zeitgemässen Texten. Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.

arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36, Telefax: 0 26 71 - 38 50



AUTONOMES DRUCKEN FINGER WEG VON DER MASCHINE!

Produktionsprozesse, die selbstständig sowie automatisiert ablaufen und Drucker, die nur noch bei Bedarf oder gar nicht mehr eingreifen müssen: Heidelbergs «Push to Stop»-Philosophie ist dabei, die Arbeitsabläufe in Druckereien zu verändern und hat das Potenzial, die Produktivität auf ein bislang unerreichbares Niveau zu heben. Wir haben drei Anwender besucht – und stiessen auf Begeisterung.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Wer bei Aumüller Druck in Regensburg genauer hinschaut, weiss, was die Stunde geschlagen hat: In der Vorstufe entnimmt ein Roboter die Druckplatten vom Ausgabeband des CtP-Systems und stellt sie in die bereitstehenden Transportwagen. Klingt übertrieben, ist es aber nicht, denn die sechs Maschinen im Drucksaal «fressen» die Platten geradezu: 1.000 bis 1.500 Druckplatten im Format 70 x 100 cm am Tag sprechen Bände!

«Effizienz und Produktivität stehen bei uns vor Kostenreduktion», sagt



Christian Aumüller, neben seinem Bruder Stefan einer der beiden Inhaber der renommierten Druckerei. Und seine

Aussage erscheint durchaus plausibel, denn das Eine stellt sich mit dem Anderen ein. Automatisierung oder Roboter dienen bei Aumüller demnach nicht dazu, Mitarbeiter überflüssig zu machen oder Kosten zu senken, sondern die Zahl der manuellen Eingriffe in den Arbeitsabläufen zu reduzieren.

Aumüller produziert mit drei Achtfarben-Speedmaster 105, drei Modellen der 106er Baureihe, darunter eine Zehnfarben und eine Speedmaster XL 106-Achtfarben der neuesten Generation. Aufgrund der erreichten Leistungsgewinne hat das Unternehmen bereits zwei weitere Maschinen bestellt, die 2017 installiert werden. «Durch die simultan ablaufenden Rüstprozesse sind wir für einen Vier-über-vier-Auftrag in unter drei Minuten startbereit», erläutert Christian Aumüller.

Mit diesen Erfahrungswerten ist er nicht alleine. Zwei weitere Druckereien (Druck Priskul und die Druckerei Lokay), die wir besuchten, berichten über kürzeste Rüstzeiten und massive Produktivitätsgewinne. Feldtester der Speedmaster XL 106, die die sogenannte «Push to Stop»-Philosophie bereits umgesetzt haben, berichten über satte 20% Performancezuwachs.

Doppelte Performance im Visier

Für industriell arbeitende Betriebe, die um jede Sekunde weniger beim Rüsten und um jeden Gutbogen mehr ringen, ist das eine gewaltige Leistungssteigerung. Und das soll erst der Anfang sein. «Mit «Push to Stop» beginnt ein neues Zeitalter. Es ist der Wandel von Druckereien zu Smart Print Shops mit digitalisierten, intelligent vernetzten und automatisierten Produktionsprozessen», sagt **Rainer Wolf**, Leiter Produktmanagement Sheetfed bei Heidelberg. «Wir treiben diese Entwicklung weiter voran und wollen unseren Kunden die Chance geben, ihre Nettoproduktivität in den nächsten zehn Jahren zu verdoppeln.»



100% mehr Leistung – wie soll das gehen in Zeiten, in denen es Kleinauflagen und häufige Jobwechsel Druckereien ohnehin schon schwer machen, ihr Produktivitätsniveau zu halten? Effektivität in der Produktion ist bei vielen Betrieben nämlich der wunde Punkt, wie eine Studie von Heidelberg zeigt. Danach liegt die «Overall Equipment Effectiveness» (OEE), also die Effektivität der gesamten Anlage, bei Druckmaschinen im Schnitt unter 25%. Was ja noch nicht einmal so schlecht ist, denn dabei sind Rüstzeiten und andere Maschinenstillstände mit eingerechnet. Das Mass der OEE ist die Höhe des Outputs und des damit verbundenen Aufwands.

Mit einer Speedmaster XL 106 sind theoretisch bei einem Rund-um-die-Uhr- und 365-Tage-Betrieb pro Jahr etwa 160 Millionen bedruckte Bogen möglich. Das entspricht bei einer Wendemaschine 2,56 Milliarden DIN A4-Druckseiten jährlich. In der Praxis erreichen XL-Anwender in Westeuropa im Schnitt aber «nur» rund 40 Millionen Bogen jährlich – ein Viertel des Möglichen. Mit «Push to Stop» will Heidelberg nun einen OEE-Faktor von 50% erreichen. «Das geht, wie einige Druckereien vormachen. Sie erreichen 70 bis 90 Millionen Bogen pro Jahr», sagt Wolf.

Die heute üblichen 25% verdeutlichen aber das Problem, mit dem viele Druckereien konfrontiert sind: Zwar sind die Druckmaschinen durch Automation immer schneller geworden, die Geschwindigkeit der Produktion hängt aber letztlich von der Leistung des Bedieners ab, da er die einzelnen Produktionsschritte aktiv anstossen muss. Dabei arbeitet der Drucker bei bis zu zehn Jobs je Stunde auf einer Druckmaschine bereits an der Belastungsgrenze.

Die Antwort von Heidelberg: Die Bedienung vereinfachen und die Wertschöpfungskette mithilfe digitaler Technologien smarter machen. Nach dieser Vision organisiert die Maschine künftig die Prozesse selbst, startet die Jobs, arbeitet die Druckaufträge automatisch ab und entlastet den Drucker von manuellen Tätigkeiten. Ins Schwitzen kommen allerdings die Helfer, die die Platten und das Papier an und in die Maschine bringen müssen.

Navigiertes, autonomes Drucken

Doch ganz so einfach ist das nicht. Das Automatisieren einzelner Produktionsschritte reicht nämlich nicht aus, um die Effizienz einer Druckerei signifikant zu steigern. Alle Schritte im Unternehmen inklusive der administrativen Bereiche müssen auf den Prüfstand. Und auch das gesamte Umfeld, die Kommunikation mit Kunden und Lieferanten, die Verbrauchsmaterialien, Verfügbarkeitskonzepte und die Logistik müssen nach manuellen Eingriffen durchsucht und dahin gehend überprüft werden, ob sie wirklich notwendig sind.

Basis für derart schlank organisierte Prozesse sind der Prinect Druckerei-Workflow und eine konsequente Vernetzung, um alle Komponenten miteinander kommunizieren zu lassen. Dazu lesen Assistenzsysteme Daten aus dem Workflow aus, organisieren sie und stossen Aufgaben selbstständig an. Beispiel Intellistart 2: Die Software im Heidelberger Press Center XL 2 Leitstand ermittelt die optimale Umrüstsequenz und führt den Drucker auf dem kürzesten Weg von

einem OK-Bogen zum nächsten. Zusätzlich initiiert Intellistart Rüstvorgänge und weist darauf hin, wann welche manuellen Tätigkeiten erforderlich sind.

Bei standardisierten Aufträgen ist sogar komplett autonomes Drucken möglich. Dabei laufen alle Rüstprozesse vollautomatisch ab und die Produktion wird automatisch gestartet. «Quality Assist» erkennt durch einen Abgleich von Ist- und Sollfarbwert, wann die definierten Qualitätsparameter erreicht sind und startet die Gutbogenproduktion – ohne Bedieneringriff.

Standardisierte Druckjobs, das sollte jedoch nicht übersehen werden, sind etwa formatgleiche Magazin- oder Buchproduktionen, bei denen immer das gleiche Papier und die gleichen Farben eingesetzt werden. Solche Jobs gibt es zweifellos. Aumüller oder Pruskil Druck haben solche Druckaufträge. Die hat aber nicht jede Druckerei. Ob sich die Ideen von Heidelberg auch in Akzidenzdruckereien umsetzen lassen, dürfte an den individuellen Gegebenheiten einer Druckerei liegen.

Doch «Push to Stop» ist ja kein Produkt, sondern eine Philosophie, eine Art neues Denken, um Geschäfts- und Produktionsprozesse signifikant zu verbessern.

Mensch und Maschine

Die 15 Mitarbeiter zählende Druckerei Lokay im Odenwald ist davon überzeugt und nutzt «Push to Stop» in ihrem Akzidenzbetrieb auf einer Speedmaster CX 102. Erfolgreich, wie Ralf Lokay und Thomas Fleckenstein betonen.

«Die Druckmaschine trifft die besseren Entscheidungen schneller», be-



tont **Thomas Fleckenstein**, Geschäftsführer bei Lokay Druck. Autonomes Drucken sei aber nicht nur das Mittel für den Zweck, maximale Effizienz in der Produktion zu erreichen, sondern biete auch Chancen für neue Märkte und Anwendungen. Daran ist ihm sehr gelegen. ▶



Ralf Lokay und Thomas Fleckenstein vor der neuen Speedmaster CX 102, die via «Push to Stop» zu Höchstleistungen getrieben wird.



Drei Speedmaster im Format 70 x 100 cm versehen bei Druck Pruskil ihren Dienst, eine davon ist die neue XL 106-8-P+L.

Denn das seit gut zehn Jahren als Umweltdruckerei deutschlandweit bekannte Unternehmen hat sich mit seinen nachhaltigen Drucksachen auf Premium-Niveau etabliert. «Wir bieten aufgrund der Nachfrage im Markt neuerdings sogar vegane Printprodukte an», bemerkt Fleckenstein. Das passe zu der auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz bedachten Klientel von Lokay.

Für Thomas Fleckenstein stehen bei der Philosophie «Push to Stop» vor allem die kurzen Rüstzeiten im Vordergrund. Denn bei Lokay gibt es kaum Standard-Jobs, sondern eher die für eine Akzidenzdruckerei typischen Aufträge, bei denen geradezu regelmäßig Papier und Formate gewechselt werden. «In den letzten Jahren hat sich die Produktivität bei uns stetig verbessert, doch heute realisieren wir Rüstzeiten von wenigen Minuten bei 60 oder noch weniger Anlaufbogen», stellt Fleckenstein fest.

Das mit zahlreichen neuen Bedienfunktionen ausgestattete Press Center macht dabei die produktive Zusammenarbeit zwischen Mensch und Maschine möglich. Der Drucker behält über den grossen Wallscreen die Kontrolle über den Produktionsablauf und das Assistenzsystem «Intelliguide» zeigt ihm anhand von Statusbalken, welche Rüstprozesse aktuell ablaufen, wie lange sie dauern werden und wann er eingreifen muss, beispielsweise um Farbe oder Papier zu wechseln. In der Job-Liste kann auch die Auftragsreihenfolge geändert werden – zehn, 20 oder 30 Jobs

können vorbereitet und autonom abgearbeitet werden.

Theoretisch zumindest. Denn wenn die Druckplatten für eine definierte Reihenfolge produziert, sortiert und bereitgestellt sind, müssen die Bediener an der Druckmaschine die richtige Folge manuell herstellen, wenn sich die Reihenfolge der Jobs verändert hat.

Die Maschine gibt den Takt vor

«Print ist heute ein durch und durch datengetriebenes Geschäft. Deshalb ist die vollständige Integration von Management-Informationssystem und Produktions-Workflow auch keine Option mehr, sondern eine zwingend notwendige Voraussetzung für produktives und effizientes Arbeiten», erläutert **Thomas Kerndl**, Technischer Leiter der Druckerei Pruskil in Ingolstadt. Auch bei Pruskil verlangt der Maschinenpark pro Schicht in der Spitze bis zu 400 Druckplatten.



Pruskil hatte die Achtfarben Speedmaster XL 106 Wendemaschine inklusive umfangreicher Software auf der drupa 2016 gekauft und im September in Betrieb genommen. Hergestellt werden in Top-Qualität Klein- und Grossauflagen für Markenunternehmen sowie insbesondere für die Automobilindustrie.

«Es ist natürlich wichtig, die Mitarbeiter mitzunehmen und ihnen die Angst vor den doch erheblichen Veränderungen zu nehmen», räumt Tho-

mas Kerndl ein. «Die Rolle des Druckers verändert sich: Er bedient die Maschine weit weniger aktiv als bisher, sondern überwacht die Produktion. Daran muss man sich gewöhnen – und der Drucker muss sich auf die Maschine mit ihren Assistenzsystemen verlassen können.»

Deshalb fanden bereits Ende 2015 erste «Push-to-Stop»-Feldtests bei Aumüller mit tagesaktuellen Druck-Jobs statt. Diese Erfahrungen hat Heidelberg berücksichtigt, sonst wäre die «Rund-Erneuerung» des Bogenoffsetdrucks nicht in so kurzer Zeit praxisreif geworden. Christian Aumüller betont in diesem Zusammenhang, dass durch den Feldtest Probleme erkannt werden konnten, die sich den Entwicklern bei Heidelberg unter «Labor-Bedingungen» nicht hätten zeigen können. Schliesslich fertigt Aumüller als langjähriger Partner der Online-Druckerei Flyeralarm vor allem verarbeitungsintensive Produkte wie etwa klebegebundene Magazine. Entsprechend ist neben dem Drucksaal auch die Weiterverarbeitung hochautomatisiert, um den gigantischen Output an Drucksachen staufrei verarbeiten zu können.

«Die Bedienung ist so einfach und selbsterklärend wie ein Smartphone, die Maschine entscheidet, welcher Produktionsweg der Beste ist, danach folgt der Bediener dem «Autopiloten» und muss erst dann wieder aktiv werden, wenn alle Aufträge abgearbeitet sind», erklärt Christian Aumüller. «Die Maschine gibt also den Takt vor.»

Die industrielle Zukunft

Das Beispiel Aumüller Druck zeigt dabei auch, wie Heidelberg mit dem Konzept «Push to Stop» die Zukunft einer Druckerei sieht. «Erst aus dem Zusammenspiel aller Komponenten entsteht das Potenzial zur Steigerung der Gesamt-Performance», sagt Rainer Wolf.

Dabei sind nach seiner Aussage zunächst einmal keine grossen Technik-Investitionen nötig, dafür jedoch gründliches Nachdenken, Analysieren und Vernetzen. «Keiner kann auf der grünen Wiese alles neu aufbauen. Vielmehr gilt es, sich konsequent mit den Prozess- und Ablaufoptimierungen zu beschäftigen, um die Kapazitäten besser zu nutzen. Dies jedoch weniger im Sinne kontinuierlicher Verbesserungen, denn dadurch werden nur Teilprozesse optimiert. Mit «Push to Stop» gelingt es, grössere Schritte zu machen», erläutert Wolf.

Digitaldruck entzaubert!

Diese grösseren Schritte haben die in diesem Beitrag genannten Druckereien bereits gemacht. Und spätestens nach dem Besuch bei Aumüller in Regensburg können wir feststellen, dass sich unsere These in Heft 104 nach der drupa bestätigt hat: Der Offsetdruck hat den Digitaldruck entzaubert. «Bei Auftragsserien von rund fünf Jobs mit einer Auflage von nur 200 Druckbogen unterschreiten wir mit unserer Offset-Technik die



Sechs Speedmaster in Reihe: Bei Aumüller Druck in Regensburg wird sprichwörtlich industriell gedruckt.

Möglichkeiten des Digitaldrucks hinsichtlich der Kosten und steigern zudem die Geschwindigkeit», bestätigt Christian Aumüller.

Damit können sich Druckereien völlig neue Perspektiven erarbeiten. Die Trennung hohe Auflagen im Offset und Kleinauflagen im Digitaldruck gilt nicht mehr. Mit «Push to Stop» werden Highspeed-Services höchster Güte und Qualität möglich. Das wiederum gibt dem Medium Print eine völlig neue Dimension.

Deshalb kann das Fazit nur lauten: «Push-to-Stop» ist ein ganzheitlicher Ansatz zur vernetzten, automatisier-

ten Produktion, der kleinen wie grossen Druckereien erlaubt, ihre Leistungen durch autonomes und navigiertes Drucken zeitgemäss zu steigern.

Bleibt nur noch die Frage, was denn «Push to Stop» nun wirklich bedeutet? Exakt übersetzen lässt sich das Schlagwort wohl kaum. «Sieh mal zu, dass Du fertig wirst», wäre vielleicht eine Möglichkeit mit dem Zusatz: «Aber lass gefälligst die Finger von der Maschine!»

› www.heidelberg.com

ALLES WIRKLICH SO SIMPEL UND SMART?

Natürlich ist autonomes Drucken faszinierend. Doch neben dem Technik-Freak, der in mir steckt, bin ich auch Realist genug, um zu erkennen, dass dieser Technik-Fortschritt nicht gerade für die Schaffung neuer Arbeitsplätze steht. Im Gegenteil wird der Beruf des Druckers gewissermassen entwertet. Die Maschine denkt für den Drucker. Dass er sich nunmehr auf die Kontrolle des Produktionsprozesses konzentrieren könne, ist Marketing-Gepläppl. Mancher Druckerei-Manager wird sehr schnell darüber nachdenken, ob für diese Tätigkeit ein Drucker überhaupt noch notwendig ist, ob er eine so hohe Qualifikation benötigt und damit auch entsprechendes Geld verdient. Wenn der Leitstand und mit ihm eine grossformatige Druckmaschine wie ein Smartphone zu bedienen ist, hat das zwar noch mit Drucken zu tun, entfernt sich aber immer mehr von dem, was vor wenigen Jahren noch an manuellem «Gefummel» in den Drucksälen zu Hause war.

Ob das alles so «simpl» und «smart» ist, wie Heidelberg es in seiner Offensive seit rund einem Jahr propagiert, können nur die beurteilen, die es selbst einsetzen. Deren Beurteilung haben wir uns eingeholt. Und dabei festgestellt, dass der Offsetdruck, der als «gesättigter, reifer Markt», geprägt durch «analoge» Technologien gilt, eine ganz andere Seite zeigt, die es dem Digitaldruck noch schwer machen wird, wenn dieser sich nicht wieder auf seine eigentliche Stärke konzentriert: smarte Individualisierung. nico

Crashkurs Olivenöl in der Toskana

Crashkurse Olivenöl 2016/17

Wann: 4. - 6. und 11. - 13. November 2016,
28. - 30. April und 5. - 7. Mai 2017

Beginn: Freitag, 19.30 Uhr, zum gemeinsamen Abendessen

Abreise: Sonntag nach dem Mittagessen

Wo: Lamporecchio/Toskana

Teilnehmerzahl: mindestens neun, maximal 16 Personen

Kosten: EUR 475,-/Person (inklusive: Verkostungskurse, ein Abend-, zwei Mittagessen und Wein; ohne Anreise, ohne Hotel). Der Zahlungseingang bestätigt die Teilnahme. bei Elena März (em@merum.info).

Anmeldungen: Gerne übernehmen wir für Sie die Hotelbuchung.
Hotelreservierung: Vollständiges Programm auf Anfrage.

GALLEDIA-GRUPPE INDUSTRIELLES DRUCKEN BRAUCHT VOLUMEN

«Die Branche wird sich weiter konsolidieren. Viele grafische Betriebe werden den hohen Investitionsbedarf nicht mehr finanzieren können. Folglich wird sich die Landschaft im Printmarkt weiter verändern. Druckereien werden fusionieren oder sich in anderer Form zusammenschliessen. Bekannte Marken werden vom Markt verschwinden und neue Gebilde entstehen», fasst Pascal Schwarz seine Einschätzung zusammen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Pascal Schwarz, CEO der Galledia-Gruppe, weiss es aus eigener Erfahrung. Denn sein Unternehmen ist ja seit einigen Jahren Teil dieses Transformationsprozesses.

Die Gruppe entstand Anfang 2012 als Joint Venture der Druckerei Flawil AG und der Rheintaler Druckerei und Verlag AG. Die beiden Häuser gingen diesen Weg aus strategischen Gründen, um sich optimal für die Zukunft zu positionieren. Schon im Oktober 2013 expandierte die Gruppe mit der Übernahme der UD Medien AG mit Sitz in Luzern. 2014 wurde die bis dahin in Altstätten ansässige RVA Druck und Medien integriert. Inzwischen hat sich die Gruppe in Print, Verlag, Corporate Media und Digital hervorragend aufgestellt und beschäftigt rund 200 Personen.

Konsequent industriell

Pascal Schwarz spricht gerne Klartext. Vor allem, wenn es um die Branche geht oder darum, wie Galledia auf die Herausforderungen reagiert: «Heute geht es bei vielen Kunden doch nur noch um den Preis», stellt er fest. «Das ist aber nicht etwa bedauerlich, sondern grundlegend falsch und gefährlich. Denn in meinen Augen kann es für Druckereien nur zwei sinnvolle Alternativen geben: Entweder man sucht – wahrscheinlich verzweifelt – eine lukrative Nische, oder man produziert



Druckereien müssen sich heute stets die Frage nach dem Geschäft von morgen stellen. «Wie genau das aussieht, weiss ich natürlich auch nicht, habe aber eine gewisse Vorstellung davon», stellt Pascal Schwarz, CEO der Galledia-Gruppe in Flawil, selbstbewusst fest. Er ist fest davon überzeugt, dass eine Antwort im industriellen Drucken liegt. Und eine zweite Möglichkeit seien Kooperationen der Druckereien, um gemeinsam die Kapazitäten am Markt zu nutzen.

konsequent industriell.» Galledia hat sich für Letzteres entschieden und damit offensichtlich den richtigen Weg eingeschlagen. Dafür sorgen einerseits ganz klare Strukturen und schlanke Prozesse, die industrielles Drucken erst ermöglichen. «Andererseits verlangt industrielles Drucken aber auch Volumen», stellt Schwarz fest.

