

DRUCKMARKT impressions 118

2. November 2017

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design



DIGITALDRUCK: NICHT NUR FÜR DEN KLEINKRAM.

Seite 16.

MARKT & ZAHLEN
ÜBERNAHMEN IM ONLINE-PRINT-MARKT
Seite 4.

DIGITALDRUCK
EIN NICHT UMKEHRBARER WEG
Seite 20.

TERMINKALENDER
TERMINE, BILDUNG & EVENTS
Seite 42.

Illustration: studiostoks | 123rf.com



QUARKXPRESS 2017

FANTASTISCHE NEUE FUNKTIONEN • KEIN ABO



-50%
430 EUR
SPAREN

RAUS AUS DER CLOUD – WOLKENLOS ARBEITEN WIE EIN PROFI

Seit Adobe® das Creative Cloud® Mietmodell eingeführt hat, suchen mehr und mehr Kreativprofis Wege, den fortwährenden Zahlungsverpflichtungen zu entkommen. Viele möchten ihre Software dauerhaft besitzen, damit sie unabhängig Dateien öffnen, auf Arbeiten zugreifen und upgraden können – und zwar dann, wenn der richtige Zeitpunkt für sie gekommen ist.

Quark bietet schon immer ein unbefristetes Lizenzmodell, bei dem die gekaufte Software dem Kunden lebenslang gehört und genutzt werden kann. Bevorzugen Sie ein faires Modell, mit dem Ihnen ein Software-Anbieter Tools für eine bessere Produktivität und damit Zeitersparnis zur Verfügung stellt und Sie selbst entscheiden, ob das sein Geld wert ist?

Dann wechseln Sie jetzt zu QuarkXPress! Quark bietet jetzt ein sogenanntes Competitive Upgrade an, was einer neuen Vollversion zum günstigen Preis eines Upgrades entspricht. Und Sie werden Eigentümer der Softwarelizenz. Alles, was Sie benötigen, ist ein qualifizierendes Drittanbieterprodukt, zum Beispiel InDesign®, Photoshop®, Creative Suite/Cloud und einigen andere. Wenn Sie zu QuarkXPress wechseln oder es zusätzlich in Ihren Kreativ-Workflow aufnehmen, sparen Sie jetzt 430 Euro gegenüber dem normalen Preis von 829 Euro (netto). Das sind mehr als 50% Rabatt auf eine neue unbeschränkte Vollversion von QuarkXPress. Befreien Sie sich jetzt aus der Cloud!

Fragen? Rufen Sie uns gerne an: 040 / 853 328 54

WWW.QUARKXPRESS.COM

WAS WIRD DENN HEUTE NOCH GEDRUCKT?

Inhaltsverzeichnis

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

Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 04 Mit LaserTryk 200 Mio. Euro Umsatz angestrebt
- 05 Berliner Online-Druckerei Laserline geht an Cewe
- 06 Gutenberg als Erfinder und Mensch
- 10 Print, hippes Design und Schokolade
- 12 Das & verbindet
- 13 Druckprodukte für den ganzen Tag
- 14 Jubiläumswoche zum 200-Jährigen

Digitaldruck

- 16 Nicht nur für den «täglichen Kleinkram»
- 20 Ein nicht umkehrbarer Weg
- 24 Nachrichten
- 24 40 Jahre Bubble-Jet-Technologie
- 26 Vorstoss ins Aussergewöhnliche
- 27 Ende des Trillium-Projektes
- 28 Neues für den Etikettendruck
- 30 StyLine Tapeten und Xeikon Druckmaschinen
- 32 Digitale Wellpappenproduktion
- 37 Das Trio ist wieder komplett
- 39 Geschnitten wird überall

Termine, Bildung & Events

- 42 Terminkalender
- 43 Nachrichten
- 44 6. Online Print Symposium
- 46 Seminare und sonstige Veranstaltungen

Business to Business

Impressum

Antwortet man in der Kneipe auf die Frage, was man denn so beruflich macht, wahrheitsgemäss, man sei in der Druckindustrie tätig, kommt vom Gegenüber oft genug, milde lächelnd, die abfällige Bemerkung: «Was wird denn heute noch gedruckt?» Nicht etwa, dass wir keine Antworten darauf wüssten, doch so etwas kann einem schon die Sprache verschlagen. Dabei macht dieses Verhalten auch deutlich, dass Drucksachen in der öffentlichen Wahrnehmung so selbstverständlich geworden sind wie der Strom aus der Steckdose. Sie sind einfach da. Warum, wie und woher weiss kaum jemand.

Die Unkenntnis wird noch genährt durch die einseitige Berichterstattung in den Medien, wo der digitale Hype kaum noch Grenzen kennt und in keinem Verhältnis zur Realität steht. Alles nur noch digital, alles nur noch im Internet, auf Tablets und Smartphones! Wer die Medien (auch die gedruckten) verfolgt, muss tatsächlich glauben, dass es nichts mehr zu Drucken gibt.

Nun soll es aber trotzdem Menschen geben, die das Gegenteil kennen und es auch noch tun. Und zwar nicht aus Nostalgie oder Langeweile, sondern weil Drucken noch immer ein Geschäft ist, weil Drucksachen gefragt sind und weil (vielleicht nicht die Menge, dafür aber) die Zahl unterschiedlicher Drucksachen noch nie so gross war. Dabei hat Drucken die Stufe 4c auf zweidimensionalem Papier längst hinter sich gelassen. Bei modernen und zeitgemässen Drucksachen geht es um die Gesamtwirkung, um Haptik, um Erlebbares und das Verblüffende. Damit haben sich Drucksachen (fast schleichend) zum treibenden Kommunikator innerhalb des Medienmixes etabliert.

Dies wird beim Blick in diese Ausgabe um so deutlicher, wenn man die Vielzahl an Anwendungen und Techniken berücksichtigt, die alleine der Digitaldruck bietet. Die reichen nämlich von Schwarz-Weiss-Drucksachen und Akzidenzen aller Art über Bücher, veredelte Farbdrucke, Etiketten bis hin zu Grossformatdrucken und Anwendungen in der Wellpappenproduktion. Diese Vielfalt an Gedrucktem und Veredeltem gab es noch nie zuvor.

Wer nun aber dennoch beklagt, es werde immer weniger gedruckt, muss sich sagen lassen: Nicht die Menge macht's! Es sind vor allem der Ideenreichtum und die Qualität, die den guten Ruf einer Drucksache und damit der Branche ausmachen. Würden alle Druckereien ihren Kunden mit kreativen und gelungenen Drucksachen «Lust auf Print» machen, würden noch sehr viel mehr Kunden der Drucksache die hohe Bedeutung beimessen, die sie nach wie vor verdient hat.

Diese Kunden, da sind wir allerdings ziemlich sicher, trifft man eher weniger in der Kneipe.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

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

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

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

ONLINEPRINT FÜR NORWEGEN Onlineprinters ist nun auch in Norwegen mit einem eigenen Ländershop vertreten. Mit dem neuen Webshop stehen norwegischen Kunden 1.500 Produkte für den B2B-Print-Einkauf online zur Verfügung. Seit 2009 ist Onlineprinters international aktiv und liefert heute Drucksachen in 30 Länder Europas. › www.onlineprinters.com

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

ONLINEPRINTERS: MIT LASERTRYK 200 MIO. EURO UMSATZ ANGESTREBT

Die dänische LaserTryk, ein führender Akteur im skandinavischen Online-druck-Markt, wird Teil der Onlineprinters Gruppe, einer der grössten B2B-Online-druckereien Europas mit Sitz in Neustadt an der Aisch. Damit verdoppelt Onlineprinters binnen Jahresfrist den Umsatz nahezu.

Ob es sich dabei um eine (wie grosse) Mehrheitsbeteiligung oder eine angestrebte Übernahme am dänischen Onlinedrucker handelt, geht aus der Verlautbarung von Onlineprinters nicht eindeutig hervor. Sicher ist jedoch, dass die beiden Gründer von LaserTryk, Esben Mols Kabell und Anders Grønborg, LaserTryk weiterhin leiten und zugleich Gesellschafter der Onlineprinters Gruppe werden. Das dynamische Wachstum, das die beiden Onlinedrucker in den letzten Jahren erfahren haben, soll durch den Zusammenschluss fortgesetzt werden.

Nach der Übernahme des britischen Onlinedruckers Solopress im März 2017 ist dies der zweite grosse Schritt für Onlineprinters, sich eine Führungsposition in wichtigen europäischen Märkten zu sichern. Mit den Marken Onlineprinters, diedruckerei.de, Solopress und nunmehr LaserTryk baut die Onlineprinters Gruppe ihre Position im E-Business-Print weiter aus und strebt 2017 ein Umsatzvolumen von etwa 200 Mio. € an. Damit hätte Onlineprinters den Umsatz binnen Jahresfrist nahezu verdoppelt.

Wachstum ist aber auch das erklärte Ziel, seit Bregal Unternehmerkapital 2016 neuer Hauptgesellschafter von Onlineprinters wurde, um in Zusammenarbeit mit

Project A und dem Onlineprinters-Gründer Walter Meyer das Unternehmen in die nächste Phase der Expansion zu führen. Während die Übernahme von Solopress aufgrund der Brexit-Ungewissheiten noch mit der sicheren Versorgung des britischen Marktes begründet wurde, ist der Schritt nach Skandinavien ein eindeutig strategischer, da der skandinavische Markt durch die zunehmende Onlinebeschaffung von Druckprodukten stark zunimmt. Die 1999 gegründete LaserTryk dürfte mit ihren Angeboten nicht unerheblich daran beteiligt sein und wuchs in den letzten Jahren auf einen Jahresumsatz von rund 42 Mio. € mit 300 Mitarbeitern. «LaserTryk ist skandinavischer Marktführer mit einer etablierten

Marke, einem breiten Kundenstamm, intelligenten IT-Lösungen und grossem Produktions-Know-how. Die Erfahrung von LaserTryk wird die Entwicklung unseres Geschäfts in Skandinavien voranbringen», kommentiert

Onlineprinters CEO **Dr. Michael Fries**. LaserTryk bietet Online-Vertriebslösungen wie Whitelabel-Shops und Dropshipping für Unternehmen, Händler und Wiederverkäufer an.

Die Onlineprinters Gruppe beschäftigt mehr als 1.300 Mitarbeiter und stellte letztes Jahr über 2,5 Milliarden Druckprodukte her. Die internationale Gruppe vertreibt Druckprodukte an mehr als 800.000 Kunden in 30 Ländern. Onlineprinters bedient sich einer stark standardisierten und hochintegrierten industriellen Produktion und sieht sich als grösste Offset-druckerei in Europa, die Bogen der Grösse 70 x 100 cm (3b-Format) bedruckt und verarbeitet. Immerhin stehen dazu deutlich über 100 Druckwerke zur Verfügung. Die britische Solopress hat sich auf extrem schnelle Produktionen spezialisiert: Mehr als 85% der Aufträge werden in weniger als 24 Stunden produziert.

› www.onlineprinters.com



Die Gründer von LaserTryk, Esben Mols Kabell (links) und Anders Grønborg, werden Gesellschafter der Onlineprinters Gruppe.

Druckfarben

**SIEGWERK ERWIRBT
VAN SON LIQUIDS**

Das im niederländischen Hilversum ansässige familiengeführte Unternehmen Van Son stellt seit über 25 Jahren wasserbasierte Flexo- und Tiefdruckfarben her. Mit dem Erwerb der Farben des Unternehmens Van Son Liquids B. V. erweitert die Siegwerk

Druckfarben AG ihr Geschäft mit wasserbasierten Druckfarben aus. Die Übernahme umfasst das Know-how, das Produktsortiment und die Produktionsanlagen in Hilversum. Diese will Siegwerk weiterführen. Van Son Liquids wird künftig jedoch als Siegwerk Hilversum B. V. firmieren. Der Produktmarkenname AquaBase+ hingegen wird beibehalten.

In den Königlich-niederländischen Druckfarbenwerken von Van Son Liquids B. V. in Hilversum werden unabhängig davon weiterhin die Offset-Druckfarben der Marke Van Son hergestellt und vertrieben.

ONLINEDRUCKEREIEN BERLINER ONLINE-DRUCKEREI LASERLINE GEHT AN CEWE

Cewe, im Fotobuch-Sektor unbestritten die Nummer 1 im deutschsprachigen Markt, will auch im kommerziellen Druck weiter wachsen und übernimmt die Online-Druckerei Laserline mit Sitz in Berlin.

Die Druckerei Laserline, die mehr als 160 Mitarbeiter beschäftigt und gerade das 20-jährige Bestehen feierte (siehe auch «Druckmarkt 111»), soll bei Cewe 2018 einen Umsatzbeitrag von voraussichtlich rund 15 Mio. € im Segment «Kommerzieller Online-Druck» leisten. Dabei soll der Laserline-Standort Berlin in der Wachstumsstrategie der Cewe Gruppe eine wichtige

Rolle spielen. Cewe liegt im kommerzieller Online-druck hinter Flyeralarm, Wir-machen-Druck und Online-printers mit den Marken Saxoprint, Cewe-Print und Via-printo auf Platz 4 im Markt-ranking. Mit der Übernahme von Laserline kann Cewe Anteile gewinnen.

«Für Familienunternehmer ist es wichtig, das eigene Lebenswerk in guten Händen

zu wissen. Das ist gelungen. Cewe und Saxoprint werden mit ihrer hohen Produktionskompetenz kombiniert mit der Flexibilität von Laserline eine noch stärkere Unternehm-



mens-Familie bilden», sagt **Tomislav Bucec**, Geschäftsführer der Gesellschaft

von Laserline. «Laserline verfügt über einen ausgezeichneten Kundenbestand, ein umfangreiches Produktprogramm, eine technisch hochwertige Ausstattung und sehr gute Mitarbeiter», kommentiert Carsten Heitkamp, Vorstandsmitglied bei Cewe, die Übernahme, die das Kartellamt noch genehmigen muss.



Laserline in Berlin feierte erst kürzlich sein 20-jähriges Bestehen.

Euro-Druckservice GmbH FONDS ÜBERNEHMEN DRUCKEREIEN

Von der DPE Deutsche Private Equity Management III GmbH (DPE) beratene Fonds übernehmen die Euro-Druckservice GmbH (EDS) von einem Konsortium dreier Gesellschafter, das von Kartesia beraten wurde. Die Partner haben entsprechende Verträge unterzeichnet. Die Transaktion steht noch unter Genehmigungsvorbehalt der zuständigen Wettbewerbsbehörden.

EDS mit Sitz in Passau beschäftigt rund 1.500 Mitarbeiter in fünf Ländern und ist Anbieter für Print-Marketing-Lösungen für Einzelhändler in Zentral- und Osteuropa. Das Unternehmen erzielte im Geschäftsjahr 2016 einen Umsatz von 275 Mio. €.

› www.kartesia.com

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex



www.mkwgmbh.de

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

**Graphische
Maschinen**

bvdM-Konjunkturtelegramm Oktober 2017

GESCHÄFTSKLIMA WEITERHIN AUF HOHEM NIVEAU

Die Stimmung in der Druck- und Medienbranche war zu Beginn des umsatzstärksten vierten Quartals gut. Der saisonbereinigte Geschäftsklimaindex verzeichnete im Oktober ein Plus von 2,9% gegenüber dem Vorjahresmonat. Zudem wurde mit 108,7 Zählern das hohe Niveau des Vormonats gehalten.

Das Geschäftsklima profitierte dabei von der guten Beurteilung der aktuellen Geschäftslage, die zusammen mit den Geschäftserwartungen in die Berechnung des Klimas einfließt. Nachdem die Beurteilungswerte zwei Monate in Folge gesunken waren kehrte sich der Trend im Oktober um: Mit 118,5 Zählern lag der entsprechende saisonbereinigte Index 2,0% über dem Vormonatsniveau und 7,3% über dem Stand des Vorjahres.

Die vom ifo-Institut befragten Druck- und Medienunternehmen meldeten mehrheitlich eine gute Entwicklung der Produktionstätigkeit sowie eine zufriedenstellende Nachfragesituation. Damit einher ging eine überdurchschnittliche Kapazitätsauslastung von 86,0%.

Relativiert wurde die gute Lage von einer skeptischen Sicht auf die kommenden sechs Monate. Nachdem der Index für Geschäftserwartungen drei Monate in Folge gestiegen war, sank er im Oktober 2017 auf 99,8 Zähler. Gegenüber dem Stand des Vormonats entsprach dieser Rückgang einem Minus von 1,7%, gegenüber dem des Vorjahres einem Minus von 0,9%.

› www.bvdm-online.de

FLEXO CENTER Kodak weihte am 25. September 2017 im Beisein von Kunden und Partnern den Kodak Flexo HUB in Zaventem bei Brüssel ein. Das Flexo Hub soll die Zusammenarbeit zwischen Kodak, Druckereien, Markenartiklern, Technologie-Lieferanten und Industrieverbänden fördern und Gelegenheit bieten, das Kodak Flexcel NX System in Demonstrationen zu erleben. › www.kodak.com

ERWEITERTES VERTRIEBSNETZ BoD baut sein Vertriebsnetz und seine Service-Angebote für Autoren weiter aus. Als Self-Publishing-Dienstleister hat BoD mit ebay den weltweit größten Online-Marktplatz für den Vertrieb seiner Titel angeschlossen. In Kürze werden sämtliche Printtitel, die über den BoD-Buchshop verfügbar sind, auch bei ebay erhältlich sein. Der Versand erfolgt kostenlos. › www.bod.de

DOKUMENTATION GUTENBERG ALS ERFINDER UND MENSCH

Schon in den zahlreichen Dokumentationen rund um 500 Jahre Reformation und Martin Luther wurde Johannes Gutenberg im Fernsehen als der Erfinder des modernen Buchdrucks gewürdigt. Jetzt kommt ein eigener Film, der am 5. November im SWR Fernsehen ausgestrahlt wird.



Johannes Gutenberg, gespielt von Philippe Ohrel, in der Dokumentation «Gutenberg – Genie und Geschäftsmann aus Mainz». Am Sonntag, 5. November 2017 um 20:15 Uhr im SWR Fernsehen zu sehen.

Die Erfindung der beweglichen Letter durch Johannes Gutenberg im 15. Jahrhundert hat die Welt zweifellos verändert. Mit Gutenbergs Technik zum Buchdruck wurde unsere Informations- und Wissensgesellschaft, wie wir sie heute kennen, in die Wege geleitet. Und ohne sie wäre die rasche Verbreitung revolutionärer Ideen, etwa derjenigen der Reformation, kaum möglich gewesen. Doch nur wenig ist über Gutenbergs Persönlichkeit bekannt. Wer war dieser Mann wirklich? Was war seine Motivation?

Marc Jampolskys Dokudrama «Gutenberg – Genie und Geschäftsmann aus Mainz» ist eine internationale Koproduktion, die das Porträt des Erfinders vor dem Hintergrund seiner Epoche zeichnet. In zahlreichen Spielszenen entsteht das Bild eines Mannes, der streitbarer Querulant, unbeirrbarer Visionär und wagemutiger Geschäftsmann war. Aber wurden die abenteuerlichen Umstände, die seine Erfindung begleitet haben, jemals richtig erzählt? Gegen welche Widerstände musste er ankämpfen? Mit welchem Geld wurde seine Innovation durchgeführt? Und wie liessen sich in einer Zeit ohne Patente solch wegweisende Erfindungen schützen? Mit wem konnte Gutenberg Bündnisse schliessen, wer unterstützte ihn?

Historiker ordnen in Jampolskys Film Gutenbergs Wirken ein und erläutern den Stand der Forschung. Experten sind heute in der Lage, Tinten, Papiere und typografische Elemente aus dem 15. Jahrhundert präzise zu analysieren. Cornelia Schneider etwa, Konservatorin des Gutenbergmuseums Mainz, zeigt Fragmente von lateinischen Grammatiken, Donaten genannt, die als erste Ergebnisse des Gutenbergschen Druckverfahrens gelten. Computergesteuerte Vergleiche der Formen einzelner Lettern aus den Donaten mit denen der späteren 42-zeiligen Gutenberg-Bibel weisen eine erstaunliche Verbesserung der Druckqualität auf. Bislang haben sämtliche erhaltenen Gutenberg-Drucke nichts von ihrer intensiven Farbigkeit und ästhetischen Wirkung verloren.

«Gutenberg – Genie und Geschäftsmann aus Mainz» gehört zur Sendereihe «Geschichte und Entdeckungen». Diese bietet Dokumentationen zu unterschiedlichsten Wissensgebieten aus dem deutschen Südwesten.



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

Museum
für
Druckkunst
Leipzig

ERWEITERUNGSBAU Die österreichische Rattpack Gruppe, die auf eine mehr als 60 jährige Firmengeschichte zurückblicken kann, produziert flexible Verpackungen, Kartonagen, Displays, Papierprodukte und ist im Dienstleistungsbereich für Markenartikelhersteller als Zentralrepro tätig. Die positiven Entwicklungen der letzten Jahre sowie gute Perspektiven für die Zukunft sind jetzt Anlass für einen Erweiterungsbau bei der Tochter Pawag GmbH in Wolfurt (Vorarlberg). Das Investitionsvolumen beläuft sich auf 13 Mio. €. Es entsteht eine neue Produktionshalle mit Büros und eine Versandzentrale. Der Spatenstich findet im ersten Quartal 2018 statt. › www.rattpack.eu

EINKAUFSVERBUND Ab sofort heisst es nicht mehr Einkaufsverbund Druck (EvD) in Deutschland, sondern in Europa. Mit sechs Gesellschaftern in Österreich wurde der Schritt über die Grenze gegangen. Der EvD repräsentiert 40 Druckereien und ein Einkaufsvolumen von über 50.000 Tonnen Papier und Karton. › www.einkaufsverbunddruck.de

SCHULTERSCHLUSS Gogol Publishing hat die Mehrheit an der multicom GmbH erworben. Verlagen steht damit eine sich ergänzende Palette an Werkzeugen für Medienprodukte in Print und Digital zur Verfügung. Nach dem Schulterschluss zeigen sich bereits erste Ergänzungen im Angebot. In einer Entwicklungspartnerschaft mit der Funke Mediengruppe hat multicom eine E-Paper-App entwickelt, die unabhängig vom verwendeten Redaktionssystem eingesetzt werden kann. › www.gogol-publishing.de

REZERTIFIZIERT Die Heidelberger Druckmaschinen AG ist nach den neuen Normen ISO 9001:2015 und ISO 14001:2015 zertifiziert. Damit wurden weltweit alle Produktions- und Entwicklungsstandorte rezertifiziert. Die Zertifizierung ist für Heidelberg seit über 20 Jahren Bestandteil der Qualitäts- und Umweltpolitik. › www.heidelberg.com

ÜBERNAHME ppi Media hat die KnowledgeView Ltd übernommen, ein Unternehmen für Publishing-Lösungen im arabischen Raum. ppi Media hat mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Betreuung von Medienunternehmen. Auf die Erfahrung bei über 100 Publishing-Häusern auf vier Kontinenten sollen zukünftig auch Kunden von KnowledgeView zurückgreifen können. › www.ppimedia.de

PREISERHÖHUNGEN Aufgrund der steigenden Rohstoffkosten bei Zellstoff und Zusatzstoffen hat Zanders für alle Papiersorten eine Preiserhöhung von 5% bis 8% angekündigt. Die Erhöhung wird ab dem 1. Januar 2018 wirksam. Auch Mitsubishi HiTec Paper erhöht zum 1. Januar 2018 die Preise für die Thermopapier- und Giroform Selbstdurchschreibepapier-Sortimente. › www.zanders.com › www.mitsubishi-paper.com

Koenig & Bauer **PERSONELLER WECHSEL**

Nach über 28-jähriger Tätigkeit als Direktor Marketing und Corporate Communications der Koenig & Bauer AG schied Klaus Schmidt Ende Oktober altersbedingt beim Druckmaschinenhersteller aus. Seine Aufgaben hat er an Dagmar Ringel übergeben, die zuletzt beim Technologiekonzern Zeiss die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit leitete.



Klaus Schmidt mit seiner Nachfolgerin Dagmar Ringel.