Deshalb wurden die Standorte der Galledia-Gruppe auf eine Linie gebracht. Selbst wenn es sich zunächst wie ein Widerspruch anhört, liegt darin aber die Logik: «Im Interesse der Kunden muss man möglichst vor Ort bleiben, im eigenen Interesse dagegen zentral produzieren. Wo gedruckt wird, ist den Kunden je länger je mehr egal», sagt Pascal Schwarz. Während also die «strategisch wichtigen» Anlaufpunkte in Zürich, Luzern, Flawil, Frauenfeld, Berneck und Chur blieben und auf die Verkaufs- und Vorstufenabteilungen reduziert wurden, baute Galledia das Druckzentrum in Flawil gleichzeitig erheblich aus, um die Druckkapazitäten der Gruppe auf eine einzige Einheit zu konzentrieren.

Millionen-Investitionen

Im Geschäftsbereich Druck, der umsatzstärksten Sparte der Galledia-Gruppe, wurden in den letzten Jahren zig Millionen Franken in die Infrastruktur, in Vorstufe, Druck und Finishing investiert. So produzieren im Drucksaal nach Fertigstellung eines Erweiterungsbaus über 30 Druckwerke und eine sehr gut ausgestattete Ausrüsterei im Dreischicht-Betrieb.

Diese Kapazitäten wurden seit 2014 schrittweise aufgestockt. Flaggschiff ist eine Speedmaster XL 106-8-P mit 18.000 Bg/h, Autoplate XL und Prinect Inpress Control, die am Prinect Press Center mit Grossmonitor bedient wird. Analog zur bestehenden

Technik wurde die XL 106-8-P in den Druckerei-Workflow Prinect integriert. Zusammen mit einer XL 105-10-P, einer XL 105-5+L und einer SM 102-2-P produzieren in Flawil nunmehr 26 Druckwerke im Format 70 x 100 cm von Heidelberg. Das A3-Format wird mit einer SM 52-5+L abgedeckt. Damit ist Galledia einer der leistungsfähigsten Bogendrucker in der Schweiz.

«Doch nur schnelle Druckmaschinen anzuschaffen, bedeutet ja noch lange nicht, dass man auch industriell produziert», sagt Pascal Schwarz. Erst die Vernetzung sämtlicher Maschinen mit dem MIS und der Administration schaffe die dafür nötigen Voraussetzungen. Dazu setzt Galledia auf die permanenten Entwicklungsschritte bei Printplus und die nahtlose Integration in den Druckerei-Workflow (darüber hatten wir schon 2014 berichtet).

«Prozessvereinfachung und Automatisierung sind die Stossrichtung der Digitalisierung in unserer Branche», erläutert Schwarz. «Das Datenhandling zählt. Allerdings kostet Prozessautomatisierung viel Zeit und eine Stange Geld. Und ohne das passende Volumen muss ich erst gar nicht anfangen.»

Was er damit meint, lässt sich am Beispiel der in Flawil installierten Vorstufe gut beschreiben. Hier stellen zwei Suprasetter 106 bei einem Ausstoss von 300 bis 400 Druckplatten pro Tag oder 70.000 m² im Jahr die Versorgung der Bogenoffsetmaschinen sicher. Der gesamte Prozess, von der Bebilderung der Druckplatten bis zu deren Transport an die Druckmaschinen, geschieht ohne manuelle Eingriffe. Nach dem automatisierten Abkanten identifiziert das Fertigungssystem die Platten über einen 2D-Code und übergibt sie an einen Transportwagen mit 60 Platten Fassungsvermögen. Die Logistik stellt gleichzeitig sicher, dass die richtigen Druckplatten für die richtigen Aufträge an den richtigen Druckwerken bereitstehen.

«Ich denke, wir sind für die nächsten Jahre erst einmal gut ausgestattet, was den Druck angeht. Jetzt verstär-

ken wir das Investment in die digitalen Abläufe. Digitales Geschäft heisst aber nicht Digitaldruck! Es geht uns dabei um das Geschäftsfeld Digital, etwa um Marketingautomation.»

Potenzial Corporate Publishing

Diese Erkenntnis bezieht er auf die gesamte Unternehmensgruppe. «Unsere Strategie betrifft ja nicht nur die Druckerei alleine. Dazu kommen zusätzlich auch die Verlagstätigkeiten. Bei den Verlagsobjekten bleiben wir ebenfalls vor Ort. Wir nutzen an allen Standorten das gleiche Equipment und die gleiche Software. Das vereinfacht die Zusammenarbeit mit unserer Druckvorstufe. Denn das Ziel ist auch hier die zentrale Produktion. Nur so können wir unser Konzept und unsere Kompetenzen in der industriellen Produktion sinnvoll einsetzen», so Schwarz.

Zur Galledia-Gruppe gehören verschiedene Verlagseinheiten, die zusammen etwa 25 Fach- und Spezialzeitschriften herausbringen und rund 40% zum Konzernumsatz beitragen. Diese werden Ende 2016 in die Galledia Verlag AG integriert.

Daraus lässt sich aber nicht ableiten, dass die Druckerei in Flawil mit eben diesen Verlagsobjekten ausgelastet wird. «Der Anteil der Zeitschriftenproduktion an der Auslastung der Druckerei liegt bei rund 20 Prozent, sorgt jedoch für ein gewisses Grundrauschen», erläutert Schwarz.

Aber er sieht noch Potenzial. «Wir erkennen, dass der Kommunikationsbedarf bei den Unternehmen zunimmt, während sich der Medienkonsum gleichzeitig verändert. Corporate Publishing ist ein interessanter Markt», erläutert Pascal Schwarz. «Die Weiterentwicklung der digitalen Kommunikationswege eröffnet neue Möglichkeiten, stellt Unternehmen aber auch vor grosse Herausforderungen. Wir helfen unseren Kunden dabei, den besten Weg für ihr Unternehmen zu finden.» Dies biete die Chance, den Kunden Serviceleistungen für Corporate Publishing, Publikationssysteme sowie Digital- und Printlösungen anzubieten.

Heavy Metal ist nicht das Ziel

«Wir haben eine klare Strategie: Wir wollen in allen Bereichen weiter wachsen. Mit dem hiezulande wohl modernsten Druckzentrum möchten wir künftig auch für andere Marktbegleiter produzieren», antwortet Schwarz auf die Frage, wie Galledia weiter expandieren will. «Der Leisendruck in der Branche ist scheinbar noch nicht gross genug», sagt er und fordert ein Umdenken bei den Druckunternehmen. «Statt sich für jeden Auftrag im Preisgemetzeln zu zerfleischen, plädiere ich eher für Kooperationen. Da muss unsere Branche noch lernen», bemerkt Schwarz. Es könne ja nicht das Ziel sein, möglichst viele Maschinen in der Schweiz aufzustellen. «Die modernen Bauern sind uns da um einiges voraus. Sie teilen sich beispielsweise die grösseren Ernte- und Landmaschinen, die oft nur wenige Wochen im Jahr genutzt werden und deren Anschaffung für den einzelnen Bauer viel zu teuer

wäre.» Warum sollten nicht auch Druckereien gemeinsam Maschinenkapazitäten nutzen, die nun einmal vorhanden sind? Galledia zumindest sei bereit, sich für solche Modelle zu öffnen, verspricht Schwarz.

Das Geschäft von morgen

Ohnehin müssten sich Druckereien heute stets die Frage nach dem Geschäft von morgen stellen. «Wie genau dieses aussieht, weiss niemand so genau, doch habe ich eine Vorstellung davon», stellt Pascal Schwarz selbstbewusst fest.

Mit den vorhandenen Kapazitäten könne die Galledia-Gruppe das gewachsene Auftragsvolumen bewältigen und sei eine Antwort auf den Margendruck von heute. Mit weiterer Automatisierung in allen Prozessen und High-Performance-Technik sei aber noch Luft für weitere Optimierungen im industriellen Druck.

› www.galledia.ch

Toscana

Graubünden

Edle Weine der Brüder Davaz.

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

FO-GRUPPE VOR UND NACH DEM PDF

«Was macht Fotorotar denn nun eigentlich?» Jürg Konrad und Daniel Schnyder kennen diese Frage, die sich so mancher stellen mag, wenn er die Angebotsbreite des Unternehmens sieht. Zwar hat sich der Name im Laufe der Zeit eingepreßt, stimmt aber längst nicht mehr. Schon zum Jahreswechsel 2008 wurde aus der Fotorotar AG die FO-Gruppe mit verschiedenen Geschäftsfeldern, in der FO-Fotorotar eine von sieben Unternehmungen ist.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Bei uns finden Kunden die geballte Print-, Medien- und Publishing-Kompetenz unter einem Dach. Mit einem Mix aus Spezialisierung und interdisziplinärer Zusammenarbeit visualisieren unsere Geschäftsbereiche sämtliche Kommunikationsbelange», sagt Jürg Konrad, Vorsitzender der Geschäftsleitung der FO-Gruppe.

Die FO-Gruppe besteht heute aus sieben eigenständigen Geschäftsbereichen, wobei jeder für sich ein breit gefächertes Dienstleistungsspektrum abdeckt, das von einfachen bis komplexen Druckaufträgen und Internet-services über die Erstellung sicherheitsrelevanter Wertpapiere bis hin zu umfassenden Kommunikationslösungen reicht. «Diese Struktur bietet den Kunden Transparenz und eröffnet ihnen eine Vielzahl an innovativen Konzepten und unterschiedlichen Marktleistungen», erläutert Konrad. Ein Kunde kann sich also auch losgelöst von dem durchaus attraktiven Angebot der FO-Gruppe eine ganz bestimmte Dienstleistung «herauspicken», von dieser Spezialisierung profitieren und einkaufen.

Veränderung und Vielfalt

Diese Vielseitigkeit hat sich seit Jahren bewährt, brachte aber stets auch Veränderungen mit sich. Denn das Unternehmen durchlebte einiges an Wandel, den aufzuzählen eine Seiten



Wer Jürg Konrad, Vorsitzender der Geschäftsleitung der FO-Gruppe in Egg, als Strategen bezeichnet, dürfte gar nicht so falsch liegen. So hat er das ehemalige «Konglomerat» Fotorotar AG aufgelöst und in einzelne, eigenständige Geschäftseinheiten getrennt. Mit sichtbarem Erfolg. Und mit der mehrheitlichen Beteiligung an der Comprinta AG folgte der nächste durchdachte Schachzug.

füllende Story für sich wäre. Was genauso auch für die einzelnen Geschäftsbereiche gilt. Doch es beweist schlüssig, dass dem Unternehmen Veränderungen und Vielfalt sozusagen in die Wiege gelegt wurden.

Doch im Gegensatz zu früheren Zeiten, als auch Zufälle die Firmengeschicke lenkten, geht man in Egg heute sehr gezielt und strategisch an die Weiterentwicklung des Unternehmens heran.

Basis für die strategische Ausrichtung ist die Aufteilung der unternehmerischen Kernbereiche und -kompetenzen in einzelne Geschäftsbereiche, die ihren jeweiligen Markt wiederum genau analysieren und entsprechend einer realistischen Einschätzung von Trends und Chancen agieren.

So ist auch FO-Fotorotar «nur ein Teil» der FO-Gruppe. Und zwar derjenige, der die klassischen Printmedien vertritt. Die anderen Spezialisten des Verbunds sind, jeweils das FO vorangestellt, Smartprint, Security, Cyberfactory, Publishing, Zürisee und Communication. Sie bieten Services im Digital- und Sicherheitsdruck, Verlagswesen und Media Management, Online-Dienstleistungen sowie Services als PR- und Textagentur.

Das Beste, was es gibt!

Die Funktion als «normale Akzidenzdruckerei» war lange eine feste Grösse, doch weil «von konventionellen Druckereien im Moment sehr viel Kreativität gefordert wird», wie es

Jürg Konrad etwas milde umschreibt, setzt die FO-Gruppe auf diese Diversifizierung.

Natürlich versteht Konrad darunter unternehmerische Kreativität und vor allem den Anspruch, zu den Vordenkern bei Business-Modellen als auch bei Technologien und Anwendungen zu gehören. «Die Druck- und Medienindustrie ist aus unternehmerischer Sicht das Beste, was es gibt!», sagt er. «Weil sie ein Prozess in ständiger Bewegung ist.»

Was anderen Unternehmern zunehmend Angst macht, ist für ihn also offensichtlich der notwendige Kick, den der kreative Manager braucht. Die Kehrseite der Medaille ist allerdings, oft und intensiv Pionierarbeit leisten zu müssen. «Das nehmen wir aber gerne in Kauf, weil es einen Vorsprung beim Wissen und Know-how bringt», sagt Daniel Schnyder, Geschäftsleiter der FO-Fotorotar. Es geht also darum, die sprichwörtliche Nasenspitze voraus zu sein.

Vor und nach dem PDF

Sich in neue und unbeackerte technische Felder zu begeben, hat bei der FO-Gruppe Tradition. Das zeigen die wohlkalkulierten frühen Aktivitäten des Unternehmens im Internet in all seinen Spielarten bis hin zum E-Commerce. Oder auch die attraktiven Nischenprodukte im Digitaldruck. Damit ist die FO-Gruppe gewissermassen eine Schnittstelle zwischen nackten Daten und ihren Präsentationsformen in verschiedenen Medien. Wobei die Daten immer in irgendeiner grafisch-visuellen Form präsentiert und medial für Menschen nutzbar gemacht werden: auf Papier, Datenträgern und direkt via Netzwerk auf Monitoren.

«Wir müssen uns als Unternehmen der Druckindustrie mehr als nur einen modernen Anstrich geben. Wir müssen uns in die Prozesse der Kunden einklinken – das ist die Zukunft der Branche», ist Jürg Konrad über-



Darf die digitale Revolution so weit gehen, dass man dem Chef auf dem Titel des Kundenmagazins einen Maulkorb verpasst? Ja, weil die FO-Gruppe auf diese Weise ihre Kompetenz in Sachen Print und Online zeigt.

zeugt, «denn heute fängt jede Art von Kommunikation irgendwo in einem Computer an.» Und es gebe dabei eben auch zwei Welten, ergänzt Daniel Schnyder:

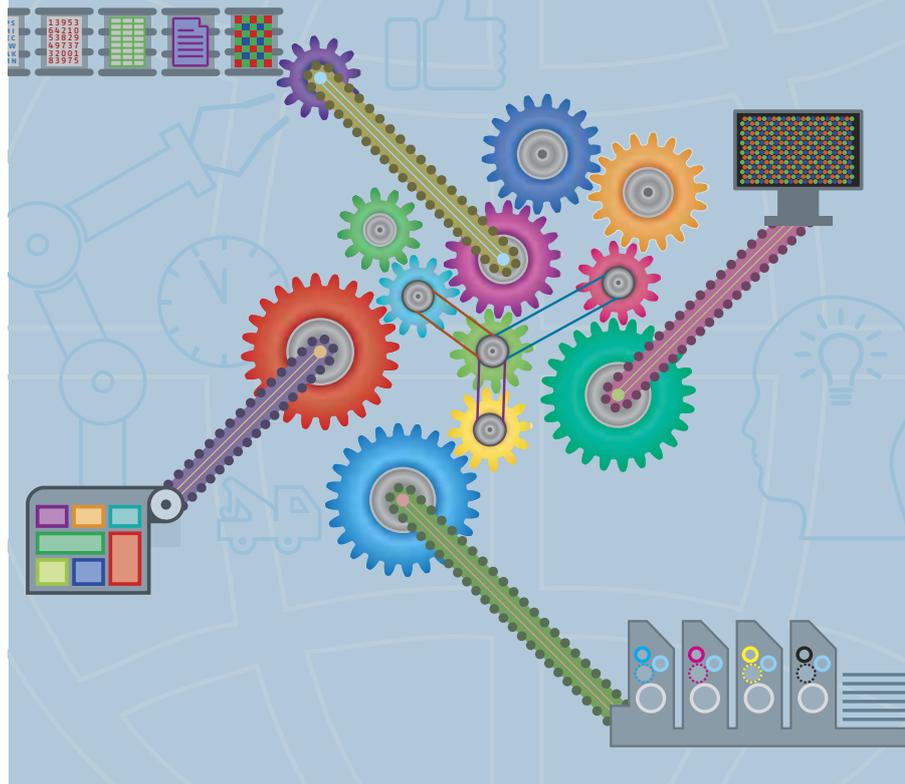
«Eine vor und eine nach dem PDF.» Was ja nichts anderes bedeutet, dass sich die Welt in Kreation und Output teilt (wie auch die Geschäftsbereiche der FO-Gruppe).

Dabei sind sich Konrad und Schnyder einig, dass Print-Produkte im Zuge der Digitalisierung «exklusiver» geworden sind: Es wird weniger gedruckt und mehr elektronisch vervielfältigt.

Die viel beschworene Digitalisierung ist für die Druckindustrie zwar kein Neuland, aber sie ist Auslöser eines Strukturwandels, der die Folge des veränderten Umfeldes bei den Kunden ist und die grafische Branche erheblich tangiert. Kleinere Auflagen, geringere Margen, kürzere Durchlaufzeiten lassen gleichzeitig den Innovationsdruck steigen. Dies hat in den letzten zehn Jahren schon zu einer Halbierung der Betriebe und Beschäftigten der Schweizer Druckindustrie geführt.

Techno-Polygraf/in

Die Profis in der Medienproduktion!



Wollen Sie ...

Innovation und Abwechslung bei der Arbeit statt Routine und Monotonie, und für vielseitige Medienproduktionen eine kompetente Ansprechperson sein?

Dann ...

ist der Weiterbildungslehrgang zur Vorbereitung auf die eidgenössische Berufsprüfung genau das Richtige für Sie!

Neuer Weiterbildungslehrgang

August 2017 bis Februar 2019

Informationsabende

Donnerstag, 19. Januar 2017 und
Dienstag, 28. März 2017, um
18.30 Uhr, an der Ausstellungs-
strasse 104 in 8005 Zürich

Auskünfte

Weiterbildungssekretariat
044 446 9777

medien form farbe

Berufsschule für Gestaltung Zürich
www.medienformfarbe.ch

Von schwerer Technik entlasten

Und dieser Rückgang hat sehr wohl auch etwas mit der Globalisierung, zumindest aber mit der Internationalisierung der Märkte zu tun. «Die Personalkosten sind in der Schweiz – über alles gerechnet – um rund zehn Prozent höher als beispielsweise in Deutschland», sagt Konrad. Andererseits seien Schweizer Unternehmen bereit, für 1% geringere Kosten im Ausland produzieren zu lassen. Unter diesen Bedingungen ist es alles andere als einfach, sich in dem umkämpften Markt der Drucksachen zu behaupten.

«Deshalb wollen wir uns nach und nach von der schweren Technik entlasten, um uns intensiver mit anderen Märkten zu beschäftigen», sagt Jürg Konrad.

Als Druckerei also das Drucken aufgeben? Fahnenflucht? Nein, ganz so einfach machen es sich Konrad und Schnyder nicht.

Kooperationsmodell Comprinta

Im April 2015 erwarb die FO-Gruppe einen «substanziellen Anteil» am Druckzentrum Comprinta in Schwerzenbach und ist mit Jürg Konrad und Daniel Schnyder seither im Verwaltungsrat der Comprinta AG vertreten. Schnyder war übrigens, bevor er 2014 zur FO-Gruppe wechselte, Geschäftsführer der Comprinta.

Das Engagement der FO-Fotorotar erweitert den bisherigen Partnerverbund von Neidhart + Schön, Feldeggen Medien, Bühler Druck sowie SWISS PAC. Im April 2016 stiess ausserdem die Somedia Production AG zu dem Verbund, wird die eigene Produktion in Chur komplett aufgeben und ab 2017 nur noch in Schwerzenbach fertigen.

Um es noch einmal in Erinnerung zu rufen: Die Idee hinter dem Druckzentrum Comprinta ist es, dass mehrere eigenständige Druckereien gemeinsam unter einem Dach produzieren und dadurch die Infrastruktur und die anfallenden Kosten gemeinsam tragen. Comprinta beschränkt sich dabei auf die Produktion ab fertigem



Er kennt die Vorteile des Druckzentrums Comprinta in Schwerzenbach und seine effiziente Produktionsinfrastruktur wie kein Zweiter. Schliesslich hat Daniel Schnyder, Geschäftsführer der FO-Fotorotar, das Druckzentrum vier Jahre als Geschäftsführer geleitet. Und er ist sich sicher: «Es gibt bisher nichts Vergleichbares.»

PDF: also CtP, Druck, Weiterverarbeitung und Logistik für die Kooperationspartner.

Die Zusammenarbeit im Produktionszentrum stärkt die Wettbewerbskraft der kooperierenden Unternehmen in der fortschreitenden Konsolidierung der Schweizer Druckindustrie massgeblich. «Der hohe Preisdruck zwingt grafische Betriebe dazu, ihre Kapazitäten dreischichtig auszulasten. Nur wer in der Lage ist, eine hochgradig industrialisierte Produktion von Printmedien im Dreischichtbetrieb ganzjährig aufrechtzuerhalten, hat eine reale Zukunfts-

chance. Das ist eine Herausforderung, die sich im Verbund mehrerer Anbieter besser lösen lässt und die wir im Interesse unserer Kunden nutzen», sagt Daniel Schnyder. «Comprinta zählt mit der effizienten Produktionsinfrastruktur zu den Leistungsführern im Schweizer Bogenoffset. Dadurch können wir ein ausgezeichnetes Qualitäts-, Preis- und Leistungsangebot garantieren.»

Industrielle Fertigung

FO-Fotorotar bekennt sich aber zugleich auch zum Produktionsstand-

ort Egg, wo weiterhin Kundenbetreuung, Auftragssteuerung, Druckvorstufe und Weiterverarbeitung angesiedelt sind.

«Durch den Zusammenschluss mit Comprinta produzieren wir in Egg und zusätzlich in Schwerzenbach. In Anbetracht der beiden Standorte, der stets bis zu 500 aktiven Aufträge in der Produktion und der teilweise vielen kleinen Arbeitsschritte wäre eine durchgängige, zeitlich abgestimmte Planung ohne entsprechende Koordination so gut wie unmöglich», ist sich Daniel Schnyder bewusst. So ist FO-Fotorotar der Dienstleister für Printprodukte innerhalb der FO-Gruppe und kann sich gleichzeitig der industriellen Fertigung im Druckzentrum Comprinta sicher sein.

Überzeugendes Konzept

«Mit der Beteiligung am Druckzentrum hat die FO-Gruppe die Weichen für die FO-Fotorotar gestellt. Mit dem Vorteil, dass wir die Last der teuren Maschinenteknik nicht mehr im Nacken haben.»

Zumindest nicht mehr alleine. Denn eine Investition in neue Maschinenteknik bei der Comprinta AG liegt auf den Schultern der zurzeit sechs kooperierenden Partner. «Und angesichts der angespannten Situation in der Branche sehen wir weitere Partner in diesem Verbund», lässt Jürg Konrad durchblicken. «Wir sind überzeugt von diesem Konzept. Und es gibt bisher nichts Vergleichbares», schwärmt Daniel Schnyder.

Ach ja, 2020 läuft der Vertrag für die genutzten Räume in Schwerzenbach aus. Nach dann zehn Jahren sind auch die dort installierten KBA Rapidas nicht mehr die jüngsten. Diese Tatsache lässt aus heutiger Sicht zumindest reichlich Raum für Spekulationen.

Aber Jürg Konrad und Daniel Schnyder lassen dies erst einmal unkommentiert im Raum stehen.

› www.fo-gruppe.ch

› www.fotorotar.ch

Victorinox druckt in der Schweiz



www.printed-in-switzerland.com

printed in
switzerland

BEITRAG ZUR NACHHALTIGKEIT Mit 20 Mio. Tonnen Papierverbrauch pro Jahr ist Deutschland einer der Spitzenreiter weltweit. Daran haben Druckereien einen nicht unerheblichen Anteil. Aus diesem Grund liess sich das Wittenberger Druckereiunternehmen Mundschenk Druck+Medien mit dem FSC-COC-Zertifikat auszeichnen. Damit ist garantiert, dass nur auf Papier aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern gedruckt wird. › www.dm-mundschenk.de

PREMIUM-PSO ZERTIFIZIERT Die Wolf-Gruppe in Ingelheim hat erfolgreich den Audit zur Premium-PSO Zertifizierung bestanden. Schon mit der ersten erfolgreichen Prozessstandard Offset (PSO) Zertifizierung nach ISO 12647 im Jahr 2014 ist es der Wolf-Gruppe möglich, seine Printprodukte bei der Produktion mit einem hohen Standard zu dokumentieren. Dieser erleichtert nicht nur die interne Qualitätskontrolle, er ermöglicht zudem dem Kunden eine unkomplizierte Einsicht in den Druckprozess und gewährleistet damit eine garantierte hohe Qualität der Druckprodukte des Unternehmens. › www.wolf-ingelheim.de

BLAUER ENGEL Mit der erfolgreichen Zertifizierung nach RAL-UZ 195 darf Graphischer Betrieb Henke GmbH seine Druck-Erzeugnisse nun mit dem neuen Blauen Engel kennzeichnen. Das Label steht für optimierte Verfahren, die eine möglichst niedrige Umweltbelastung mit sich bringen. Damit bietet Henke Rollenoffsetdruck hohe ökologische Standards. › www.henkedruck.de

NEUE DRUCKMASCHINE Klingenberg Berlin hat im Oktober 2016 eine neue Grossformatmaschine des Herstellers manroland mit modernster Farbmess- und Regeltechnik im Jumboformat 8 installiert. Die Ausstattung ist mit fünf Farbwerken und einem Dispersionslackwerk im Vergleich zur bestehenden Drucktechnik deutlich erweitert. › www.klingenberg-druck.de

KOMPLETTUMSTIEG Die Gerber Druck AG in Steffisburg hat in eine Heidelberger Speedmaster SX 52-5 LE UV investiert. Die Fünffarbenmaschine für das Bogenformat 37 x 52 cm produziert anstelle einer SM 52 und ergänzt eine Speedmaster XL 75-5+L LE UV, die vor rund zwei Jahren in Betrieb gegangen ist. Damit hat die Gerber Druck AG ihre Produktionstechnik im Drucksaal komplett auf das LE-UV-Härtungsverfahren umgestellt. › www.heidelberg.com/ch

FSC-ZERTIFIZIERT Die Tillmann Druck GmbH aus Erkelenz ist seit Mai 2016 FSC-zertifiziert und bekennt sich damit zum Schutz von Wald und Mensch. Ab sofort bietet der Spezialist für Briefumschläge und Versandverpackungen FSC-zertifizierte Produkte mit dem FSC-Label an. Es wird sichergestellt, dass diese Produkte aus kontrollierten Herkünften stammen und zur verantwortungsvollen Bewirtschaftung der Wälder beitragen. › www.tillmann-druck.de

**KBA und Flint
STRATEGISCHE
PARTNERSCHAFT**

Am 8. November vereinbarten KBA-Sheetfed und Flint Group Sheetfed eine strategische Partnerschaft. Sie betrifft den weltweiten Einsatz der konventionellen Farbserien des Druckfarbenherstellers an KBA Rapida-Hochleistungsmaschinen. Die Farben mit dem Qualitätssiegel «Recommended by KBA» sind über das Händlernetz der Flint Group zu beziehen. Anwendungsspezifisch empfiehlt KBA-Sheetfed den Einsatz unterschiedlicher Farbserien der Flint Group für den Schöndruck (Novavit F700 auf Mineralöl- beziehungsweise Novavit F950 auf Pflanzenölbasis), im Wendebetrieb (F950), für den Verpackungsdruck (Novavit F1000 WIN Bio), für Lebensmittelverpackungen (Novasens P660 Premium) sowie eine Reihe von Spezialanwendungen wie den Druck auf nichtsaugende Bedruckstoffe oder Fast Work & Turn. Rapida-Anwender, die entsprechende Druckfarben der Flint Group einsetzen, profitieren von der Erfahrung mit diesen Farbsystemen bei KBA-Sheetfed. Sie werden ständig überprüft und wo nötig speziell für die schnellen KBA Rapidas modifiziert. Im Ergebnis entstehen konstante, wiederholbare und hochqualitative Druckprodukte. Die Prozessstandardisierung erreicht eine neue Qualität.

› www.kba.com

**Feldtest bestanden
PRIMERA MC MIT
MOTION CONTROL**

Zwei langjährige Schweizer Partner von Müller Martini, AVD in Goldach und Vogt-Schild Druck AG in Derendingen, prüften den Primera MC vor dem Gang an die Öffentlichkeit auf Herz und Nieren. Fazit: Stresstest bestanden. Das durch die Servo-Technik markant schnellere Einrichten der abschwenkbaren und



Rolf Steiner (links), Geschäftsführer Vogt-Schild Druck AG, und Bruno Müller, CEO Müller Martini, vor dem neuen Primera MC in Derendingen.

damit besser zugänglichen Anleger, der mit einem Streamfeeder bestückbare Falzumschlaganleger und der mobile Kartenkleber imponierten den Fachleuten in beiden Unternehmen. «Die Verschiebbarkeit des mobilen Kartenklebers erachte ich als eine der grössten Errungenschaften von Müller Martini», sagt Rolf Steiner. Der Geschäftsführer von Vogt-Schild, einem der höchstautomatisierten industriellen Druckunternehmen der Schweiz, war auch von den neuen Anlegern angehtan. «Dass in jedem Anleger Injektoren-Vakuumpumpen bedarfsgerecht und verlustfrei die benötigte Menge Saugluft erzeugen, trägt wesentlich zur guten Energieeffizienz der Gesamtanlage bei.» Die innovative Antriebstechnologie Motion Control erleichtert das Einrichten und ermöglicht höhere Produktionsleistungen. › www.mullermartini.com

**MB Bäuerle
MAILINGS AUS DER
FALZMASCHINE**

Die Herstellung spezieller Mailings erfordert zum Teil den Einsatz zusätzlicher technischer Komponenten. Doch nicht nur spezialisierte Unternehmen sind in der Lage, diese Ausrüstung zu installieren. Auch mit Standard-Falzmaschinen, deren Einsatzspektrum durch Zusatzaggregate erweitert wird,



Das Monitoringsystem gewährleistet höchste Sicherheit bei der Mailingproduktion.

kann an diesem Markt partizipiert werden. Falzmaschinen – ausgestattet mit Leimeinrichtungen – sind für diese Applikation schnell einsatzbereit. Für die Realisierung einer Kundenanforderung hat MB Bäuerle hierfür die vollautomatische Falzmaschine prestigeFold Net 38 mit einem 12-fach-Kaltleimsystem ausgerüstet. In dieser Konfiguration ist eine Produktion verschiedenartiger Mailings problemlos möglich. Das System kann dabei in Kreuzbruchkonfiguration oder im sogenannten Tandembetrieb genutzt werden und sorgt somit für eine maximale Flexibilität. Zusätzlich ist die Anlage mit einem Monitoring-System ausgestattet. Ein Kamerasystem erfasst dabei sämtliche Dokumente und ermöglicht somit einen Soll-Ist-Listen-Abgleich. › www.mb-bauerle.de

Neun Farben und Lack L/M/B LOUKO INVESTIERT IN RAPIDA 106

Im Spätherbst startet bei L/M/B Louko in Nürnberg eine lange Rapida 106 mit neun Farbwerken, Lackturm, Bogenwendung für die 4-über-5-Produktion und Auslageverlängerung. Mit der bis zu 18.000 Bogen/h schnellen Wendemaschine erhält der als Top-Innovator des Jahres 2016 prämierte Druckbetrieb eine nicht nur für die Produktion von Magazinschlägen sehr leistungsstarke und wirtschaftliche Bogenoffsetanlage.

Die hohe Leistung, die für Sprachwechsel in der Umschlagsproduktion und unterschiedliche Regionalausgaben unabdingbaren schnellen Jobwechsel durch parallele Rüstprozesse und der schnell reagierende Service aus dem nahen Würzburg sprachen für die Hightech-Rapida. Die derzeit eingesetzten Maschinen laufen bereits am Limit. Von der Rapida 106 erwartet die Geschäftsleitung ein deutliches Leistungsplus und eine Kapazitätserweiterung von rund 40 auf 60 bis 65 Mio. Bogen im Jahr.

› www.kba.com
› www.lmb-druck.de

hubergroup AKZENTE SETZEN MIT TAGESLEUCHTFARBEN

Der Druckfarbenhersteller hubergroup hat die Palette an Tagesleuchtfarben verbessert. Die Sonderfarben basieren auf einer neuartigen Rezeptur und bieten nach Herstellerangaben verlässliche Farbtreue sowie intensive Strahlkraft. Grundlage der 14 Pantone Plus «Neon Basic Colors» Referenzfarben sind



Druckmuster der neuen Tagesleuchtfarben sind bei der hubergroup erhältlich

sieben Basisfarbtöne. Die Farbtöne Pantone 801-807 sind monopigmentiert, die Farbtöne 808-814 bestehen aus Mischungen der sieben Grundfarben.

Tagesleuchtfarben sind wie andere konventionelle Offsetfarben zu verarbeiten. Durch die höhere Pigmentsättigung sind brillante Ergebnisse auch bei einer dünneren Auftragsstärke zu erzielen.

› www.hubergroup.com

Colordruck Bayersbronn DIGITAL SCHNEIDEN UND RILLEN

colordruck Bayersbronn ist als Verpackungsdienstleister für seine Ausrichtung auf Spitzentechnologie bekannt. Seit der Markteinführung der Highcon Euclid im Jahr 2012 ist colordruck interessierter Beobachter dieser Technologie. Mit Blick auf die Chancen, die diese Technik im Verpackungsbereich eröffnet, unterzog colordruck die Highcon Beam strengen Tests, um sicher zu gehen, dass sie die Erwartungen im Hinblick auf Qualität, Effizienz und Zuverlässigkeit erfüllt.

Schliesslich kam colordruck zu dem Schluss, dass die Highcon Beam mit einer Leistung von bis zu 5.000 B1-Bogen pro Stunde und einer Qualität, die an die analoger Flachbettstanzen heranreicht, das Produktionsportfolio zu erweitern. Die Maschine bietet die Möglichkeit der digitalen Weiterverarbeitung für die Produktion und ermöglicht das Schneiden und Rillen einer Vielzahl an Substraten (Karton und Etiketten mit einer Stärke von 120-900 µm und Mikrowelle von bis zu 2 mm).

› www.highcon.net
› www.colordruck.net

Scodix Ultra Pro mit Folierstation VÖGELI AG SETZT AUF VEREDELUNG UND INDIVIDUALISIERUNG

Die Schweizer Vögeli AG investiert in eine Scodix Ultra Pro mit Folierstation. Das im Emmental beheimatete Unternehmen setzte bereits 2010 als erste Druckerei in der Schweiz auf die Scodix 1200 Veredelungsmaschine. Mit der jetzt getätigten Investition baut Vögeli AG das Anwendungsspektrum stark aus und ermöglicht neben den erhabenen Lackeffekten (Scodix Sense) auch UV-Spotlack Effekte (Scodix Spot), Blindenschrift (Scodix Braille) und die digitale Folienprägung (Scodix Foil). Somit können beispielsweise digital applizierte Gold-, Silber- oder Farbfolienprägungen ab Auflage 1 produziert werden. Der Folienprägeprozess findet kalt statt, doch das Endprodukt entspricht einer qualitativen Heissfolienprägung. Das mittels Inkjet aufgetragene und erhabene PolySense (3D Lack) wird kurz gehärtet und dient danach als Haftvermittler für die gewünschte Folie.

Dank der genauen Bildregistrierung können die Bogen im Format bis 545 x 788 mm mehrmals veredelt werden und bieten Anwendungen, die die analoge Folienprägung nicht abdecken



kann. Mit der Scodix Ultra Pro wird nicht nur die Vielseitigkeit ausgebaut, sondern auch die Produktionsgeschwindigkeit verdoppelt und die Qualität verbessert. Die Scodix RSP Technologie (Rotate/Scale/Position) verhilft der Scodix Ultra Pro für eine Veredelungs- beziehungsweise Registrationsgenauigkeit von 0,1 mm zum Druckbild und das bei jedem Bogen.

› www.chromos.ch
› www.voegeli.ch

Wissen, wo es lang geht.



www.druckmarkt.com

 **DRUCKMARKT**
macht Entscheider entscheidungssicher.



Erhard Pietsch (links) und Sebastian Preißler auf der neuen Roland 704 Evolution. Es ist die zweite Installation dieses Maschinentyps in Deutschland. Sie sind zweifellos stolz auf die jüngste Investition und die Erwartungen an dieses «Arbeitspferd» sind ebenso hoch wie das Vertrauen in die Maschine von Manroland Sheetfed.

PieReg DRUCKCENTER BERLIN BODENSTÄNDIG UND SCHNÖRKELOS

Ein Unternehmen der besonderen Art: PieReg Druckcenter Berlin trifft mit seiner bescheidenen und aufrichtigen Art offenbar den Nerv der Kunden. Dabei ist das investitionsfreudige Unternehmen auf dem aktuellen Stand der Technik und überzeugt mit seinen Leistungen. Ein Gespräch mit Gesellschafter Erhard Pietsch und seinem neuen Betriebsleiter Sebastian Preißler.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Es war einer der entspannten Druckerei-Besuche. Herzliche Begrüssung, Kaffee? Ja, die teure Variante mit Milch und Zucker. Erhard Pietsch und Betriebsleiter Sebastian Preißler packen die Zigaretten aus – und los geht's. Wie in alten Zeiten, ohne Schickimicki. So, wie ich Drucker und deren Druckereien seit Jahrzehnten kenne und liebe. Kein Fragenkatalog oder Ähnliches. Einfach mal erzählen.

«Wir haben das beste Ergebnis seit zehn Jahren und volle Auftragsbücher», sagt Erhard Pietsch, einer der beiden Gesellschafter der Berliner Druckerei. Dies sei aber keine Eintagsfliege, denn man erlebe schon seit zehn Jahren stetiges und zweistelliges Wachstum. «Wenn wir seit acht Wochen dreischichtig fahren und mitten im Sommer und der Urlaubszeit ausgebucht sind, kann das nicht nur Glück oder Zufall sein.»

Das Gespräch entwickelt sich schnörkellos, nein bodenständig, wie Erhard Pietsch gerne sagt. Bodenständigkeit hat für ihn einen hohen Stellenwert und ist möglicherweise einer der Gründe, warum die Berliner Druckerei so erfolgreich ist.

Dabei begann das alles vor über 30 Jahren in der Hausdruckerei des Berliner Lebensmittelkonzerns Otto Reichelt. Hier nahm Pietsch 1980 seine Tätigkeit als Grossoffsetdrucker auf. Druckte man dort zu Beginn noch auf einer Einfarb-Maschine einfache

Textplakate, wurde die Hausdruckerei schon bald zu einem «richtigen» grafischen Betrieb ausgebaut. Nach vielen Jahren leitender Tätigkeiten übernahmen die beiden heutigen Gesellschafter (Erhard Pietsch und Sven Regen) im Januar 2004 das Unternehmen – es entstand die PieReg Druckcenter Berlin GmbH.

Mit einem Investitionsvolumen von 2,5 Mio. € wurde das Unternehmen in den ersten drei Jahren konsequent modernisiert. Und in den letzten beiden Jahren wurde die Technik nochmals und ebenso konsequent ausgebaut.

Neue Roland Evolution

Das PieReg Druckcenter investierte zuletzt vor zwei Jahren in eine Roland 705 mit Lack und betreibt des Weiteren noch eine Roland 506LV. Mit einem feierlichen Akt wurde am 28. Juli 2016 die jüngste Investition, eine Roland 704 Evolution, eingeweiht. Es ist die zweite Maschine dieser Art in Deutschland. Neben vielen Gästen aus der Branche freute man sich besonders über die Einweihung der Maschine durch die Bezirksbürgermeisterin von Berlin Tempelhof-Schöneberg Angelika Schöttler. Seither nennen die Mitarbeiter die neue Vierfarben von Manroland Sheetfed die «Schöttlermaschine».

Mit der neuen Bogenoffsetmaschine ist PieReg ein hochmoderner, vollstufiger Betrieb mit integrierter Vorstufe, Offsetdruck, einer Digitaldruck-Abteilung und Buchbinderei.

Das hört sich ja alles nach traumhaften Bedingungen und einem idealen Umfeld für Druckereien an.

Gar nicht so prall

Nein, Berlin sei als Standort für Druckereien gar nicht so prall, stellt Erhard Pietsch fest. «Das grosse Sterben der A3-Drucker haben wir ja alle erlebt. Jetzt sind wohl die B3-Drucker dran», meint er. «PieReg wurde ja zu einer Zeit gegründet, als grosse Berliner Druckereinamen vom Markt verschwanden und sich Online-Printer daran machten, alt eingesessenen Unternehmen das Leben schwer zu machen. Qualität und Service waren plötzlich nicht mehr so wichtig. Es zählte auf einmal nur noch der Preis», bedauert Pietsch.

Dennoch ist er überzeugt, dass sich modern aufgestellte Betriebe behaupten, die entweder Nischen besetzen oder es verstehen, durch Zuverlässigkeit und hohe Qualität bei vernünftigen Preisen Drucksachen zu produzieren.

«Voraussetzungen dafür sind aber kaufmännisches Geschick, durchdachte Investitionen und Fachkräfte, die in der Lage sind, auch ausgefallene Wünsche zu bedienen», ergänzt Sebastian Preißler. Er ist seit Juni 2016 Betriebsleiter bei PieReg, hat das grafische Gewerbe von der Pike auf gelernt, machte nach den Gesellenjahren seinen Meister am Hauchlerstudio in Biberach und kam über Dresden als Abteilungsleiter für die Produktion zurück nach Berlin zur

Firma enka-druck, wo er als Betriebsleiter tätig war.

Aufgrund seines eigenen Bildungsweges weiss er auch den hohen Ausbildungsstand der Mitarbeiter bei PieReg zu schätzen – etwa ein Drittel haben einen Studienabschluss oder Meistertitel. Das garantiert Fachkompetenz.

Unschätzbare Erfahrungen

Natürlich wird auch ausgebildet, um qualifizierten Nachwuchs heranzuführen. Jetzt sind wieder vier junge Menschen in Vorstufe, Druck, Weiterverarbeitung und im kaufmännischen Bereich in der Ausbildung. Eine stramme Quote für einen Betrieb mit 48 Mitarbeitern.