Als Prokurist des Unternehmens war Klaus Schmidt von 1993 bis 2016 Vertreter der Leitenden Angestellten im Aufsichtsrat der Koenig & Bauer AG. Darüber hinaus vertrat er die Muttergesellschaft als Aufsichtsrats- und Beiratsmitglied bei diversen in- und ausländischen Tochtergesellschaften. Über Jahrzehnte hat er den Marktauftritt und die Ausendarstellung des Unternehmens bei Messen, Fachveranstaltungen und in der Presse mit grossem Engagement gestaltet. Durch sein umfangreiches Branchenwissen war er intern und extern ein sehr gefragter Gesprächspartner. Dagmar Ringel bringt als neue Bereichsleiterin Marketing und Unternehmenskommunikation der Koenig & Bauer AG mehr als 20 Jahre Erfahrung mit. › www.koenig-bauer.com

UPM Paper **MASSNAHMEN ZUR KOSTENEINSPARUNG**

In Anbetracht der weltweiten Marktsituation bei grafischen Papieren plant UPM Paper Optimierungen der betrieblichen Prozesse bei Nordland Papier und UPM NorService in Dörpen. Die Verbesserung interner Prozesse und Investitionen in Automatisierung sollen eine Verbesserung der Fixkostenstruktur ermöglichen. Zudem plant UPM die Schliessung der PM 5 bei UPM Blandin in den USA. Daraus resultiert die Reduzierung der jährlichen Kapazität an gestrichenen Magazinpapieren um rund 128.000 Tonnen als Reaktion auf die Überkapazitäten im nordamerikanischen Papiermarkt. Es wird erwartet, dass die Schliessung spätestens Ende März 2018 umgesetzt sein wird. Die Papierproduktion soll auf der verbleibenden PM 6 fortgesetzt werden. Der Plan hat Auswirkungen auf insgesamt 223 Stellen bei UPM Nordland Papier und UPM NorService in Dörpen, bei UPM Blandin auf 150 Positionen. › www.upm.com



DRUCKMARKT
MACHT ENTSCHEIDER
ENTSCHEIDUNGSSICHER

Druck- und Medienbranche **DRITTER VERTRIEBS- KONGRESS**

Gut 230 Unternehmer kamen am 11. Oktober 2017 zum dritten Vertriebskongress der Druck- und Medienbranche nach Düsseldorf. Der VDM Nord-West, Veranstalter des Branchenevents, war auch in diesem Jahr mit seinem Veranstaltungskonzept erfolgreich: Nach dem grossen Erfolg der letzten beiden Kongresse, war der diesjährige wieder ausverkauft. Mit einem Aufruf zum Anders-Sein und der Aussage «Nichts ist scheisser als Platz 2!» begeisterte Top-Rednerin Daniela A. Ben Said das Publikum zum Abschluss des Kongresses. «Trauen Sie sich, anders zu sein und fragen Sie sich immer, was Ihr Kunde heute Abend über Sie sagen kann. Bleiben Sie im Kopf der Menschen!», so ihre Botschaft, die von den Teilnehmern mit viel Applaus und Lachen belohnt wurde. Das Veranstaltungskonzept kam sehr gut an: Unternehmer der Branche, die «einen Blick durchs Schlüsselloch» ermöglichten, lieferten wichtige Anregungen aus der eigenen Praxis und Vertriebsexperten gaben «Tipps zum Mitnehmen». Das Interesse am Thema Vertrieb und am Kongress ist so gross, dass der Termin für den vierten Vertriebskongress der Druck- und Medienbranche bereits feststeht: Er findet am 7. November 2018 in Düsseldorf statt. Eine Anmeldung ist schon jetzt möglich. › www.vdmnw.de

Neue Mitglieder

INITIATIVE ONLINE PRINT WÄCHST

Im Rahmen der Herbsttagung der Initiative Online Print e. V. (IOP) im Hause der Häuser KG wurden die Unternehmen Elanders, Kalvany «Süße Werbung» und Easyordner.de, ein Unternehmen der Achilles Gruppe, als neue Mitglieder aufgenommen. «Wir stellen fest, dass Onlineprint nicht nur über offene, für jedermann zugängliche Shops abgebildet wird, sondern der B2B-Bereich grosse Zuwächse erfährt. Daher freuen wir uns sehr über die neuen Mitglieder – alle drei Unternehmen sind sehr stark im Bereich B2B und ergänzen diesen Bereich inner-



halb der IOP optimal», sagt **Bernd Zipper**, Vorsitzender der IOP.

Auf der Frühjahrstagung haben sich die Mitglieder der IOP zudem auf den Start einer Initiative zur Standardisierung von Druckmaschinen für Onlineprint geeinigt. Ziel der Initiative ist es, Anbieter von Druckmaschinen bezüglich der besonderen Bedürfnisse der Onlinedrucker zu sensibilisieren und auf künftige Entwicklung Einfluss zu nehmen. Auf der Herbsttagung beschlossen die Mitglieder die Zusammenarbeit mit dem VDMA, dem Verband der Deutschen Maschinenbauer, diesbezüglich zu vertiefen. Die IOP-Arbeitsgruppe «Onlineprint Maschine 2020» wird in den kommenden Monaten gemeinsam mit dem VDMA geeignete Vorschläge entwickeln.

› initiative-online-print.de

Saxoprint

2.000 NEUE PRODUKTE

Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft – dies gilt vor allem im Brand Building und bei der Kundenbindung. Speziell im Offline-Marketing steht es im Fokus, die Marke erlebbar zu transportieren und einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Dabei greifen zahlreiche Werbeexperten nach bewährten Mer-



Saxoprint hat sein Sortiment um rund 2.000 Produkte für Werbetreibende erweitert.

chandise-Artikeln wie Kugelschreibern, Schlüsselbändern oder USB-Sticks, aber ebenso auf ausgefallene Werbeprodukte, wie Regenschirme oder Powerbanks für Smartphones und Mobile Devices. Entsprechend der steigenden Nachfrage erweitert Saxoprint ab sofort das Produktportfolio um knapp 2.000 Artikel rund um die Themen Event, Haushalt, Sport, Technik und Outdoor und wird damit zum Full-Service-Dienstleister für Werbetreibende. Passend zum bisherigen Sortiment an klassischen Druckprodukten erhalten Kunden beispielsweise passende Etuis zu ihren Visitenkarten oder ergänzend zu Schreibblöcken Kugelschreiber und Bleistifte im firmeneigenen Corporate Design aus einer Hand.

› www.saxoprint.de

print24.com

BEWERTUNGSINITIATIVE UND VERLOSUNG

Die Internetdruckerei United-print SE, zu der unter anderem die Marke print24.com gehört, ruft ihre Kunden zur Bewertung ihrer Produkte und Services auf. Im Gegenzug erhalten die Kunden Gutscheine und nehmen an einer Verlosung teil. Die Onlinedruckerei vergibt jeweils einen Gutschein für Bewertungen auf verschiedenen Portalen. Die Gutscheine in Höhe von 25,00 € gelten ab einem Mindestbestellwert von 250,00 € je Gutschein und sind bis zum 31. März 2018 einlösbar. Teilnahmeberechtigt sind alle Bewertungen bis 31. Dezember 2017 unabhängig vom Inhalt und Umfang der Bewertung. Des Weiteren verlost print24.com unter allen Bewertungen einen nagelneuen VW up.

› www.print24.com

BoD

DRUCKKAPAZITÄTEN ERWEITERT

BoD – Books on Demand – hat seine Produktionsfläche und -kapazität um 50% erweitert. Mit dem Ausbau reagiert BoD auf die stark gewachsene Nachfrage bei Verlags- und Self-Publishing-Titeln.

Bereits Anfang 2016 hatte BoD eine Expansionsstrategie zum Ausbau der Produktionskapazität initiiert. Die Strategie umfasst in mehreren Schritten die Einführung neuer Drucktechnologie, die Optimierung von Produktionsprozessen und die Erweiterung der Produktionsfläche von 4.000 auf 6.000 m². Mit der nun erfolgten Inbetriebnahme einer dritten digitalen Rollendruckmaschine ist die Ausbauphase abgeschlossen. Im Ergebnis konnte die Kapazität im Druckzentrum Norderstedt bei Hamburg von 20.000 auf 30.000 Exemplare pro Tag gesteigert werden. Mehr als 2,7 Mio. Verlags- und Self-Publishing-Titel liegen aktuell bei BoD druckbereit vor und das jährliche Druckvolumen liegt bei 4 Mio. Exemplaren.

«Mit der Produktionserweiterung setzen wir unseren Wachstumskurs erfolgreich fort und bauen unsere europaweite Vorreiterrolle in der digitalen Buchpublikation für Verlage und Autoren weiter aus», erklärt Dr. Gerd Robertz, Sprecher der Geschäftsführung von BoD. «In Zukunft wird die digitale Buchpublikation noch weiter an Bedeutung gewinnen, denn wer heute flexibel, nachhaltig und risikofrei veröffentlicht, der kommt an Print-on-Demand nicht vorbei.»

› www.bod.de

cewe-print.de

VOM TÜV SÜD REZERTIFIZIERT

Der TÜV SÜD garantiert für cewe-print.de erneut höchste Qualitätsansprüche und sichere Bestellprozesse. Damit konnte das Oldenburger Unternehmen die unabhängige Kommission auch in diesem Jahr wieder von seiner Qualität überzeugen. 2016 erhielt cewe-print.de als erste deutsche Online-Druckerei überhaupt das branchenspezifische Qualitätssiegel, das eine hohe Produkt- und Prozessqualität bescheinigt. Grundlage für das TÜV-Siegel ist ein umfangreicher Prüfprozess, inklusive Beurteilung des Online-Angebotes und Vor-Ort-Audit durch unabhängige Druck- und Medienexperten.

Das TÜV-Prüfsiegel wird immer nur für ein Jahr vergeben. Nach Ablauf dieser Frist muss sich das Unternehmen einer Rezertifizierung stellen, um der dynamischen Entwicklung in Onlineprozessen gerecht zu werden und neue Standards in den geprüften Umfang mit einzubeziehen. Grundlage ist dabei ein umfassender Katalog mit mehr als 100 Einzelkriterien, die ein hohes Mass an Qualität und Sicherheit für den Kunden gewährleisten sollen. Dazu gehören Qualitätsanforderungen an die Organisation des Online-Anbieters, wie etwa die Fähigkeit, versprochene Leistungen tatsächlich zu erfüllen, sowie ein gutes Datenschutzniveau, insbesondere zum Schutz von personenbezogenen und anderen sensiblen Daten. Darüber hinaus wird die Transparenz des kompletten Online-Einkaufsvorgangs untersucht.

› www.cewe-print.de

Charity Creative Award GEWINNER STEHEN FEST

Die Gewinner des zweiten Charity Creative Awards von cewe-print.de zugunsten der SOS Kinderdörfer weltweit stehen fest. Vom 19. April bis zum 31. Juli konnten die Teilnehmer ihrer Kreativität für die Gestaltung einer Dankes-, Geburtstags- oder Weih-



Ausschnitt des Gewinnermotivs «Dankeschön» von Eva-Maria Linden.

nachtskarte freien Lauf lassen. Mit 910 Einreichungen gab es dieses Jahr mehr als doppelt so viele Motive wie bei der Premiere des Awards im letzten Jahr. Die zwölf Gewinnermotive sind ab sofort als SOS-Design-Edition im SOS-Grusskartenshop verfügbar.

Besonders freut Arndt Besing, Geschäftsführer von cewe-print.de, dass die Anzahl der Einreichungen mit 910 dieses Jahr so hoch war: «Pro Teilnehmer hat cewe-print.de die SOS-Kinderdörfer weltweit mit 100 Euro unterstützt und je verkaufter Karte fließen noch einmal 30 Cent an die Kinderdörfer. Ein wahrlich starker Erfolg für die Kinder. Die zwölf Gewinnermotive sind nun als exklusive SOS-Design-Edition im Kartenshop der SOS-Kinderdörfer erhältlich und bieten somit auch den Designern eine Plattform, ihr Talent der breiten Öffentlichkeit zu zeigen. Für alle Beteiligten eine gute Sache».

› www.cewe.de

ADVENTSKALENDER-TRENDS PRINT, HIPPES DESIGN UND SCHOKOLADE

Pro Jahr werden in Deutschland etwa 50 Millionen Adventskalender verkauft. Die Geschichte dieses speziellen Kalenders lässt sich bis zum Ende des 19. Jahrhunderts zurückverfolgen. Seither ist das Prinzip im Wesentlichen geblieben.

Damals wie heute zeigt der Adventskalender die bis Weihnachten verbleibenden Tage an und soll die Vorfreude steigern. Dabei versüsst er Kindern und Erwachsenen seit etwa Mitte des 20. Jahrhunderts das Warten aufs Christkind. Die Tradition, ihn mit Schokolade zu füllen, hat sich nämlich erst in der Nachkriegszeit entwickelt. Adventskalender sind inzwischen auch über die Familie hinaus zu beliebten Werbegeschenken im Geschäftsleben geworden. Kein Wunder also, dass auch Online-Druckereien entsprechende Angebote bereithalten. So können jetzt auch im Onlineshop von diedruckerei.de Adventskalender bestellt werden. Gefüllt sind sie mit Premiumschokolade namhafter Hersteller. «Damit die Adventskalender rechtzeitig

vor dem Beginn der Adventszeit bei Kunden, Geschäftspartnern oder Mitarbeitern ankommen, sollten sie spätestens in der zweiten Novemberwoche verschickt werden», rät Julia Voigt, Marketing-Direktorin von diedruckerei.de.



Die Adventskalender können ab einer Auflage von 25 Exemplaren bestellt werden und sind in sieben Varianten und sechs Formaten erhältlich, die mit einer stabilen Vorrichtung zum Aufstellen ausgestattet sind oder an die Wand gehängt werden können. Für die Gestaltung der Adventskalender stehen verschiedene Download-Vorlagen zur Verfügung. Darunter befinden sich auch sechs Designs im trendigen Handlettering-Stil der Künstlerin



Adventskalender sind neu im Sortiment von diedruckerei.de. Im Onlineshop stehen 16 exklusive Download-Vorlagen der Handlettering-Künstlerin Hannah Rabenstein zur Verfügung.



Die Varianten Querformat und Gross sind bei cewe-print ab einer Auflage von 25 Stück erhältlich, die würfelförmige Variante ab 24 Stück.

Hannah Rabenstein. Sie ist eine der bekanntesten Vertreterinnen des hippen Stils in Deutschland.

Eine weitere Art, in der Vorweihnachtszeit präsent zu sein, sind die nach eigenen Vorstellungen gestaltbaren und in drei Varianten erhältlichen Adventskalender von cewe-print.de. Die Kalender sind in den Formaten (225 x 165 mm und 314 x 228 mm) als Tisch- und Wandkalender erhältlich. Bei beiden Varianten stehen als Inhalt Vollmilch-Schokoladentafeln verschiedener Hersteller zur Auswahl.

Besonderes Schmuckstück ist der «Würfel»-Weihnachtskalender mit seiner 3D-Optik (ca. 108 x 108 x 108 mm) und 24 Schokoladenkugeln. Unabhängig vom Format wird für alle Adventskalender eine 285 g/m² Vollkartonhülle verwendet.

› www.diedruckerei.de
› www.cewe-print.de

DID-Award

KÖSEL GEWINNT DID-AWARD

Am 19. Oktober 2017 wurde zum 12. Mal der DID-Award für herausragende Druckweiterverarbeitungen verliehen. Die Gewinnertrophäe nahm Erik Kurtz, Geschäftsführer der Kösel GmbH & Co. KG aus Altusried-Krugzell für das Werk «Jubiläumsband 50 Jahre Stiftung Buchkunst» entgegen. Der Jubiläumsband zur Sonderausstellung «50 Bücher – 50 Jahre» unterstreicht das Motto des 50. Jahres der Stiftung Buchkunst: «Wir feiern die Schönheit der Bücher».

Die Jury begründete ihre Entscheidung folgendermassen:



«Jubiläumsband 50 Jahre Stiftung Buchkunst».

«Die einzigartige Covertechnik ist eine innovative Verarbeitung, die technisch einwandfrei umgesetzt wurde. Durch die neuartige Lamello-Covertechnik liegt das Buch perfekt in der Hand. Gelungen werden die Bücher innerhalb des Buches in Szene gesetzt. Der Anspruch des DID-Award an Innovationskraft und Kreativität wird durch diese neuartige Druckweiterverarbeitung vollends erfüllt.»

Neben der Kösel GmbH & Co. KG, die die Druckweiterverarbeitung bewerkstelligte, war auch die design-plus GmbH beteiligt.

› www.bvdm-online.de

KOENIG & BAUER

200 Jahre & weiter geht's

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

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

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

we're on it.



200 JAHRE KOENIG & BAUER DAS & VERBINDET

Es war die letzte Pressekonferenz von KBA. Das Unternehmen zog einen Schlussstrich unter diese Ära. Und was für einen! Mit einer klaren Strategie und einem neuen Marktauftritt geht der Druckmaschinenhersteller in sein drittes Firmenjahrhundert. Die Rückkehr zum ursprünglichen Namen Koenig & Bauer symbolisiert dabei auch: Zukunft braucht Herkunft.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Es ist zweifellos ein Kraftakt, ein bestehendes Corporate Design zu ändern – mit allen Details, die damit im Zusammenhang stehen. Um so mehr, wenn auch noch die Änderung des Unternehmensnamens damit einhergeht. Bei Koenig & Bauer war aber genau das geradezu zu erwarten. Denn was könnte eine bessere Gelegenheit sein, als der Start ins dritte Firmenjahrhundert?

Aus der 1990 eingeführten Marke KBA (die als Kürzel für Koenig & Bauer-Albert stand) wird wieder die Originalmarke Koenig & Bauer mit frischem Outfit beim Logo, den Kommunikationsmitteln, der Geschäftsausstattung, der Website und beim Produktdesign.

«Die Koenig & Bauer AG hat heute 33 Tochtergesellschaften. Zwölf davon produzieren eigene Produkte für eigene Kunden. Wir sehen das Jubiläum als einen idealen Zeitpunkt, alle Aktivitäten der Gruppe unter ein

starkes gemeinsames Dach zu stellen», erläuterte der Vorstandsvorsitzende Claus Bolza-Schünemann bei der Präsentation des Relaunchs. Das gemeinsame Erscheinungsbild soll auch die in den letzten Jahren neu zur Koenig & Bauer-Gruppe gekommenen Unternehmen mit eigener Historie und deren Mitarbeiter auf die Kraft dieser traditionsreichen Marke spürbar werden lassen. Dafür steht auch die «Kurzform» der in der neuen Hausschrift gestalteten Wortmarke Koenig & Bauer: Das Et-

Zeichen zwischen den Nachnamen der Firmengründer, das auch als 3 m hohe Guss-Stele neben dem neuen Democenter steht, symbolisiert den Markenkern von Koenig & Bauer und verbindet die Werte des Unternehmens: Tradition & Innovation, Bedürfnisse & Technologien, Nahbarkeit & Professionalität.

Dazu gehört auch der neue Claim «we're on it», erläuterte Claus Bolza-Schünemann. «Wir bringen zusammen, was unsere Kunden weiterbringt.»

Zum Geburtstag hat Koenig & Bauer die Festschrift «Menschen – Maschinen – Ideen» vorgelegt. Wie Marketingdirektor Klaus Schmidt betonte, ist das fast 2 kg schwere Werk mit drei inhaltlich und gestalterisch sehr unterschiedlichen Druckwerken in einer Box keine chronologische Darstellung der Ereignisse der letzten 200 Jahre. «Unsere Festschrift ist eine gedruckte Liebeserklärung an die Vergangenheit, Gegenwart und



an die Zukunft von Print», erläutert Schmidt.

Ein neuer Marktauftritt verlangt zudem ein neues Produktdesign, das die Qualität und Leistungskraft der von den Unternehmen der Koenig & Bauer-Gruppe gelieferten Maschinen und Systemen noch besser sichtbar machen soll. Die Formen des Maschinendesigns basieren auf geometrischen Grundkörpern, die Klarheit und Selbstbewusstsein demonstrieren sollen. Die traditionelle Hausfarbe Blau wird wärmer, akzentuierter und reduzierter eingesetzt. Sie harmonisiert mit den dunklen und hellen Grautönen.

Hinzu kommen wird ein zeitgemässes Interface-Design. Es soll bei neu hinzukommenden Produkten sofort und bei bestehenden Produktfamilien in der Gruppe sukzessive bis zur drupa 2020 umgesetzt werden. Ziel ist eine

Das kleinformatige Hardcover-Buch «Menschen», ein Lesebuch mit handgezeichneten Illustrationen, erzählt in zwölf Kapiteln die Geschichte herausragender Menschen bei Koenig & Bauer von den Gründern bis heute. «Maschinen» ist eine Sammlung von 13 inhaltsreich illustrierten



Postern. Sie sprechen Technik- und Print-Fans an und erklären Zusammenhänge. Das Magazin «Ideen» präsentiert in modernem Layout unzählige Zahlen, Fakten und Gedanken. Lesenswert für alle, die sich mit der Print-Zukunft auseinandersetzen wollen.



harmonische Symbiose aus Corporate Design und Produktdesign. So etwas dauert eben – drei Jahre sind dabei ziemlich ambitioniert.

KOENIG & BAUER DRUCKPRODUKTE FÜR DEN GANZEN TAG

Wer sich die Geschichte des Druckmaschinenbauers Koenig & Bauer ansieht (siehe auch den Beitrag in Heft 109, August 2017), stellt schnell fest, dass sich ein Wandel von medienorientierten zu vom Marketing getriebenen Märkten vollzogen hat.

Durch Akquisitionen in den letzten 25 Jahren wurde Koenig & Bauer aus dem auf Märkte wie dem Zeitungs-, Bücher-, Magazin- und Katalogdruck fokussierten Unternehmen ein führender Player im Verpackungsdruck. Heute bietet der weltweit zweitgrösste Druckmaschinenhersteller Lösungen für nahezu alle Printmärkte an. «Druckprodukten, die auf Maschinen von Koenig & Bauer produziert wurden, begegnen wir von früh bis spät», sagt Claus Bolza-Schünemann. Das reicht vom direkt bedruckten Parfum-Flacon, der Zeitung am Frühstückstisch, dem Bargeld, der Kreditkarte und unterschiedlichsten Verpackungen beim täglichen Einkauf bis zum Buch oder Magazin am Abend. «Das Gute an der Sache: Die meisten dieser Print-Erzeugnisse sind nicht durch Online-Medien oder Computer-Bildschirme zu ersetzen – und der Bedarf steigt weiter. Dies stimmt uns optimistisch für die Zukunft», so Bolza Schünemann.

Im Kartonagen-, Blech- und Glaskörperdruck ist das Unternehmen nach eigener Darstellung bereits Marktführer. Im flexiblen Verpackungs-, Wellpappen- und Kennzeichnungsdruck will Koenig & Bauer weiter zulegen.

Produkte wie die 2016 vorgestellte Hybridmaschine VariJET 106 sowie Digital-, Flexo- und Offsetanlagen für Wellpappe, Blechtafeln und Getränkedosen sollen dazu beitragen. So gab Bolza-Schünemann die Bestellung der ersten digitalen CorrugJET-Bogenmaschine für Wellpappe bekannt. Auch die Kooperation mit HP im Inkjetdruck für das Segment Wellpappe sieht Koenig & Bauer als zukunftsweisend an. Junge und ausbaufähige Felder sind industrielle Anwendungen wie der Dekordruck, der erfolgreich mit der bis zu 2,25 m breiten RotaJET VL adressiert wird. Im Geschäft mit Rollenoffsetrotationen für den Zeitungs- und Akzidenzdruck setzen die Würzburger aufgrund der stark zurückgegangenen Neumaschinen-Nachfrage auf den Ausbau der Serviceleistungen für den älter werdenden Maschinenbestand. Serviceangebote im Rahmen der digitalen Transformation sind

dazu gekommen. Der Serviceumsatz bei Bogen- und Rollenmaschinen ist deutlich gewachsen und soll auf 30% des Konzernumsatzes steigen.

«Nach einem Jahrzehnt mit Umsatzrückgängen wird Wachstum zur zentralen Säule unserer Unternehmensstrategie», sagt Finanzvorstand Dr. Mathias Dähn. Besondere Chancen sieht er angesichts des Wachstums der Weltwirtschaft, der Weltbevölkerung, des Online-Handels und der Zahl der Single-Haushalte im Verpackungsbereich.

Koenig & Bauer hat seine Neuausrichtung weitgehend abgeschlossen, nicht aber die permanente Optimierung der Organisation und Abläufe. Dank der starken Stellung in Spezialmärkten wie dem Verpackungs- und Sicherheitsdruck hat Koenig & Bauer 2016 das beste Ergebnis in der langen Firmengeschichte erzielt. Der Anstieg des Aktienkurses von 10 € Anfang 2015 auf mittlerweile über 60 € ist ein Spiegelbild der Strategie. Für das Jubiläumsjahr 2017 hat sich die Koenig & Bauer-Gruppe laut Mathias Dähn einen Konzernumsatz von ca. 1,25 Mrd. € und eine EBIT-Marge von 6% zum Ziel gesetzt. Die Planung bis 2021 sieht ein Umsatzwachstum von 4% jährlich vor.

«Marktführerschaft an sich ist nicht unser Ziel. Ziel ist es, in allen Bereichen profitable Geschäfte zu betreiben.»



Claus Bolza-Schünemann,
CEO der Koenig
& Bauer AG.

KOENIG & BAUER JUBILÄUMSWOCHES ZUM 200-JÄHRIGEN

Die Festwoche zum 200-jährigen Jubiläum der Koenig & Bauer AG in Würzburg ging mit mehr als 13.000 Besuchern zu Ende. Alleine am offiziellen Festakt im Vogel Convention Center nahmen 650 Gäste aus aller Welt teil. Viele Kunden und Geschäftspartner besichtigten auch das herausgeputzte Würzburger Stammwerk und erlebten dabei am Tag der offenen Tür historische und aktuelle Druckmaschinen in Produktion.

Text und Bilder: Koenig & Bauer

Es gehört nun einmal zu einem so bedeutenden Jubiläum, dass der Vorstandsvorsitzende von Koenig & Bauer, Claus Bolza-Schünemann, bei der Begrüssung der Festgäste auf die eng mit seiner Familie verbundene Unternehmensgeschichte eingeht. Bei Generationen von Kunden, Führungskräften und Mitarbeitern bedankte er sich für deren Beitrag über wirtschaftliche Krisen, Kriege und technologische Umbrüche hinweg. «Print hält unser Unternehmen seit 200 Jahren in Bewegung. Eine spannende Aufgabe, auch in einer digitalisierten Welt immer wieder neue Technologien, Lösungen und Anwendungen für Gedrucktes zu finden, mit denen unsere Kunden weiterhin erfolgreich sein können», sagte er vor den 650 Gästen im Vogel Convention Center in Würzburg.

Über die aktuelle Lage und die Zukunftsperspektiven von Print in unterschiedlichen Segmenten des vielfältigen Marktes für Gedrucktes referierten unter der Moderation des Markenexperten Prof. Dr. Karsten Kilian von der Hochschule Würzburg-Schweinfurt drei CEOs namhafter Unternehmen.

Media, Packaging und Security

Axel Hentrei, CEO der Bertelsmann Printing Group in Gütersloh, erläuterte in seinem Vortrag zur «World of Media» die Online-Auswirkungen auf den Bücher-, Broschüren-, Katalog-, Magazin- und Werbedruck. Angesichts sinkender Auflagen bei wachsender Titelzahl sieht er Lösungsansätze in der Automatisierung der Produktionsprozesse, der Veredelung von Printprodukten, der Arbeitsteilung zwischen Print und Online und im Digitaldruck.

Hans Schur, Inhaber und CEO der dänischen Verpackungsgruppe Schur International, sprach über die «World of Packaging» und hob dabei angesichts der wachsenden Weltbevölkerung besonders die häufig übersehene Rolle der Verpackung für die längere Haltbarkeit von Lebensmitteln hervor. Diese Funktion gewinne neben der Rolle edler Verpackungen als stiller Verkäufer am Point of Sale immer mehr an Bedeutung, da der Online-Handel inzwischen auch Lebensmittel umfasst und dafür eine ununterbrochene Kühlkette und geeignete Verpackungslösungen erforderlich seien.

Die «World of Security» war Thema von Ralf Wintergerst, CEO von Giesecke+Devrient in München. Der Vorstandsvorsitzende des renommierten Produzenten von Banknoten und elektronischen Bezahlsystemen ging unter anderem auf die wachsenden Risiken durch Cyber-Krimina-

lität für elektronische und Online-Bezahlsysteme sowie die Bemühungen ein, Banknoten durch immer neue Sicherheitsmerkmale fälschungssicher zu machen. Er sieht trotz der elektronischen Konkurrenz kein Ende der gedruckten Banknote, zumal der weltweite Bargeldumlauf weiter steigt.

Karsten Kilian wies in seinem Vortrag zur «World of Brands» auf die grosse Bedeutung von Marken für den geschäftlichen Erfolg hin. Sein Credo: «Eine grosse Idee ist die Basis jeder grossen Marke.» Sein Fazit: «Gerade in unserer Zeit zunehmender Dynamisierung braucht man starke Marken zur Orientierung.»

Globale Partnerschaft

Horst Köhler, ehemaliger Bundespräsident, früherer Chef des Internationalen Währungsfonds (IWF) und Afrika-Kenner, stellte die Konflikte zwi-



Beim offiziellen Festakt im Vogel Convention Center konnte CEO Claus Bolza-Schünemann 650 Gäste begrüssen.



Gut gefüllt war die ehemalige Rotationshalle im Vogel Convention Center beim abwechslungsreichen Festakt.



Kunden und Geschäftspartner nutzten den Geburtstag zu einem Rundgang im Stammwerk Würzburg.



In einer aufrüttelnden Rede forderte Bundespräsident a. D. Horst Köhler eine globale Partnerschaft bei der Bewältigung der mit dem Bevölkerungswachstum, der Ressourcenknappheit und der Digitalisierung verbundenen Herausforderungen.

schen dem Wachstum der Weltbevölkerung, der Ressourcenknappheit und der Digitalisierung in den Mittelpunkt seiner eindrucksvollen Festrede.

«Man kann sich diese drei Trends wie grosse Züge vorstellen, die aufeinander zufahren. Erst wenn wir begreifen, wie wenig uns Lösungen auf nur einer Seite des Dreiecks bringen, werden wir uns bewusst, vor welcher Mammutaufgabe die Menschheit steht», sagte Köhler. «Auch künftig ist jedes Land seines Glückes Schmied. Aber um erfolgreich zu sein, müssen alle sehr viel mehr im Blick haben als bloss den eigenen Amboss. Wir brauchen im 21. Jahrhundert Nationen, die erkennen, dass sie alle unwiderruflich im selben Boot sitzen. Wir brauchen politische Antworten, die sich zu einem neuen Paradigma der globalen Partnerschaft zusammenfügen. Wir brauchen eine Weltwirtschaft, die allen

Menschen auf der Erde ein Leben in Würde ermöglicht, ohne unseren Planeten zu zerstören.»

Der ehemalige Bundespräsident bezeichnete Friedrich Koenig und Andreas Bauer, die Gründer von Koenig & Bauer, als beispielhaft für den zur Lösung der Zukunftsfragen notwendigen Ideenreichtum, Gestaltungswillen und Unternehmergeist. Daneben hob er die sozialen Errungenschaften des Unternehmens in der Mitte des 19. Jahrhunderts unter Fanny Koenig hervor. Köhler: «Eine solche soziale Dimension zeichnet viele Familienbetriebe und Betriebsfamilien in Deutschland aus, und sie trägt entscheidend zum Klima und zum Erfolg der sozialen Marktwirtschaft bei.»

› www.koenig-bauer.com



Rechtzeitig zum 200. Firmengeburtstag wurde das neue Unternehmenslogo am neuen Democenter für Flexo- und Digitaldruckanlagen im fränkischen Stammwerk angebracht.



KEEP CALM AND PRINT ON

Talking about print online with Bernd Zipper

BEYONDPRINT 



SCHWARZ-WEISS-DRUCK NICHT NUR FÜR DEN «TÄGLICHEN KLEINKRAM»

Digitaldruck hat seit Langem ein festes Standbein im Schwarz-Weiss-Druck – und der Bedarf scheint ungebrochen. Hohe Leistungen waren im Schwarz-Weiss-Digitaldruck bisher eine Domäne der Rollenmaschinen, doch haben die Einzelblatt-Bogenmaschinen enorm zugelegt, stehen vor allem für einen ausreichend hohen Durchsatz und optimierte Qualität. Und aufgrund der anhaltende Nachfrage nach Schwarz-Weiss-Systemen hat Canon neue Monochrom-Druckmaschinen der Serie Océ VarioPrint 6000 Titan vorgestellt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Wann immer die Rede vom Digitaldruck ist, wird – bewusst oder unbewusst – ein Bereich vergessen, der seit Jahrzehnten erfolgreich digital druckt. Und zwar mit Leistungen, die einem «normalen» Digitaldrucker die Sprache verschlagen könnten. Die Rede ist von Schwarz-Weiss-Rollen- und Bogenmaschinen, mit hohen Leistungen.

Dass Digitaldruck in der Druckindustrie mit farbigen Anwendungen in Zusammenhang gebracht wird, hat den relativ banalen Grund, dass Schwarz-Weiss-Digitaldruck meist in Umgebungen stattfindet, in der die Druckindustrie nicht, nicht mehr oder nur wenig aktiv ist. Dazu zählt etwa der Transaktionsdruck von meist DIN A4 grossen Dokumenten wie Rechnungen, Policen etc. in Rechenzentren von beispielsweise Banken, Versicherungen, Kreditkartenbetreibern

oder Telefongesellschaften. Bei diesen Anwendungen geht es weit weniger um den grafisch perfekten Ausdruck, als vielmehr um effizientes, schnelles, wirtschaftliches und vor allem sicheres Drucken von Dokumenten. Es lässt sich auch mit der meist automatisierten Ausgabe von Datenströmen beschreiben. Wenn man so will, sind dies mehr oder weniger banale Drucksachen ohne typografische und gestalterische Feinheiten. Allerdings haben die

Dokumente persönlichen, zum erheblichen Teil sensiblen Charakter und werden folglich individualisiert gedruckt – was bei Versicherungspolicen, Rentenberechnungen etc. unabdingbar ist. Ob die Druckdaten von Grossrechnern kommen oder aus Datenbanken, spielt eine untergeordnete Rolle. Allein die Anzahl der zu druckenden Dokumente und der Zeitrahmen entscheiden darüber, ob eine Einzelblatt- oder Rotationsmaschine zum Einsatz kommt.

Herausforderung Datenhandling

Eine spezifische Problemstellung in diesem Segment ist die Übernahme von Daten aus Grossrechnern und die Kommunikation mit unterschiedlichen Systemwelten. So verfügen die Maschinen üblicherweise über verschiedene Interfaces und Schnittstellen für die Übernahme von Datenströmen aus unterschiedlichen Quellen. Hier liegt das grösste Problem für Dienstleister aus der grafischen Industrie: Druckereien haben sich seit Jahren auf PDF eingeschossen und kennen die Datenformate der Grossrechenanlagen nicht – ganz gleich, ob es sich um Daten aus IBM-Rechnern (AFP-Daten) oder um Daten aus der Bürowelt (zum Beispiel HP-Druckersprachen wie PCL5, PCL6 etc.) handelt. Zwar ist auch die Integration der PostScript- und PDF-Welt möglich, da die anderen Datenformate aber meist schneller als PostScript-Anwendungen sind und Grosskonzerne ihre Datenstruktur nicht ohne Weiteres umstellen, findet der Druck in diesem Bereich meist ohne Dienstleister aus der Druckindustrie statt.

Monochromer Rollendruck eher rückläufig

Viele Maschinen für diese Einsätze drucken die schwarz-weißen Informationen auf im Offset farbig vorgedruckten Rollen ein – entweder wieder auf Rolle zur externen Weiterverarbeitung oder im Inline-Finishing als Einzelblatt oder Falzprodukt. Die Systeme sind entweder als Einzelmaschinen konzipiert oder werden für den Schön- und Widerdruck hintereinander gekoppelt und benötigen dazu die vom Rotationsdruck bekannten Wendestangen. Leistungsfähige Verarbeitungssysteme machen die Digitaldruckmaschinen damit zur Online-Strecke.

Dabei findet derzeit eine Umorientierung statt. Viele Transaktionsdrucker wollen auf die vorgedruckten Rollen verzichten und stattdessen das weisse Papier komplett und auch in Farbe bedrucken. Tendenziell sind mono-

chrome Rollenmaschinen also immer weniger gefragt, was sich beim Maschinenangebot bereits bemerkbar gemacht hat und auch das Produktionsvolumen im Digitaldruck betrifft (siehe Grafik 2).

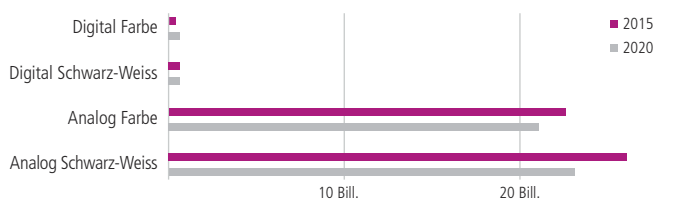
Bei den Maschinen für die Einzelblattverarbeitung sieht die Sache jedoch etwas anders aus. Denn insgesamt sind die Produktionsvolumen im Schwarz-Weiss-Digitaldruck stabil. Den Löwenanteil im digitalen Produktionsdruck macht mit 34% noch immer der monochrome Bogendruck aus. Und beim Blick auf die Volumen im Digitalbogendruck wird es noch gravierender: 63% der Drucksachen sind Schwarz-Weiss und erst 37% farbig.

Der Bedarf ist ungebrochen

Es kann beim monochromen Druck also gar nicht nur um Transaktionsdrucke gehen. Ohnehin ist dieses Wort einer der am meisten missverstandenen Begriffe. Denn es sind ja nicht nur Rechnungen, die in die Kategorie Transaktionsdruck fallen, sondern alles, was einmal als Formular galt. Jeder Lieferschein, jeder Auftrag und jede Auftragsbestätigung ist ein Transaktions-Dokument mit all den Möglichkeiten, die auch ein Mailing bietet. Ein Segment, das noch unglaubliches Potenzial bietet.

Ganz zu schweigen von Schwarz-Weiss-Anwendungen wie Loseblatt-Sammlungen, Dokumentationen unterschiedlichster Art, Handbücher, Bedienungsanleitungen, Beipackzettel, Bücher oder Ähnliches mehr. Und damit bewegen wir uns durchaus im Bereich der grafischen Akzidenzen. Auch wenn Farbe bei hochwertigen Drucksachen heute nahezu ein Muss ist, ist der Markt für Schwarz-Weiss-Drucksachen noch lange nicht in der Bedeutungslosigkeit verschwunden. Viele Kataloge, Newsletter, technische Dokumente, Schulungs- und Präsentationsunterlagen und etliche andere Drucksachen benötigen nicht zwingend zusätzliche Farben. Man denke hier zum Beispiel an personalisierte Notizblocks, Workbooks, Kalender, Visitenkarten und vieles mehr.

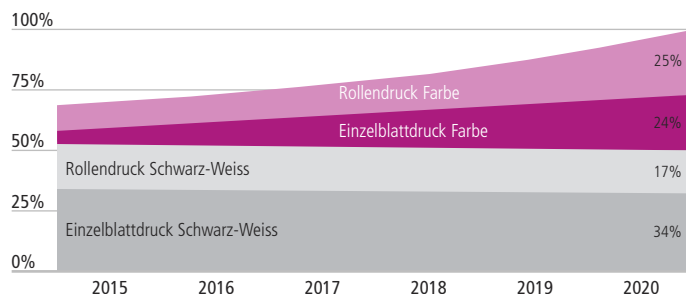
1 WELTWEITES DRUCKVOLUMEN (IN BILLIONEN DRUCKSEITEN)



Quellen: Caslon, Juli 2016, Canon. Druckmarkt-Grafik 10/2017.

Noch immer macht der Digitaldruck nur einen kleinen Prozentsatz des weltweiten Druckvolumens aus. Allerdings sinken die absoluten Werte bei den analogen Druckverfahren um –1,4% bei Farbe und –2,4% bei Schwarz-Weiss jährlich. Auch der digitale Schwarz-Weiss-Anteil verliert jährlich 0,9%, dagegen wächst der digitale Farbdruck um 20,9%.

2 TRENDS IM DIGITALEN PRODUKTIONSBOGENDRUCK (IN %)



Quelle: Caslon, InfoTrends, Océ Market Analysis. Druckmarkt-Grafik 10/2017.

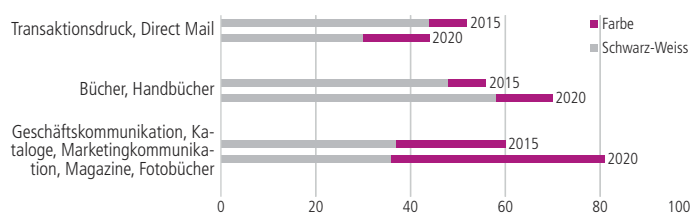
Der Markt für Schwarz-Weiss-Drucksachen war 2015 noch immer grösser als der für farbige Druckprodukte. Und 2020 werden sich Schwarz-Weiss und Farbe möglicherweise noch immer die Waage halten. Zwar legen die Farbdruckverfahren im Digitaldruck in den nächsten Jahren weiter zu, ob sich diese Kurve aber weiterschreiben lässt, ist heute noch nicht abzusehen.

Dazu kommt der Trend «Book-on-Demand». Inhalte eines Werkes werden Schwarz-Weiss gedruckt und in einen ebenso monochromen oder auch farbigen Umschlag eingehängt. Die Mehrzahl der heute gedruckten Bücher dürfte solche Eigenschaften haben. Und gerade hier scheint der Markt noch vor einem Boom zu stehen. Denn mehr und mehr Verlage setzen Hoffnungen auf diese Anwendung, um kleine Auflagen kostengünstig herzustellen und geringe Auflagen überhaupt erst zu ermöglichen. Man denke dabei auch an den Markt des Self-Publishings, bei dem Autoren ihre selbst verfassten Gedichte, Romane, Biografien oder andere Literatur ohne einen Verlag veröffentlichen können. Aus diesem Nischen-Trend ist längst ein eigenständiger Markt geworden, der sich immer weiter professionalisiert.

Nicht im Rampenlicht

Vielleicht sollte man sich also erst noch einmal die Dimensionen des Druckmarktes vor Augen halten, bevor man abwinkt und sagt: «Es zählt nur noch Farbe». Dem ist nämlich nicht so. Der Markt für Schwarz-Weiss-Drucksachen war 2015 noch immer grösser als der für farbige Druckprodukte. Und 2020 werden sich Schwarz-Weiss und Farbe möglicherweise die Waage halten. An dieser Entwicklung wird sich mittelfristig auch nichts ändern. Schwarz-Weiss bleibt in seinen Segmenten stabil und wird das grösste Druckvolumen beanspruchen – auch wenn Farbjobs zulegen. Das alles sind gute Gründe dafür, dass Canon sein Portfolio im monochromen Produktionsdruck – und dazu noch im Toner-Segment – ausbaut.

MARKTDYNAMIK: APPLIKATIONSTRENDS (IN MRD. SEITEN)



Quellen: Caslon, Juli 2016, Canon. Druckmarkt-Grafik 10/2017.

Je nach Anwendungsbereich ist ein unterschiedliches Marktvolumen zu erwarten. Während Transaktionsdokumente abnehmen werden, wachsen die Märkte für die digitale Bücherproduktion und der grafischen Anwendungen wie Kataloge, Marketingkommunikation und Magazine. Gerade hier sorgt der farbige Digitaldruck für den meisten Zuwachs.



«Schwarz-Weiss-Druck ist hier, um zu bleiben», erklärte **Eric de Goeijen**, Vice President Océ Technologies, bei der Präsentation der neuen Canon Monochrom-Maschinen und verwies auf verschiedene Studien (siehe Grafiken 1 bis 3).

Zwar werde der Anteil des Digitaldrucks am gesamten Druckvolumen wachsen, stellte de Goeijen fest, für die einzelnen Anwendungsgebiete ergäben sich daraus jedoch völlig unterschiedliche Trends. Während im Transaktionsdruck und bei Mailings der Farbdruck wächst, das Volumen jedoch gleichzeitig unter dem Einfluss elektronischer Medien zurückgeht, wächst der farbige Druck in der Geschäfts- und Marketing-Kommunikation, bei Katalogen, Magazinen und Fotobüchern deutlich.

Völlig anders jedoch bei Büchern. Zwar gibt es laut de Goeijen auch hier einen Anstieg farbiger Jobs, jedoch wachse auch der Anteil monochromer Druckprodukte sowie das Volumen insgesamt – nicht zuletzt wegen des steigenden Bedarfs an

Print-on-Demand, Versionierung und Personalisierung. Und weil diese Anwendungen ganz besondere Ansprüche an die Produktion stellen, kommt Canon nun mit einer neuen Generation an Schwarz-Weiss-Digitaldruckmaschinen auf den Markt.

Erwartungen neu definiert

«Als die erste Generation der Océ VarioPrint 6000 im Jahr 2007 auf den Markt kam, hat sie die Erwartungen an ein monochromes Bogen-drucksystem neu definiert – in Bezug auf die Produktionsgeschwindigkeit



und auch hinsichtlich Qualität und Zuverlässigkeit», erinnert sich **Marc Schnierer**, Marketing Manager Product Business Development bei Canon Deutschland. «Heute, ein Jahrzehnt weiter, präsentieren wir mit der Titan-Serie hochleistungsstarke Monochrom-Drucksysteme, die die Grenzen anspruchsvoller Produktionen weiter verschieben werden. Unsere Systeme setzen sich hinsichtlich Geschwindigkeit, Zuverlässigkeit,

Qualität, Vielseitigkeit und Nachhaltigkeit an die Spitze ihrer Produktklasse.»

Die neuen Drucksysteme der Titan-Serie bauen auf der Plattform der Océ VarioPrint 6000 auf und lösen die 2009 eingeführten Ultra-Modelle ab. Die Technologie wurde nach Aussage von Marc Schnierer für kommerzielle als auch Inhouse-Druckereien entwickelt, die in den Marktsegmenten Akzidenz-, Verlags- und Transaktionsdruck monochrome Anwendungen herstellen.

Die Modelle stehen in zwei Versionen zur Verfügung, um branchenspezifische Anforderungen zu erfüllen. Zum einen gibt es die VarioPrint 6000 Titan für den grafischen Markt und Inhouse-Druckereien, zum anderen steht für den Transaktionsdruck die VarioPrint 6000 Titan TP zur Verfügung.

Produktivität

Die neue Druckmaschinen-Serie unterstützt ein Druckvolumen von bis zu zehn Millionen A4-Bilder (Canon spricht von Bildern, nicht Seiten) pro Monat. Dazu stehen mit den Modellen VarioPrint Titan 6180, 6220, 6270 und 6330 vier Leistungsklassen zur Auswahl. Die maximale Druckgeschwindigkeit wurde auf 328 A4-Bilder pro Minute im Schön- und Widerdruck erhöht.

Marc Schnierer betont, dass Investitionssicherheit bei der Entwicklung der Modelle gross geschrieben wurde. Denn Kunden, bei denen es temporäre Produktionsspitzen gebe oder sich die Anforderungen dauerhaft änderten, hätten die Möglichkeit, die Maschinen auf eine jeweils andere Produktivitätsklasse aufzurüsten.

Möglichkeit für den Druck von Dünndruckpapier

Auch das neue Papierzuführmodul für die VarioPrint 6000 Titan ermöglicht flexible Konfigurationen. Das Standard-Modul ist für Bedruckstoffe bis zu 320 x 488 mm geeignet, während das Flex XL Modul für Medien bis zu 350 x 500 mm ausgelegt ist. Damit eignet es sich ideal für den Druck von Verlagsanwendungen. Je nach Zusammensetzung der Aufträge können Kunden mit drei Standard- oder drei Flex XL Modulen arbeiten oder zwei Module von einer Grösse mit einem der anderen kombinieren.

Die neue Maschinengeneration kann optional mit einem sogenannten Titan Light Weight Media (LWM) Kit ausgestattet werden, mit dem das Bedrucken von Papieren mit einem Flächengewicht von 45 g/m² bis zum Format 350 x 500 mm möglich ist. Das erlaubt Anwendungen wie den Druck von Büchern auf Dünndruckpapier, Fachinformationen, mehrsprachige Produktbeileger sowie Beipackzettel.



Für **Mathieu Peeters**, B2B Marketing Director für die Geschäftsbereiche Business Imaging und Production Printing,

stellt gerade der Druck auf Dünndruckpapieren ein ganz besonderes Highlight dar, für das Canon drei Jahre Entwicklungsarbeit investiert habe. Die Verarbeitung dieser Papiere wird durch die Océ Gemini Instant Duplex Technologie unterstützt, die mit zwei Bebilderungseinheiten gleichzeitig beide Seiten des Bogens bedruckt, ohne dass der Bogen gewendet werden muss. Canon gibt



Mit der Océ VarioPrint 6000 Titan hat Canon am 29. August eine Reihe neuer monochromer Bogen-drucksysteme vorgestellt, die höhere Produktivität, Qualität und Medienvielfalt bereitstellen sollen.

dabei eine Registerhaltigkeit von Vorder- und Rückseite mit einer Toleranz von +/- 0,3 mm an. Der Toner wird bei einer niedrigeren Fixiertemperatur auf das Substrat gepresst, wodurch es wenig strapaziert wird. Ergebnis ist eine verbesserte Druckqualität sowie ein mattes Druckbild mit offset-ähnlichem Charakter.

Mit der VarioPrint 6000 Titan Serie können glatte, beschichtete und strukturierte Papiere sowie Spezialmedien bedruckt werden.

Betriebskosten minimieren

Weitere Merkmale der VarioPrint Titan tragen ebenfalls zu einer hohen Ausgabequalität bei: Beispielsweise die ScreenPoint-Technologie, die den Bildtyp (Text, Grafik oder Foto) für jede einzelne Seite erkennt und optimiert oder der intelligente SuperCell-Halbtone-Algorithmus für Bildschärfe und gleichmässige Übergänge bei den Graustufen.

Nach Aussage von Canon werden nahezu keine Ozonemissionen oder Tonerabfälle erzeugt, während der berechnete Energieverbrauch der VarioPrint Titan um 30% geringer ausfällt als bei anderen Maschinen dieser Kategorie. Das helfe den Anwendern, die Betriebskosten zu minimieren und zugleich eine gesunde Arbeitsumgebung zu schaffen.