Aber etwas anderes hat mich noch viel mehr überrascht: Es gibt bei PieReg einen Seniorentreff. Erhard Pietsch hatte die Idee, ältere Haudegen aus der Branche, die noch nicht ins Heim wollen, um sich zu scharen. «Die ehemals in leitender Position arbeitenden Kollegen haben manche Schlacht ausgefochten und Krisen erlebt. Diesen unschätzbaren Erfahrungsschatz machen wir uns zunutze», schildert Pietsch. «Wir geben ihnen die Möglichkeit, in die Trickkiste zu greifen, auf vergangene Fehler aufmerksam zu machen, um sie zu vermeiden und mit Rat und Tat bereitzustehen. Es profitieren alle davon! Die Oldies fühlen sich gebraucht, haben keine Zeit für Krankheiten und dürfen als Ratgeber mitsprechen. Und wir hören auf sie.» ▶



Die Gesellschafter von PieReg Erhard Pietsch und Sven Regen (rechts) und die Bezirksbürgermeisterin von Berlin Tempelhof-Schöneberg, Angelika Schöttler. Sie



weihte am 28. Juli 2016 die neue Roland 704 Evolution ein. Seither nennen die Mitarbeiter die Vierfarben-Roland die «Schöttlermaschine».

Aber natürlich setzt man bei PieReg auch auf eigene Erfahrungen, die gerade im hektischen Tagesgeschäft zwingend notwendig sind.

«UV zahlt uns doch keiner!»

«Fünfzig Prozent unserer Aufträge sind Periodika», sagt Erhard Pietsch. Und 100.000 oder 250.000 Auflage sind bei PieReg auch kein Fremdwort. «Wir bedrucken 2.000 Tonnen Papier im Jahr. Das ist für eine Akzidenzdruckerei ja schon einmal eine Hausnummer», sagt Sebastian Preißler. Bedient werden dabei quasi alle Formate bis 72 x 102 cm und bis zu sechs Farben inklusive Inline-Lackierung. In der «Hall of Fame», so nennen die Drucker gerne ihren Drucksaal, stehen Flexibilität, Produktivität und Effizienz ganz oben an.

«Bogenoffset bedeutet nun einmal eine grosse Vielfalt an Auflagenhöhen und Produktionsarten bei konstant bleibenden Qualitätsansprüchen. Da dürfen keine Kompromisse gemacht werden», sagt Preißler. «Im Zwei- bis Dreischichtbetrieb produzieren wir das gesamte Spektrum einer Akzidenzdruckerei: Plakate, Kataloge, Prospekte, Bücher, Formulare und Blöcke.»

Die Druckmaschinen sind in das Warenwirtschaftssystem Optimus integriert. Das ermöglicht den Datenfluss über viele Produktionsschritte und -ebenen hinweg. Die Kosten werden transparent, Doppelarbeit vermieden und die Produktionsabläufe optimiert. Computergesteuerte Farb- und

Feuchtwerte verbessern die Prozesskontrolle und liefern kontrollierte Qualität – und das bei einer maximalen Produktionsgeschwindigkeit von 18.000 Bogen/Stunde.

«Wir sind mit dieser Produktionsweise und den Roland-Maschinen zufrieden», sagt Erhard Pietsch. Und auf den Trend LED-UV angesprochen, kontert Sebastian Preißler: «UV zahlt uns doch keiner. Bei uns läuft fast alles 4c und das auf gängigen oder unseren eigenen Papieren PieReg Gloss und Silk in diversen Grammaturen. Deshalb haben wir auch nur eine normale Trocknung in der Maschine. Selbst bei normaler Trocknung haben wir höchstens ein bis zwei Tage Trockenzeit. Das vertragen übrigens die allermeisten Aufträge», ergänzt Preißler.

Ausfallsicherheit hat Priorität

Dabei wird im PieReg Druckcenter das Thema «Ausfallsicherheit» ganz gross geschrieben. Ob Mensch oder Maschine – doppelt besetztes Fachpersonal, zwei parallel laufende Agfa CtP-Anlagen sowie der Schichtbetrieb an mehreren Druckstrassen garantieren die pünktliche und verlässliche Bearbeitung und Fertigstellung der Aufträge. «Die von unseren Kunden geforderte Flexibilität ist das Mass unserer eigenen internen Bewertung – die Lieferung innerhalb von 24 Stunden unser Anspruch», erläutert Erhard Pietsch.

So erfüllt auch die Weiterverarbeitung alle Attribute einer modernen

Buchbinderei mit Schneiden, Zusammentragen, Rillen, Nuten, Ösen, Leimen und Perforieren für Falzflyer, Broschüren mit Rückenheftung oder Bücher mit Klebebindung.

Alles. Immer.

«Ob wir nun gross sind oder klein, ist keine relevante Einordnung. Wir orientieren uns an den Aufgabenstellungen unserer Kunden. Sollten wir dennoch mal zu klein oder ein Auftrag zu gross sein: kein Problem. In mehr als 30 Jahren am Markt haben wir ein verlässliches Produktionsnetzwerk aufgebaut», sagt Pietsch. Die Partner in Spezialbereichen gewährleisten erfahrungsgemäss eine gewissenhafte Bearbeitung der Aufträge.

Trotzdem: Was nützt die schnellste Produktion, wenn sie nicht pünktlich bei den Kunden ist? Und was der schönste Druck, wenn er beim Versand beschädigt wird? Da setzt PieReg lieber auf die eigene Logistik. «Wir übernehmen den nationalen und internationalen Versand von Einzelpackstücken bis zu Grossmengen auf Europalette. In der Regel gilt: Versand bis 16 Uhr – am nächsten Tag um 8 Uhr beim Kunden. Schneller geht's nicht», sagt Preißler. Dazu gehört auch das Kommissionieren im Kundenauftrag: Konfektionieren jeder Art, rollen, banderolieren, verpacken, einschweissen und adressieren nach Wunsch.

«Unser Credo ist: Alles. Immer. Und unter einem Dach. Das bedeutet für

die Kunden kurze Wege, höchste Effizienz und Beratung – und manchmal bedeutet das auch, Unmögliches eben doch möglich zu machen», erklärt Erhard Pietsch.

Dass das keine leeren Sprüche sind, erlebte ich bei meinem Besuch hautnah, als «mal eben» 100 Präsentationen für eine Pressekonferenz des Verkehrsministers gedruckt werden mussten. Digital gedruckt, pünktlich erledigt und geliefert.

Auf Augenhöhe

Die Unternehmenskultur bei PieReg ist nicht aufgesetzt, folgt auch keinem künstlich definierten Leitbild. Vielmehr sind die persönlichen Vorstellungen der Inhaber zu einer Reihe von Grundsätzen verschmolzen. So etwa hohe Anforderungen an Timing und Sorgfalt. Und ein elementarer Pfeiler ist reaktionsschnelles Agieren und flexibles Denken – auch unter Stress. Mit anderen Worten: individuelles Verantwortungsbewusstsein im Team. Diese bodenständige und unpräntentöse Haltung prägen die Betriebskultur. Ein Führungsstil, der nicht auf Hierarchien, sondern auf einen offenen Umgang miteinander auf Augenhöhe setzt. Jeder partizipiert am Wissen der anderen.

So gesehen eben ein Unternehmen der besonderen – weil kaum noch anzutreffenden – Art.

» www.druckcenter-berlin.de



NEUES JAHR, NEUES DESIGN.

Ab Januar erwartet Sie auf unserer neuen Website ein neues Design. Freuen Sie sich schon jetzt auf spannende Inhalte und ein inspirierendes Umfeld!

Was jedoch bleibt ist unser Anspruch, Ihnen als Mitglied (oder Gast) hervorragende Weiterbildungsangebote, zukunftsorientiertes Wissen in Seminaren und die Möglichkeit zum persönlichen Austausch mit unseren Mitgliedern zu geben.

GRAFISCHES  FORUM ZÜRICH

Wir vernetzen Wissen.

Weitere Informationen auf www.gfz.ch

VISIONCUT 106 LER Mit der Inbetriebnahme einer Visioncut 106 LER von Bobst hat die Bernholz Verpackungen GmbH ihre Produktionskapazität im Stanzbereich signifikant ausgebaut. Das Unternehmen aus Bad Salzuflen, das über mehr als 50 Jahre Erfahrung in Druck- und Verpackung verfügt, kann mit der Maschine samt automatischer Nutzentrennung für seine Kunden der Zigaretten- und der Süßwarenbranche produktiver denn je Zuschnitte höchster Qualität produzieren. Zudem hat sich Bernholz Verpackungen mit der Visioncut 106 LER gezielt Wachstumspotenziale für weitere Branchen erschlossen. › www.bobst.com

GEOMAN E:LINE Vor fünf Jahren wurde die Zeitungsrotation Colorman e:line präsentiert. Jetzt bekommt die Familie Zuwachs mit der Geoman e:line. Eine erste Anlage der neuen Baureihe wurde nach Angaben des Herstellers bereits geordert. Die Geoman e:line bietet bei einer maximalen Bahnbreite von 1.640 mm mit ihren Coldset-Farbwerken und hoher Falzperformance hohe Qualität und Produktionssicherheit. Die Zylinderanordnung ermöglicht paralleles Rüsten, die Geschwindigkeit ist für bis zu 96.000 Ex/h bei geringer Anfahrmakulatur ausgelegt. Die Maschine kann modular auf- und nachgerüstet werden. Zu den Optionen zählen PPL, APL oder ein Plattenlift für teil- und vollautomatisiertes Umrüsten. Das Inline Control System IDCµ ist als Inline-Farbbregelsystem verfügbar.



› www.manroland-web.com

LASERSTANZE Seit dem Sommer hat Grafische Systeme das Angebot an Maschinen zum Konvertieren von Rollenetiketten durch Laserstanzen des chinesischen Herstellers Hontec ergänzt. Die LC 350 kann mit einem Singlehead-Laser mit 275 W oder einem Doublehead-Laser mit 500 Watt ausgestattet werden und eine Arbeitsgeschwindigkeit bis zu 100 m/Min. erreichen. Der Laserstrahl kann an- oder durchstanzen, perforieren, gravieren oder nummerieren. Die Standardausstattung der Maschine mit Abwicklung, Bahnkantensteuerung, Aufwicklung und Gitteraufwicklung kann um weitere Module wie Laminiereinheit, UV-Flexowerk, Längsschneider oder konventionelle Stanzwerke ergänzt werden. › www.grafische-systeme.com

**Oppermann Druck & Verlag
ÜBER EINE MILLIARDE
BEILAGEN PRO JAHR**

Wer jährlich über eine Milliarde Beilagen in Zeitungen einsteckt, ist auf perfekte Abläufe im Versandraum angewiesen. Die Oppermann Druck und Verlags GmbH im deutschen Rodenberg nimmt deshalb in einer neuen Halle zusätzlich zu den beiden bestehenden SLS3000 zwei neue, vom Leitsystem Con-



Die Oppermann-Delegation zusammen mit den Müller Martini-Vertretern bei der ProLiner-Abnahme im Print Finishing Center.

nex.Mailroom gesteuerte Einstecksysteme ProLiner von Müller Martini in Betrieb.

Die beiden Einstecksysteme sind identisch konfiguriert: je 20 Anleger, automatische Haupt- und Vorproduktbeschickung (die Zeitungen gelangen von der Rotation über zwei Transporteure News-Grip-F neuester Generation und zwei FlexiRoll-Puffersystemen zu den ProLinern) sowie je drei Paketbildner Flex-Pack pro Linie.

Die sechs FlexPack sind weltweit erstmals mit einer integrierten Folierfunktion versehen. Ebenfalls als Weltpremiere setzt Oppermann die von Müller Martini neu entwickelten MiniFeeder für die effiziente Zuführung der Beilagen in die Anleger ein.

› www.mullermartini.com

**MB Bäuerle
VOLLAUTOMATISCHE
FALZLÖSUNG**

Zur vollautomatischen Herstellung etikettierter Packungsbeilagen hat MB Bäuerle eine integrierte Falzlösung konzipiert, die auf der Baureihe prestigeFold Net 38 basiert und um zusätzliche Komponenten für die kleinformatige Falzproduktion ergänzt wurde. Der hohe Automatisierungsgrad ermöglicht die komplette Einstellung der Maschine mittels Touchscreen-Display. So werden sämtliche Stellelemente an Flachstapelanleger, Taschenanschlüssen, Bogenweichen, Falzwalzen und Linealen vollautomatisch eingestellt, ohne dass ein Bediener dabei sein muss. Durch den Einsatz eines Codelesesystems wird eine permanente Produktionsunsicherheit gewährleistet. Die Waterscoringeinrichtung sorgt dafür, dass die Rückstellkräfte im Rücken der Packungsbeilagen reduziert werden. Hierdurch ergibt sich eine wesentlich bessere Verarbeitbarkeit im weiteren Produktionsprozess, die aus einer flacheren Päckchenbildung resultiert. Im Verschlussetikettierer werden die gefalzten Beipackzettel von der vorgeschalteten Falzmaschine prestigeFold Net 38 mit der geschlossenen Seite voraus übernommen und mit einem Etikett versehen. Dieses wird zur Hälfte von oben auf die unverschlossene Produktoberseite gespendet und anschließend in der Andruckstation durch Umlegen der überstehenden Etikettenhälfte komplett verschlossen. In der Stehendbogen-Kleinformatauslage SKM 36 werden die fertig produzierten Packungsbeilagen sicher und präzise ausgelegt.

› www.mb-bauerle.de

**Migrationsunbedenklich
MISCHSYSTEM
BOFOOD MU CMS**

Optisch satte Farben, die zugleich umwelt- und verbraucherfreundlich sind: Deren Entwicklung haben sich die Pioniere im migrationsunbedenklichen Druck von der Epple Druckfarben AG angenommen. Das patentierte Ergebnis und Mischsystem heißt Bo Food MU CMS. Verpackungsdruker können ih-



Epple hat den Wandel im Verpackungsdruck hin zu migrationsarmen Farben mitgestaltet – so wie jetzt mit BoFood MU CMS.

ren Kunden kurzfristige Wünsche nach Sonderfarben beim Druck von Lebensmittelprimärverpackungen erfüllen. Mit einem Farbsystem, das die aktuelle Diskussion um Mineralölrückstände lange hinter sich gelassen hat. Neben den rechtlichen erfüllen BoFood MU CMS-Farben natürlich die drei grundlegenden technischen Anforderungen an Lebensmittelverpackungen: Geruchsarmut, Schwellungsarmut und Migrationsunbedenklichkeit.

› epple-druckfarben.de

Perfekte Harmonie zu zweit
**INLINE-DUO
VAREO/INFINITRIM**

Das Inline-Duo Vareo/Infiniti-Trim sorgt bei der Books on Demand GmbH (BoD) in Norddeutschland dafür, dass Druck und Weiterverarbeitung ab Auflage 1 höchsten Ansprüchen genügen. Dies ist bei den in Norderstedt produzierten Büchern besonders wichtig, denn die Hälfte davon haben Auflage 1 bis 9.



Der revolutionäre Dreischneider InfiTrim erwies sich auf dem drupa-Stand von Müller Martini als Publikumsmagnet.

In der Weiterverarbeitung vertraut BoD als weltweit erster Publikationsdienstleister auf den Drei-Zangen-Klebebinder Vareo und den Dreischneider InfiTrim von Müller Martini.

Gegenüber der vorherigen Lösung sieht BoD-Geschäftsführer Yogesh Torani die höhere Leistung, die verbesserte Qualität des Endprodukts und weniger Stausituationen als elementarste Vorteile. Der brandneue Dreischneider InfiTrim, der ein revolutionäres Antriebs-, Transport- und Schneidekonzept aufweist, ist bezüglich Netto-Output und Flexibilität vergleichbaren Maschinen deutlich überlegen.

› www.mullermartini.com

Buchbinderei Richard Wenig
**POLAR CUTTING-
SYSTEM 200 PACE**

Die Berliner Industriebuchbinderei Richard Wenig hat sich ganz auf das Schneiden, Falzen, Sammelheften und Klebebinden spezialisiert. Im Zuge der Modernisierung des Maschinenparks wurde im Frühjahr ein Polar Cutting-System 200 PACE in Betrieb genommen.

«Die Entlastung der Bediener stand bei der Entscheidung für die PACE von Polar im Vordergrund», bringt es Geschäftsführer Richard Wenig auf den Punkt. Und weiter: «Es ist nicht leicht, Fachkräfte zu finden. Somit ist



Geschäftsführer Richard Wenig (rechts) und Martin Luniak vor dem Polar Cutting System 200 PACE.

das Thema Ergonomie für mich sehr wichtig.» Bei Polar PACE ist der Schneidprozess automatisiert. Während die Maschine vollautomatisch schneidet, kann der Bediener sich auf den Rüttelprozess konzentrieren und so den Grundstein für die Qualität des Endproduktes legen. Wenig zeigt sich hoch zufrieden mit seiner Investition: «Ich bin froh, diesen Schritt gemacht zu haben. Nicht nur weil der Bereich Schneiden jetzt wieder hoch produktiv ist, sondern auch, weil den Bedienern die Arbeit wieder richtig Spass macht».

› www.polar-mohr.com

Klingenberg Berlin
**MACHT PRODUKTE
SICHER**

Der Druck mit UV-Lacken und -Farben ist ein etabliertes Verfahren. Es verleiht Verpackungen und Displays mehr Glanz, ermöglicht metallische Effekte und den Druck auf nicht Faser basierenden Rohmaterialien. Klingenberg Berlin bietet dieses Verfahren in seiner seit Juni 2016 erweiterten Betriebsstätte in Gross Kienitz an. Bestimmte Anwendungen verlangen durch Gesetze und Verordnungen ein besonders hohes Mass an Produktsicherheit. In diesen Bereichen ist der Druck im UV-Verfahren kritisch, da die vollständige Aushärtung der in den UV-Farben und -Lacken enthaltenen gesundheitlich kritischen Fotoinitiatoren nicht durch eine lückenlose In-Prozesskontrolle überprüft und damit sichergestellt werden kann. Nach einem intensiven Forschungs- und Entwicklungsprozess und zahlreichen Testproduktionen ermöglicht Klingenberg ab sofort den konventionellen Druck auf Kunststoffmaterialien wie zum Beispiel metallisierten Folien an. Verfahrenstechnisch werden Hilfsstoffe im Druck wirkungsvoll kombiniert und ein zum UV-Druck gleichwertiges Ergebnis erzielt.

Hersteller von Displays und Verpackungen können damit bei Klingenberg Berlin als unabhängigen Druckdienstleister eigene Produktionskapazitäten ergänzen. Mit der Verwendung dieses Verfahrens wird maximale Sicherheit für Food- und Non-Food-Artikel gewährleistet und das Produkthaftungsrisiko für alle Beteiligten in der Prozesskette reduziert.

› www.klingenberg-plakat.de

Etiketten auf Rolle
**PRODUKTION HEUTE,
LIEFERUNG MORGEN**

Selbstklebende Etiketten in kleinen Auflagen waren bis vor wenigen Jahren kaum erschwinglich, eine Produktion noch am Tag der Bestellung selten möglich. Durch die Investition in neue Drucktechnologie und die Anschaffung einer neuen Laserstanze kann diedruckerei.de die Lieferzeiten und Preise von Eti-



Durch die Investition in neue Drucktechnologie und die Anschaffung einer neuen Laserstanze konnte diedruckerei.de die Lieferzeiten und Preise von Etiketten auf Rolle senken.

ketten auf Rolle senken. Mit der Option «Blitzdruck» ist sogar die Produktion an einem Werktag möglich.

«Durch unsere neue Produktionslinie machen wir Etiketten für jedermann verfügbar. Kleine und mittelständische Unternehmen wie Boutiquen, Floristen sowie Kreative und Agenturen können damit auch mit professionellen Etiketten glänzen. Durch die gesteigerte Effizienz konnten wir gleichzeitig die Preise um bis zu 20 Prozent senken», erläutert Heiko Wiederer, der als Produktmanager den Launch des neuen Angebots begleitet hat. Die Etiketten werden anwendungsbereit auf einem aufgerollten Trägermaterial geliefert. Bestellt werden können die Etiketten abhängig vom gewünschten Format in Auflagen von 100 bis 10.000 Stück, andere Aufkleber sind sogar in noch kleinerer Stückzahl erhältlich.

› www.diedruckerei.de

phenoPIN
**NEUARTIGE
PIN-BRIEF-LÖSUNG**

Vertrauliche Informationen bedürfen eines besonderen Schutzes bei der Erstellung und beim Versand an die Empfänger. Geheimzahlen für Kreditkarten, Zugangscodes für Gutscheine oder PIN-Codes für Handys sind solche Informationen. Sie werden täglich tausendfach per Post verschickt. Um ei-



Mit phenoPIN stellt die systemform Datenbelege GmbH aus Prien am Chiemsee eine neuartige PIN-Brief-Lösung aus Spezialfarbe vor.

nen Datenmissbrauch zu verhindern, müssen Unternehmen dafür sorgen, dass die geheimen Informationen auf dem Weg zum Empfänger geschützt sind.

systemform bietet mit phenoPIN eine neue, einzigartige PIN-Brief Lösung für den Versand vertraulicher Informationen. Das PIN-Schutzfeld wird dabei aus einer eigens entwickelten Spezialfarbe gebildet. Darauf können dann mit fast allen gängigen Laserdruckern die vertraulichen Informationen gedruckt werden. Der Empfänger entfernt das Schutzfeld durch einfaches Anfeuchten mit Wasser. Dadurch verblasst die Spezialfarbe und die vertraulichen Informationen werden sichtbar.

› phenopin.de

› systemform-datenbelege.de

SECHSTE KBA RAPIDA FÜR GRAFOBAL 28 METER HIGHTECH-BOGENOFFSET

Diverse Installationen von KBA-Bogenoffsetmaschinen in anderen Betrieben der neben dem Verpackungsdruck in weiteren Geschäftsfeldern und mehreren osteuropäischen Ländern tätigen slowakischen Unternehmensgruppe Grafobal führten zur Inbetriebnahme der ersten KBA Rapida 106 am Grafobal-Hauptsitz in Skalica. Die Konfiguration dieser 28 m langen Hightech-Anlage mit 13 Druck-, Lack- und Trockenwerken ist bemerkenswert.

Von MARTIN DÄNHARDT

Auf die neun Druckwerke folgen ein Lackwerk, zwei Trockentürme, ein weiteres Lackwerk und eine dreifache Auslageverlängerung mit weiteren Trocknern. Es handelt sich also um eine typische Doppellackmaschine für den konventionellen, UV- und einen möglichen Mischbetrieb für besonders hochwertig bedruckte und veredelte Faltschachtel-Verpackungen. Entsprechend ist die Rapida mit einem Kartonpaket und Stapellogistik ausgestattet sowie zur Verarbeitung grösserer Stapel bei dickem Material um 675 mm höher gesetzt.

18.000 Bogen/h mit 13 Werken

Weniger selbstverständlich für eine solch lange Maschine ist die Druckleistung von bis zu 18.000 Bogen/h mit dem Highspeed-Paket. Möglich wird dies unter anderem durch die ziehmarkenfreie SIS-Bogenanlage (Sensoric Infeed System). Standard bei der Rapida 106, aber längst nicht bei anderen Mittelformatmaschinen dieser Kategorie, ist die Einzelantriebstechnik am Anleger mit separaten Antrieben für den Bogentrenner und den Anlegertisch. In Kombination mit der Bogenführung mit Venturi-Düsen, den VariDry-Trocknern und der dynamischen Bogenbremse in der Auslage sichern diese Details auch bei hohen Geschwindigkeiten eine optimale Druckqualität.

Jobwechsel per Tastendruck

Für eine hohe Nettoleistung sind neben der Fortdruckgeschwindigkeit auch die Rüstzeiten entscheidend. Das Jobwechsel-Programm der Rapida 106 stellt die automatische Ausführung sämtlicher angewählter Prozesse des Auftragswechsels in zeitoptimierter Reihenfolge sicher. Die für den nächsten Job und die dazugehörige Maschineneinstellung benötigten Daten werden am ErgoTronic-Leitstand mithilfe der Software LogoTronic Professional während der laufenden Produktion eingespielt. Der Jobwechsel erfolgt dann mit nur einem Tastendruck.

Das Schlüsselwort für einen schnellen Jobwechsel lautet bei der Rapida 106 schon seit über zehn Jahren «simultan». Konkret heisst dies, dass an der Rapida 106 in Skalica dank der Einzelantriebstechnik DriveTronic

(Simultaneous Plate Change) an den Plattenzylindern die Druckplatten in allen neun Druckwerken gleichzeitig gewechselt werden. KBA Plate Ident erkennt die Platten mittels DataMatrix-Codes. Parallel und ohne Zeitverlust können die Gummütücher und Druckzylinder mit CleanTronic Multi gewaschen werden. Eine weitere Funktion für kurze Rüstzeiten beim Faltschachteldruck mit vielen Farben ist das Waschsystem DriveTronic SRW für die Farbwalzen in den Druckwerken 1, 2, 7, 8 und 9. An nicht benutzten Druckwerken können die Walzen während der laufenden Produktion gereinigt werden. Das zeitaufwendige Wechseln der Farbe für den neuen Job wird so deutlich beschleunigt. Ein schneller Jobwechsel betrifft jedoch nicht nur die Druckwerke. Eines der Lackwerke verfügt über den AniloxLoader zum automatisierten Wechsel der Raster-

walze ohne jegliche physische Anstrengung des Bedieners. Direkt im Lackturm stehen drei Rasterwalzen für den Wechsel zur Verfügung.

Veredelungs-Vielfalt

Die Doppellackmaschine ermöglicht unzählige Lackeffekte. Umso mehr, wenn sie nicht nur mit einem Kreislauf für Dispersions- und UV-Lacke ausgestattet ist, sondern darüber hinaus für spezielle Lacktypen, wie zum Beispiel Gold-, Silber- oder Iridinlack. Darauf ist auch die Leistung der IR-/TL-Zwischentrockner und der VariDryBlue IR-, TL-, UV-Trockner in der dreifach verlängerten Auslage angepasst. Der VariDryBlue-Endtrockner ist sehr effizient, da er die in den vorderen Segmenten erzeugte Wärme zur Trocknung im Rest der Auslage nutzt. Bei einer klimatisierten Halle zeigt sich der Effekt der



Beindruckend und einzigartig in der Slowakei: die ca. 28 m lange 13-Werke-Maschine Rapida 106 bei Grafobal.



Mit bis zu 18.000 Bogen/h, neun Druckwerken und jeweils zwei Lack- und Trockentürmen vereint die hoch automatisierte Rapida 106 in Skalica höchste Produktivität mit optimalen Druck- und Veredelungsoptionen.

wiederholten Wärmenutzung deutlich. Bei anspruchsvollen Verpackungen, wie beispielsweise Zigaretten-schachteln, ist eine kontinuierliche Qualitätskontrolle ein Muss. An der Rapida 106 ermöglicht ein Kamerasystem den Überblick über das Geschehen in der Druckmaschine. Das Inline-Mess- und Regelsystem QualiTronic Professional erkennt durch Inline-Messung und Auswertung jedes einzelnen Bogens Fehler im Druckbild, korrigiert bei Bedarf die Farbgebung und verhindert teure Makulatur. Der Kunde erhält auf Wunsch ein aussagekräftiges Qualitätsprotokoll. Mit ErgoTronic ColorControl zur Messung der Farbdichte und der L*a*b*-Werte und ErgoTronic ACR zur Messung des Registers stehen dem Bediener weitere Instrumente zur Qualitätsüberwachung zur Verfügung. Das SPC-System für den simultanen Plattenwechsel kann auch für die Anpassung der Drucklänge verwendet werden. Diese praktische Funktion wird bei Bedarf gerne auch für die Steigerung der Qualität genutzt.

Komfort und Effizienz am Leitstand

Eine bequeme und effiziente Bedienung der Maschine ermöglicht der ErgoTronic-Leitstand. Mittels TouchTronic steuert der Bediener intuitiv über einen TouchScreen alle Funktionen, wobei jeweils nur maximal zwei Klicks erforderlich sind. Das Programm «One-Button-Job-Change»

beschleunigt über eine optimierte Schrittsequenz den Jobwechsel. Die Funktion «FastInkUp» kann die Makulatur bei Produktionsbeginn um bis zu 40% senken, weil das alte Farbprofil auf den Walzen vom Papier beseitigt und das Auftragen des neuen Profils beschleunigt wird. Der Bediener sieht eine übersichtliche Liste der Jobs mit den Daten bezüglich der Flächendeckung, mit Farbprofilen und Ansichten. Die Flächendeckungs-Daten der einzelnen Jobs ermöglichen eine optimale Reihenfolge zur Senkung der Anlaufmakulatur und der Rüstzeiten.

Die sechste Rapida-Installation in einem Unternehmen der Grafobal-Gruppe unterstreicht die starke Position von KBA-Sheetfed im Verpackungsdruck. Dies gilt nicht nur im Grossformat, wo KBA deutlich führt, sondern auch im von vielen Herstellern bedienten 3B-Format. Davon zeugen in der jüngsten Vergangenheit mehrere Installationen von KBA CEE bei Verpackungskunden im tschechischen und slowakischen Markt. Daneben schätzen auch Akzidenz- und Publikationsdrucker die praxisorientierte Automatisierung und hohe Druckleistung der KBA Rapidas.

› www.kba.com

FREEWARE PREMIUM ONLINE TOOLS

GANZ HEISS



- PDF Preflight
- Color Preflight
- ISO ↔ PSO Converter



Auf die Website online-tools.ch gehen, den kostenlosen **Connector herunterladen** und loslegen: Preflights, Analysen und Konvertierungen pfannenfertig aus der Cloud. Einfacher war eine sichere Druckproduktion noch nie. Gleich ausprobieren!

www.online-tools.ch

PDFX-ready

Die PDFX-ready Online Tools werden unterstützt von





TREND DIE WELT IST WIE EIN MALBUCH

Erwachsene entspannen sich wie in Kinderzeiten mit dem Ausmalen von Vorlagen in Büchern, Psychologen loben die Effekte dieser Freizeitbeschäftigung, Stifterhersteller legen Sonderschichten ein und Verleger sowie Buchhändler freuen sich über den geradezu unerwarteten Umsatz – ein Trend, der alle glücklich macht. Auch die Drucker? Wir haben uns mal umgeschaut.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Malen nach Zahlen? Malbücher? Ausmalbücher? Zahllose Menschen widmen sich dieser eher wenig kreativen Tätigkeit, von der ich immer annahm, dass sie eigentlich Kindern vorbehalten ist. Der Trend, dass Erwachsene Vorlagen ausmalen, kommt aus den USA und schwappte schon im letzten Jahr nach Deutschland über, nachdem

Malbücher die Amazon-Bestsellerlisten in den USA anführten – auch in Grossbritannien.

Da wundert es doch auch nicht, dass die Engländer für den Brexit stimmten und die Amerikaner Trump wählten. Es konnte ja gar nicht anders kommen. Ein eindeutiges Symptom für den Kulturverfall und ein unstrittiger Beweis für die Infantilisierung der Gesellschaft, oder? Genau! Solche Rückschlüsse wären dann auch als «post-faktisch» zu bezeichnen, als

Äusserungen, die eher an Emotionen, Bauchgefühl oder Unwissen, denn an Fakten orientiert sind.

Gegentrends im Trend

Aber es gibt Trends, bei denen ich mich frage, ob die Menschheit denn nun ganz verrückt geworden ist? Auch bei dem mit den Malbüchern für Erwachsene. Ich hatte schon vor einiger Zeit davon gehört, habe es aber ignoriert, denn was interessiert

mich die Langeweile anderer? Ausserdem klang mir das irgendwie zu sehr nach Psychiater und Therapie. Bis ich letzte Woche auf dem «Future Summit Print-Kongress in München von keinem geringeren als dem Zukunftsforscher Matthias Horx erfuhr, dass es ein wirklich ernst zu nehmender Trend ist, der nicht ohne Grund entstanden sei. Dieser (und einige andere Trends) seien der Gegen-trend zur permanenten Beschleunigung durch die Digitalisierung.



Malbücher schrecken vor nichts zurück. Klimt, van Gogh, Monet und Picasso sind ebenso vertreten wie typografische Schriften zum Ausmalen.

Durchaus nachvollziehbar, denn die meisten von uns haben einen stressigen Alltag mit der Perspektive, dass unser Leben in den kommenden Jahren noch stressiger wird. Um diesem Hamsterrad zu entkommen, werden die digitalen Geräte beiseite gelegt, um durchzuschlafen. Einfach mal runterkommen!

Die Leute haben die Nase voll von Bildschirmen. Handwerkliche Fertigkeiten wie Töpfern, Nähen oder eben Ausmalen erleben eine Renaissance. Man will etwas kreieren, etwas persönliches schaffen. Und der Griff zum Stift scheint dem Zeitgeist zu entsprechen. Aber ob Entschleunigung, Entspannung, Stressabbau und das Fördern der eigenen Kreativität – sind wir denn wirklich alle schon so kaputt, dass wir im Ausmalen den farbenfrohen Protest gegen Leistungsdruck oder permanente Online-Präsenz sehen?

Zufallstreffer

Jedenfalls führen Ausmalbücher für Erwachsene seit etwa zwei Jahren die Bestsellerlisten an. Und das spült auch Geld in die Kasse der Verlage. So soll der stationäre Buchhandel in England 2015 rund 40 Mio. € Umsatz mit diesen Produkten erzielt haben – mehr als doppelt so viel wie 2014. Und auch in Deutschland hat sich das Ausmalen zu einem Massenphänomen entwickelt. Nach Zahlen des Börsenblatts, dem Portal der Buchbranche, erschienen 2014 lediglich zwölf Ausmalbücher für Erwachsene,

2015 waren es mit 123 bereits zehnmal mehr und alleine im ersten Halbjahr 2016 kamen weitere 115 Titel dazu. Ein Ende des Booms scheint dabei nicht in Sicht. Aktuell verkauft sogar Aldi Süd Jahreskalender mit Seiten zum Ausmalen.

Schuld am weltweiten Ausmalfiebel ist die Schottin Johanna Basford, deren Malbuch «Mein verzauberter Garten» 2013 wie eine Bombe einschlug. «Ich hatte nie die Absicht, einen solchen Trend auszulösen oder eine bestimmte Anzahl Bücher zu verkaufen», sagt die Illustratorin. «Ich wollte einfach nur ein schönes Buch machen und meine Leidenschaft für das Zeichnen mit anderen Leuten teilen.» Das hat sie mit ihren Büchern – inzwischen ergänzt um Wald- und Ozeanmotive – schon rund 16 Millionen Mal gemacht.

Und natürlich haben andere Verlage nachgezogen. Kaum einer, der nicht auch Ausmalbücher im Angebot hat. In den Verlagen ist gar die Rede von unglaublichem Neuheitendruck. Die Kunden erwarten immer neue Ideen, denn irgendwann sind die Bücher ja vollgemalt.

Hier toben sich die Marketing-Abteilungen der Verlage aus, versprechen schon auf dem Titel Entschleunigung und bieten im Innenteil positiv besetzte Motive wie Blumen, Katzen, Ornamente, Gärten oder Stadtansichten. Und sie lassen sich Neues einfallen. So beispielsweise Night-and-Day-Malbücher, bei denen das gleiche Motiv mit hellem und dunklem Hintergrund ausgemalt wird.

Dabei entwickelt sich das Genre in die Breite. Nicht mehr Blümchen, es geht um Landschaften, um Comics oder auch um Titel wie «The Typography Colouring Book», in dem Zier- und Schmuckbuchstaben ausgemalt werden können.

Ein Geschenk

Für den stationären Buchhandel seien die Malbücher ein Geschenk, zitiert das Börsenblatt den Münchberger Sortimenter Jörg Meister. «Das sind Produkte, bei denen man sich nicht auf den Titel verlässt, sondern in die man reinschauen, die man anfassen möchte. Wie sind die Motive? Welche Qualität hat das Papier? Das geht im Internet nicht. Also kommen die Kunden ins Geschäft.»

Auch Bundles mit Stiften sind gefragt. Die Hersteller von Malstiften schieben Sonderschichten und erweitern die Produktion. Für sie alle kommt der Boom in Zeiten der Digitalisierung unverhofft. Buchhändler waren nicht auf die Nachfrage nach Buntstiften vorbereitet, hatten Stifte oder Malkästen gar nicht im Sortiment und gehen Kooperationen mit lokalen Schreibwarenläden ein. Es sieht also danach aus, als gäbe es bei diesem Trend nur Gewinner.

Die Welt ist ein Malbuch

Also, liebe Druckunternehmer: Seid keine Feiglinge! Tauscht Eure Vier- oder Achtfarben gegen Zweifarbenmaschinen mit Wendung ein – vom

Differenzbetrag lassen sich leicht noch zwei, drei Schwarz-Weiss-Digitaldrucksysteme anschaffen und Bindemaschinen sowie Gerätschaft zum Perforieren (zwecks Heraustrennen der Kunstwerke).

Nutzen Sie die Formate aus! Auch die Ihrer Rollenoffsetmaschinen. Es gibt (glaube ich) noch kein Ausmalbuch im Format 70 x 100 cm. Versuchen Sie es mit Ausmal-Tischdecken und -Tapeten. Beschäftigen Sie Illustratoren und drucken Sie personalisierte Malbücher in Auflage 1.

Und denken Sie über drucktechnische Grenzen hinweg. Ein Web-Shop mit Bildmotiven zum Download einzelner Motive wird auch seine Abnehmer finden. Diesen liesse sich dann auch noch ein Schwarz-Weiss-Drucker samt Toner und Papier verkaufen. Es wird ja wohl Gründe geben, weshalb sich das eine oder andere Papier besser bemalen lässt. Also sind auch Ihr Know-how und Ihre Beratungskompetenz gefragt. Seien Sie kreativ! Denn die Welt ist wie ein Malbuch – in welchen Farben sie leuchtet, liegt aber in Ihrer Hand. Probieren Sie es sofort aus. Es entspannt und regt zugleich den Geschäftssinn an. Und wenn Sie mit dem Ausmalen fertig sind, trennen Sie das Blatt sorgfältig aus dem Buch und falten daraus einen Papierflieger. Wie das geht, beschreiben Sie dann in einem neuen Buch. Denn was liesse sich besser miteinander verbinden als Malbuch und Origami?



SWISS PRINT AWARD NEUE IMPULSE UND WERTMASSSTÄBE

Wie wird eine Drucksache Preisträger des «Swiss Print Award»? Ganz einfach: Sie muss «Lust auf Print» machen und dazu animieren, gedruckte Medien zu nutzen. Ganz gleich was, welcher Umfang in welcher Technik, Grösse oder Form gedruckt wurde, kann eingereicht werden. Und was macht Gewinner aus? Genauso einfach: Man muss die oder der Beste sein. Aber welche Wege führen zu diesem Ziel?

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Printmedien sind seit Jahrhunderten Treiber für die Entwicklung unserer Kultur, Gesellschaft, Ökonomie und Wissenschaft. Sie helfen uns zu orientieren und zu organisieren. Sie unterhalten uns oder geben Anstösse zum Nachdenken. Dennoch sind die Mechanismen gedruckter Kommunikation noch längst nicht umfassend untersucht.

Wissenschaftliche Studien beziehen sich meist nur auf die Aufmerksamkeit für Werbung in Magazinen oder Zeitungen. Dabei ist die Vielfalt der Printmedien weitaus grösser und darf nicht auf Presse-Erzeugnisse reduziert werden.

Das Gros des Produktionsvolumens wird durch Akzidenzdrucksachen, Bücher, Informationsmaterialien, Verpackungen, Plakate, Mailings und viele weitere Druck-Erzeugnissen abgedeckt. Und das aus gutem Grund:

Das Lesen auf Papier entspricht am ehesten den physikalisch-biologischen Eigenschaften des menschlichen Sehens – weit besser, als dies bei Bildschirmmedien der Fall ist.

Wir wissen durch Untersuchungen zudem, dass Print in Form von Produktverpackungen am Point-of-Sales massgeblich dazu beiträgt, dass Produkte überhaupt gekauft werden. Insbesondere die multisensorische Wirkung von Drucksachen ist konkurrenzlos.

Aber: Wissenschaftlich belegbar ist es nicht, welche Art der Herstellung, welche Bedruckstoffe oder welche Spezialeffekte welche Wirkung erzielen. Wir ahnen es nur. Auch wenn wir Erfahrungswerte haben, können wir die Wirkung dieses Zusammenspiels nicht exakt vorherbestimmen.

Die jüngsten Erkenntnisse der Marken- und Werbewirkungsforschung, nach denen Special Effects mehr Wirkung erzielen, lassen sich auch nur bedingt auf die Drucksachenherstel-

Beim «Swiss Print Award» geht es nicht um Format, Drucktechnik oder möglichst vielfältige Veredelung. Es geht um die Idee, die dahinter steckt, und die Inszenierung. Dabei kann eine Grusskarte genauso wirkungsvoll sein wie ein Plakat, ein Buch genauso wie eine Broschüre. Hauptsache, das gedruckte Erzeugnis macht «Lust auf Print». In der Collage sind beispielhaft einige seit 2013 eingereichte Arbeiten zum «Swiss Print Award» (und nicht nur Siegerarbeiten) dargestellt.

lung übertragen. Dass diejenigen zu den Gewinnern gehören, die sich die meisten Spezialeffekte leisten können, stimmt eben nicht.

Denn Kreation und Print einschliesslich der Herstellungs- und Vertriebskosten stehen in einer Zeit der Multikanal-Kommunikation stark unter Druck. Und dabei sind es nicht immer die Effekte, die Erfolg garantieren. Es sind die intelligenten oder aussergewöhnlichen Druck-Erzeugnisse, die auffallen. Man denke nur an individualisierte Drucksachen, die lediglich mit den Prozessfarben CMYK hergestellt werden, an Werbung, die auf haptischen Papieren gedruckt ist oder an Marketingbotschaften, die selbst mit nur einer Farbe aufgrund ihrer Idee überzeugen.

Es ist also die Qualität und Relevanz der Inhalte gefragt. Dass dabei gute Lesbarkeit durch adäquate Typografie und Design im Fokus stehen, versteht sich geradezu von selbst.

Wir müssen umdenken

Dabei müssen aber auch die Relationen stimmen. Ein professionell hergestelltes und wertiges Druckprodukt muss auch adäquat dargestellt werden. Damit es seine Wirkung entfalten kann, damit es sich auch verkaufen lässt, muss es wertiger präsentiert werden, als wäre es nur einen Rappen wert.