Die erweiterte Funktionalität des PrismaSync Druckserver V7 steigert die Produktivität zusätzlich. Sie erlaubt das unbeaufsichtigte Drucken durch eine Auftragsplanung bis zu acht Stunden im Voraus.

Weitere Tools wie der PrismaSync Remote Manager, die Remote Control App für mobile Geräte und der neue PrismaAnalytics Dashboard Cloud Service ermöglichen die Steuerung und Überwachung mehrerer Maschinen aus der Ferne.

Eine Vielzahl von Weiterverarbeitungsmöglichkeiten wie die Broschürenherstellung, Klebebindung, das

Stanzen und Schneiden über die offene Document Finishing Device (DFD)-Schnittstelle runden das Angebot der Maschinen, die voraussichtlich im Herbst 2017 in Europa erhältlich sein sollen, ab.

Die Océ VarioPrint 6000 Titan Serie ist zweifellos eine wesentliche Neukonzeption, die mit ihrem robusten Metallgehäuse die industriellen Anforderungen der Kunden erfüllen, die Wartung erleichtern sowie eine maximale Maschinenverfügbarkeit unterstützen soll.

Täglicher Kleinkram

Darüber hinaus erfüllt Canon mit der VarioPrint 140 Serie, der imagePress und den Océ JetStream-Rollenlösungen praktisch alle Anforderungen im monochromen Produktionsdruck – und das hinsichtlich des Produktionsvolumens, der Qualität und Medienvielfalt. Denn der monochrome Digitaldruck ist auch in Zukunft ein

wichtiger Bestandteil der industriellen Druckproduktion.

Nicht zu vergessen, dass sich bei dem Überangebot an Farbe langsam und schleichend wieder ein Trend zur Schwarz-Weiss-Drucksache etabliert. Schliesslich unterliegen auch Druck-Erzeugnisse gewissen Modeerscheinungen. Schwarz-Weiss-Drucke auf einem edlen, schönen Papier haben durchaus ihren Reiz. Ausserdem ist das Angebot an farbigen Papieren so gross wie noch nie.

Insofern sollten Druckereien sehr wohl überlegen, ob sie den Schwarz-Weiss-Digitaldruck nicht doch in ihr Angebot mit einbeziehen sollten. Denn eine grosse Zahl von vermeintlich einfachen Produkten – eben der tagtägliche «Kleinkram» – in kürzester Zeit hergestellt, hat noch immer Konjunktur. Und wie heisst es noch so schön? Kleinvieh macht auch Mist.

➤ www.canon.de

DRUCKLÖSUNGEN FÜR IHRE FERTIGUNGS- PROZESSE 14. – 16. NOVEMBER 2017 MESSE MÜNCHEN


INPRINT
INDUSTRIAL PRINT SHOW
DIE FACHMESSE FÜR
INDUSTRIELLE DRUCKTECHNOLOGIE

Digital / Inkjet / Siebdruck / Spezialdruck

- Druckmaschinen & -systeme
- Komponenten & Spezialteile
- Druckkopftechnologie
- Geräte & Chemikalien für die Druckvorstufe
- Trocknungs- & Curingssysteme / UV-Technologie
- Sieb-, Digitaldruck- und Spezialtinten
- Primer & Beschichtungen
- Softwarelösungen

EDUBOOK EIN NICHT UMKEHRBARER WEG

Haben Sie sich das Logo von Edubook einmal genauer angesehen? Symbolisiert es Bücher, Blätter, Broschüren oder erinnert es mehr an einen Barcode? Wohl beides, und dabei schwingt eben auch das Thema Digitalisierung mit. Schliesslich zählt die Edubook AG seit 2004 als hoch spezialisiertes Unternehmen für komplexe Druck- und Logistiklösungen zu den Vorreitern im Digitaldruck bei der On-Demand-Produktion.



Von KLAUS-PETER NICOLAY

Wenngleich der Begriff Digitalisierung zurzeit inflationär benutzt wird, flankiert er dennoch genau das, was unter Schlagworten wie Industrie 4.0, Print 4.0 etc. ein intensiv diskutiertes Betätigungsfeld der grafischen Branche ist (auch wenn diese Begrifflichkeiten oft falsch oder missverständlich interpretiert werden).

Print 4.0 ist zunächst einmal ein Schlagwort, das durch nichts exakt definiert ist. Genauso wie Industrie 4.0 ein Sammelbegriff für eine Vision ist, die sich allerdings beschreiben lässt. Industrie 4.0 beruht auf der Annahme, dass sich Herstellungs- und Lieferprozesse inner- und ausserhalb von Unternehmen integrieren lassen und dass jede einzelne Prozesskomponente in ein weltweites Netzwerk eingebunden werden kann.

Analog dazu reicht die Kette in der grafischen Branche vom Auftraggeber und seiner Bestellung über die vollstufige Abwicklung bis zur Auslieferung. Akquise, Beschaffungsprozesse, administrative Aufgaben, Warenwirtschaft und Kundenbetreuung etc. – all das soll künftig transparent sein und Kunden sowie Zulieferer einschliessen.

Vernetzung und Verfügbarkeit

Genau damit beschäftigt sich auch Edubook, wobei es hier vor allem um die Prozesse rund um das Buch geht.

Und das schon seit Jahren, denn die Antworten auf viele Fragen rund um die integrierte Produktion liegen Jahre zurück. So wird in der Druckindustrie seit gut zwei Jahrzehnten über die Automatisierung von Prozessen aller Art nachgedacht. Automatisierte Abläufe in der Vorstufe waren erste Schritte, die Vernetzung mit den zu Management-Informationssystemen (MIS) gereiften Kalkulationssystemen, JDF für den standardisierten Datenaustausch bei der Produktion einschliesslich der Voreinstellenden für Druck- und Weiterverarbeitungs-Maschinen samt Rückmeldungen an das MIS haben längst Standards im Druck gesetzt.

Es könnten noch weitere Schritte in Vorstufe, Druck und Finishing angeführt werden, die allesamt erkennen lassen, dass der Weg zu Print 4.0 ein evolutionärer Prozess ist, der gleich einem Mosaik aus vielen kleinen Elementen besteht, die sich nach und nach zu einem Gesamtbild zusammenfügen.

Denn die Druck- und Weiterverarbeitungs-Maschinen wurden ebenfalls automatisiert und bieten Schnittstellen zu Datenbanken jeglicher Art. Verknüpft mit Analyse-Tools für die so entstehenden gewaltigen Informationsmengen (Big Data) samt intelligenter Programme für deren Auswertung entstehen Netzwerke und sich selbst optimierende Prozesse. An dieser Stelle verdeutlicht der Blick in die Praxis den aktuellen Stand der Dinge. Denn was Automatisierung zu leisten imstande ist, zeigt seit eini-



Mit dem Thema «Drucken im Zeitalter der Digitalisierung» hatte Edubook offenbar den Nerv der Branche getroffen. Die OpenDays jedenfalls waren ausgebucht.

gen Jahren «DigiSpeed by Edubook» für den farbigen Digitaldruck auch in Kleinstauflagen.



«Im Kern geht es auch bei uns um Effizienzsteigerung», erläutert Edubook-Geschäftsführer **Nicolas von Mühlen**. «Dies erreichen wir aber nicht durch noch schnellere Maschinen, sondern durch einen höheren Grad an Vernetzung und Verfügbarkeit.»

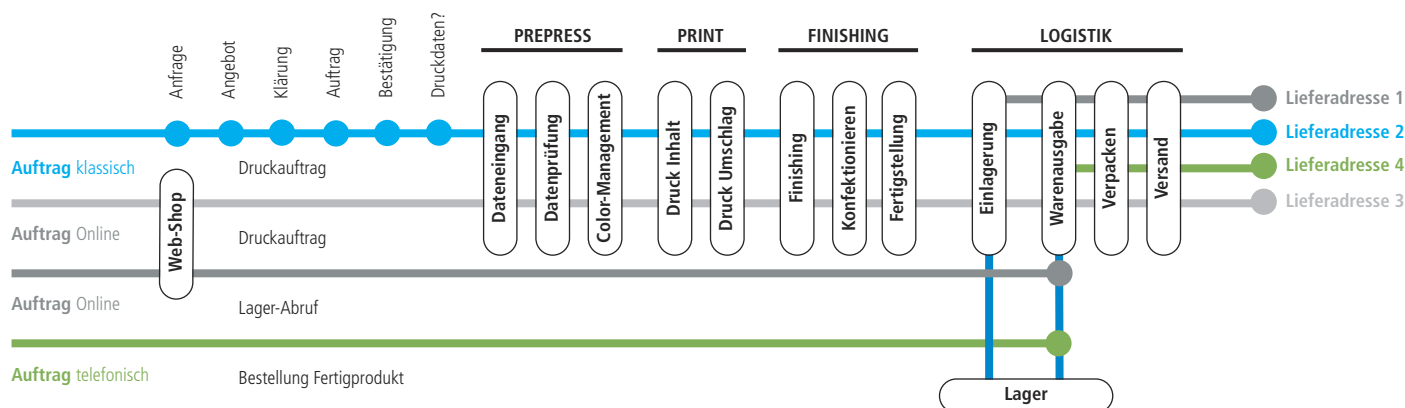
«Einkaufen» einfacher machen

Wer sich wie Edubook auf den Weg zu Print 4.0 gemacht hat, muss zunächst und ständig die Prozesse optimieren. Das betrifft alle Fertigungsstufen. Die Idee setzt aber ebenso voraus, dass sich dieser Gesamtprozess «Betrieb» auch an externe Systeme andocken lässt. Und umgekehrt. Das können Schnittstellen vom MIS bei Edubook zu ERP-Systemen

bei den Kunden sein, das können genauso gut auch leistungsfähige Web-Portale und Online-Shops sein.

Allerdings werden Kunden deshalb nicht in neue, andere oder zusätzliche Hard- und Software investieren wollen. Das bedeutet, dass für ihn «Smart Services» bereitgestellt werden müssen, die es einfach machen, Printprodukte zu bestellen und einzukaufen.

Soweit die Theorie. Bei der praktischen Umsetzung steckt der Teufel jedoch im Detail. Denn trotz JDF und Kommunikations-Schnittstellen werden die Funktionen von Maschinen der verschiedenen Hersteller jeweils mit eigener Software gesteuert – der in den Druckereien geplante Produktionsprozess wird zunächst einmal nicht unterstützt. Dazu sind dann viel Kleinarbeit und Anpassungsbedarf notwendig. So musste auch Edubook gemeinsam mit Canon und Kodak, den Herstellern der Digitaldruckma-



In den weiteren geplanten Ausbaustufen wird Edubook alle Möglichkeiten ausschöpfen, seinen Kunden Online wie Offline das Einkaufen von Drucksachen so einfach wie möglich zu machen.

schinen, die Software der Inkjet-Rotation Colorstream 3700 und der Bogenmaschine Nexpress SX 3300 anpassen. Darüber hinaus musste auch die Tecna-Weiterverarbeitungsanlage Libra 800 in den Prozess integriert und eine Workflow-Lösung über die einzelnen Steuerungen gestülpt werden.

Schrittweise Weiterentwicklung

Nach zwei Jahren Detailarbeit konnte Edubook die Lösung an seinen OpenDays im Mai präsentieren. Die Druck- und Weiterverarbeitungs-Maschinen sind jetzt so automatisiert und synchronisiert, dass ein Buch in Auflage 1 wirtschaftlich produziert werden kann.

Damit ist die Basis für den weiteren Ausbau der integrierten Produktionsprozesse gelegt.

Ab Herbst sollen B2B- und B2C-Webshops bereitstehen, über die Kunden Druckaufträge in verschiedenen Formaten, Umfängen und Farbigkeiten für Inhalt und Cover kalkulieren und platzieren können. Nach erfolgreicher Bestellung wird das entsprechende PDF auf den Edubook-Server hochgeladen, geprüft, ausgeschlossen, mit Steuerungs-Codes (Datamatrix) versehen und produziert.

Offline eingehende Aufträge werden wie bisher entgegengenommen und (falls sie für eine automatische Produktion geeignet sind), via Webshop in den automatisierten Produktionsablauf eingeschleust.

Als Workflow-Lösung hat sich Edubook für Workspace Pro von One Vision entschieden, die vollautomatisch die Aufträge abarbeitet und zudem für die zu produzierenden Jobs die Datamatrix erstellt, in der alle für die Produktion relevanten Informationen wie Auftragsnummer, Seitenzahl, Auflage, Format etc. hinterlegt sind. Dieser Code wird auch vom Finishing-System erfasst, stellt die Anlage automatisch ein und gewährleistet, dass das Buch vollständig ist und der richtige Buchblock mit dem richtigen Umschlag zusammengeführt wird.

Auf diese Weise produziert Edubook heute bei einer Kapazität von rund 500.000 digital gedruckter vierfarbiger A4-Seiten 5.000 bis 7.000 Klebe-

bindungen pro Tag. Jährlich verlassen gegen 600.000 Bücher das Haus und in der Hochsaison gehen pro Monat bis zu 10.000 individuelle Pakete über die Rampe.

PDF rein, Buch raus

Mit dieser automatisierten Produktionsweise wird bei Edubook auch ein weiteres Ziel verknüpft: die Massenfertigung individualisierter Printprodukte oder «Mass Customization» und damit die individuelle Fertigung in Auflage 1. «PDF rein, Buch raus» könnte dabei als Slogan für viele Produktionen stehen. Denn bei Broschüren, Katalogen und Büchern gewinnen individualisierte Versionen auch immer mehr an Bedeutung. ►

Jetzt
abheben
und
Karriere
machen.



Druckkaufmann/-frau EFA

Basis-Lehrgang. Neu nur 3 Semester. Ab 15. 1. 2018



Publikationsmanager/in ED

Aufbau-Lehrgang. 8 Monate. Ab 20. 8. 2018

Mit der «gib»Zürich gewinnt Ihre Laufbahn an Höhe.

Starten Sie heute Ihren beruflichen Steigflug – melden Sie sich zu einem unserer Infoabende an. Alle Infos unter www.gib.ch

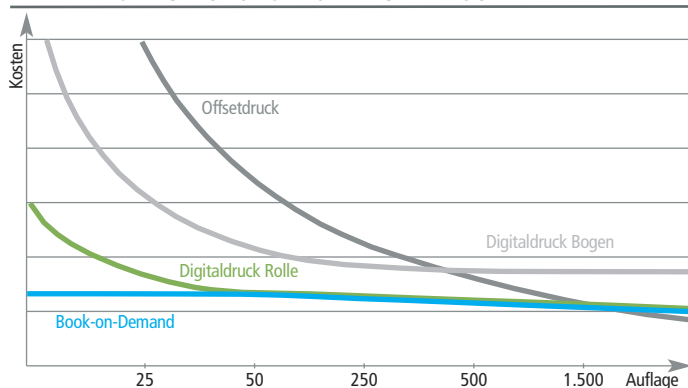
«gib»Zürich Kaderschule für

Druck, Medien und Kommunikation

Postfach 5946 | 8050 Zürich | Tel. +41 44 380 53 00

info@gib.ch | www.gib.ch

VERFAHRENSVERGLEICH OFFSET- UND DIGITALDRUCK



Quelle: Edubook Mai 2017.

Während die Stückkosten eines Buches im Offsetdruck mit zunehmender Auflagenhöhe sinken, sind die Kosten im digitalen Tonerdruck bei Kleinauflage günstiger, werden aber ab etwa 500 Exemplaren teurer als der Offset. Im Inkjet-Druck liegen die Kosten pro Stück nochmals darunter. Im digitalen Rollendruck lassen sich Auflagen bis 1.500 Exemplare preiswerter als im Offsetdruck produzieren. Das nutzt Edubook auch für die Produktion Book-on-Demand.

Bei diesen hoch automatisierten Abläufen kann während der Produktion allerdings keine weitere Abstimmung mit den Kunden stattfinden, räumt Nicolas von Mühlent ein. Das würde die Produktion verteuern. Deshalb müssen alle Details vor dem Start des Produktionslaufes geklärt sein. So viel Disziplin muss einfach sein. «Dann werden die Kunden von der Automatisierung profitieren», erläutert von Mühlent, «und bekommen dafür auch sensationell günstige Produkte.»

Attraktive Kleinauflagen

Dazu hat Edubook eine interessante Rechnung aufgemacht und nutzt dabei die Vorzüge des Digitaldrucks, bei dem ja nicht mit einer statischen Druckform wie im Offset gedruckt wird, sondern jeder Ausdruck anders bebildert werden kann.

So kalkuliert Edubook bei der Book-on-Demand-Produktion im Inkjet mit dem Stückpreis einer Auflage von 50 Exemplaren. Aufgrund des hohen Automatisierungsgrads liegen die Kosten für ein Buch – ganz gleich, ob ein Buch in Auflage 50 hergestellt wird oder 50 Bücher in Auflage 1 gedruckt werden – auf einem Niveau. So bietet Edubook jede Kleinauflage zwischen 1 und 50 Exemplaren zum gleichen Stückpreis an. Den höheren Aufwand in der Datenvorbereitung nimmt man auf die eigene Kappe. «Es spielt für uns keine Rolle, ob ein Stück oder 50 Exemplare – der Preis ist gleich. Mit einer höheren

Auflage sinkt er sogar noch», erklärt Nicolas von Mühlent. Damit macht er das Thema Book-on-Demand für die Kunden von Edubook nicht nur preiswert, sondern auch generell interessant für Broschüren.

So können Kleinauflagen für eine Präsentation, für Vorabauflagen und Nachdrucke, für Sprachversionen in kleinster Stückzahl sowie personalisierte Exemplare für beispielsweise

sequent wie Edubook haben es allerdings nur ganz wenige umgesetzt.

«Edubook ist im europäischen Umfeld zwar klein», bemerkt von Mühlent dazu, «in der Fähigkeit, Innovationen in marktfähige Produkte umzusetzen und lange Prozessketten zu automatisieren, gehören wir aber wohl zu den Spitzenbetrieben.» Und ohne Zweifel ist die Masse der Druckereien für solche Konzepte



Wenn zu Beginn einer Produktion eine weisse Rolle steht, die bedruckt wird, in der Auslage des Klebebinders kein

Exemplar dem anderen gleicht, ist das für eine Druckerei üblicherweise eine Katastrophe. Anders bei Edubook: Hier

Unumkehrbarer Strukturwandel

Zweifelloso hat sich das Drucken, wie Edubook eindrücklich beweist, verändert, wird sich weiter verändern und vielfältiger werden. Gerade die flexible und wirtschaftlich effiziente Herstellung von Auflage 1 bis hin zu grösseren Produktionen ist ohne Automatisierung undenkbar. Und wo die Aufgaben immer komplexer und



ist es so gewollt. Mit der hoch automatisierten Produktion von Digitaldruck und Finishing ist Auflage 1 möglich.

Händlerkataloge oder Lehrgangsunterlagen für den Dozenten und die Teilnehmer hergestellt werden.

Klein, aber fein

Wer bei einem solchen Angebot noch immer grosse Auflagen im Offset drucken lässt und auf Lager legt, wo sie von Tag zu Tag an Aktualität verlieren, bis sie nicht mehr verwendet werden können, ist wohl nicht mehr auf der Höhe der Zeit.

Über solche Möglichkeiten des Digitaldrucks wird ja schliesslich schon seit über 20 Jahren geredet. So kon-

heute noch nicht reif. Edubook hat sich seit 13 Jahren mit Kleinauflagen, Individualisierungen und der Prozessintegration beschäftigt. Dazu gehört auch das Know-how im E-Commerce, im Beschaffungsprozess und in der Logistik.

Dabei räumt Nicolas von Mühlent ein, dass an einigen Stellen des Gesamtlaufes noch weiter gefeilt und einige wichtige Positionen noch ergänzt werden müssen. Dabei geht es im Wesentlichen um Module der Logistik. Diese Funktionen sind bereits definiert und sollen im Frühjahr 2018 bereitstehen.

Margen immer kleiner werden, können nur intelligente Organisationen Wettbewerbsvorteile bringen.

Auch wenn es gelegentlich anders dargestellt wird: Es geht nicht um vermeintliche Mehrwerte, die anschliessend für billiges Geld verschleudert werden. Es geht darum, Drucksachen im Sinne des Kunden gezielter, wert- und nachhaltiger zu produzieren. Denn die Digitalisierung ist in allen Industrien spürbar, der Strukturwandel ist unumkehrbar – und bietet jede Menge Chancen.

» www.edubook.ch



Digitaldruck EVALUATOR

Natürlich dürfen Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier oder Suchmaschinen wühlen, um entweder irgendwann den Überblick zu verlieren oder endlich auf die Informationen zu stossen, die Sie suchen. Aber warum?

Dies haben wir doch schon längst für Sie erledigt!

Die Fachschriftenreihe des «Druckmarkt» bietet ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht. Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess. So auch die «Druckmarkt Collection 17». Mit Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als «Investitionskompass».

KNOW-HOW AKTUELL



25 JAHRE ECOSYS Mit der Ecosys-Technologie steht Kyocera Document Solutions seit 25 Jahren für ressourcenschonende Drucker und Multifunktionssysteme. Unter dem Motto «Kyocera Dauerläufer» feiert der Hersteller dieses Jubiläum bis Ende des Jahres mit Aktionen. > www.kyocera.de

20 WEITERE INDIGOS Shutterfly, Onlinehändler und Hersteller hochwertiger und personalisierter Print-Produkte, hat ein Jahr nach dem Erwerb der ersten HP Indigo 12000 Digital Press Systeme 20 weitere Digitaldruckmaschinen dieser Art in Betrieb genommen. Damit gilt HP Indigo offiziell als erste Wahl für Shutterfly, wenn es um den Druck hochwertiger Fotobücher, Kalender, Postkarten und weiteren gedruckten Geschenkkideen geht. > www.hp.com

CANON IMAGEPROGRAF Canon stellte mit dem imagePrograf Pro-6000 einen 1.524-mm breiten Grossformat-Tintenstrahldrucker mit 12 Farben vor und ergänzt die Serie der imagePrograf Pro Drucker. Der Drucker kommt mit nur wenig Platz aus und eignet sich vor allem für den Druck von Werbematerialien, Grafiken und Postern für den Innen- und Aussenbereich. Als das Modell mit der grössten Druckbreite und dem höchsten Fassungsvermögen seines Tintensystems rundet der imagePrograf Pro-6000 die umfassende Druckerpalette der Canon Pro Serie ab. > www.canon.de

COLORGATE UNTERSTÜTZT PRIMERA Mit dem Productionserver von ColorGate bietet Primera eine Color-Management-Lösung für die CX1200e Rollendigitaldrucker und FX1200e Digital-Finisher an. Der Productionserver ist eine skalierbare RIP-, Workflow- und Color Management-Software. Die neueste Version bietet eine erhöhte RIP-Geschwindigkeit, schnelle ICC-Profilierung und konsistente Farbreproduktion. > www.primera.eu

NEU VON EFI EFI hat die nächste Generation der Fiery-Produktionsdruckplattform auf dem Markt eingeführt. Digitale Frontend-Systeme (DFEs) auf Basis der Plattform EFI Fiery FS300 Pro steuern Bogendruckmaschinen, Rollendruckmaschinen, B1-Faltschachteldruckmaschinen sowie digitale Produktionssysteme für den Wellpappendruck. Mit neuen Funktionen in den für Druckkunden wichtigen Kernbereichen Farbe, Laufeigenschaften, Bedienkomfort und Integration sichern die neuen Produkte die Position der Technologie als weltweit produktivste und vielseitigste DFE-Plattform. > www.efi.com

CANON 40 JAHRE BUBBLE-JET- TECHNOLOGIE

Vor 40 Jahren begann die Erfolgsgeschichte der Bubble-Jet-Technologie im Canon Entwicklungszentrum in Kawasaki. Dort arbeitete der 36-jährige Chemie-Ingenieur Ichiro Endo, der Erfinder der Tintenstrahltechnologie mittels Mikroerhitzer.