Dass dies nicht mit Billigproduktionen geht, sollte einleuchten. «Wir müssen generell umdenken. Natürlich ist und bleibt die kreative Idee immer zentraler Bestandteil einer guten Drucksache. Aber wenn es an die Umsetzung geht, müssen wir anders denken als bisher», sagt Marco Bieri, Head of Marketing bei Papyrus Schweiz. Und er nennt dafür ein ganz banales Beispiel: «Nicht der Postbote ist daran Schuld, wenn ich mein Lieblings-Magazin mit Knicken und Eselsohren aus dem Briefkasten



Marco Bieri, Head of Marketing bei Papyrus Schweiz, ist seit etlichen Jahren Mitglied der Jury des «Swiss Print Award» und Juror einiger anderer Wettbewerbe. Sein Urteil über den Stellenwert des «Swiss Print Award» hat daher Gewicht.

GATTUNGSMARKETING

«Es gibt ja eine ganze Reihe an Wettbewerben – für Geschäftsberichte, für Bücher, Plakate und viele andere Print-Produkte mehr. Die zielen aber alle nur auf einen kleinen Ausschnitt des Drucksachen-Spektrums. Dagegen beschäftigt sich der Swiss Print Award mit Gedrucktem an sich. Das zeichnet ihn aus und macht ihn so wertvoll», sagt Marco Bieri, Head of Marketing bei der Papyrus Schweiz AG. «Und weil er sich nicht spezialisiert, weil er alle Drucksachen und alle daran Beteiligten berücksichtigt, hebt sich der Swiss Print Award hervor und macht Gattungsmarketing par excellence.»

nehme. Der Versender hat nicht weit genug gedacht oder am falschen Ende gespart! Wenn ich ein wertvolles Produkt auf den Weg bringen

will, muss ich es auch adäquat verpacken. Das wiederum hat erhebliche Auswirkungen auf die Materialwahl, auf das Budget, auf den gesamten Workflow und damit auch auf den Zeitplan.»

Dieses Denken vom Ende der Wertschöpfungskette nach vorn, das Marco Bieri fordert, trifft genau den Nerv der Zeit. Denn ohne dieses ganzheitliche Denken sind Industrie 4.0 oder Print 4.0 nicht realisierbar. «Gerade weil dieses gesamthafte Denken alle an der Print-Produktion beteiligten Akteure betrifft, ist der «Swiss Print Award» so wertvoll. Deshalb ist er auch wichtiger denn je. Und es ist gut, dass der Award weiterentwickelt wird», sagt Bieri.

3 x 3 Awards

Diese Weiterentwicklung bezieht sich auch darauf, dass die Zahl der zu vergebenden Awards erweitert wird. ▶

Das Blaue vom Himmel...

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

Tel. 052 316 17 33
info@epple-druckfarben.ch

epple
DRUCKFARBEN

Michael Waldvogel ist Präsident des asw und Inhaber der Agentur idfx. Als Mitglied der interdisziplinären Jury des «Swiss Print Award» kann er als Experte wie kaum ein anderer die Agenturleistungen beurteilen.



Statt bisher drei beziehungsweise vier Preisträger sind 2017 erstmals drei Kategorien ausgeschrieben, in denen jeweils drei Awards vergeben werden können. Die Kategorien

- Akzidenzdruck,
- Publikationen und
- Verpackung

versprechen dabei einen hochinteressanten Mix. Darüber hinaus kann (muss aber nicht) der «Peter-Grob-Preis» für besondere Agenturleistungen vergeben werden. Damit erinnern die Träger des Awards an den verstorbenen Geschäftsführer des asw, Allianz Schweizer Werbeagenturen, der den Award (damals noch als «Druckmarkt-Award») von Beginn an gefördert hat.

Marktwerte steigern

Denn schon vor mehr als zehn Jahren ging es darum, den Marktwert von Print zu steigern.

«Ganz gleich, ob Kommunikation, Marketing, Werbung oder Druck: Sie alle brauchen in Zeiten des immer härter ausgefochtenen Wettbewerbs neue Impulse und Wertmassstäbe», sagt Michael Waldvogel, Präsident des asw und Inhaber der Agentur idfx. «Der «Swiss Print Award» ist ein ideales Medium dafür. Denn kaum ein anderer Wettbewerb stellt solche hohe Anforderungen an die Produktionsqualität, Originalität, Wirkung und den Nutzen für den Kommunikationserfolg.»

Deshalb muss es gemeinsames Ziel aller an einer Drucksache beteiligten

ORIENTIERUNG

«Print ist nicht längst mehr das einzige Medium für die Kundenansprache. Werbung treibende können heute aus mehr als 60 Medienkanälen auswählen. Das hat dazu geführt, dass viele Kunden einfach nicht mehr wissen, was sie machen sollen. Sie brauchen Orientierung und Unterstützung bei ihrer Kommunikation. Die prämierten Arbeiten des «Swiss Print Award» geben diese Orientierung und zeigen beispielhaft auf, wie Kommunikationsprobleme gelöst werden können», sagt Michael Waldvogel, Präsident des asw Allianz Schweizer Werbeagenturen und Inhaber der Werbeagentur idfx.

sein, auf die Möglichkeiten und bisweilen ungeahnten Fähigkeiten des modernen Drucks aufmerksam zu machen. Weil das Potenzial moderner Druck- und Veredelungs-Techniken noch längst nicht in vollem Umfang ausgeschöpft – und schon gar nicht flächendeckend kommuniziert wird.

Es geht aber nicht nur um Print an sich. Es geht auch um die Steigerung des Marktwertes der einzelnen Teilnehmer. «Es wird immer wichtiger, mit seinem Unternehmen, den Produkten und Leistungen aufzufallen und bei den Kunden einen dauerhaft positiven Eindruck zu hinterlassen. Um im Markt sichtbar zu werden oder gar hervorstechen, müssen die Kunden mit allen Sinnen über-

EINSENDESCHLUSS ist der **15. Februar 2017**. Die Bewerbungsfrist zum «Swiss Print Award 2017» läuft.

TEILNAHMEBERECHTIGT sind alle Schweizer Agenturen, Vorstufenbetriebe, Druckereien, Buchbindereien und Verlage sowie Handel, Industrie und Handwerk, die via Print für sich oder ihre Produkte werben. Teilnehmen kann jeder, der am Entstehungsprozess einer Drucksache beteiligt ist (also Fotografen, Designer, Agenturen, Druckereien, Buchbinder und/oder deren Auftraggeber).

BEWERBUNGEN: Eingereicht werden können alle Drucksachen. Dabei spielen Umfang, Form, Grösse oder Technik keine Rolle. Die Arbeiten müssen jedoch im Kalenderjahr 2016 (respektive bis zum Einsendeschluss) als Werbung, für Marketing oder als kaufbares Produkt eingesetzt worden sein.

TRÄGER: Zum «Swiss Print Award» laden Druckmarkt Verlag Zürich, der Verband viscom, asw Allianz Schweizer Werbeagenturen, Papyrus Schweiz und das Fachmagazin «Werbewoche» ein.

zeugt werden – und höchste Wertschätzung erfahren. Das wiederum gelingt nur mit Print auf Premiumniveau», argumentiert Waldvogel. Solche Leistungen strahlen zudem in die eigene Branche hinein.

Interdisziplinär besetzte Jury

Deshalb ist die Jury des «Swiss Print Award» interdisziplinär besetzt und ein Spiegel derer, die Printproduktionen nutzbar machen, die Drucksachen selbst herstellen und einkaufen. Sie ist ein Mix aus hochkarätigen Experten für Produktion, Technologie, Kreation, Marketing, Werbung und Kommunikation. Gerade wegen der Professionalität und Expertise der Jury-Mitglieder geht es während der Jurierung zuweilen hart zur Sache. Bewertet wird nach festen Kriterien, einem definierten Punktesystem, wobei stringent aussortiert wird, was den Anforderungen nicht entspricht oder abweicht. Dass die eingereichten Arbeiten dennoch an Qualität zugenommen haben, ist auf den hohen Standard der Schweizer Drucker zurückzuführen.

Gewinner sind ...

Das heisst auch, um sich der Antwort, wie man Gewinner wird, zu nähern: Gewinner macht aus, dass sie sich auf höchstem Niveau und bei extrem starkem Wettbewerb durchsetzen können.

So entscheidet nicht die Grösse oder Struktur einer Agentur oder Drucke-

rei über die Erfolgsaussichten beim «Swiss Print Award». Es gibt auch keine Vorteile für Kreativ- oder Designagenturen, für ein- oder mehrstufige Druckereien, für Offset- oder Digitaldrucker. Wohl aber ergeben sich Vorteile für diejenigen, die Kompetenzen bündeln, Partnerschaften nutzen, kooperativ vorgehen und mit professionellem Verständnis das Optimum aus den Technologien und Produktionsprozessen herausholen.

Die besten Chancen, als einer der Gewinner aus dem Wettbewerb hervorzugehen, haben diejenigen, die originelle Ideen umsetzen, Mut für neue Materialkombinationen haben, die Drucksachen herstellen, die noch mehr «Lust auf Print» machen.

Diese unterstützt und fördert der «Swiss Print Award», indem er solche Druck-Erzeugnisse in der Branche und über die Branche hinaus bekannt macht.

Die Gewinner der Awards werden in «Druckmarkt Schweiz», «viscom print & communication» sowie «Werbewoche» in redaktionellen Beiträgen gewürdigt und auch anderen Publikationen bekannt gemacht. Die Gewinner und Urheber werden in einer umfangreichen Dokumentation mit ihren Siegerarbeiten in Text und Bild dargestellt.

Details zum «Swiss Print Award», zu den Wettbewerbsbedingungen, die Jury und die Anmeldung finden Sie auf der Internetseite des Awards.

» www.swiss-print-award.ch

Specials
FINEST PAPER

Die Schönsten Papiere

Specials® Feinstpapiere wecken Emotionen

Lebendig. Eindrucksvoll. Aussergewöhnlich. Specials® Feinstpapiere von Papyrus sagen mehr als tausend Worte. Sie verzaubern Ihre Botschaft in ein emotionales Erlebnis. Mit verführerischen Farben und faszinierenden

Strukturen wecken Specials® Feinstpapiere die Neugier, beflügeln die Kreativität und enthüllen wahre Leidenschaft. Specials Feinstpapiere berühren die Sinne und wecken Emotionen!

PAPYRUS 

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2017			
28. 01. – 31. 01. 2017	Paperworld	Frankfurt	 › paperworld.messefrankfurt.com
15. 02. – 16. 02. 2017	Digitaldruck-Kongress	Düsseldorf	 › www.bvdm-online.de/ddk2017
20. 02. – 23. 02. 2017	Hunkeler Innovation Days	Luzern	 › www.innovationdays.com
21. 03. – 23. 03. 2017	CCE International, Corrugated & Carton Exhibition	München	 › www.cce-international.com
21. 03. – 23. 03. 2017	ICE Europe	München	 › www.ice-x.com
21. 03. – 24. 03. 2017	Graphispag 2017	Barcelona	 › www.graphispag.com
04. 04. – 06. 04. 2017	Xfair, Print- und Crossmedia-Show	Wien	 › www.xfair.at
06. 04. – 07. 04. 2017	Online Print Symposium 2017	München	 › www.online-print-symposium.de
04. 05. – 10. 05. 2017	Interpack	Düsseldorf	 › www.interpack.de
08. 05. – 12. 05. 2017	Fespa Digital	Hamburg	 › www.fespa.com
19. 06. – 21. 06. 2017	19 DOXNET Fachkonferenz	Baden-Baden	 › www.doxnet.de
22. 06.	SVI, Tag der Verpackung	Bern	 › www.svi-verpackung.ch
09. 10. – 11. 10. 2017	World Publishing Expo	Berlin	 › www.wan-ifra.org
11. 10. – 14. 10. 2017	Druck+Form, Grafische Fachmesse	Sinsheim	 › www.druckform-messe.de
26. 10. 2017	Fogra, Verpackungssymposium	Aschheim	 › www.fogra.org
14. 11. – 16. 11. 2017	InPrint 2017, Industrial Print Show	München	 › www.inprintshow.com
29. 11. – 30. 11. 2017	Fogra, Digitaldruck trifft Offset	Aschheim	 › www.fogra.org
29. 11. – 30. 11. 2017	Glassprint 2017	Düsseldorf	 › www.glassprint.org

UNSERE VERSION VON Social Media

Ab 2017 erscheint die Bibliothek der Fachthemen des «Druckmarkt» in neuem Kleid und mit einem ganzen Bündel neuer und aktualisierter Themen. Dauerbrenner wie der Digitaldruck in all seinen Facetten sind ebenso dabei wie Techniken im Finishing und neue Ansätze im Offsetdruck. Zu beziehen für 19,50 € auf der Druckmarkt-Seite im Internet. www.druckmarkt.com

Natürlich dürfen Sie sich selbst informieren. Sie können Kollegen fragen, sich durch Berge von Papier wühlen und durch Suchmaschinen kämpfen, um irgendwann den Überblick zu verlieren. Aber warum? Diese Arbeit haben wir schon längst für Sie erledigt!

Die «Druckmarkt COLLECTION» ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben helfen beim Entscheidungsprozess und bieten Evaluations-Unterstützung. In Dossiers zu aktuellen Trends und Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als «Investitionskompass» bündelt «Druckmarkt» ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht. **Und jeder kann von diesen Medien profitieren – ganz sozial!**

KNOW-HOW AKTUELL



DRUCKMARKT
COLLECTION
DIE FACHTHEMEN-BIBLIOTHEK DES DRUCKMARKT

DRUCK+FORM 2016: DIE «LIGHT-MESSE» IM SÜDWESTEN

Die 22. Druck+Form verkümmert. Denn was sich im Oktober in Sinsheim abspielte, lässt sich selbst mit gutem Willen nur als übersichtlich beschreiben. drupa-Effekt oder eigenes Versagen?

Aussteller und Messgesellschaften sind keine Liebesbeziehung, sondern eher eine Zweckgemeinschaft. Hersteller und Händler wollen oder können auf eine Messe-Präsenz nicht verzichten und Messeveranstalter nicht auf Aussteller und Besucher. Das scheint im Fall der Sinsheimer Druck+Form allerdings anders zu laufen. Diesen Eindruck musste jeder gewinnen, der die diesjährige Ausgabe Mitte Oktober besuchte.

Die schon immer regional geprägte Messe hatte stets eine kleine, aber feine Fangemeinde, die ausreichte, die Druck+Form als «Ordermesse» zu qualifizieren. Ob das so bleibt, ist jedoch ungewiss. Noch einmal weniger Aussteller und noch einmal weniger Besucher. In der Abschlussmeldung nennt die Messe Sinsheim erst gar keine Zahlen. Das spricht ja wohl Bände.

Jetzt wäre es ein Leichtes, die Messe in Grund und Boden zu schreiben, den Verantwortlichen fehlende Kompetenz und mangelnden Geschäftssinn vorzuwerfen und die Druck+Form künftig zu ignorieren. Vor einigen Jahren hätte ich das sicherlich getan. Aber vielleicht lässt sich die Schuld doch nicht nur der einen Partei zuweisen.

Dass Aussteller nur so spärlich vertreten waren, lässt sich mit dem Argument, die Kosten der drupa liessen eine weitere Messebeteiligung nicht zu, nur schwerlich begründen. Schliesslich waren ja Canon, FKS, Hohner, MB Bäuerle, Konica Minolta oder Ricoh auch auf der drupa. Nur haben die ihre Budgets (ob mit oder ohne Händler) offenbar anders geplant. Auf der anderen Seite ist die Messe Sinsheim aber wohl zu unflexibel, den «Abtrünnigen» gerade in einem drupa-Jahr ein attraktives Angebot zu machen, das sie vom Wegbleiben abhält.

Mit dem Effekt, dass Besucher sagen: «Ich bin jetzt drei Stunden hierher gefahren, war nach einer Stunde Messebesuch fertig und fahre jetzt wieder drei Stunden zurück.» Ob solche Besucher im nächsten Jahr noch einmal zur Messe nach Sinsheim kommen, ist eher zweifelhaft.

Nun haben ja alle Messen unter Besucherschwund zu leiden. Und die Vielfalt der Messen ist «gefühl» sogar gestiegen. Spezialmessen für den Grossformatdruck, für Verpackungen etc. gibt es genug. Und alle erheben den Anspruch, Leit-Messen zu sein. Aber Fachmessen für die grafische Industrie gibt es von der drupa abgesehen in Deutschland keine mehr. Deshalb wäre es ein Armutszeugnis, würde nun auch noch die letzte Bastion fallen. Denn Messen haben nach wie vor den Charme effektiver Kommunikation wie kaum ein anderes Medium. Ich jedenfalls konnte an den beiden Tagen meines Aufenthaltes weit mehr Kontakte pflegen und neue knüpfen können, als ich es vom Schreibtisch aus hätte tun können.

nico

WORLD PUBLISHING EXPO DAS DESASTER VON WIEN UND SEINE KONSEQUENZEN

Schon im Vorfeld mussten Zweifel aufkommen: Mit einer einzigen Ausnahme hatten alle Druckmaschinenhersteller und Peripherie-Zulieferer der Welt-Zeitungsmesse die kalte Schulter gezeigt. Ein Desaster für die World Association of Newspaper WAN-IFRA als Veranstalter.

Es fehlten KBA, Goss, ABB, Ferag, Müller Martini ... Die drupa hätte schon genug gekostet und in einer rückläufigen Branche sei die Teilnahme an einem zusätzlichen Event nicht möglich, so das Argument der Nichtaussteller. Von «Weltmesse» war auf der World Publishing Expo vom 10. bis 12. Oktober in Wien folglich nicht viel zu sehen. Stattdessen eine halbe Halle und Besucherflaute. Dass es dazu kam, war abzusehen. Schon seit zig Jahren hatten die auf Print fixierten Hersteller immer wieder kritisiert, die WAN-IFRA mache ihre jährliche Zeitungsmesse mehr und mehr zu einem einseitigen Marktplatz für digitale Newspaper-Lösungen und damit für Software, Apps & Co. Trotz solcher Warnungen war es so weit: Die WPE wurde zu einem Event für Software-Hersteller – und auch die kamen längst nicht alle.

Schon früh die Konsequenzen gezogen

Dieses Desaster vor Augen hatte die WAN-IFRA wenige Tage vor dem Event aber bereits die Konsequenzen gezogen und mitgeteilt, man werde sich als Messeveranstalter zurückziehen.

Alle künftigen WPEs würden von einem Joint Venture mit dem Messeveranstalter bonding durchgeführt. Die nächste World Publishing Expo findet im Oktober 2017 in Berlin statt. Gleichzeitig startet erstmals die «DCX Digital Content Expo», die digitale Content-Produktionen adressiert. Beide Messen sollen gleichzeitig unter einem Dach in der Messe Berlin stattfinden.

Erste Bilanz der Neuausrichtung

«Neuausrichtung erfolgreich», meldet ganz aktuell die WAN-IFRA. Danach trafen IFRA und DCX auf grossen Anklang. Mit KBA, Ferag, ABB und alfa Media kehrten einige Schwergewichte der Branche zurück zur Veranstaltung.



Für Dich!

Ein Kinderlächeln. Was gibt es Schöneres? Mit Ihrer Hilfe können noch mehr Kinder eine unbeschwerte Kindheit erleben. Ihre Zuwendung an die SOS-Kinderdorf-Stiftung bewirkt mehr Freude. Mehr Glück. Mehr Kindheit. Und das nachhaltig!

Petra Träg, 089 12606-109
petra.traeg@sos-kinderdorf.de

 SOS-Kinderdorf-Stiftung
www.sos-kinderdorf-stiftung.de

Die Vorzeichen für die 47. Ausgabe des Branchentreffs stimmen laut Veranstalter positiv. Der Hallenplan der Messe Berlin sei bereits über zehn Monate vor Messe stark belegt. «Wir sind auf einem guten Weg, den Verlagen und Nachrichtenmedien eine überzeugende Plattform zum Handeln, Weiterbilden und Netzwerken zu bieten». kommentiert Projektleiterin Alena Kluge. «Die Branchenkenntnis der WAN-IFRA, kombiniert mit dem Messe-Know-how von Publishing Exhibition, haben IFRA und DCX die nötige Auffrischung verliehen.»

Termin angepasst

Damit die Anreise für die internationalen Besucher und Aussteller noch komfortabler wird, wurde der Termin der Messe um einen Tag verschoben. IFRA und DCX finden somit von Dienstag, dem 10. Oktober, bis zum Donnerstag, dem 12. Oktober 2017, in der Messe Berlin statt. Besuchern soll damit ein ungestörtes Wochenende gewährleistet werden, bevor es Werktags in den Reise- und Messetrübel geht.

Karl Knauer AG

AUSBILDUNGSBETRIEB DES JAHRES

Am 3. November 2016 zeichnete der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) in Berlin die Karl Knauer AG, Biberach, als besten Ausbildungsbetrieb der Branche aus. Die Fachjury würdigte vor allem die ausserordentlich guten Leistungen der Auszubildenden. Mit dem Engagement setzt der Betrieb ein wichtiges Zeichen für den gesamten Industriezweig. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels kommt es darauf an, dass die Betriebe mit Weitblick in qualifizierten Nachwuchs investieren.