Und wie so oft bei grossen Erfindungen half der Zufall: Mit seinem heissen LötKolben berührte Endo unbeabsichtigt die Nadel einer mit Tinte ausgezogenen Spritze. Nach einem kurzen Zischen löste sich ein kleiner Tropfen Tinte aus der Nadel heraus. Ichiro Endo erkannte sofort das Potenzial dieser Entdeckung. Durch das punktuelle Erhitzen der Nadel war es offensichtlich möglich, die Tinte an dieser Stelle so aufzuheizen, dass sich eine kleine Dampfblase bildet und der daraus resultierende Überdruck sich in Form eines aus der Spitze herausschliessenden Tintentropfens abbaut. Ichiro Endo gab dem von ihm entdeckten Verfahren den Namen Bubble-Jet. Nur zwei Monate nach seiner Entdeckung wurde das Bubble-Jet-Verfahren zum Patent angemeldet. Schon seit knapp 40 Jahren druckt Canon erfolgreich mit

dieser Technologie und wird es auch in Zukunft tun. Die Bubble-Jet-Technologie entwickelte sich über die Jahre hinweg vom reinen Textdrucker bis hin zum Farbdrukker immer weiter und war kaum teurer als die besten Nadel-drucker, lieferte aber bessere Qualität und Produktivität. Das Nischenprodukt wurde zum Massenprodukt. 1985 kam der erste Bubble-Jet-Drucker BJ-80 auf den Markt. Dessen Druckkopf mit 24 Düsen brachte es auf eine Auflösung von 180 dpi. Viel beeindruckender war allerdings seine Zuverlässigkeit. Mit rund 100.000 bedruckten A4-Seiten verwies der BJ-80 sämtliche Konkurrenzprodukte deutlich auf die Plätze. 1992 folgte der nächste Meilenstein. Canon setzte auf die Single-Ink-Technologie. Das Single-Ink-System ist besonders effizient, da für jede Druckfarbe ein separater Tin-

tentank eingesetzt wird, der einzeln ausgetauscht werden kann. Mit fünf oder mehr separaten Tinten bietet das Single-Ink-System eine besonders hohe Druckqualität und wird bis heute in den Systemen der Mittel- und Oberklasse eingesetzt. Für die Produktion der Druckköpfe mit nur 9 bis 10 µm kleinen Düsen benutzt Canon seit 2004 das fotolithografische Verfahren, kurz FINE (Full-photolithography Inkjet Nozzle Engineering). Dies sorgt für eine hohe Düsensdichte und extrem kleine Tintentröpfchen. Der Pixma iP5000 war der erste Fotodrucker mit bis zu 9.600 x 2.400 dpi und bis zu 1pl kleinen Tintentröpfchen. Dieser Rekord gilt heute noch. Das aktuelle Portfolio an Bubble-Jet-Druckern umfasst von den Pixma-Druckern über die Maxify-Serie bis hin zu den Grossformatdruckern der imagePrograf-Reihe massgeschneiderte Drucklösungen und vielfältige Anwendungen – vom kompakten Drucker für Zuhause, über produktive Bürolösungen, bis hin zu grossformatigen Wide-Format-Druckern für professionelle Fotografen, Werbeagenturen und Druckdienstleister.

> www.canon.de



Canon BJ-80 – der weltweit erste Bubble-Jet-Bürodrucker.

Sawgrass

VIRTUOSO PRINT MANAGER 5.2

Mit der 2015 eingeführten Virtuoso-Lösung hat Sawgrass neue Massstäbe für Sublimationsdrucke gesetzt. Noch im gleichen Jahr hat Sawgrass auch eine neue Rezeptur für Sublimationstinten entwickelt – seine SubliJet-HD-Tinten mit einer höheren Konzentration an Farbstoffen für seine neuen Subli-



mationsdrucker. Im Januar dieses Jahres wartete Sawgrass mit einer weiteren Innovation auf: Virtuoso Print Manager. Neben allen Funktionen von PowerDriver, mit denen in wenigen Mausklicks die richtigen Farben erzielt werden können, bietet Virtuoso Print Manager jetzt neue produktivitätssteigernde Funktionen. Mit Virtuoso Print Manager können Bilddateien direkt zum Drucken hochgeladen, Hotfolder eingerichtet, automatische Druckeinstellungen verwendet und mehrere Designs in einer Sammelform zu einem Druckauftrag zusammengefasst werden.

› www.sawgrassink.com

Konica Minolta

MGI METEOR UNLIMITED COLORS

Konica Minolta hat die digitale Druck- und Veredelungs-Lösung MGI Meteor Unlimited Colors vorgestellt, die eine Print-Engine mit einer hochwertigen Foliendrucklösung verbindet. Hohe CMYK-Qualität wird mit attraktiven, dekorativen Effekten kombiniert. Der Mix aus Silber- und Goldfolie plus Toner erzeugt



faszinierende Glanz- und Metallic-Effekte. «Die Lösung kann entweder für klassische CMYK-Druckjobs verwendet werden oder diese um eine Folienapplizierung erweitern. So entstehen feine Veredelungen bei kleinen bis mittleren Druckvolumen, an die keine andere Technologie auf dem Markt heranreicht»,

sagt **Carsten Bamberg**,

Team Manager Productmanagement Production Printing Cluster West bei Konica Minolta.

Die Kooperation von Konica Minolta und MGI wurde 2014 geschlossen. Erst kürzlich hat Konica Minolta seine Beteiligung an MGI auf 40,5% erhöht.

› www.konicaminolta.de

Digitaldruck-Projekt

KLINGENBERG UND PINGUIN DRUCK

Pinguin Druck und Klingenberg Berlin sind langjährige Partner im größten Druckerei-Netzwerk der Hauptstadt. Die Zusammenarbeit erstreckt sich von einer Einkaufsgemeinschaft über die Belieferung mit Druckprodukten hin zur gesellschaftsrechtlichen Zusammenarbeit beim Berliner Start-Up im Segment Online-Verpackungsdruck Boxximo.de. Im Rahmen der drupa haben sich die Partner zu einem digitalen Grossprojekt entschlossen. Am Standort

Sachsendruck in Plauen wurde im September 2016 mit der Agfa Yeti-Tauro eine der modernsten High-Speed-Digitaldruckmaschinen installiert. Komplettiert wird diese durch einen High-Speed-Plotter der Firma Zünd. Die Anlage kann sowohl Bogenmaterial im Stapelbetrieb als auch Papier als Rollenware verarbeiten. Die digitale Produktionslinie ist somit mit dem höchstmöglichen Automatisierungsgrad ausgestattet. Damit offeriert das Unternehmen Digitaldruckprodukte im Segment Plakat und Druckdienstleistungen. Zudem wird die Produktion für Boxximo.de auf der im Netzwerk vorhandenen Xerox iGen wirkungsvoll erweitert.

› www.klingenberg-druck.de

› www.pinguindruck.de

Kooperation

XRITE UND COLOR-PARTNER

X-Rite und seine Tochtergesellschaft Pantone haben die Zusammenarbeit mit ColorPartner, einem deutschen Messgerätehersteller, bekannt gegeben. Zur Automatisierung des Farbmanagements speziell im industriellen Inkjet-Druck wurden die X-Rite-Kugelspektralfotometer der Reihe Ci6x und ColorScout A+, ein automatisierter Farbmessstisch von ColorPartner, zu einer Gesamtlösung verbunden. Die Lösung wird unter dem Namen Ci6x/ColorScout A+ über verschiedene RIP-Hersteller angeboten. Ci6x/ColorScout A+ ist ideal für Substrate, bei denen



Als Kugelspektralfotometer überzeugt das X-Rite Ci64 aus der Ci6x-Serie auf den unterschiedlichsten Substraten des industriellen Inkjet-Drucks, von Etiketten zum Grossformat.

45°/0°-Spektralfotometer in Bedrängnis geraten. Die A3+-Version eignet sich für bis zu 515 mm x 310 mm grosse und bis zu 30 mm (optional 60 mm) starke Materialien. Weitere Standardformate sind A2+ und A1+ (Spezialformate auf Anfrage).

› www.xrite.com

Ricoh

MDV ULTRASILBER FÜR RICOH PRO C7100X

Das MDV Ultrasilber Substrat 360 GSM ist ab sofort für den Color-Logic-Prozess auf dem Farbdrucksystem Ricoh Pro C7100X zertifiziert.

Color-Logic gilt als weltweiter Standard für den Druck auf metallischen Substraten bei einer Vielzahl von Effektdrucken und bietet eine breite Palette anspruchsvoller



Das ColorLogic-zertifizierte MDV Ultrasilber erweitert die kreativen Möglichkeiten für Designer und Druckdienstleister.

Druckanwendungen. Das ColorLogic-Plugin für die Adobe Creative Suite vereinfacht das Design, die Kommunikation und Produktion von Digitaldruckanwendungen mit weisser Farbe. Darüber hinaus können weitere Spezialeffekte über die Option Color-Logic Pattern FX erzeugt werden.

› www.ricoh.de

X-Rite und **Canon Europe** haben eine neue Version der Farbmanagementlösung i1Process Control von X-Rite vorgestellt. Sie wird ab sofort mit den Digitalfarbdruckmaschinen Canon imagePress verkauft. • **Konica Minoltas** AccurioPress C2070-Serie wurde mit dem Zertifikat «FograCert Validation Printing System (VPS)» der **Fogra** ausgezeichnet. • Die **MediaCo Group** im englischen Manchester hat einen Drucker des Typs **EFI Vutek FabriVU 520** installiert, um die Betriebskapazität im Bereich textile Werbetechnik zu steigern. • Mit der UL-Greenguard-Zertifizierung für 14 UV-Tinten der Serie Uvijet wurde das Engagement von **Fujifilm** für Umweltschutz ausgezeichnet. • Das **swissQprint**-Deutschlandteam stellte sich auf der Viscom erstmals vor und präsentiert den neusten Grossformatdrucker Nyala LED mit umweltfreundlicher LED-Härtung. • Seit der Markteinführung im September 2015 hat **Canon** in Europa, Middle East & Africa nach eigenen Angaben mehr als 500 Einheiten seines imagePress Flaggschiffs C10000VP verkauft. • **Screen** und **Prati** haben eine Zusammenarbeit für die Entwicklung einer Schnittstelle zwischen den digitalen Etikettendruckmaschinen Screen Truepress Jet L350UV und dem Weiterverarbeitungssystem Digifast One bekannt gegeben. • **Domino Digital Printing Solutions** hat mit dem Domino UV90 Tintensatz einen neuen 7-Farben-Tintensatz für die Etikettendruckmaschine der N-Serie vorgestellt.

HENZL MEDIA VORSTOSS INS AUSSERGEWÖHNLICHE

Das St. Pöltener Unternehmen Henzl Media ist von einer Agentur in die Offset- und Digitaldruckproduktion hineingewachsen. Seit gut einem Jahr gewährleistet eine Kodak Nexpress Farbdruckmaschine ein professionelles Qualitäts- und Leistungsniveau, Effizienz bei der Personalisierung sowie wirkungsvolle Inline-Veredelungen, die Drucksachen wertiger erscheinen lassen.

Text und Bilder: Kodak

Wir sind Grafik-, Werbe-, Verlagsagentur sowie Veranstalter lokaler Messen und haben unseren eigenen Druck- und Weiterverarbeitungsbereich aufgebaut», beschreibt Manfred Henzl, der mit seiner Frau Edith die Henzl Media GmbH betreibt, das Leistungsspektrum des Unternehmens. Aufgrund breit angelegter Agenturaktivitäten erwirtschaftet das seit 1997 bestehende Unternehmen zwischen 60% und 70% seines Umsatzes mit Produkten, die im Auftrag von Kunden im eigenen Haus entwickelt werden. «Wir sind überzeugt, dass die Print-Kommunikation Zukunft hat, denn je mehr Marketing durch Online-, Social-Media- und Messaging-Kanäle rauscht, desto eher kommen Printprodukte zum Empfänger durch. So erzielen wir mit Firmen- und Kundenmagazinen sehr guten Response», bekräftigt Edith Henzl.

Das Unternehmen in St. Pölten, Österreich, konzentriert sich mit seinen 15 qualifizierten Mitarbeitern auf den lokalen Markt in einem Umkreis von 25 km. Am 2013 bezogenen Standort an der südlichen Peripherie von St. Pölten stehen über 2.000 m² Betriebsfläche und damit ausreichend Platz für Druck und Weiterverarbeitung zur Verfügung. Henzl Media begann 1999 mit dem Digitaldruck, stieg später mit einer kleinformatigen Maschine in den Offsetdruck ein und baute seit dem

Jahr 2007 die technischen Möglichkeiten im Finishing massiv aus. «In der Endfertigung müssen wir praktisch nichts extern vergeben und können sehr schnell reagieren, weil wir auch Dinge wie Lackierung, Cellophanierung, Stanzen, Hardcover- oder Ringbuchproduktion im eigenen Haus erledigen», erklärt Manfred Henzl.

Einstieg in den digitalen Produktionsdruck

Mit der Installation einer Kodak Nexpress SX3300 Farbdruckmaschine im August 2016 ersetzte das Unternehmen eines von zwei vorhandenen Digitaldrucksystemen und erweiterte seine Kapazität. Zu den Gründen für diesen Schritt sagt Edith Henzl: «Diese Anschaffung war nötig, weil wir ein digitales Volumen mit und ohne Personalisierung erreicht hatten, das mit den vorhandenen Geräten nicht mehr zu bewältigen war.

Wir brauchten eine richtige Produktionsmaschine auf professionellem Niveau und nicht mehr nur Büroproduktionssystem.»

Für die Wahl der Nexpress waren die Vielfalt an bedruckbaren Papieren und anderen Materialien sowie die Wartungs- und Selbsthilfemöglichkeiten von Bedeutung. «Uns gefällt, dass unser Personal bei Bedarf schnell selbst in die Technik eingreifen kann. So haben wir weniger Stillstand und können zudem gezielt die Qualität der Druckprodukte verbessern.»

Vorstoss ins Aussergewöhnliche

Das Unternehmen ergänzte die Nexpress Druckmaschine mit dem Langformat-Hochstapelanleger, durch den das grösstmögliche verwendbare Bogenformat von 356 x 520 mm auf 356 x 1.000 mm fast verdoppelt wird. Manfred Henzl nennt Anwendungsbeispiele: «Dank des Langfor-

matanlegers können wir Produkte in aussergewöhnlichen Formaten drucken, die mehr Aufmerksamkeit wecken, zum Beispiel besondere Falzprodukte. Auch Sonderprodukte, wie Mappen mit Einstecklaschen, lassen sich damit herstellen.»

Für eine aussergewöhnliche Wirkung der Digitaldrucke sorgen zudem verschiedene Anwendungslösungen für das fünfte Druckwerk der Nexpress, die Henzl Media nutzt. Standardmässig ist die Maschine mit der Kodak Nexpress Light Black HD Dry Ink als fünfte Farbe ausgestattet. Sie optimiert die gleichmässige Wiedergabe von Grafiken und Farbbildern und gewährleistet eine hervorragende Detailzeichnung. Das Sortiment von Henzl Media umfasst ausserdem die Kodak Nexpress Gold Dry Ink, mit der sich realistische Goldtöne und ein breites Spektrum von Metallic-Farbtönen drucken lassen; die Nexpress Clear Dry Ink für eine vollflächige oder partielle transparente Schutzbeschichtung oder das Auftragen von Wasserzeichen als Sicherheitsmerkmal sowie die Dimensional Clear Dry Ink, die das Druckbild mit einem sicht- und fühlbaren dreidimensionalen Effekt ausstattet. Wie der Unternehmer ausführt, ermöglichen diese besonderen Inline-Veredelungsfunktionen die Herstellung von Produkten, die sich von x-beliebigen Druck-Erzeugnissen deutlich abheben.

Den digitalen Produktionsdruck auf der Nexpress SX3300 hat Henzl Media Anfang des Jahres 2017 im Off-



Edith und Manfred Henzl, die Inhaber von Henzl Media, sind von den Langformat-Fähigkeiten der Nexpress SX3300 überzeugt.



Operatorin Desiree Bernhard und Druckereileiter Günter Gröbl begutachten ein auf der Nexpress gedrucktes Produkt.

setbereich mit einer Fünffarben-Bogenoffsetmaschine im Format 52 x 75 cm ergänzt. «Wir brauchen beide Druckverfahren, um auf Kundenwünsche schnell reagieren zu können und ein breiteres Anforderungsprofil abzudecken», versichert Edith Henzl. «Es gibt Kunden, die wollen eine Farbbrillanz, die wir im konventionellen Offset normalerweise nicht hinbekommen, dann sind wir automatisch auf der Nexpress, ebenso bei den Personalisierungen, die bei uns recht häufig vorkommen und zum Teil sehr komplex sind. Früher haben wir mehr Aufträge im Offset vorgedruckt und dann die Personalisierung digital hinzugefügt. Solche Aufträge drucken wir mittlerweile meist komplett auf der Nexpress, wenn es die Farbdeckung zulässt und die Auflage 5.000 Exemplare nicht übersteigt. Für kleinere Aufträge, wie unsere verschiedenen Kundenzeitungen mit nur 300 oder 400 Exemplaren, ist die Nexpress natürlich immer ideal.»

Offset-Vorstufentechnik ebenfalls von Kodak

Bedingt durch die Installation der Fünffarben-Offsetdruckmaschine investierte Henzl Media auch in eine CtP-Lösung von Kodak. Ausschlaggebend für den Kauf eines Kodak Magnus 400 Plattenbelichters und des Kodak Prinergy Workflows war neben den anwendungstechnischen Vorteilen der Thermo-CtP-Technologie von Kodak die partnerschaftliche Geschäftsbeziehung mit den Firmen

drama und Kodak. Auf dem Thermoplattenbelichter wird die prozessfreie Kodak Sonora XP Platte belichtet, mit der Manfred Henzl mehr als zufrieden ist: «Wir haben in der Plattenherstellung keine Fehlproduktionen und unsere Drucker kommen mit der Platte sehr gut zurecht. Für uns als Neueinsteiger ist die prozessfreie Technologie natürlich optimal, weil wir keine Plattenentwicklung anschaffen und uns nicht mit dem Thema Verarbeitungsschemie befassen mussten.»

Nach den ersten zwölf Monaten mit der Nexpress SX3300 ziehen die Henzl-Chefs eine positive Bilanz: «Qualität und Produktivität stimmen. Mit der Maschine ist es uns im ersten Jahr gelungen, unser Digitaldruckvolumen zu verdoppeln. Durch die umfangreicheren Produktionsmöglichkeiten der Nexpress konnten wir bei den kleinen Kundenzeitschriften, aber auch bei grossen Fotokalendern, die wir in Auflagen bis 1.500 Stück produzieren, ein deutliches Wachstum erzielen.»

› www.kodak.com

FLÜSSIGTONER ENDE DES TRILLIUM-PROJEKTES

Xeikon wird die Entwicklung seiner Flüssigtoner-Technologie Trillium nicht weiter fortsetzen. Bei dem 2012 gestarteten Projekt gab es auf dem Weg zur Marktreife offenbar zu viele technische Hürden.

Die Trillium Flüssigtoner-Technologie wurde 2012 als Konzeptstudie und zur drupa 2016 als eigenständige Druckmaschine mit dem Namen Trillium One vorgestellt. Das «One» sollte ein Hinweis darauf sein, dass diese Maschine die erste in einer Reihe künftiger Flüssigtoner-Modelle von Xeikon ist. Daraus wird jetzt nichts.

Die sich ändernde Markt-Dynamik, vor allem aber andauernde technologische Probleme bei der Entwicklung des Flüssigtoner-Verfahrens einschliesslich der Maschinen-Verfügbarkeit haben nach Aussage von **Benoit Chatelard**, President und CEO der Digital Solutions bei der Flint Group, zu der Entscheidung geführt, das Projekt zu beenden. «Wir überprüfen ständig unser Produktportfolio und sind überzeugt, dass der Markt auch mit unserer Trockentoner-Technologie und der gerade vorgestellten



Panther-UV-Inkjet-Technologie bedient werden kann», begründet Chatelard das Ende des Projektes.

Im Klartext: Die Maschine weiterzuentwickeln, würde wohl zu viel Zeit und auch Kosten verschlingen. Zumal sich der belgische Hersteller mit dem Sprung in den Inkjet-Druckmarkt selbst überholt und den Flüssigtoner überflüssig gemacht hat. Stattdessen konzentriert Xeikon die Ressourcen nun wieder auf Bereiche, in denen der Hersteller seine Stärken besser ausspielen könne, heisst es in einer Mitteilung des Unternehmens. Daher würde man den Fokus künftig auf den Inkjet und auch wieder auf die Trockentoner-Maschinen und Anwendungen wie Verpackungen, Etiketten, Tapeten und das Dokumentengeschäft legen, wo Optionen für den Sicherheitsdruck eine grosse Rolle spielen.

nico

› www.xeikon.com



Von vielen mit Spannung erwartet, endet die Trillium One nunmehr in der Abstellkammer.

XEIKON NEUES FÜR DEN ETIKETTENDRUCK

Mit der Einführung neuer Maschinen erweitert Xeikon sein Produktangebot für den digitalen Etikettendruck. Das komplementäre Angebot der Xeikon PX3000 und der Xeikon CX500 basiert auf Trockentoner- und UV-Inkjet-Technologien und soll die unterschiedlichen Ansprüche und Anforderungen des Etikettenmarktes abdecken. Die Panther-UV-Inkjet-Plattform erweitert das Portfolio im digitalen Etikettendruck auf Trockentonerbasis.

Text und Bilder: Xeikon

Bei Etikettenproduktionen richtet sich die Wahl der Drucktechnik vor allem nach dem Markt, für den produziert wird. Dabei haben Lebensmittel-, Gesundheits-, Kosmetik- oder andere Industrien jeweils spezifische Anforderungen. Eine Einheitslösung, die für jede Anwendung passt, gibt es nicht. Daher hat Xeikon die UV-Inkjet-Maschine PX3000 gezielt für den Etikettenmarkt und als Ergänzung zum bisherigen Elektrofotografie-Angebot entwickelt.

Xeikon sieht den UV-Inkjet als Ergänzung, die mit Blick auf Strapazierfähigkeit, Glanzeffekte und Kratzfestigkeit besonderen Bedürfnissen entgegen kommt. Zugleich weiss Xeikon mit seiner rund 25-jährigen Erfahrung im Digitaldruck um die Vorteile von Trockentönern für andere Aufgaben, wo es auf hohe Druckqualität, Lebensmittelsicherheit und Verträglichkeit mit schwierigen Bedruckstoffen wie etwa Naturpapieren ankommt.

Bei grösseren Etiketten und solchen, die Deckweiss oder einen erweiterten Farbraum benötigen, bietet die Xeikon CX500 eine geradezu überlegene Produktivität. Die Leistungsfähigkeit der Maschine beruht vor allem auf der Bahnbreite von bis zu 520 mm und einer Druckgeschwindigkeit von 30 m/Min. Die CX500 gehört zur Produktreihe der Cheetah-Trockentonermaschinen, die für den Premium-Selbstklebeetikettenmarkt bestimmt sind, und ergänzt die Xeikon CX3 im Schmalformat, die seit 2015 am Markt ist.

Dabei arbeiten die Maschinen mit Cheetah-Toner, der für höhere Geschwindigkeiten bei 1.200 dpi entwickelt wurde und die Vorgaben der US-amerikanischen Lebensmittelbehörde für den Kontakt mit Lebensmitteln einhält. Ausserdem können Etikettenmaterialien ohne Vorbehandlung bedruckt werden.

Die Xeikon Etiketten-Druckmaschinen sind Teil einer Komplettlösung. Xeikon spricht von einer Suite, zu der neben den Druckmaschinen Verarbeitungssysteme, anwendungsspezi-



Die UV-Inkjet-Druckmaschine Panther PX3000 wurde speziell für Anwendungen im Etikettenmarkt entwickelt.

fische Toner und das digitale Front-End X-800 gehören. Letzteres wurde weiterentwickelt und bietet in der neuen Generation mehr Automatsierung.

Inkjet-UV-Reihe Panther

Nur wenige Monate nach Einführung der Panther-Produktreihe mit der UV-Inkjet-Maschine Xeikon PX3000 hat der belgische Hersteller das Produkt mit einer Bahnbreite von 330 mm um eine Fünffarb-Konfiguration erweitert. Die Vierfarbversion ist für

Deckweiss aufrüstbar. Ausserdem wurde das Modell Xeikon PX2000 mit einer Bahnbreite von 220 mm vorgestellt, das ebenfalls in beiden Konfigurationen verfügbar sein wird. Beide Modelle erreichen nach Herstellerangaben eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 50 m/Min.

Die Inkjet-Maschinen arbeiten mit PantherCure UV-Druckfarben, die eine Kombination aus UV-LED- und konventioneller UV-Härtung verwenden. Dies soll Vorteile wie gleichbleibende Härtung, verlängerte Lebensdauer und begrenzte Hitzebelastung des Druckmaterials mit sich bringen, was das Drucken auf hitzeempfindlichen Materialien ermöglicht (wobei sich letztere Vorteile nur auf die LED-UV-Härtung beziehen können). PantherCure UV-Druckfarben seien lichtbeständig, kratz- und abriebfest und hitze-, chemikalien- und wasserfest und daher ideal für Anwendungen bei Selbstklebeetiketten.



Die Xeikon CX500 in einer hohen Ausbaustufe bietet eine Arbeitsbreite von 520 mm.

➤ www.xeikon.com

THEMEN **AUF DEN PUNKT GEBRACHT**



Digitaldruck-Investition **ONLINEPRINTERS KAUFT INDIGO 12000**

Erneut hat Onlineprinters in Digitaldrucktechnik investiert und ihren Maschinenpark um eine HP Indigo 12000 erweitert. «Anlass für den Kauf ist ein stark gestiegenes Auftragsaufkommen bei Kleinauflagen und Blitzdruck-Produkte, die noch am Werktag



Onlineprinters hat erneut die Druckkapazitäten aufgestockt. Der Maschinenpark der Onlinedruckerei wurde um eine HP Indigo 12000 erweitert. Mit ihren sieben Farbwerken kann die neue Digitaldruckmaschine einen noch grösseren Farbraum abbilden.

der Bestellung produziert werden. Mit HP Indigo-Technologie können wir den Wünschen unserer Kunden noch besser gerecht werden», kommentiert Dr. Michael Fries, CEO von Onlineprinters, die Neuanschaffung. Höhere Produktivität durch kürzere Rüstzeiten und eine verbesserte Software machte die HP Indigo 12000 zu einer interessanten Investition für Onlineprinters. Der Farbauftrag auf das Substrat erfolgt nicht nacheinander, sondern zusammen, wodurch mehr Trägermaterialien bedruckt werden können, was die Flexibilität weiter erhöht. Pro Monat können bis zu zwei Millionen Drucke produziert werden.

› www.onlineprinters.de

HP Indigo 12000 HD **DURCHBRUCH BEI DER DRUCKAUFLÖSUNG**

HP hat im September die HP Indigo 12000 HD (High Definition Imaging) Press angekündigt, womit die Bildauflösung auf 1.625 dpi verdoppelt wird und schärfere, feinere und gleichmässige Ausdrücke produziert werden. Mit dieser Drucklösung

ist es nach Angaben von HP möglich, Offset-Qualität zu übertreffen und neue Digitaldruck-Möglichkeiten für kommerzielle Produktionen und Foto-Anwendungen aus dem High-End-Bereich zu schaffen.

Die HP Indigo 12000 HD soll ab Ende des Jahres ausgeliefert werden. Die Maschine erhält ein neues Imaging-System, bei dem zwölf zusätzliche Laserstrahlen eingesetzt werden, um die Bildauflösung zu erhöhen. Bestehende HP Indigo 10000 Digitaldruckmaschinen sollen sich mit der HD-Technologie nachrüsten lassen. Zusätzlich ermöglicht eine Reihe leistungsfähiger Werkzeuge zur Steigerung der Bildqualität – wie Bildverbesserungs-Software und kreative Tinten – die vollkommene Transformation des Fotodrucks vom klassischen Silberhalogenid-Prozess zum digitalen Druck.

› www.hp.com

KALLENBACH.MEDIEN **STYLINE TAPETEN UND XEIKON DRUCKMASCHINEN**

kallenbach.medien setzt auf die Kombination aus StyLine Tapeten von Felix Schoeller und Xeikon Digitaldruckmaschinen. Durch das abgestimmte Zusammenspiel von hochwertigen Substraten und leistungsstarken Druckmaschinen werden Produkte für individuelle Wandgestaltungen hergestellt.

Bereits vor knapp 20 Jahren hat sich kallenbach.medien, Mediendienstleister aus Detmold, für die erste Xeikon-Digitaldruckmaschine entschieden. Die Richtigkeit der Entscheidung, auf Xeikon-Druckanlagen für hochwertige Prints zu setzen, wurde im April 2017 mit dem Kauf einer neuen Xeikon-Rollen-druckmaschine bestätigt. Diese Maschine gehört bereits der dritten Xeikon-Generation an. Bei der Produktion digital gedruckter Tapeten setzt kallenbach.medien auf Substrate der Felix Schoeller Group, einem Spezialpapierhersteller mit Sitz in Osnabrück. Die StyLine-Medien sind für Xeikon-Digitaldruckanlagen qualifiziert. Der Einsatz der Felix Schoeller-Produkte auf der Xeikon 8500 ermöglicht es kallenbach.medien, ihren Kunden eine konstant hohe Qualität zu garantieren. Die Xeikon 8500 arbeitet mit 1.200 x 1.200 dpi Druckauflösung, Felix Schoeller Sty-

Line genügt höchsten Ansprüchen in Bezug auf Bildwiedergabe und Farbtreue. «An Felix Schoeller schätzen wir die gute persönliche Beratung sowie die enge technische Begleitung besonders bei Produktinnovationen», begründet Marco Kallenbach, Geschäftsführer von kallenbach.medien. Auch für die Entscheidung für Xeikon existiert eine klare Basis. «Wir waren unter den Pionieren in Deutschland und haben im Lauf der Jahre viel Know-how im Umgang mit den Xeikon-Anlagen gewonnen. Die hohe Verfügbarkeit, die spezifischen Vorteile des Duplexdrucks und des Endlos-Formats haben uns bestärkt, bei Xeikon zu bleiben», ergänzt Marco Kallenbach. Wenn sich Fragen oder Probleme ergeben, stünden zudem gut ausgebildete Techniker mit qualifiziertem Rat sofort zur Seite. Kunden von kallenbach.medien schätzen die durch Digitaldruck mögliche Individua-

lität und schnelle Umsetzung, das grosse Angebot on-demand gedruckter Medien und die Umsetzung aussergewöhnlicher Wünsche. «Wichtige Erfolgsfaktoren für den Digitaldruck sind die schnelle Verfügbarkeit und Flexibilität sowie der variable Datendruck für personalisierte Aussendungen», erklärt Bastian Kallenbach, ebenfalls Geschäftsführer von kallenbach.medien. Das Angebot von kallenbach.medien reicht weit über den Druck von digitalen Tapeten hinaus. Beliebte Produkte sind beispielsweise der Druck von Startnummern für Wettkampfanstaltungen und inhaltlich versionierte Werbemittel für den markenorientierten Auftritt am Point of Sale. Neben StyLine finden hier die E-Photo-Medien der Felix Schoeller Group Verwendung.

› www.felix-schoeller.com



Die StyLine Tapeten von Felix Schoeller ermöglichen beste Bild- und Motivwiedergaben.



Mit dem Kauf der Xeikon 8500 Digitaldruckmaschine erfüllt kallenbach.medien weiterhin den Kundenwunsch an höchste Qualität.

Xerox

NEUE WHITE DRY INK FÜR IGEN5-PRESS

Mit der neuen weissen Trockentinte «White Dry Ink» für die fünfte Generation der Druckpresse Xerox iGen5-Press ermöglicht Xerox seinen Kunden eine Vielzahl neuer Anwendungen. Designer werden es zu schätzen wissen, farbige oder transparente Bedruckstoffe in Weiss bedrucken zu können, um



Die White Dry Ink ist ab sofort für verfügbar.

Werbematerialien wie Visitenkarten, Grusskarten und Einladungen, Beschilderungen, Direktmailing-Postkarten und -Briefe sowie Buchumschläge herzustellen. Auch Verpackungsanwendungen wie Faltschachteln sind möglich. InfoTrends zufolge wird sich das Volumen digitaler Druckveredelungen zwischen 2015 und 2020 jährlich durchschnittlich um 27% erhöhen und 2020 rund 25 Mrd. Seiten in den USA und Europa erreichen. Mit der weissen Trockentinte können Anbieter, die mit der iGen 5-Plattform arbeiten, punktgenau Spezialeffekte aufbringen und aus gewöhnlichen Drucksachen Objekte mit einem ganz besonderen physischen Erscheinungsbild machen.

› www.xerox.de

3M Knifeless Tapes

KLINGENFREIE FOLIENAPPLIKATION

Grafikfolien sauber und präzise schneiden – ohne ein Messer zu benutzen. Möglich machen das inzwischen sogenannte «Knifeless Tapes». Seit der Fusion von 3M mit «Knifeless Tech Systems» bietet der Multitechnologiekonzern ein breites Sortiment dieser praktischen Tapes an. Ob Car-Wrapping, Werbe-



So einfach geht es: Erst mit dem 3M Knifeless Tape die Kontur kleben, dann die Folie über das Band legen und zum Schluss den Metallfaden ziehen.

technik oder Innenausbau – Grafikfolien kommen in den unterschiedlichsten Bereichen zum Einsatz. Wird bei der Applikation ein Messer zum Schneiden verwendet, besteht immer das Risiko, dass die Folie oder der Untergrund beschädigt wird – gerade bei empfindlichen Oberflächen wie Autolacken. 3M Knifeless Tapes bestehen aus einem flexiblen Klebeband mit eingebettetem Schnittfaden. Sie ermöglichen es Folieren, Folien bereits beim Verkleben sauber und ohne Bedenken zu schneiden. Die Anwendung der messerlosen Tapes ist ganz einfach: zuerst mit dem flexiblen 3M Knifeless Tape die Kontur kleben, dann die Folie über das Band legen und im letzten Schritt den Metallfaden ziehen. Der Faden durchschneidet die Folie präzise entlang der Kontur – ohne Gefahr von Beschädigung.

› www.3m.de

Zünd

VIELFALT DIGITALER WEITERVERARBEITUNG

Zünd stellte die Multifunktionalität seiner Schneidsysteme in den Fokus seiner Experience Days (siehe Seite 39) und des Viscom Messeauftritts. Hier standen das 3,6-kW-Frässystem RM-L, das neue Lasermodul LM 100W sowie die neuesten Versionen des Zünd Cut Centers ZCC und Zünd Design Center ZDC im Mittelpunkt.

Das Frässystem RM-L bearbeitet Materialien wie Acryl, Dibond, Forex oder MDF mit einer Leistung von 3,6 kW. Diese für einen digitalen Flachbettcutter einzigartige Fräskraft erweitert die Einsatzmöglichkeiten eines Zünd Cutters deutlich.

Das Lasermodul LM 100W schneidet Polyestertextilien und versiegelt gleichzeitig die Schnittkante. Damit wird das Ausfransen der Textilkante verhindert, ein zusätzlicher Arbeitsschritt für das Säumen der Schnittkanten wird eliminiert.

Die neueste Version der Bediensoftware Zünd Cut Center wartet mit verschiedenen Neuerungen auf. Dazu zählt etwa das neue Dashboard. Es stellt eine Auswahl relevanter Produktions- und Auftragsdaten zur Verfügung und visualisiert diese in Echtzeit.

Mit der neuesten Version des Zünd Design Centers ZDC bietet Zünd eine schlanke Kreativsoftware, die auf die Anforderungen der Werbetechnik zugeschnitten ist. Das ZDC erlaubt es Anwendern ohne spezielle CAD-Kenntnisse, einfach und schnell hochwertige Displays zu entwerfen.

› www.zund.com

Mimaki

NEUE PRINT- UND CUT-SYSTEME

Mimaki hat mit dem UCJV 300-160 und UCJV150-160 die Markteinführung von Print- und Cut-Systemen für den UV-LED-Rollendruck angekündigt. In Verbindung mit den neuen Systemen führt Mimaki mit der LUS-170 eine umweltfreundliche Tinte für brillante Druckergebnisse ein. Die Modellreihe UCJV



Die Mimaki UCJV300-160 und UCJV150-160 (Bild) Print- und Cut-Systeme waren unter anderem auf der Viscom in Düsseldorf zu sehen.

soll im 4. Quartal 2017 für die Kundenauslieferung verfügbar sein.

Die Modellreihe UCJV wird in zwei Ausführungen angeboten. Das Modell UCJV150-160 ist ein Vierfarb-System, das Modell UCJV300-160 kann bis zu sieben Farben in 1-Liter-Flaschen verarbeiten. Beide Maschinen produzieren Print- und Cut-Anwendungen wie Werbeträger, Akzidenzdrucke und Verpackungen. Die UV-LED-Härtung mit sehr geringer Hitzeentwicklung ermöglicht es, ein breiteres Medienspektrum wie unbeschichtete Substrate und zahlreiche dünne Folien zu nutzen, die zu empfindlich für Latex- oder Lösemittelsysteme sind.

› www.mimakieurope.com

OKI

KOMPAKTER A3-WEISSTONERDRUCKER

OKI präsentierte vor Kurzem einen Neuzugang im Portfolio: Der A3-Weisstoner-Drucker OKI Pro8432WT bietet hochwertige Deckweiss-Qualität, eine Druckauflösung von 1.200 x 600 dpi, Druckgeschwindigkeiten von 35 Seiten/Min., kann alle relevanten Transfermedien bedrucken und sorgt dafür,

dass das Motiv in nur einem Schritt auf die zu bedruckende Fläche übertragen wird. Zudem hat OKI die Preise für den Weisstoner halbiert und liefert den Drucker standardmässig mit zwei zusätzlichen Weisstoner-Kassetten aus. Die Deckqualität des Weisstoners ermöglicht vollfarbige Transferdrucke auf jeder Farbe. Der Drucker ist zu allen relevanten Transfermedien inklusive der neuesten Niedrigtemperatur-Transfermedien kompatibel. Das ermöglicht die Druck-Übertragung auf nahezu jedes Material – angefangen bei Baumwolle, über synthetische Stoffe bis hin zu Glas, Metall, Acryl oder Holz.

› www.oki.de

EFI NOZOMI C18000

DIGITALE WELLPAPPENPRODUKTION

Rafael Hinojosa S.A., Entwickler und Hersteller von integrierten Verpackungslösungen im spanischen Xátiva, produziert auf der weltweit ersten EFI Nozomi C18000, eine Single-Pass-Inkjetdruckmaschine für Wellpappenverpackungen. Dank der leistungsstarken Funktionen dieser Druckmaschine konnte Hinojosa seine Produktionskapazität für Kleinauflagen deutlich erhöhen.

Text und Bild: EFI

Im April dieses Jahres nahm Hinojosa den Produktionsbetrieb auf. Bis September hatte das Unternehmen bereits Wellpappenverpackungen in einer Größenordnung von mehr als einer halben Million m² gedruckt, um die steigende Nachfrage seiner Kunden nach variantenreichen Kleinauflagen zu erfüllen. Ein Grossteil der Produktion waren Druckaufträge in sechs Farben (CMYK plus Orange und Violett), die dem Offset- und Flexodruck durchaus das Wasser reichen können.

Inzwischen haben bereits über 40 Kunden von Hinojosa die Leistung der Maschine auf Herz und Nieren getestet und sind von der Druckqualität und Produktivität beeindruckt. Zu den Anwendungen der Single-Pass-Digitaldruckmaschine Nozomi C18000 zählen Verpackungen für Spielzeug, Frischobst und Gemüse,

Lebensmittel und Getränke, Haushaltswaren, Reinigungsprodukte und Körperpflegemittel.

«Die mit unserer EFI Nozomi gedruckten Verpackungen werden den hohen Ansprüchen unserer Kunden an die Druckqualität und ihren Markenauftritt in jeder Weise gerecht», so der CEO von Hinojosa. «Die Anlaufzeit für die Inbetriebnahme der Druckmaschine nach der Installation war erstaunlich kurz. Inzwischen läuft die Auftragsproduktion auf Hochtouren und unsere Kunden sind begeistert von der Farbbrillanz, der fotorealistischen Bildqualität, den weichen Farbverläufen und hochwertigen Volltonfarben ihrer Verpackungen.»

Zuverlässige Produktion

Zur Erfüllung der hohen Nachfrage nach Verpackungen in Spanien und ganz Europa ist die Maschine täglich im Dauereinsatz. Nach der Umstel-

lung auf Zweischichtbetrieb hat Hinojosa jetzt schon die Produktion rund um die Uhr im Visier.

Nach Aussage der Unternehmensleitung hat die Maschine bislang mit gleich hoher Leistung und Druckqualität auf verschiedenen Wellpappenqualitäten (ein- und zweiwellige Pappe E, B, C, BC und EB) und in Formaten bis 1.500 x 3.000 mm produziert. In den kommenden Monaten soll auch eine neue LED-härtende weisse Tinte für den Druck auf Kraftliner und farbige Kartonagen eingesetzt werden. Denn der Weissdruck werde dazu beitragen die Möglichkeiten durch eine noch grössere Auswahl an Kartonagen zu erweitern – ohne Einbussen in puncto Farbwirkung und -konstanz, zeigt man sich bei Hinojosa überzeugt.

Mit einem Durchsatz von 75 m/Min. bietet die Nozomi C18000 Verpackungsherstellern einen vielfältige Gestaltungsoptionen für Wellpappe, verbunden mit kurzen Produktions-

zeiten. Zu den wichtigsten Merkmalen gehören eine Auflösung von bis zu 360 x 720 dpi in vier Tonwertstufen, integrierte Materialzufuhr oben und unten (Materialtrennung, Hub, Transport und Ausrichtung erfolgen analog zur Druckgeschwindigkeit), Inline-Bildinspektion, die Düsen-, Ausrichtungs- und Homogenitätsfehler erkennt, und eine gesteigerte Produktivität der Druckkopfarchitektur – Ausfallzeiten durch den Wechsel der Druckköpfe sind Vergangenheit. Die Installation bei Hinojosa umfasst auch ein skalierbares EFI Fiery Frontend (DFE) für schnelle Digitaldruckmaschinen mit der Verarbeitungsleistung noch grösserer Stückzahlen.

Zweiter Anwender

McGowans Print, irischer Drucker von Displaygrafiken, ist der weltweit zweite Kunde, bei dem das LED-Inkjet-Drucksystem Nozomi zum Einsatz kommt.

Die Druckmaschine gehört zu einem umfassenden Sortiment an Lösungen von EFI für die Herstellung von Wellpappenverpackungen – mit Druckfarben, dem Fiery DFE und dem Manufacturing Execution System (MES) der EFI Corrugated Packaging Suite. Sie soll die Auftragsvorbereitung rationalisieren und automatisieren und Herstellern von Wellpappenverpackungen die Möglichkeit geben, kleine bis mittlere Auflagen auch in grösseren Stückzahlen zu produzieren.



Rafael Hinojosa S.A., Entwickler und Hersteller von integrierten Verpackungslösungen aus Spanien, ist Erstanwender der EFI Nozomi C18000, eine Single-Pass-Inkjet-Druckmaschine für Wellpappenverpackungen von EFI.

➤ www.efi.com

Brilliantes
Neongelb
für die

Pro C7100X

RICOH
imagine. change.



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 gekenn-
zeichneten Seiten



3 FOTOGRAFIEREN
Sie die gekenn-
zeichneten Seiten
mit der CP-Clicker App



4 SEHEN
Sie nun weiter-
führende Informationen
zu diesem Thema



Drucker für Zuhause

VIER NEUE PIXMA MFPs VON CANON

Canon hat neue Multifunktions-systeme für Zuhause und das Heimbüro vorgestellt. Die Pixma-Modelle der TS- und TR-Serien bieten eine Vielzahl praktischer Funktionen wie zwei Papierzuführungen, beidseitigen Druck und umfangreiche Anschlussmöglichkeiten einschliesslich des Bluetooth Low Energy



Die Pixma-Modelle von Canon sind ideal für den Hausgebrauch.

(BLE) Standards. Über die übersichtliche Benutzeroberfläche sind Druck- und Papiereinstellungen einfach zu handhaben. Auch die kabellosen Verbindungen lassen sich schnell und unkompliziert einrichten.

Mit dem dualen Papiereinzug kann eine Papierkapazität von bis zu 200 Blatt genutzt werden. In die geschlossene Papierkassette passen bis zu 100 Blatt Normalpapier. Der hintere Papiereinzug kann bei Bedarf geöffnet werden und verarbeitet auch schwere Medien bis 300 g/m² und Formate von 55 x 89 mm bis A4.

› www.canon.de

Memjet

NEUE DRUCKKOPF-TECHNOLOGIE

Mit DuraLink bringt Memjet eine weitere Inkjet-Technologie auf den Markt. Es handelt sich um eine Druckplattform, die auf der Basis von langlebigen Druckköpfen, Pigmenttinten und flexiblen Modulen OEM-Partnern eine schnelle, einfache Möglichkeit zur Entwicklung von Lösungen für den Akzidenz-,

Verpackungs- und Industriedruck bereitstellen soll. Die maximale Druckbreite beträgt 2,5 m.

Kernstück von DuraLink bildet ein langlebiger Druckkopf. DuraLink bietet eine fünffache Düsenredundanz über 70.400 Düsen. Da jeder Bildpunkt mit fünf Düsen gedruckt wird, bleibt der Ausfall eines Strahls auf dem Druckbild nahezu unmerklich. OEM-Partner können kundenspezifische Drucklösungen in Druckbreiten von 220 mm bis 2.500 mm mit Geschwindigkeiten bis zu 203 m/Min. erstellen. Es werden bis zu acht Farben im ein- und doppelseitigen Druck unterstützt. Das Druckbild in der Auflösung von bis zu 1.600 x 1.585 dpi erreicht Offsetqualität.

› www.memjet.com

Metropole

ZWEI NEUE EFI VUTEK DRUCKER

Gleich zwei der neuesten EFI Vutek Drucker wurden bei Metropole in Paris installiert, einem Spezialisten für das Supergrossformat. Es handelt sich um den EFI Vutek FabriVU 520, einen 5 m breiten Soft-Signage-Drucker, und den EFI Vutek LX3 Pro, einen LED-Inkjet-Hybriddrucker (Rolle/Flachbett).

Der Soft-Signage-Drucker EFI Vutek FabriVU sorgt mit Auflösungen von bis zu 2.400 dpi und vier Graustufen (Tröpfchengrößen zwischen 4 und 18 Picolitern) für ein Druckbild vom Feinsten. Im POP-Qualitätsmodus bringt er es auf 157 m² pro Stunde, während der Spitzendurchsatz 446 m² pro Stunde beträgt. Herkömmliche Anwendungen der Werbetechnik und Werbegrafik lassen sich damit auf wiederverwendbares, leichtgewichtiges Textil übertragen, das für Lagerung und Transport weniger Ressourcen erfordert – gut für die CO₂-Bilanz!

Der EFI Vutek LX3 Pro ist ein vielseitiger, hochproduktiver 3,2-m-Hybriddrucker, der es mit flexiblen und starren Substraten bis zu 5,08 cm Dicke aufnehmen kann. Mit acht Farben plus Weiss im Mehrschichtdruck sowie echten Auflösungen von 600 und 1.000 dpi ist er speziell für POP-Qualität bei hohem Durchsatz optimiert. Hinzu kommt die Härtung mit LED-Licht («Cool Cure»), die das Materialspektrum erweitert und den Energieverbrauch gegenüber UV- und Latexdruckern drastisch reduziert. Das sorgt für eine nachhaltigere, umweltverträglichere Druckproduktion.

› www.efi.com

› www.metropole.me

Fujifilm

FLACHBETTDRUCKER ACUITY 15

Fujifilm hat die Markteinführung eines weiteren UV-Flachbett-drucksystems der Acuity-Familie bekanntgegeben. Als leistungsfähiges Einstiegsmodell bietet die neue Acuity 15 genau die Spitzenqualität, die man bereits von Acuity-Baureihen Select 20 und 30 her kennt – und das zu einem äusserst attraktiven Einstiegspreis.

Bei einem Spitzendurchsatz von fast 23 m²/h, ideal für kleinere Volumina, bietet die Acuity 15 eine nahezu fotorealistische Bildqualität. Ähnlich wie die Serien Acuity 20 und 30 bietet sie eine robuste Plattform für starre wie auch flexible Materialien, die bis zu 50,8 mm dick sein können. Hinzu kommt ein Vakuumsystem, das die Notwendigkeit einer Maskierung reduziert und eine optimale Medienfixierung ermöglicht. Spezifikationen und Preis machen die Acuity 15 zum attraktiven, qualitätsorientierten Einstiegsmodell für kleinere Volumen für Anwender aus Akzidenz-, Display- und Industriedruck. Interessant ist sie jedoch auch für grössere Druckdienstleister, die vorhandene Flachbett-drucksysteme entlasten möchten – insbesondere bei der Produktion von Proofs, Prototypen und thermoverformbaren Bedruckstoffen. Die Acuity 15 ist ab sofort in der gesamten EMEA-Region erhältlich. Als Tinten werden das Uvijet KN-Mehrzwecksystem und das Uvijet KV-System für Thermoformanwendungen angeboten – beide mit CMYK plus Weiss.

› www.fujifilm.eu

Zünd Lasermodul LM 100W

SCHNEIDEN UND VERSCHWEISSEN

Soft Signage bietet unzählige Möglichkeiten in der Welt der visuellen Kommunikationsmittel. Polyester-textilien etwa erobern Anwendungsbereiche, in denen bisher vor allem Papier oder PVC vertreten waren. Für ihren Zugschnitt hat Zünd nun das Lasermodul LM 100W entwickelt. Es ist in der Lage, Po-



Das LM 100W gehört zur Laserklasse 1, der Einsatz von Schutzausrüstung, etwa einer Schutzbrille, ist deshalb nicht erforderlich.

lyestertextilien zu schneiden und gleichzeitig die Schnittkante zu versiegeln. Ausgefrante Textilkanten gehören damit der Vergangenheit an. Das LM 100W automatisiert einen bisher meist manuellen Arbeitsschritt und eliminiert gleichzeitig den bisher üblichen zweiten Arbeitsschritt des Säumens. Darüber hinaus gewährleistet das LM 100W qualitativ einwandfreie Schnittkanten bei maximaler Wiederholgenauigkeit. Der Laserschnitt erfolgt kontaktfrei. In der Folge müssen die Textilien während der Bearbeitung nicht fixiert werden.

Das Lasermodul LM 100W ist mit einem luftgeköhlten CO₂-Laser ausgerüstet und bietet bei einer Nennleistung von 100 Watt eine Geschwindigkeit von 44 m/Min.

› www.zund.com

Konica Minolta

ACCURIOPRESS C6100 SERIE

Konica Minolta hat neue AccurioPress Systeme mit integrierter Color Care Technologie vorgestellt. Die Farbdrucksysteme sollen den Einsatz in anspruchsvollen Produktionsumgebungen ermöglichen. Die neue Serie ist in den Ausführungen C6085 mit einer Druckgeschwindigkeit von 85 DIN A4-Bogen/Minute sowie C6100 mit 100 DIN A4-Bogen/Minute verfügbar.