«Motivierte Azubis und tolle Abschlussergebnisse erreicht man nur dann, wenn man Zeit und Ressourcen für die Nachwuchsarbeit bereithält», kommentierte Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdm, die Auszeichnung. Der Bundesverband Druck und Medien ist mitverantwortlich für die Aus- und Weiterbildung in der Branche. Mit dem Ausbildungs-Award zeichnet der Verband Unternehmen aus, die sich mit exzellenten Leistungen und auch im Sinne der gesamten Branche engagieren.

› www.bvdm-online.de



PAPIERFABRIK GMUND NATURPAPIERDRUCKER 2016 GEEHRT

312 Arbeiten, gedruckt auf Gmund Colors, aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Südtirol wurden eingereicht. 101 Arbeiten wurden nominiert und von der siebenköpfigen Jury genau unter die Lupe genommen. Am Ende blieben 15 Gewinner.

48 Farben, vier Oberflächen und 14 Grammaturen hat Gmund für sein Colors Farbsystem entwickelt. Eingesetzt werden die Papiere als Imagepapiere, für Verpackungen oder die Produktkommunikation. Entsprechend definierte der Papierhersteller die Kategorien für den Wettbewerb zum besten Naturpapierdrucker: Corporate Communication, Private Communication, Kunst, Corporate Design und Verpackung.

Zur Preisverleihung am 17. November kamen über 200 Gäste nach Gmund am Tegernsee und erhielten zuvor bei einer Führung durch die Papierfabrik spannende Einblicke in die Produktion des Naturpapiers. Neben regionaler Prominenz sorgten der Hauptgeschäftsführer des Bayerischen Verbands Druck und Medien, Holger Busch, und der Global Sales Director von Gmund Papier, Axel Schreiner, mit

ihren Reden für eine gelungene Veranstaltung. Florian Kohler, als Inhaber und Geschäftsführer von Gmund Papier, hielt die Laudatio auf die Preisträger. Die Bilder oben zeigen ausserdem dem Papiersystem Gmund Colors die Gewinner-Arbeiten von Athesia Druck, Niedermann Druck, Oryx Media, Buchbinderei Christian Fuchs und Eberl Print.

› www.gmund.com

Studio, staatlich anerkannte Fachschule Druck- und Medientechnik, waren dieses Jahr ausserordentlich gut: Ausgezeichnet als Prüfungsbeste bei den Industriemeistern Print wurde Thomas Beckmann aus Ronsberg, bei den Medienfachwirten Print Thorsten Glaser aus Nersingen – beides Hauchler-Absolventen. Belobigungen für besonders gute Prüfungsleistungen wurden den Hauchler-Fachschülern Daniela Kurz (Friedrichshafen), Benjamin Müller (Isny), Andrea Seiler (Herbrechtingen), Elena Singer (Maihingen), Felix Thum (Lauben), Michael Trollmann (Wemding) und Oliver Radl (Aalen) überreicht.

› www.hauchler.de

Best of Media

HAUHLER STUDIO-ABSOLVENTEN

Hervorragende Berufsaussichten für gut ausgebildete Fach- und Führungskräfte wurden bei der Feierstunde der Aus- und Weiterbildung der IHK Ulm vermeldet. Meister oder Fachwirte stehen international gesehen auf demselben Level wie Bachelor-Abschlüsse, sodass sich auch in Zukunft beste Berufsaussichten für Führungskräfte im Bereich Medien ergeben, die nicht den Weg über die Hochschulen gewählt haben.

Bei der Preisverleihung der Aus- und Weiterbildung 2016 der IHK Ulm wurden die Besten der Besten mit Preisen und Ehrungen ausgezeichnet. Die Prüfungserfolge der Medienfachwirte und Industriemeister Digital und Print aus dem Hauchler

WorldSkills 2017

VORENTSCHEID IM PRINT MEDIA CENTER

Unter dem Motto «Wir machen Weltmeister» stellten sich vom 23. bis zum 24. November 2016 drei frisch ausgebildete Drucker dem deutschen Vorentscheid für die nächsten WorldSkills im Bereich Drucktechnik. Sieger wurde Florian Kraus von der Kemptener AZ Druck und Datentechnik, gefolgt von Andreas Will aus dem gleichen Unternehmen und Jan Jung-



Florian Kraus von der AZ Druck und Datentechnik in Kempten ist Gewinner der deutschen Meisterschaft im Bereich Drucktechnik.

wirth von Engelhardt Etikett in Nördlingen. Florian Kraus wird somit Deutschland im nächsten Jahr bei den WorldSkills International vom 14. bis zum 19. Oktober 2017 in Abu Dhabi vertreten.

Die deutsche Meisterschaft fand im Print Media Center der Heidelberger Druckmaschinen AG statt. Innerhalb von zwei Stunden war ein bis zum Wettbewerb geheim gehaltenen Druckjob zu produzieren. Die Jury – Harry Belz vom Bundesverband Druck und Medien, Dietmar Meier, Ausbildungsleiter von Mohn Media und Josef Schmid von der Staatlichen Berufsschule I in Kempten – bewerteten dabei sowohl den Umgang beim Farbmischen, die insgesamt benötigte Zeit und die Qualität des Druckproduktes. Gedruckt wurde auf einer Speedmaster SX 52-Fünffarben mit Lackierwerk.

› worldskillsgermany.com

WELTFORMAT GÖTTLICH, GOLDEN, GENIAL

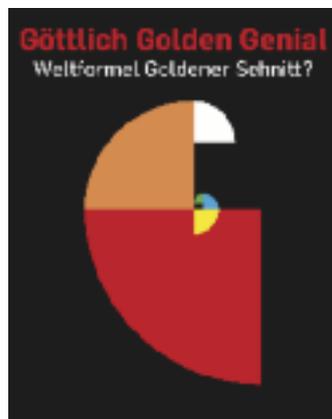
NOCH BIS **26.**
FEB.

Als Goldener Schnitt wird das Teilungsverhältnis einer Strecke oder anderen Größe bezeichnet, bei dem das Verhältnis des Ganzen zu seinem größeren Teil dem Verhältnis des größeren zum kleineren Teil entspricht. Diese mathematische Kenntnis ist seit der Antike bekannt. Eine Ausstellung im Museum für Kommunikation Berlin fragt jetzt nach der «Weltformel Goldener Schnitt».

Text und Bilder: MfK

Wer ihn sucht, wird ihn auch finden: Auf der Schale der Ananas, im Werk da Vincis, im Gesicht von Marilyn Monroe oder in der Architektur des Alten Rathauses Leipzig. Der Goldene Schnitt scheint allgegenwärtig – und auch im Internet begegnet er uns in Katzenfotos oder der Aufnahme einer Prügelei im ukrainischen Parlament. Seit der Antike geht von dem Proportionsverhältnis, das im 19. Jahrhundert zur universellen Konstante des Harmonischen erhoben wurde, eine ungebrochene Faszination aus. Steckt hinter allem Schönen also ein mathematisches Prinzip? Oder ist die angebliche «Weltformel» nur ein schöner Mythos?

Erstmals geht nun eine Ausstellung dem Phänomen aus verschiedenen Perspektiven auf den Grund. Multimedial und interaktiv erkundet «Göttlich Golden Genial. Weltformel Goldener Schnitt?» noch bis zum 26. Februar 2017 faszinierende Formwelten und hinterfragt die Geschichte und Anwendungen des Goldenen Schnitts. Von den geometrischen Grundlagen über die als Wachstumsmuster der Natur geltende Fibonacci-Folge bis zu Le Corbusiers Proportionsystem Modulor: Mehr als 200 Objekte aus Architektur, Kunst, Design, Natur und Musik zeigen, wie die «göttliche Teilung» bei den verschiedensten Entstehungsprozessen funktioniert.



Key Visual «Göttlich Golden Genial. Weltformel Goldener Schnitt?».

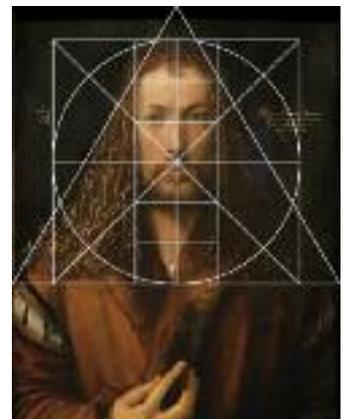
Dass unsere Sehgewohnheiten auch durch Normungen geprägt werden, veranschaulichen alternative Formate wie das neuzeitliche DIN- oder das japanische Tatami-Mass.

Auf der Suche nach dem Goldenen Schnitt können Besucher mit einer Goldenen Schablone Exponate analysieren, eigene Gesichtszüge holografisch mit den goldenen Proportionen vergleichen, goldene Flächen puzzeln und auf der Gorgone goldene Musik spielen. Schliesslich können sie in eine konsequent nach den Regeln des Goldenen Schnitts gestaltete virtuelle Realität eintauchen. Zur Ausstellung gibt es ein vielfältiges Begleitprogramm mit Vorträgen, Workshops sowie Aktionen für Kinder. Der Katalog zur Ausstellung ist im Museum (19,90 €) und im Buchhandel (29,90 €) erhältlich.

➤ www.mfk-berlin.de



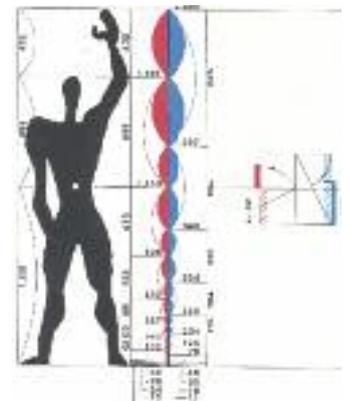
Turboschnecken-Pulverhorn, Gujarat, 17. Jahrhundert, Olbricht Collection. Von der Spirale des Schneckengehäuses geht eine gewisse Faszination aus, die allerdings nicht mathematisch begründet ist. Dennoch sind spiralförmig gewachsene Muscheln und Schnecken beliebte Objekte. © Kunstammer Georg Laue, München.



Wie ein Gemälde auf uns wirkt, hängt von Perspektive, Proportion und Symmetrie ab. In Dürers «Selbstbildnis im Pelzrock» von 1500 lässt sich ein Kompositionsschema erkennen: Die Basis des Dreiecks (Kompositionslinien nach F. Winzinger), in das sich der Kopf mit den Haaren einschreiben lässt, teilt die Bildfläche genau im Goldenen Schnitt.



«Apollo von Belvedere», bemast von Adolf Zeising, 1854. Erst mit seiner Veröffentlichung «Neue Lehre von den Proportionen des menschlichen Körpers» wird der Goldene Schnitt zur Formel für Schönheit und Ästhetik. Damit beginnt eine Suche nach dem Goldenen Schnitt in nahezu allen Lebensbereichen. © bpk/Staatsbibliothek zu Berlin.



Der Architekt Le Corbusier entwickelte zwischen 1942 und 1955 das Proportionsystem «Modulor». Die Werte der «roten und blauen Reihe» basieren auf Zahlenfolgen, die sich an Fixpunkten des menschlichen Körpers orientieren. Ihr Rhythmus fusst auf dem Goldenen Schnitt und der Fibonacci-Folge. © Foundation Le Corbusier.

NOCH BIS **15. JAN.**

Red Dot Winners Selection
**STUDIOAUSSTELLUNG
MIT SPITZENDESIGN**

Wie klingt ein schmelzender Eisberg? Warum ist eine flache Verpackung nicht flach? Was ist ein Firmenlogo in Echtzeit? Bereits zum vierten Mal werden die besten Siegerarbeiten des Red Dot Awards: Communication Design im Museum für Kommunikation Berlin präsentiert. Bis zum 15. Januar 2017



Studioausstellung im Museum für Kommunikation Berlin präsentiert internationales Spitzendesign.

zeigt die Studioausstellung «Best Communication Design. Red Dot Winners Selection 2016» die diesjährigen Preisträger der Auszeichnungen. Besucher dürfen sich auf Spitzendesigns aus Brand Design, Packaging, E-Commerce oder Online freuen. Kreative Kompetenz im internationalen Vergleich – darum geht es beim Red Dot Award: Communication Design. 2016 reichten Gestalter, Nachwuchstalente, Agenturen und Unternehmen aus 46 Ländern ihre Arbeiten ein. Nur die besten Leistungen vermochten die 26 international renommierten Experten der Red-Dot-Jury zu überzeugen. Zusätzlich werden alle siegreichen Arbeiten der deutschen Agenturgruppe Serviceplan ausgestellt, die in diesem Jahr den Ehrentitel «Red Dot: Agency of the Year» erhalten hat.

› www.mfk-berlin.de

DIGITALDRUCK-KONGRESS
**VON UND FÜR
ANWENDER**

15. FEB. **16. FEB.**

Am 15. und 16. Februar 2017 findet im Congress Center Düsseldorf der Digitaldruck-Kongress statt, der vom Bundesverband Druck und Medien, seinen Landesverbänden und der drupa veranstaltet wird.

Nach der erfolgreichen Auftaktveranstaltung vor zwei Jahren stehen beim Fachkongress 2017, der sich an Druckereien, Hersteller, Zulieferer, Anwender und Produzenten richtet, Konzepte von Druck- und Mediendiensteleistern, zukunftsfähige Strategien und innovative Workflows im Vordergrund. Teilnehmer und Branchenexperten präsentieren dazu in Vorträgen ihre Erfahrungen zu aktuellen Themen rund um den Digitaldruck. Die Vielfalt und Flexibilität des digitalen Grossformatdrucks steht etwa im Fokus des Vortrags von Roland Niggemeyer (Niggemeyer Bildproduktion GmbH & Co. KG). Was lohnt, was nicht, was hat Zukunft, um sich optimal zu positionieren? Den Weg vom Offset- zum Digitaldrucker beschreibt Torsten Bischof (documenteam GmbH). Die Logistik und ausgefeilte Prozesssteuerung bei der Overnight-Lieferung am Beispiel der PrintPlanet GmbH schildert Wilhelm A. Soll und Nicole Royar, Geschäftsführerin der SDK Systemdruck GmbH, präsentiert Praxistipps zum Thema Kooperation und Automatisierung. Weitere Referenten sind Erik Kurtz, Kösel GmbH; Francisco Martinez, Straub Druck + Medien AG; Marcus Kalle, NINO Druck GmbH; Harry Belz, bvdM; Michael Kappler, ORT Studios Frankfurt GmbH.

Am Abend des 15. Februar sind die Tagungsteilnehmer zum Get-Together ins Hotel Tulip Inn Arena unweit des Congress Centers eingeladen.

Unterstützt wird der Kongress von Canon, EFI, HP, KBA, Konica Minolta, Obility, Papier Union sowie Xeikon. Für Mitglieder der Verbände Druck und Medien kostet die Teilnahme am Kongress inklusive Abendveranstaltung 420 €, für Nicht-Mitglieder 630 € (zzgl. MwSt.). Das vollständige Programm, Anmeldemöglichkeit und weitere Informationen stehen auf einer eigenen Website bereit.

› www.ddk2017.de

**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

20. FEB. **BIS** **23. FEB.**

Hunkeler Innovationdays
**12. INTERNATIONALES
BRANCHENTREFFEN**

Vom 20. bis 23. Februar 2017 finden auf der Messe in Luzern die 12. Hunkeler Innovationdays statt. In zwei Hallen sind während der vier Tage prominente Hersteller mit Hochleistungstechnik für den Digitaldruck und das Finishing, integrierte Qualitätskontrollsysteme, Workflow-Software, Veredelungs-



Mehr als 5.700 Besucher aus 50 Nationen waren zu den Hunkeler Innovationdays vor zwei Jahren angereist.

und Verbrauchsmaterial präsentiert. Die Hunkeler AG wird Einblicke in das Paper Processing der nächsten Generation geben.

Die Hunkeler Innovationdays sind von Mal zu Mal gewachsen. Mehr als 5.700 aus 50 Nationen waren es vor zwei Jahren. Dank einer größeren Nutzfläche werden die Aussteller gegenüber den Hunkeler Innovationdays 2015 mehr Platz zur Verfügung haben.

Die Messe konzentriert sich auf das Paper Processing und das Hochleistungs-Finishing. Wer nach Luzern reist, tut das mit klaren Zielen vor Augen. Es sind die entscheidungsbefugten Fachleute – Inhaber, Geschäftsführer und Produktionsleiter – die klare Antworten auf Fragen suchen und sie im Gespräch mit dem Kader der weltweit führenden Hersteller finden.
› www.innovationdays.com

AB **28. FEB.**

«The Power of Print»
**CREATURA-ROAD-
SHOW 2017**

Unter dem Motto «The Power of Print» demonstrierte das Team um f:mp., Gräfe Druck & Veredelung, Heidenreich Print, Vogt Foliendruck, Oro Promotion und Touchmore mit Unterstützung des Multi-sense Instituts und der Agentur Scholz & Friends auf seiner Roadshow eindrucksvoll die Werbewirkung multisensorisch veredelter Printkommunikation.

Die Creatura-Roadshow lockte im Frühjahr 2016 über 1.000 Fachbesucher aus der Marketing- und Druckbranche in CinemaxX-Kinopaläste, wo die Besucher einen einzigartigen Mix aus Vorträgen, Ausstellung und intensivem Austausch mit Experten erlebten.

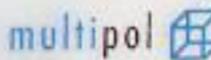
Wie anhand einer kreativen Kombination verschiedener Druckveredelungstechniken auf multisensorische Art und Weise eine Geschichte erzählt werden kann, demonstrierten verschiedene «Kinoplakate». Den thematischen Schwerpunkt bildeten Elemente aus den Schlüsselszenen bekannter Filme. Dazu gehörte die Pralinschachtel von Forrest Gump genauso wie die Rosenblätter aus American Beauty. Diese Elemente wurden optisch, haptisch und olfaktorisch in Szene gesetzt.

Aufgrund der grossen Resonanz wird «The Power of Print» auch 2017 fortgesetzt: Termine sind am 28. Februar in Nürnberg, am 1. März in Düsseldorf, am 14. März in Berlin und am 15. März in Hannover.

› www.creatura.de

59

evoq



”Herausragend und trotzdem bescheiden – passt perfekt zu unserem Credo.“

Adrian Schaffner / Christian Sutter
Inhaber evog communications AG
ASW-Mitglied seit 2014

21. MAR. **22. MAR.** **23. MAR.**

ICE Europe

JUBILÄUMS-VERANSTALTUNG

Die 10. Veranstaltung der ICE Europe wird vom 21. bis 23. März 2017 auf dem Münchner Messegelände stattfinden. Die Messe für Veredelung und Verarbeitung von flexiblen, bahnförmigen Materialien wie Papier, Film, Folie und Vliesstoffe, wendet sich an Branchenexperten auf der Suche nach Ausrüstung und Lösungen für die Converting-Industrie.

«Die ICE Europe hat sich in den letzten Jahrzehnten als wichtigster Treffpunkt für die Converting-Industrie etabliert und gibt einen Überblick über Technologien sowie allgemeine Branchentrends. Nach der Rekordmesse von 2015, die eine weitere Steigerung der Besucherzahlen um 7% erzielte, rückt die ICE Europe die technologische Diversifizierung in den Mittelpunkt. Diese ist bedingt durch die allgemein vorherrschenden Trends der Automatisierung und Digitalisierung, die nun auch im Converting zur Anwendung kommen. Die Converting-Branche ist ein sehr dynamischer Sektor, in dem die Produktion und Verarbeitung von qualitativ hochwertigen flexiblen Materialien und die Umsetzung von umweltfreundlichen Produktionsmethoden wichtige Innovationstreiber sind», erklärt Nicola Hamann, Geschäftsführer des Messeveranstalters Mack Brooks Exhibitions. Die vergangene Veranstaltung war mit 7.040 Besuchern und 439 Ausstellern auf einer Ausstellungsfläche von 11.000 m² ein grosser Erfolg.

› www.ice.x.com

CCE International
WELLPAPPE UND FALTSCHACHTELN

Parallel zur ICE präsentiert die CCE International 2017 in den Hallen B5 und B6 auf dem Münchner Messegelände Maschinen und Zubehör für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie. Erhöhter Rohstoffpreise zum Trotz soll der Markt für die Produktion von Wellpappe- und Faltschachteln um mehr als 4% jährlich wachsen. Die grosse Vielfalt an Herstellungs- und Verarbeitungsprozessen eröffnet neue Geschäftsmöglichkeiten. In diesem dynamischen Sektor bietet die CCE International als einzige Messe speziell für diesen Industriezweig in Europa einen Überblick über neue Anwendungen im Bereich Converting inklusive Druck. Aktuell haben bereits mehr als 100 Aussteller eine Fläche von 3.500 m² gebucht.

› www.cce-international.com

28. MRZ. **BIS** **31. MRZ.**

Xeikon Café 2017
VERPACKUNGS-INNOVATIONEN

Das Xeikon Café findet im Jahr 2017 zum dritten Mal statt. Die hochkarätige Informationsveranstaltung versteht sich als Plattform für den Wissensaustausch für Innovationen bei Verpackungen und Etiketten. Der Themenschwerpunkt liegt dabei auf Komplettlösungen für die digitale Produktion. Zulieferer aus der Branche, darunter Xeikon und seine Aura-Partner werden entsprechende Informationen präsentieren. Die Veranstaltung findet vom 28. bis 31. März 2017 am Xeikon-Standort Lier nahe Antwerpen (Belgien) statt und wurde von drei auf vier Tage verlängert. Mit einem



Vorfürhrungen, Workshops und Diskussionsrunden rund um Innovationen bei Verpackungen und Etiketten stehen auf dem Programm des 3. Xeikon Cafés.

interaktiven Ansatz bietet das Xeikon Café Informationen und Beratungen zu Neuheiten und Trends der Branche aus erster Hand. Das Konferenzprogramm 2017 setzt Schwerpunkte auf Neuentwicklungen, technische Aspekte und betriebswirtschaftliche Fortbildung.