Die hohe Verfügbarkeit der Systeme wird durch Funktionen wie automatische und papierbezogene Farbanpassung, konstante Gradationskontrolle und hohe Registerhaltigkeit bei beidseitigem Druck bestimmt. Neue Verar-

Konica Minolta und EFI

NEUE FIERY FRONT-ENDS

EFI und Konica Minolta Business Solutions Europe GmbH präsentierten zwei neue digitale EFI Fiery Front-Ends (DFEs) für die Digitaldruckmaschinen der AccurioPress-Serie von Konica Minolta. Das neue externe Front-End EFI Fiery IC-313 bietet hohe Leistung und herausragendes Farbmanagement.

Das zweite der neuen Systeme, das DFE EFI Fiery IC-315, basiert ebenfalls auf der Fiery FS200 Pro Softwareplattform. Dieser leistungsstarke Server ist das erste Front-End von Konica Minolta, das auf der NX Premium-Hardwareplattform von EFI basiert, und wurde speziell für die hohen Produktivitätsanfor-

bits-to-dots GmbH & Co. KG

NEUE HP INDIGO 20000 DIGITAL PRESS

Die bits-to-dots GmbH & Co. KG erweitert mit der Installation einer HP Indigo 20000 Digital Press seine Druckerflotte. Der Experte für die Produktion von flexiblen Verpackungsmustern profitiert dank der Digitaldruckmaschine künftig von kürzeren Laufzeiten bei der flexiblen Verpackungsproduktion in Kleinauflagen. Damit reagiert das Unternehmen auf aktuelle Markttrends und erweitert zudem seine Kompetenzen im Bereich des variablen Datendrucks.

Bereits seit 17 Jahren vertraut die Firma auf die HP Indigo Technologie. Mit der Installation der HP Indigo 20000 Digital Press nimmt bits-to-dots nun nach der HP Indigo ws4500 die zweite HP Digitaldruckmaschine in Betrieb. Die HP Indigo 20000 Digital Press ermöglicht es dem Unternehmen, vier Druckaufträge bei einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 42 m/Min. parallel umzusetzen und künftig auf Ad-hoc-Anfragen nach Musterdrukken in kleiner Stückzahl noch besser reagieren zu können.

Bei der Indigo 20000 Digital Press handelt es sich um eine Hochleistungslösung für flexible Verpackungen und Etiketten in digitaler Druckqualität, die eine lückenlose Produktion mit hoher Effizienz und Flexibilität gewährleistet. Mit ihrem Format, der Geschwindigkeit und Ausschussfunktionen erlaubt die 762-mm-Rollendrucklösung der HP Indigo 20000 Digital Press eine äusserst produktive und kostengünstige Erstellung von flexiblen Verpackungen und Etiketten.

› www.hp.com

Ricoh und Heidelberg

NEONPINK ALS BLICKFANG

Ricoh hat einen neuen Neonpink-Toner für die fünfte Farbstation des digitalen Einzelblatt-Produktionsdrucksystems Pro C7100X entwickelt. Da die Heidelberg Versafire-Bogendigitaldruckmaschinen auf der gleichen Maschine aufbauen, kann der neue Toner auch in diesen Systemen genutzt werden.

Nach der 2016 eingeführten Sonderfarbe Neongelb, die sich laut Heidelberg grosser Nachfrage erfreut, sind Besitzer einer Versafire CV in der Lage, stärker leuchtende Plakate, knalligere Party-Einladungen und noch spektakulärer gestaltete Werbeprospekte herzustellen. Da der Neon-Toner unter UV-Licht leuchtet, zieht er noch mehr Blicke auf sich und ist in der Lage, digitale Druckmotive



Nach der erfolgreichen Einführung des Toners für Neongelb im Frühjahr 2016 kommt nun eine weitere Sonderfarbe für die Heidelberg Versafire CV auf den Markt: Neopink. Der Neopink-Toner erweitert auch die kreativen Möglichkeiten der Modellreihe Ricoh Pro C7100X.

Mit dem Neopink-Toner sollen aufmerksamkeitsstarke Drucke für effektvolle Kampagnen und andere Einsatzgebiete produziert werden können. Der Toner erweitert nach Angaben von Ricoh den Farbraum und wertet die Bildgebung auf, da er nicht nur als Vollton- oder High-light-Farbe, sondern auch als Prozessfarbe eingesetzt werden kann. In Verbindung mit anderen Prozessfarben ist es möglich, eine eigene Neon-Palette zu erzeugen. Hinzu kommt, dass der Toner unter UV-Licht reflektiert. Damit erweitert er das Spektrum der Druckmöglichkeiten der CMYK-Standardfarben, Weiss und Klarlack. Der Neopink-Toner ist bei Ricoh ab sofort erhältlich.

auf aussergewöhnliche Weise in Szene zu setzen. Insgesamt können neben CMYK in der Versafire vier zusätzliche Toner verwendet werden: Weiss mit hoher Opazität, Lack für Spot- oder Vollflächenlackierungen sowie Neongelb und jetzt auch Neopink.

› www.heidelberg.com

› www.ricoh.de



Konica Minolta AccurioPress C6100-Serie.

beitungstechnologien erweitern das Spektrum an verwendbaren Substrattypen für den Grammaturbereich von 52 g/m² bis 400 g/m². Optionen stehen für die Verarbeitung strukturierter Papiere und Briefhüllen zur Verfügung. Zuverlässigkeit und Stabilität werden zusätzlich unterstützt durch den Simitri HD E-Toner. Er bietet eine natürlichere Textur.

› www.konicaminolta.de

rungen der AccurioPress-Produktionsdrucksysteme C6100 und C6085 von Konica Minolta entwickelt. Wie alle Fiery Front-Ends umfassen auch die neuen Produkte die Fiery Command WorkStation, eine Auftragsmanagementlösung, mit der mehrere Drucker oder eine ganze Druckerei von einem zentralen Punkt aus verwaltet werden kann. Darüber hinaus wurde das digitale Front-End Fiery IC-315 von Adobe für die Mercury RIP-Architektur zertifiziert.

› www.konicaminolta.eu

NEUE WS6800 Die Wir Werbeideen & Etikettendruckerei Reissner GmbH, Spezialist für Selbstklebeetiketten, hat eine HP Indigo WS6800 in Betrieb genommen. Die Digitaldruckmaschine ersetzt eine HP Indigo WS4500, die fast neun Jahre gute Dienste geleistet hat. › www.hp.com

BEDRUCKSTOFF-ERWEITERUNGSKIT Mit der aktuellsten Ausstattungsoption für die Nexpress-Plattform baut Kodak die Palette von Anwendungen weiter aus. Das Nexpress Bedruckstoff-Erweiterungskit befähigt die Digitaldruckmaschinen, auf einer grösseren Bandbreite von Karton- und synthetischen Materialien zu drucken: bis zu 0,61 mm starken Karton und bei synthetischen Bedruckstoffen bis zu 0,35 mm dicke Materialien. › www.kodak.com

DIAMANTPOLIERER Zünd bringt einen Diamantpolierer für die Bearbeitung von Acryl auf den Markt. Der Polierfräser P201 bietet eine grosse Schneidenlänge von 16 mm. Damit lassen sich auch Kanten von dicken Werkstücken ohne störende Absätze in einem Durchgang polieren. › www.zund.com

FLACHBETT-SCHNEIDEPLOTTER Mimaki bringt den Flachbett-Schneideplotter Mimaki CF22-1225 auf den Markt. Die Schneidelösung verarbeitet Material bis zu einem Format von 1.220 x 2.440 mm und ergänzt den UV-LED Flachbettdrucker Mimaki JFX200-2513 für die On-Demand-Produktion von POP-Displays, Aufsteller und Elementen für Messen und Ausstellungen. In Kombination mit der Esko ArtiosCAD Designer Solution entsteht ein kompletter Print-and-Cut-Workflow zum Erstellen kundenspezifischer Verpackungen und Prototypen. Gemeinsam ermöglichen diese drei Produkte eine Produktion von kleinauflagigen Print-and-Cut-Aufträgen. › www.mimakieurope.com

EPSON WORKFORCE Epson erweitert sein Angebot an DIN A3-Tintenstrahldruckern. Die Epson WorkForce-Modelle WF-7210DTW, WF-7710DWF und WF-7720DTWF besitzen ein überarbeitetes Bedienfeld mit neuer Oberfläche sowie Funktionen für den drahtlosen Druck. Die Modelle sind ideal für Anwender, die auf der Suche nach professionellen A3-Drucklösungen sind. Kunden profitieren von den Modellen, die DIN A3-Duplex-Druck bieten und Druckgeschwindigkeiten im Qualitätsmodus von bis zu 18 Seiten pro Minute in Schwarz-Weiss und 10 Seiten pro Minute in Farbe erreichen. › www.epson.de

SCHWARZ-WEISS GRATIS OKI Systems hat eine Promotion gestartet, bei der Käufer bestimmter Farbdrucksysteme zusätzlich Toner für ein Jahr lang Schwarz-Weiss-Druck erhalten. Wer bis zum 31. Dezember 2017 ein an der Aktion beteiligtes Farbdrucksystem erwirbt, kann damit Mono-Druckaufträge zum gleichen Preis drucken, wie über einen gewöhnlichen Mono-Printer. › www.oki.de

Zarbock

INVESTITION IN DIGITALDRUCK

Seit über 93 Jahren besteht das Druck- und Verlagshaus Zarbock. Jetzt hat die leistungsfähige Frankfurter Bogenoffsetdruckerei ihr Angebot mit einer neuen Digitaldruckmaschine erweitert. «Mit unserer Heidelberg Versafire CP bieten wir unseren Kunden neben unserem klassischen Offsetdruck eine



Ralf Zarbock, geschäftsführender Gesellschafter, vor der neuen Digitaldruckmaschine Heidelberg Versafire CP.

neue Möglichkeit», freut sich Ralf Zarbock, geschäftsführender Gesellschafter. «Wir sind bei kleineren Auflagen und beispielsweise personalisierten Werbemitteln noch flexibler bei gewohnt hochwertiger Qualität.»

Verschiedene Materialien bis 400 g/m², bei einer Länge bis 70 cm lassen grossen Spielraum für unterschiedlichste Printprodukte. Schnell und zielgruppengenaue sind Bilder, Texte, persönliche Anrede ausgetauscht und tragen damit dem Bedarf an tagessaktueller und direkter Kommunikationen mit ausgewählten Empfängern Rechnung. Gleichzeitig mit Inbetriebnahme hat sich Zarbock die neue Versafire CP nach Prozess-Standard Digital zertifizieren lassen.

› www.heidelberg.com

› www.zarbock.de

Ricoh

PARTNER FÜR BOOK-ON-DEMAND

Das französische Start-up-Unternehmen Orséry hat in Zusammenarbeit mit Ricoh ein neues Verfahren für die personalisierte Buchproduktion vorgestellt. Es ermöglicht den Druck eigener Bücher oder Titel aus einem umfangreichen Buchkatalog innerhalb weniger Minuten vor Ort, beispielsweise in

Buchhandlungen und Bibliotheken. Das Verfahren eigne sich ideal für Selbstverlage, personalisierte Bücher sowie Technologie- und Wirtschaftspublikationen, heisst es bei Ricoh. Man gehe davon aus, dass Buchhandlungen den Service auch für ihre eigenen POP-Materialien nutzen werden.

Orséry investiert zunächst in vier digitale Drucksysteme Ricoh Pro C7100X mit Inline-Klebebindung. Christian Vié, Gründer und CEO von Orséry: «Wir haben drei Jahre lang mit Ricoh zusammengearbeitet, um alle Anforderungen wie Toner, Papier, Kleber, Hardware und unsere eigene Software zu identifizieren. Wir haben uns für den Pro C7100X entschieden, weil er nicht nur Mono- und Farbbücher drucken und binden kann, sondern weil er mit der fünften Farbstation einen Klarlack erzeugen kann.»

› www.ricoh.de

HP Production Pro

ALL4LABELS GLOBAL PACKAGING GROUP

Die All4Labels Global Packaging Group, Spezialist für Etiketten, Klebeetiketten, Sicherheitsetiketten, Verpackungsfolien, RFID-Etiketten etc., hat die kürzlich vorgestellte Technologie HP Production Pro for Indigo Labels & Packaging in Betrieb genommen. Die (RIP) Ansteuerung für die vorhandene HP Indigo Digital Press eignet sich vor allem für Druckjobs, die in besonders kurzer Zeit umgesetzt werden müssen, oder variable Daten beinhalten. Darüber hinaus ermöglicht die Leistung des neuen Systems durch schnelleres Raster Image Processing die Digitaldruckmaschine optimaler auszunutzen und die Auftragsbearbeitung zu beschleunigen. Production Pro ist so konzipiert, dass mehrere Maschinen damit verbunden werden können und eine Steuerung von einem zentralen Punkt möglich ist. So wird ein optimales Flottenmanagement mithilfe eines einzigen Kontrollpunktes an mehreren Standorten mit Automatisierungstools wie Esko Automation Engine und HP PrintOS erreicht. All4Labels hat die HP Production Pro for Indigo Labels & Packaging im April dieses Jahres installiert. Nach Angaben des Unternehmen zeichnen sich bereits einige Vorteile ab, darunter deutlich schnellere RIP-Zeiten, eine verbesserte Konnektivität mit HP-Modulen, weniger Server-Management und eine reibungslosere Workflow-Integration.

› www.hp.com

SWISSQPRINT DAS TRIO IST WIEDER KOMPLETT

Nach der erfolgreichen Einführung der Modelle swissQprint Impala LED und Nyala LED ist nun auch Oryx mit LED-Härtung erhältlich. Die Schweizer UV-Flachbettdrucker bieten damit eine noch breitere Palette an möglichen Anwendungen. Zudem haben die Maschinen der neuen Generation eine weiter verfeinerte mechanische Basis. Während der Zünd Experience Days 2017 hatten wir Gelegenheit, uns selbst ein Bild zu machen.

Text und Bilder: swissQprint

Bereits zur Fespa im Mai hatte swissQprint die beiden Modelle Impala und Nyala als LED-Variante vorgestellt. Jetzt kommt auch Oryx als LED-Modell auf den Markt. Es ist ab November 2017 lieferbar. Die LED-Technologie erweitert die Anwendungsvielfalt, ist wirtschaftlicher als die konventionelle UV-Härtung und hinterlässt einen kleineren ökologischen Fussabdruck. «LED-Härtung setzt sich im Large-Format-Printing durch» – davon ist swissQprint über-



zeugt. Und der Markt bestätigt es, sagt **Maurus Zeller**, Leiter Produktmanagement: «Seit der Einführung von Impala LED und Nyala LED zieht der Grossteil der Kunden die LED-Lösung einer solchen mit Quecksilberdampflampen vor.»

Die LED-Härtung erweitert dabei die Anwendungsvielfalt. Dünne Folien, Papier, Karton und heikle Textilien reihen sich ins Leistungsspektrum des Digitaldruckers ein. Die «kühle» LED-Härtung ist gerade bei der Verarbeitung von wärmesensiblen Rollenmedien von Vorteil, da sich die Materialien weniger verformen. Trotzdem bedarf es keiner teuren LED-UV-Spezialtinte: swissQprint-UV-Tinten härten sowohl unter Quecksilberdampflampen als auch unter dem neuen LED-System. Während andere Hersteller komplett neue Farbsysteme formulieren müs-

sen, liegt die spektrale Empfindlichkeit der Fotoinitiatoren in den Tinten von swissQprint exakt in dem Bereich, der für die Härtung der LED-Farben verantwortlich ist.

Zudem passt die Ausgabesoftware des Druckers die UV-Leistung der Lampen automatisch dem Material und der Druckgeschwindigkeit an.

Mechanische Raffinessen

Ergänzend zu der vorteilhaften LED-Technologie hat swissQprint die aktuelle Maschinengeneration mit wei-

ter verfeinerten mechanischen Raffinessen ausgestattet, um eine noch bessere Planlage, eine höhere Präzision und Prozessstabilität zu erreichen. Das sind beste Voraussetzungen für haargenaue Tropfenplatzierung und ein homogenes Druckbild. Mit all diesen Vorzügen punktet jetzt auch Oryx LED, das neueste Modell des Maschinen-Trios mit einem maximalen Output von 65 m² pro Stunde und einem 2,5 x 2 Meter grossen Drucktisch.

Impala LED hat die gleichen Masse, leistet aber bis zu 180 m² pro Stunde.



swissQprint bietet UV-Inkjet-Druck nach Mass. Neu im Sortiment: Oryx mit LED-Härtung.

Bei Nyala LED sind es 206 m² bei einer Tischgrösse von 3,2 x 2 Metern. Mit dem jetzt komplettierten Druckertrio deckt swissQprint praktisch jede Produktivitätsstufe ab, die in der Praxis sinnvoll beziehungsweise erforderlich ist. Nicht zuletzt, weil die Systeme wandel- und erweiterbar sind.

Modularer Aufbau

«Der Drucker kann mit dem Unternehmen mitwachsen», erklärt Maurus Zeller. Jede Maschine wird nach Kundenwunsch gebaut und lässt sich jederzeit mit Optionen ergänzen. Sei es bei der individuellen Farbkonfiguration (swissQprint-Maschinen bieten neun Farbkanäle) oder bezüglich der Anwendungen: Es stehen zudem eine Option für Rollenmaterialien zur Verfügung, die sogenannte Plattenoption für Überformate bei rigiden Materialien bis vier Meter Länge und der zur drupa 2016 vorgestellte Be- und Entladeroboter swissQprint Rob zur Auswahl.

Die Idee dahinter ist äusserst praxisorientiert: Der Anwender soll stets das System haben, das seinen Bedürfnissen beziehungsweise finanziellen Möglichkeiten entspricht. «In jedem Fall erhält der Anwender mit den Modellen Qualitätserzeugnisse, die eine extrem breite Palette an Anwendungen ermöglicht», schliesst Zeller.

nico

➤ www.swissqprint.com

Konica Minolta

NEUE ETIKETTENDRUCKMASCHINE

Konica Minolta hat das neue tonerbasiertes Digitaldrucksystem AccurioLabel 190 vorgestellt, das für den europäischen Markt in Zusammenarbeit mit dem dänischen Unternehmen Grafisk Maskinfabrik entwickelt wurde. Die Maschine bietet eine Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi. Eine Vorbehandlung des Ma-



Die Etikettendrucksysteme von Konica Minolta schliessen die Lücke zwischen Einstiegs- und Highend-Digitaldrucksystemen. Im Bild das neue AccurioLabel 190.

terials ist nicht erforderlich. Der AccurioLabel 190 wird ab Dezember verfügbar sein. Auf der LabelExpo wurden die Möglichkeiten des AccurioLabel 190 auf zweierlei Weise präsentiert: als Inline-Finishing-Komplettlösung mit dem Weiterverarbeitungssystem GM DC330MINI sowie als Stand-Alone-Lösung. Abgerundet wurde das Angebot durch die Software Accurio-Pro Label Impose für das schnelle und effiziente Ausschneiden von Etiketten.

› www.konicaminolta.de

HP

LATEX-EINSTIEGSLÖSUNGEN

HP hat den HP Latex 115 Drucker vorgestellt, der mithilfe wasserbasierter Latex-Drucktechnologie einen günstigen Einstieg in den Bereich Signage und Display ermöglicht. Das Modell ist auch als Print- und Cut-Lösung erhältlich.

Der neue 137-cm-Drucker HP Latex 115 liefert Ergebnisse



HP Latex 115.

in einem einzigen, integrierten Prozess und erlaubt die effiziente Herstellung von Etiketten, Klebefolien, Aufklebern, individueller Kleidung, Fensterdekorationen etc. Das HP Print- und Cut-Prinzip debütierte in diesem Jahr bereits mit der HP Latex 300 Serie.

› www.hp.com

Mouvent

DIGITALE ETIKETTENDRUCKTECHNOLOGIE

Mouvent stellte auf der LabelExpo drei digitale Etikettendruckmaschinen vor, die alle bis zu sieben Farben auf verschiedensten Substraten drucken können: Papier, selbstklebendes und nassklebendes Etikettenmaterial sowie flexible Materialien – bei einer Produktionsleistung von bis zum 100 m/Min.,



Kleines Gerät, grosse Performance – die neue LB702-UV digitale Etikettendruckmaschine für Schmalbahnanwendungen von Mouvent.

einer nativen Auflösung von 1.200 x 1.200 und einer optischen Auflösung von 2.000 dpi. Der Kern dieser digitalen Innovation ist der Mouvent Cluster.

Zu den neuen Druckern gehört die LB701-UV mini Etikettendruckmaschine. Sie ist äusserst kompakt und ergonomisch, mit sehr günstigen Gesamtbetriebskosten, sodass sogar die kleinsten Druckereien eine hochwertige und hochflexible Etikettenproduktion anbieten können. Die LB702-UV Etikettendruckmaschine ist eine leistungsstarke digitale Etikettendruckmaschine im Schmalbahnbereich und ermöglicht schnelle und einfache industrielle Etikettenproduktion zu unvergleichlichen Gesamtbetriebskosten. Variabler Datendruck (VDP) ermöglicht die Personalisierung und Serialisierung von Etiketten. Die Maschine hat zudem eine sehr kleine Standfläche. Mit der LB702-WB Etikettendruckmaschine brechen neue Zeiten im Bereich der digitalen Etikettenproduktion an:

Sie verwendet nur 100% wasserbasierte Mouvent Tinten, ist somit zu 100% frei von flüchtigen organischen Verbindungen (VOC) und 100% lebensmittelsicher. Ein echter Paradigmenwechsel in der Grossproduktion von Etiketten. Mit der LB702-WB ist es möglich, mit einer umweltfreundlichen Drucktechnologie langlebige und hochwertige Etiketten zu sehr geringen Kosten herzustellen.

Die Maschinen LB702-UV und LB702-WB werden in den kommenden Wochen an ihren Beta-Standorten den abschliessenden Tests vor der Markteinführung unterzogen.

Neben den digitalen Druckmaschinen bietet Mouvent eine vollständig integrierte, umfassende Lösung – das Unternehmen entwickelt, fertigt, testet und industrialisiert digitale Druckmaschinen mit Mouvent Cluster Technologie, es entwickelt Software für die Geräte, verschiedene Tinten, einschliesslich der wasserbasierten Tinten für die LB702-WB, sowie Beschichtungen für verschiedene Substrate und liefert noch dazu ein umfassendes Service-Angebot. Mouvent verspricht neue Standards in Bezug auf Kosten und Qualität der Inkjet-Etikettenproduktion, der Tintenpreise, Lebensdauer der Druckköpfe, Druckqualität und Maschinenleistung.

› www.mouvent.com

Sihl

NEUE SQUEEZABLE INKJET-FOLIE

Sihl präsentiert eine neue Folie im Sortiment Sihl Facestock. Die Picofilm WS ist eine weisse Polyolefin-Mischfolie, speziell für den wässrigen Inkjet-Druck entwickelt, und eröffnet eine Vielzahl neuer Möglichkeiten für den Einsatz auf Inkjet WB Druckern mit Pigment- oder Dye-Tinten. Sie ist vorderseitig mit einer V.I.P.-Beschichtung versehen, die Sihl-Kunden bereits im Einsatz mit BOPP- oder BOPET-Folien kennen gelernt haben. Rückseitig ist die Folie unbeschichtet. Das Obermaterial passt sich beim Anbringen dem Untergrund gut an und hält mehrfachen Aufdrucken stand.



Sihl Facestock Labels.

Die verschiedenen Oberflächen glossy, satin und matt ermöglichen für jeden Einsatz die perfekte Lösung. Darüber hinaus ist die Folie nicht nur optimal digital bedruckbar und anpassungsfähig, sondern für alle Etikettenausrüster genauso einfach zu verarbeiten wie selbstklebende Squeezeable- oder MDO-Standardprodukte. Dank der guten Balance zwischen Geschmeidigkeit und Festigkeit ist das Squeezeable-Material in vielen Bereichen einsetzbar, in denen bisher nur PE-Facestock Folien erhältlich waren.

› www.sihl-facestock.com

ZÜND EXPERIENCE DAYS GESCHNITTEN WIRD ÜBERALL

Über 300 Besucher aus 36 Nationen folgten der Einladung an die über drei Veranstaltungstage verteilten Zünd Experience Days, die kürzlich am Firmensitz im schweizerischen Altstätten stattfanden. Kunden und Interessenten nutzten die Gelegenheit, Anregungen zu sammeln, neue Anwendungen und Geschäftsfelder zu diskutieren und sich in Gesprächen mit Experten und anderen Anwendern intensiv auszutauschen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Kreative Anwendungen, hochflexible Weiterverarbeitung und die wirtschaftliche Herstellung von Kleinauflagen – die Anforderungen in der Industrie und bei ihren Dienstleistern steigen beständig. Auf der anderen Seite wird nach Lösungen gesucht, mit denen sich die jeweiligen Geschäftsmodelle erweitern oder zusätzliche Potenziale erschliessen lassen.