› www.xeikoncafe.com

30. MRZ. **31. MRZ.**

GC Graphic Consult
SCHLANKE PROZESSE, DICKE GEWINNE

«Lean Management: Schlanke Prozesse – Dicke Gewinne.» – unter diesem Leitgedanken möchte das 24. GC Führungssymposium am 30./31. März 2017 neue Impulse aus der Praxis und Umsetzungsideen greifbar machen. Die Veranstaltung will auch 2017 wieder mit Top-Referenten und einem eindrucksvollen Rahmenprogramm glänzen.

Am 31. März 2017 erwarten Besucher die Verleihung des GC Management Awards und ein spannender Keynote Vortrag.

› www.gc-online.de

XFAIR IN WIEN
PRINT- UND CROSSMEDIA-SHOW

4. APR. **BIS** **6. APR.**

Vom 4. bis 6. April 2017 findet die bereits zweite Ausgabe der Xfair, der internationalen Fachmesse samt Kongress für alle Print- und Crossmedia-Bereiche in Wien statt.

Die Ambition des Veranstalters für 2017 nach einer, so der allgemeine Tenor, wohl gelungenen Erstveranstaltung im April 2015 mit über 100 ausstellenden Firmen und 2.000 Fachbesuchern, sind wieder hoch. «Wir wollen die Xfair noch mehr zu einem Fest für Print werden lassen – mit einer kompletten Übersicht über die aktuellen Produktionstechnologien: von klassischem über digitalen Druck, Grossformatdruck für alle Bereiche (zum Beispiel Signage, Textil, Verpackung), die Datenaufbereitung, Software, Vorstufe bis zur Nachbearbeitung und Veredelung. Natürlich auch der Bereich Materialien und

Substrate sowie noch mehr Augenmerk auf die Spezialbereiche Werbetechnik, Verpackungsherstellung, 3D Druck ... ohne anmassend sein zu wollen, eine regionale drupa», erklärt Xfair-Promotor Rudolf Messer. Der Übertitel über der Xfair ist Technologie und Anwendungen: Den Besuchern sollen neue Perspektiven und Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie sie mit neuen oder bereits vorhandenen Technologien Qualität und Produktivität verbessern.» Neben der Messe werden auch im Rahmen eines integrierten Kongresses und diverser Fachvorträge und Workshops neue Perspektiven, Know-how und Erfahrungen vermittelt. Bistros und Plazas bieten zusätzlichen Raum, um gemütlich bei Gratis-Kaffee, Kuchen und Erfrischungsgetränken Wissen auszutauschen und zu networken. Und natürlich soll auch das Feiern – wie es sich für ein echtes «Fest für Print» gehört – mit einem langen Messeabend nicht zu kurz kommen. Am zweiten Messeabend laden Veranstalter und Sponsoren zu einem Abend mit Livemusik und Entertainment. Und statt fadem Messecatering gibt's Street Food in verschiedensten Varianten.



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

WIR GEBEN DER BRANCHE EIN Gesicht!



In fast 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
Seefeldstrasse 62 • CH-8008 Zürich
Telefon +41 44 380 53 03
www.druckmarkt.ch

5. ONLINE PRINT SYMPOSIUM HERAUSFORDERUNG KUNDENZENTRIERUNG

Zum 5. Mal trifft sich das «Who is Who» der Branche zum Networking zum Online Print Symposium. Das Motto «Fokus Kundenzentrierung» stellt den Kunden noch stärker als bisher in den Mittelpunkt.

Trendentwicklungen und Hintergrundwissen über zukünftige Geschäftsmodelle im E-Business Print werden von Experten und Profis erläutert, wodurch die Teilnehmer neue Inspirationen für zukünftige Geschäftsstrategien in diesem Segment erhalten.

«Bei allen organisatorischen und strategischen Entscheidungen eines Unternehmens

Personalisierungen anbieten und somit den Kunden direkt in den Bestellprozess einbinden. Auf dem 5. Online Print Symposium werden wir diesen und vielen weiteren in-



teressanten Themen nachgehen», sagt **Bernd Zipper**,

von der zipcon

consulting aus Essen. Auch im kommenden Jahr erwarten die Teilnehmer des Online Print Symposiums ein exklusives Programm mit



6. APR. 7. APR.



Aufgrund der hohen Nachfrage beim vergangenen Online Print Symposium wechselt das Online Print Symposium 2017 in das Hilton am Münchener Flughafen.

muss der Kunde im Fokus stehen, zumal er schlussendlich über Erfolg oder Nichterfolg entscheidet. Daher ist es eine der grössten Herausforderungen im Online Print, bereits heute zu wissen, was der Kunde von morgen benötigt, und wie man dank einer Multichannel-Strategie Kunden auf allen Kanälen gezielt erreicht. Ein weiteres wichtiges Segment mit Wachstumspotenzial ist Mass Customization, bei dem Onlinedrucker mit geeigneten Produkten über E-Commerce-Plattformen

Best-Practice-Beispielen von Fachexperten und erfolgreichen Onlineshop-Betreibern, die ihre Geschäftsideen im Internet bereits verwirklicht haben und fortlaufend optimieren. Zusätzlich geben namhafte Experten Tipps und verraten Tricks rund um das Thema E-Business Print.

› online-print-symposium.de

26. APR. 27. APR.

Messe-Quartett

KOMPETENT VERNETZT UND VERPACKT

«Alles aus einer Hand»: Dieses Leitmotto steht im Fokus des Events für Logistik- und Verpackungsspezialisten am 26. und 27. April 2017 in Zürich. Das Messe-Quartett setzt sich aus den Einzelveranstaltungen Logistics & Distribution, Empack, Packaging Innovations und Label&Print zusammen und will einen Überblick über Entwicklungen in Logistik, Handling und Distribution, Verpackungstechnologie, Druckveredelung, Packaging, Design und Markenbildung sowie Print vermitteln.

Zuletzt kamen 5.243 Fachbesucher, um sich mit rund 300 Ausstellern auszutauschen. Während der Veranstaltung wird der Swiss Packaging Award des SVI (Schweizerisches Verpackungsinstitut) vergeben. Die Sonderschau «Art of Packaging Design» sowie die Networking Zone des Fachverbands GS1 runden das Programm ab.

› www.easyfairs.com

14. NOV. BIS 16. NOV.

Industrieller Druck

INPRINT 2017 IN MÜNCHEN

Für die dritte Veranstaltung der InPrint in Deutschland, die vom 14. bis 16. November 2017 auf dem Münchner Messegelände stattfindet, meldet der Veranstalter viele Buchungen mit hoher Relevanz für die Branche. Die Broschüre zur Fachmesse für industriellen Druck kann ab sofort online bestellt werden. Im Mittelpunkt der InPrint 2017 stehen die Technologien Siebdruck, Digitaldruck, Inkjet-Druck, Spezialdruck und 3D-Druck unter besonderer Beachtung funktionaler und dekorativer Anwendungen und des Verpackungssegments. Innerhalb dieses Spektrums bietet die Veranstaltung Technologie-Lösungen, Komponenten und Services für den Einsatz in der industriellen Produktion. Eine ausstellungsbegleitende Fachkonferenz präsentiert während des Messegesehens Experten-Beiträge und Beispiele aus der Praxis.

› www.inprintshow.com

VDMB

NEUER SEMINAR-KATALOG FÜR 2017

Der Megatrend Digitalisierung erfasst alle Wirtschaftszweige. Er wirbelt vieles durcheinander, führt zu nachhaltigen Veränderungen und eröffnet auch der Druck- und Medienbranche viele neuen Chancen. Um diese zu nutzen, brauchen die Unternehmen Mitarbeiter, die wissen, worauf es ankommt und



Der VDMB unterstützt Druckereien mit seinem neuen Seminarkatalog für das Jahr 2017.

die in der Lage sind, den rasanten Wandel mit zu gehen. Der neue Seminarkatalog des Verbandes Druck und Medien Bayern (VDMB) bietet Unternehmen aus der Druckbranche, aber auch Mediendienstleistern, passgenaue Qualifizierungsangebote für Auszubildende, Facharbeiter und auch das Management.

«Unser Angebot spiegelt die aktuellen Trends in Management, Technik und im Bereich der Ausbildung wider. Denn wir entwickeln als grösster Qualifizierer in der Druck- und Medienbranche in Bayern Schulungsinhalte und Methodik konsequent weiter. So unterstützen wir unsere Kunden gezielt und effektiv», erklärt Holger Busch, VDMB-Hauptgeschäftsführer.

Die Termine finden Sie auch in unserer Übersicht «Seminare und sonstige Veranstaltungen».

› www.vdmb.de

«Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen, kann ebenso seine Uhr anhalten, um Zeit zu sparen.»

Henry Ford



Verbraucher vergessen schnell. Auch Marken. Und Kunden vergessen Produkte, wenn die Impulse fehlen. Deshalb ist das Unterbrechen von Werbung mit Risiken verbunden. Druckmarkt bietet auch in Zeiten schmaler Etats budgetfreundliche Anzeigenpreise.

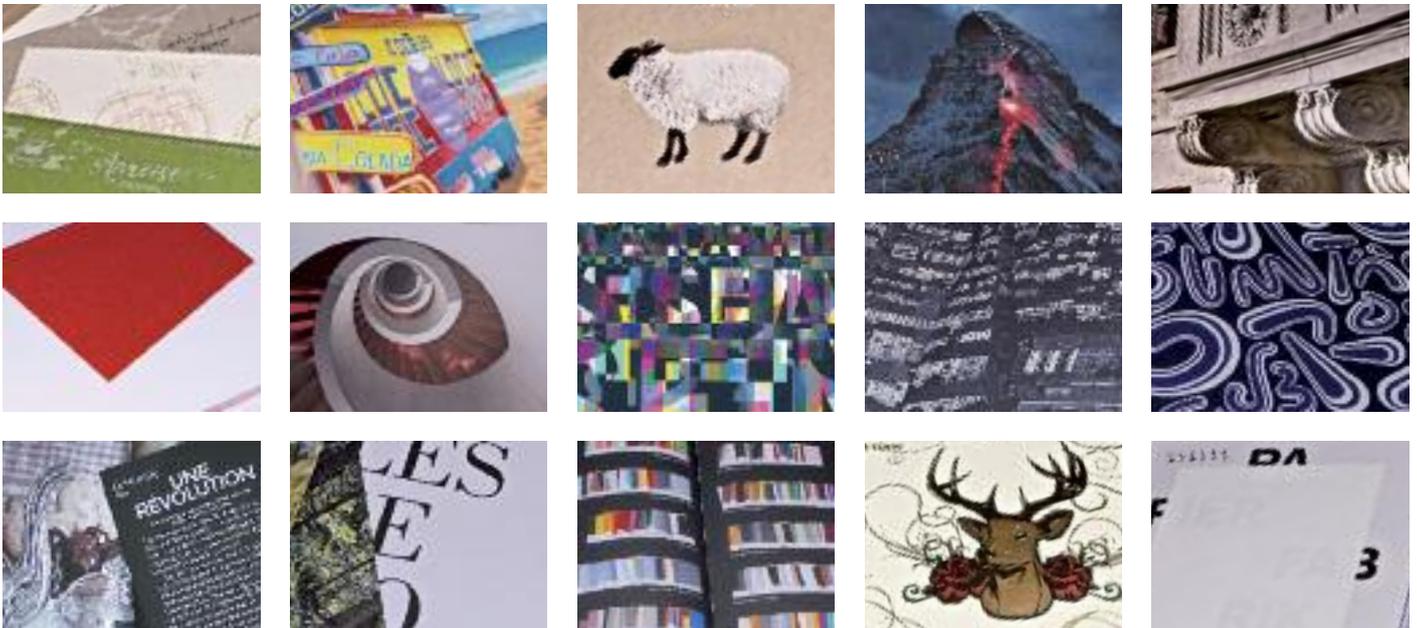
DRUCKMARKT
Printmediamagazin

LUST AUF PRINT

Drucken hat neue Dimensionen erreicht. Print ist

multidimensional und multimedial. Gedrucktes ist so ansprechend, erlebnisreich, verwandlungsfähig, vielfältig und qualitativ hochstehend wie kein anderes Medium. Print ist Impulsgeber für Kommunikation und eine feste Grösse im Medienmix.

Beim Wettbewerb «Swiss Print Award» können Agenturen, Verlage, Drucker und Buchbinder mit ideenreichen Druck-Erzeugnissen beweisen, wie erfolgreich und kommunikativ bedrucktes Papier sein kann.



Abbildungen: eingereichte Arbeiten zum Swiss Print Award 2016.


EINSENDEN BIS
15. FEBRUAR 2017

› Für den Wettbewerb «Swiss Print Award 2017» kann alles eingereicht werden, was gedruckt wurde: Imagewerbung, Broschüren, Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Bücher, Mailings, auch vernetzte Printprodukte und cross-mediale Arbeiten, POS-Material wie Verpackungen, Displays und Etiketten sowie Aussenwerbung, Plakate etc.

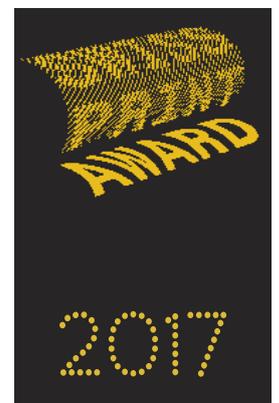
› Die Arbeiten müssen im zurückliegenden Jahre oder bis zum Einsendeschluss am **15. Februar 2017** aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.

› Teilnahmeberechtigt sind alle Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Hersteller, Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe mit von ihnen erstellten oder beauftragten Drucksachen. Einreichen kann jeder, der an der Entstehung der Drucksache beteiligt war.

› Die unabhängige Jury, bestehend aus Agentur-, Verlags- und Druckprofis, Typografen, Designern und Papierexperten bewertet die eingereichten Arbeiten nach Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität und Kreativität.

› Mehr über den Swiss Print Award und die Wettbewerbsbedingungen auf

www.swiss-print-award.ch



SEMINARE UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2016	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
13. 12. – 14. 12.	Innoform Coaching, Barrierefolien in der Anwendung – welche Folie für welchen Zweck?	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
13. 12. – 15. 12.	VDMNW, Adobe Photoshop – Basiswissen Bildbearbeitung	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
14. 12. – 15. 12.	Management Forum Starnberg, 360° Finanzanalyse	Frankfurt	› www.management-forum.de
14. 12. – 15. 12.	Polar, Kurs für Polar CompuCut	Hofheim	› www.polar-mohr.com
Termine 2017			
10. 01. – 11. 01.	VDMNW, Adobe Photoshop – komplexe Freisteller und Masken	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
12. 01.	VDMNW, Adobe InDesign – Aufgaben durch GREP automatisieren	Düsseldorf	› www.vdmnw.de
16. 01. – 17. 01.	VDMNW, PDF/X – Erzeugung perfekter Druckdaten	Lünen	› www.vdmnw.de
17. 01.	VDMH, Praxisgerechte Anwendung von Colormanagement (Für Adobe CC)	Frankfurt	› www.vdmh.de
18. 01.	Verband Schweizer Medien, Input Session: E-Mail-Marketing	CH-Zürich	› www.schweizermedien.ch
18. 01.	VDMH, Grundlagen für die standardisierte Produktion (In der Druckvorstufe)	Frankfurt	› www.vdmh.de
18. 01.	VDMH, PSO-Update: Was steckt hinter dem neuen Standard?	Frankfurt	› www.vdmh.de
18. 01.	VDMNW, PDF/X – Analyse und Korrekturen mit Adobe Acrobat	Lünen	› www.vdmnw.de
19. 01. – 20. 01.	VDMNW, Adobe Illustrator – komplexe Vektorgrafiken und Effekte	Lünen	› www.vdmnw.de
23. 01. – 24. 01.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
23. 01. – 25. 01.	VDMB, Adobe InDesign für Einsteiger und Fortgeschrittene (Einsteiger)	Ismaning	› www.vdmb.de
23. 01. – 25. 01.	VDMH, Aufbau von Vektor-Grafiken mit Adobe Illustrator (Illustration komplett)	Frankfurt	› www.vdmh.de
24. 01. – 25. 01.	Management Forum Starnberg, Risikomanagement mit Bilanzkennzahlen	Starnberg	› www.management-forum.de
25. 01. – 26. 01.	Innoform Coaching, Der BRC Standard 5 (Global Standard für Verpackungen)	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
25. 01. – 27. 01.	VDMB, Lean-Management für die Druckindustrie (Modul 1)	Ismaning	› www.vdmb.de
26. 01.	Management Forum Starnberg, Visual Storytelling	München	› www.management-forum.de
26. 01.	SBVV, Workshop Typografie und visuelle Kommunikation	CH-Zürich	› www.sbv.ch
26. 01. – 27. 01.	Management Forum Starnberg, Der Chief Digital Officer	Köln	› www.management-forum.de
26. 01. – 27. 01.	Management Forum Starnberg, Nachhaltigkeitscontrolling und -reporting	Wiesbaden	› www.management-forum.de
26. 01. – 27. 01.	VDMBW, Tools zur visuellen Website-Erstellung (Einstieg in Muse)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
28. 01.	tgm, Bessere User-Interfaces gestalten	München	› www.tgm-online.de
30. 01.	VDMB, Kompakttraining: Mitarbeiter führen und begeistern	Ismaning	› www.vdmb.de
30. 01. – 01. 02.	VDMB, Adobe InDesign für Einsteiger und Fortgeschrittene (Fortgeschrittene)	Ismaning	› www.vdmb.de
30. 01. – 01. 02.	VDMBW, Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Einstieg Bildbearbeitung)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
01. 02.	VDMB, Mindestlohn in der Praxis	Nürnberg	› www.vdmb.de
01. 02. – 02. 02.	VDMB, Tools zur visuellen Website-Erstellung (Einführung in HTML5 und CSS3)	Ismaning	› www.vdmb.de
01. 02. – 03. 02.	VDMH, Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Einstieg Bildbearbeitung)	Frankfurt	› www.vdmh.de
02. 02.	VDMB, Mindestlohn in der Praxis	Ismaning	› www.vdmb.de
02. 02.	VDMBW, Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Webdesign & Digitale Medien)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
02. 02. – 04. 02.	VDMB, Geprüfter Digitaldruck Professional (Modul 2)	Lünen	› www.vdmb.de
02. 02. – 05. 02.	tgm, Modul: Schriftentwurf – Aufbauseminar für Typografie und Gestaltung	München	› www.tgm-online.de
03. 02.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach PSD	München	› www.fogra.org
03. 02.	VDMBW, Praxisgerechte Anwendung von Colormanagement (Für Adobe CC)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
06. 02.	VDMB, Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Webdesign & Digitale Medien)	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 02. – 07. 02.	Fogra, Farbmanagement – Grundlagen	München	› www.fogra.org
06. 02. – 07. 02.	VDMB, Noch erfolgreicher im Vertrieb (Modul 1)	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 02. – 08. 02.	VDMB, Adobe Photoshop für Einsteiger und Fortgeschrittene (Einsteiger)	Ismaning	› www.vdmb.de
06. 02. – 08. 06.	VDMBW, Gestaltung von Layouts mit Adobe InDesign (Einstieg in das Layouten)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de
07. 02.	VDMH, Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Fortgeschritten: Tipps & Tricks)	Frankfurt	› www.vdmh.de
07. 02. – 08. 02.	Innoform Coaching, 15. Inno-Meeting – Die Optimalverpackung	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
07. 02. – 08. 02.	VDMBW, Tools zur visuellen Website-Erstellung (Einstieg in Dreamweaver)	Kemnat	› www.verband-druck-bw.de

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de

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.



Publikation2016
FOKUSSIERT
KOMPETENT
TRANSPARENT

ZERTIFIZIERTE QUALITÄT.

DRUCKMARKT wurde vom Verband
Schweizer Medien mit dem Gütesiegel
für das Jahr 2016 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 be-
glaubigt 11/2014).
Jahres-Abopreis: 50.00 CHF (Ausland: 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
thalmann@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



→ 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

Stefi Thalman



oberdorfstrasse 13 · 8001 zürich · www.stefitalman.ch

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung



Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch



**Plakate Offset + Digital
Grossformatdruck bis 130 x 185cm*

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

DIE ZEITSCHRIFT IN 4 Gängen

Nicht etwa, dass wir den «Druckmarkt» als Mahlzeit empfehlen würden, dennoch arbeiten wir wie Spitzenköche an stets neuen Menüs, um unseren Gästen – Ihnen, unseren Lesern – interessante Informationen aufzutischen. Und natürlich legen wir dabei Wert auf gute Zubereitung: Themen, die ansprechen (auch wenn sie vielleicht nicht jedem schmecken), Seiten, die übersichtlich gestaltet und angerichtet sind – und eine Qualität im Druck, die dem Anspruch der Branche entspricht. **Auch die Menüfolge kann sich sehen lassen.** «Druckmarkt» bietet kleine Häppchen als tagesaktuell relevante Nachrichten auf der Homepage, etwa vierzehntägig das PDF-Magazin «Druckmarkt impressions» im Internet, alle zwei Monate das gedruckte Magazin und in loser Reihenfolge die «Druckmarkt COLLECTION», in der schwere Themen leicht, aber umfassend zubereitet sind.