Hört sich nach grafischer Branche an. Eingeladen hatte Zünd jedoch Kunden aus allen Anwendungsbereichen, von denen sich einige nahezu exotisch anhören. Es ging um den Zuschnitt von Textilien, von Leder oder Kunststoffen. Bei diesen zum Teil sehr teuren Materialien geht es um Präzision, optimale Ausnutzung der Stoffe und Materialeinsparungen. Es geht um ein gewaltiges Einsparpotenzial und um Beträge hinter den Kommastellen, die sich leicht in schwindelerregende Höhen und sechsstelligen Euro- oder Dollar-Beträge schrauben können.

Denn was man nicht so ohne Weiteres weiss: Zünd-Cutter werden in der Autoindustrie für den Karosseriebau ebenso eingesetzt wie für Ledersitze, in der Lederbranche, der Schuhindustrie, bei der Verarbeitung von Faserverbundmaterialien, bei technischen Textilien und zunehmend wieder in der Textilbranche.

«Der Textilbereich war eigentlich abgeschrieben, da alles nach Asien ab-

gewandert war. Durch den digitalen Druck erstarbt die heimische Textilindustrie aber wieder und bringt die



Wertschöpfung wieder zurück», erläutert **Stefan Lang**, Director Marketing & Sales bei der Zünd Systemtechnik AG.

Vielschichtiges Angebot

Zu diesen Themenkomplexen präsentierte Zünd an den Experience Days 2017 sein einzigartiges und vielschichtiges Angebot für die digitale Weiterverarbeitung. Bei Vorträgen und Präsentationen wurden aktuelle Themen wie die Integration des digitalen Zuschnitts in bestehende Workflows, der digitale Druck von POS-Produkten oder textile Anwendungen näher beleuchtet. Die internationalen Gäste nahmen sich ausgiebig Zeit, das umfassende Lösungsangebot für den digitalen Zuschnitt oder die neusten Softwarelösungen Zünd Cut Center ZCC 3.0 und Zünd Design Center ZDC 3.2 näher kennenzulernen.

In seinen grosszügigen Ausstellungsräumlichkeiten und in Livevorführungen präsentierte Zünd hochmodulare Technik für innovative Anwendungen. Neben klassischen Schneidjobs reichte die Bandbreite vom Textil-Zuschnitt mit dem neuen Lasermodul LM 100W über hochleistungsfähiges und automatisiertes Fräsen bis hin zu voll automatisierten Zuschnittssystemen für die Faltschachtel- und Displayproduktion. Auf besonderes In-



Am Beispiel Textilzuschnitt präsentierte Zünd seine neue Over Cutter Camera OCC sowie das neu im Angebot befindliche Lasermodul als Schneidewerkzeug.

teresse stiess bei den Besuchern die neue Over Cutter Camera OCC. Das Erfassen der Positionen der Schneidjobs auf dem Tisch benötigt mit der OCC nur noch einen Bruchteil der Zeit, die eine auf dem Balken selbst angebrachte Kamera bisher in Anspruch nahm.

Zünd's eigene Experience

Für Zünd selbst waren die Experience Days ein Experiment und zugleich eine wichtige Erfahrung. «Die Experience Days waren eine einzigartige Gelegenheit, Gästen aus aller Welt

zu zeigen, wer wir sind und wie vielschichtig die Welt des digitalen Zuschnitts mit unseren Systemen ist», erläuterte Stefan Lang. Denn auf einer Messe könne man immer nur einen kleinen Ausschnitt aus dem Angebot zeigen und für das persönliche Gespräch mit Kunden bleibe oft zu wenig Zeit. «Ganz anders bei der Hausmesse. Wir können mehr über die Anforderungen und Erwartungen der Kunden erfahren – und dann die jeweils passende Lösung entwickeln und anbieten.»

➤ www.zund.com

WOLF ENS BERGER

OFFSETDRUCK 6-FARBIG
Formate bis 74 x 104 cm

CH-EXKLUSIVITÄT
Silber- und Goldbronzierungen

T +41 44 285 78 78
www.wolfensberger-ag.ch

Cézanne Canvas

SCHWERGEWICHT AUS 100% BAUMWOLLE

Mit Cézanne Canvas erweitert Hahnemühle ihr Sortiment an hochwertigen Leinwänden für den digitalen FineArt Inkjet-Druck. Die naturweisse Leinwand aus Baumwolle ohne optische Aufheller verfügt über eine dezente Oberflächenstruktur. Eine matte Beschichtung sorgt für hochkarätige Druck-



Hahnemühle Cézanne Canvas ist ab sofort in den Rollenformaten 24", 44" und 60" à 12 m Länge verfügbar.

ergebnisse mit grossem Farbspektrum und hoher Farbdichte. Strahlende Farben und ausserordentliche Schwärzen beeindrucken bis ins Detail. Mit 430 g/m² ist Cézanne Canvas das Schwergewicht im Sortiment mit ausserordentlicher Elastizität, die sie ideal für das Aufziehen auf Keilrahmen macht. Wie alle Hahnemühle Produkte aus der Digital FineArt Collection ist die Leinwand säurefrei und archivfest nach ISO 9706 (Museumsqualität gemäss den Anforderungen von Galerien und Museen). Zugehörige ICC Profile stehen online zur Verfügung.

› www.hahnemuehle.com

FX500e Foliendrucker

ETIKETTEN MIT GLANZ-AKZENTEN

Der Hersteller von Spezialdrucksystemen Primera Technology bringt mit dem FX500e einen neuen Foliendrucker zur Veredelung von Etiketten auf den Markt.

Mit dem FX500e können sowohl unbedruckte als bereits vorgedruckte Etiketten durch brillante Akzente aufgewertet werden. Da die Druckveredelung digital erfolgt, können beliebige Design-Elemente wie beispielsweise Bordüren, Grafiken, Schriften und Hintergründe eingedruckt werden. Der FX500e Foliendrucker ist die ideale Ergänzung zu Primera Farb- und Kleinfarmat-Etikettendruckern der LX- und CX-Serie oder anderen Kleinformat-Etikettendruckern und komplettiert das Produktportfolio des Unternehmens zur Herstellung professioneller Etiketten.

Nicht nur Metallic-Folien in Gold, Silber, Blau und Rot sind für den FX500e erhältlich, sondern auch verschiedene Sonderfarben und transparente Folie. Mit der transparenten Folie wird die Beständigkeit der Etiketten gegenüber Wasser, Chemikalien, Reinigungsmitteln, UV-Strahlung und anderen Umweltfaktoren enorm erhöht. Eine hohe Druckgeschwindigkeit und ein niedriger Kaufpreis ermöglichen es dem Anwender, seine Etiketten bedarfsorientiert und in der gewünschten Auflage schnell und kostengünstig zu drucken. Der Kaufpreis des FX500e Foliendruckers beträgt 499 Euro (zzgl. MwSt.) und ist somit 100 Euro günstiger als das Vorgängermodell FX400e.

› www.primeralabel.eu

Reformationsfahnen

DOMMER STUTTGARTER FAHNENFABRIK

Die Plochingen Textilkünstlerin Verena Könekamp hat sich im Vorfeld ihrer Ausstellung «Lichte Weite» im Ulmer Münster intensiv mit der Ulmer Reformationsgeschichte beschäftigt. Fasziniert hat sie dabei die Geschichte der Ulmer Reformationsabstimmung vor 500 Jahren. Für ihre Ausstellung verwendete



sie die Signaturen Ulmer Bürger, die bei der Abstimmung entstanden und heute noch im Stadtarchiv zu finden sind. Sie vergrösserte sie stark und liess sie bei der Dommer Stuttgarter Fahnenfabrik in leuchtenden Farben auf sieben Fahnen drucken und konfektionieren. Die stattlichen Fahnen im Format 7 m x 1,80 m aus Standard-Fahnenmaterial beeindruckten durch eine hohe Leuchtkraft.

› www.dommer.de

› www.verena-koenekamp.de

OneVision Software

AUTOMATION SUITE FÜR WIDE FORMAT

Effizienzzugewinne in der Druckvorstufe, ein beträchtliches Einsparpotenzial hinsichtlich Substrat und Farbverbrauch sowie eine verbesserte Maschinenauslastung – das sind die Ziele der neuen Wide Format Automation Suite. Mit seiner über 20-jährigen Erfahrung in der Automatisierung der Druckvor-

stufe hat der Software-Hersteller OneVision die Automation-Suite entwickelt, die ein Workflow-Management-System, ein Druckvorstufenpaket und eine direkte Anbindung der Software zur Druckmaschine beinhaltet. Mit der Wide Format Automation Suite sollen Grossformatdrucker von einer höheren Produktions- und Ressourceneffizienz profitieren, ohne dabei auf eine hohe Druckqualität verzichten zu müssen.

› www.onevision.com

Agfa auf der viscom

ANAPURNA H3200i LED UND ASANTI

Auf der viscom 2017 zeigte Agfa Graphics die neue Anapurna H3200i LED, einen hybriden Wide-Format-Drucker mit LED-Härtung, ebenso wie die Workflow-Lösung Asanti und die Web-to-Print Lösung Asanti StoreFront.

Die Anapurna H3200i LED druckt mit einer Breite von bis zu 3,20 m und vereint Qualität mit Produktivität für Wide-Format-Anwendungen im Innen- und Aussenbereich auf starren und flexiblen Medien. Die Funktion für weisse Tinte bietet zahlreiche Möglichkeiten für den Druck auf transparenten Materialien für Backlit-Anwendungen oder für den Druck von Weiss als Spotfarbe.

Asanti Production ermöglicht ein hohes Mass an Automatisierung im gesamten Produktionsprozess, die auf die langjährige Erfahrung von Agfa Graphics in der Entwicklung von Druckvorstufenlösungen basiert. Als Produktionszentrale organisiert Asanti Production die gesamte Datenaufbereitung von Prüfung (Preflight) über Color Management und Step-and-Repeat bis zur Ausgabe der Druckdaten auf Basis der Adobe PDF Print Engine.

Ergänzt wird diese Lösung durch Asanti StoreFront, eine auf der Cloud-Technologie basierende Web-to-Print-Lösung für die einfache Vermarktung von Drucksachen über das Internet, ohne dass Betreiber in Server-Hardware investieren müssen.

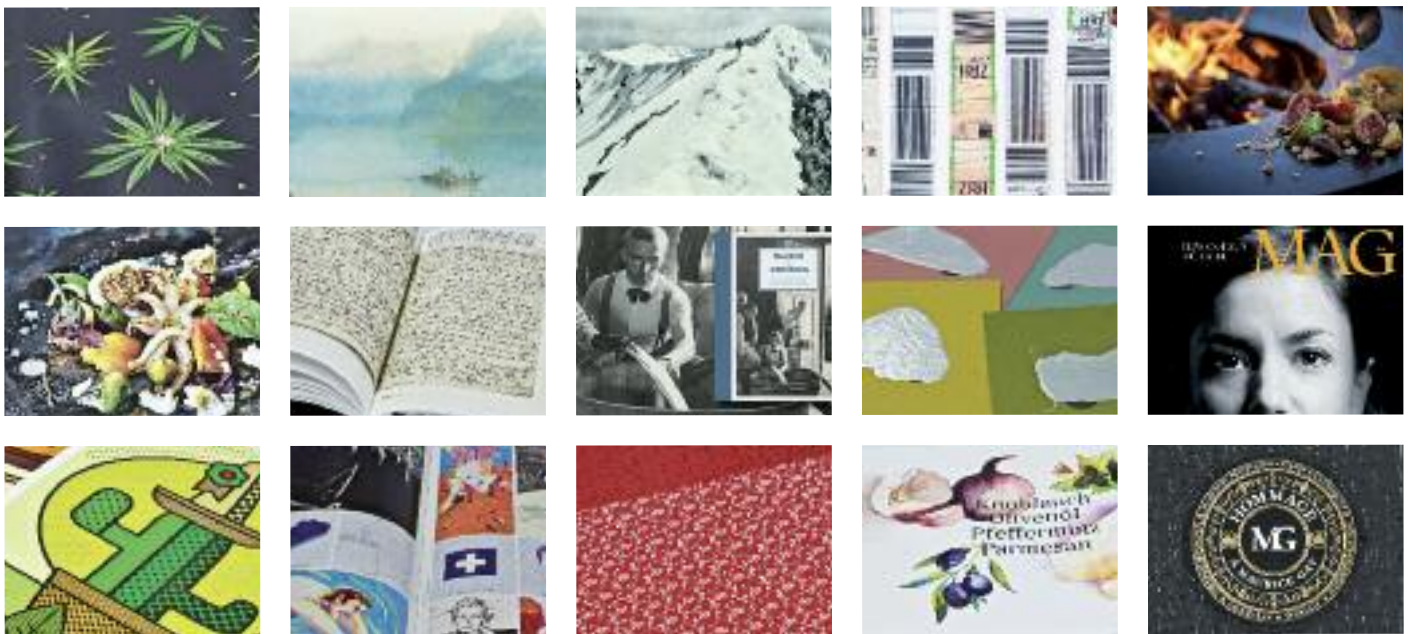
› www.agfagraphics.com



LUST AUF PRINT

Print hat neue Dimensionen erreicht, Drucken ist multi-

dimensional und multimedial. Gedrucktes ist so erlebnisreich, verwandlungsfähig, vielfältig und qualitativ hochstehend wie kein anderes Medium. Print ist Impulsgeber in der Kommunikation und eine unantastbare Grösse im Medienmix. Agenturen, Verlage, Drucker, Buchbinder und ihre Auftraggeber können beim «Swiss Print Award» mit ihren kreativen Druck-Erzeugnissen beweisen, wie ideenreich, erfolgreich und kommunikativ bedrucktes Papier sein kann.



Abbildungen: Eingereichte Arbeiten für den Swiss Print Award 2017.

EINSENDEN BIS
15. FEBRUAR 2018

- Für den Wettbewerb «Swiss Print Award 2018» kann alles eingereicht werden, was gedruckt wurde: Imagewerbung, Broschüren, Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Bücher, Mailings, auch vernetzte Printprodukte und cross-mediale Arbeiten, Etiketten, Verpackungen, POS-Materialien wie Displays sowie Aussenwerbung, Plakate etc.
- Die Arbeiten müssen im zurückliegenden Jahr oder bis zum Einsendeschluss am **15. Februar 2018** 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», die Träger und die Wettbewerbsbedingungen auf www.swiss-print-award.ch



INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2017			
31. 10. – 03. 11. 2017	IPEX 2017	Birmingham	 › www.ipex.org
14. 11. – 16. 11. 2017	InPrint 2017, Industrial Print Show	München	 › www.inprintshow.com
27. 11. – 28. 11. 2017	Direct Container Print Conference	Düsseldorf	 › www.dcp2017.org
29. 11. 2017	Future Summit Print 2017	München	 › www.vdmb.de/veranstaltungen
29. 11. – 30. 11. 2017	Fogra, Digitaldruck trifft Offset	Aschheim	 › www.fogra.org
29. 11. – 30. 11. 2017	Glassprint 2017	Düsseldorf	 › www.glassprint.org
2018			
09. 01. – 12. 01. 2018	Heimtextil	Frankfurt	 › www.heimtextil.messefrankfurt.com
27. 01. – 30. 01. 2018	Paperworld	Frankfurt	 › www.paperworld.messefrankfurt.com
15. 02. 2018	Digitaldruck-Kongress 2018	Düsseldorf	 › www.ddk2018.de
15. 02. – 17. 02. 2018	Expo 4.0	Stuttgart	 › www.expo-4-0.com
28. 02. – 01. 03. 2018	Colour Management Forum	München	 › www.fogra.org
15. 03. – 16. 03. 2018	Online Print Symposium 2018	München	 › www.online-print-symposium.com
17. 04. – 19. 04. 2018	Pure Digital	Amsterdam	 › www.puredigitalshow.com
15. 05. – 18. 05. 2018	Fespa 2018	Berlin	 › www.fespa.com
25. 06. – 27. 06. 2018	DOXNET, 20. Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	 › www.doxnet.de
28. 06. – 29. 06. 2018	Deutscher Druck- und Medientag 2018	Stuttgart	 › www.bvdm-online.de
25. 09. – 27. 09. 2018	FachPack	Nürnberg	 › www.fachpack.de
26. 09. – 29. 09. 2018	photokina	Köln	 › www.photokina.de
27. 09. – 28. 09. 2018	bvdm, Treffpunkt Technik	Berlin	 › www.bvdm-online.de
09. 10. – 11. 10. 2018	WAN-Ifra, World Publishing Expo	Berlin	 › www.ifra-expo.com
07. 11. 2018	4. Vertriebskongress der Druck- und Medienbranche	Düsseldorf	 › www.vdmnw.de



arcus design 2017 | Foto: alphaspirt, 123rf.com

MACHT ENTSCHEIDER
ENTSCHEIDUNGSSICHER

DRUCKMARKT
Printmediamagazin 

6. NOV. BIS 9. NOV.

Industrieller Digitaldruck **HANDS-ON TRAINING MIT ZERTIFIKAT**

ESMA, das Fraunhofer Institut für Produktionstechnik und Automatisierung (IPA) und die Hochschule der Medien veranstalten den ersten Theorie- und Praxiskurs über die Digitaldrucktechnologie für industrielle Anwendungen. Der Kurs, der vom 6. bis 9. November 2017 in den Laboren des Fraunhofer Instituts in Stuttgart stattfindet, richtet sich an alle, die einen fundierten Überblick über Digitaldrucktechnologien, insbesondere Piezo-Inkjet, bekommen möchten, einen Einstieg in den Inkjet-Druck planen oder bereits gemacht haben, aber noch am Anfang stehen. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt – es sind noch wenige Plätze verfügbar.
 > www.esma.com/academy

8. NOV.

Fogra

3. FOGRA COLOUR MANAGEMENT CAFÉ

Am 8. November 2017 findet im Fogra Forschungsinstitut für Medientechnologien (München-Aschheim) das nächste Colour Management Café statt. Die Veranstaltung beginnt um 15 Uhr und widmet sich den Themen Softproof und LED-Beleuchtung. Als Praxisreferenten sind Thomas Hebes (Prinovis Nürnberg) und Michael Gall (Just Normlicht) geladen. Thomas Hebes wird sich in seinem Vortrag mit den Herausforderungen im Bereich Softproof und verschiedenen Lösungsansätzen für den Wandel von «Röhre zu LED»

befassen und ein LED-betriebenes Softproof-System von Dalim vorführen. Michael Gall wird die Unterschiede zwischen LED- und Leuchtstofflampen vorstellen. Die Veranstaltung wird per Live-Stream übertragen, daher ist die Teilnahme auch online möglich.
 > www.fogra.org

8. NOV. BIS 9. NOV.

Print Experience 2017

STREET ART – ERLEBEN MIT ALLEN SINNEN

Street Art meets Technology – wenn urbane Kunst auf ausgefeilte digitale Drucktechnologien trifft, muss ein aussergewöhnliches Event entstehen. Alle Sinne werden angesprochen, ein multisensorisches Erlebnis wird geschaffen, das auf faszinierende Art Production Printing mit Kunst und Performance verbindet. So lädt Konica Minolta am 8. und 9. November unter dem Motto Print Experience 2017 // Street Art in die Schlafwagenfabrik nach München ein.

Bereits im Februar fand die erste Print Experience in Langenhagen statt. 200 begeisterte Gäste erlebten Produktpräsentationen, eingebettet in eine Mischung aus Vernissage, Silent Disco und Live-Acts. Nach dem erfolgreichen Auftakt im Norden findet die Fortsetzung des Events im Süden statt. Neue Lokalität, neue Sensationen – gleich bleibt indes das Konzept: die neuen Systeme, Lösungen und Werkzeuge werden in einer multisensorischen Art und Weise präsentiert, die noch lange nachklingt.
 > www.konicaminolta.de

10. NOV.

Hauchler Studio

GRAFIK, DESIGN UND MEDIEN

Im Berufskolleg Grafik-Design im Hauchler Studio Biberach wird auf den Abschluss Staatlich Geprüfter Grafik-Designer/in und die Fachhochschulreife vorbereitet. Am 10. November 2017 findet um 16 Uhr eine Infoveranstaltung zu den gestalterischen Medienberufen statt. Im Zentrum der dreijährigen Ausbildung stehen fächerübergreifende Unterrichtsprojekte bis hin zur Diplomarbeit. Unterrichtet wird von Print über Fotografie zu 3D und Digital, vorausgesetzt wird eine Grundbildung im Zeichnen.
 > www.hauchler.de

10. NOV. BIS 12. NOV.

Typo St.Gallen 2017

«RESONANZ» LIEGT IN DER LUFT

Im Herbst 2017 kommt es zur 4. Neuauflage der Typo St.Gallen. Das dreitägige Typografie-Symposium wird von der Schule für Gestaltung St.Gallen organisiert und findet vom 10. bis 12. November 2017 statt. Dieses Mal geht es um das Tagungsthema «Resonanz». Es werden erneut rund 300 an Typografie Interessierte aus dem In- und Ausland er-

Typo St.Gallen
10.-12. November 2017
Typografieforum



wartet. Ziel des Kongresses ist es, Trends zu erkennen und die Vermittlung von Know-how aus der Praxis zu initiieren.

> www.typo-stgallen.ch

14. NOV. BIS 16. NOV.

InPrint 2017

INDUSTRIELLE DRUCKTECHNOLOGIE

Die InPrint 2017, Fachmesse für industrielle Drucktechnologie, findet vom 14. bis 16. November 2017 auf dem Münchener Messegelände statt.



Auf der InPrint 2017 präsentieren internationale Unternehmen Technologien, Maschinen, Komponenten sowie Zubehör und Dienstleistungen für den funktionalen und dekorativen Druck sowie den Verpackungsdruck. 118 Aussteller aus 17 Ländern haben ihre Teilnahme an der Fachmesse bereits bestätigt. Neben der Optimierung von Fertigungsprozessen gewinnt die effiziente Individualisierung von Produkten, zur Schaffung von Mehrwert beim Kunden, immer mehr an Bedeutung. Die InPrint 2017 steht daher unter dem Motto «Mit individualisierten Produkten Mehrwert schaffen», um diesen Trend der Aufwertung von Produkten durch industrielle Druckverfahren aufzugreifen.
 > www.inprintshow.com

AB 21. NOV.

f:mp.

HERAUSFORDERUNG DATENSCHUTZ

Ab dem 25. Mai 2018 gilt die neue Europäische Datenschutz-Grundverordnung und ist damit die rechtliche Grundlage für die Zulässigkeit der Datenverarbeitung bei personenbezogenen Daten. Das hat Konsequenzen – auch und gerade für die Medienunternehmen, Verlage, Werbeagenturen und Medienproduktoren. Es besteht akuter Handlungsbedarf, der nicht unterschätzt werden sollte.

Das Seminar «DSGVO – Herausforderung Datenschutz» vermittelt für alle Prozessbeteiligten die notwendigen Kenntnisse, um die Daten der Kunden sicher und gesetzeskonform zu handeln. Welche Anforderungen auf die Unternehmen zukommen, welche Verbindlichkeiten und Änderungen sich daraus ergeben und wie man Kunden dazu beraten kann, wird in der f:mp.-Seminarreihe umfassen behandelt. Termine sind am 21. November in Düsseldorf, am 22. November in Hamburg, am 5. Dezember in Stuttgart und am 6. Dezember in Frankfurt.
 > www.f-mp.de

AB 23. NOV.

DOXNET TAG UND FACHKONFERENZ

Der 8. DOXNET Tag findet im Novotel München Messe statt. «Vom internen Druckdienstleister zum Player auf dem externen Markt – ein schmaler Grat!» lautet das Motto am 23. November 2017.

› www.doxnet.de

28. NOV.

Zukunftsforum Zeitschriften NEUDEFINITION ZEITSCHRIFTENVERLAG

Das diesjährige Zukunftsforum Zeitschriften wird sich den konkreten Herausforderungen widmen, denen sich Medienhäuser stellen, um sich selbst und ihr Geschäftsmodell neu zu erfinden. Das 8. Zukunftsforum Zeitschriften der Akademie der Deutschen Medien findet am 28. November 2017 im Literaturhaus München statt. Immer mehr Verlage und Medienhäuser erweitern ihr Geschäftsmodell um innovative Content-Angebote und Kunden-Services – und entwickeln sich so zu mehrmediale Service-Providern. Eine Entwicklung, die fast immer mit strukturellen und organisatorischen Neuerungen einhergeht. Denn intelligente Content-Angebote und Vermarktungsansätze erfordern flache Hierarchien und agile Prozesse, die eine schnelle Umsetzung der neuen Produkte möglich machen.

› www.zukunftsforum-zeitschriften.de

25. JAN. 2018

Workshop PDFX-READY FÜR BERUFSBILDNER

Am 25. Januar 2018 findet in der Schule für Gestaltung Aargau der Workshop «PDFX-ready für Berufsbildnerinnen und Berufsbildner» statt. Im Workshop wird mit den vom Verein erarbeiteten Profilen für die Erstellung von PDF/X-4 konformen Dateien gearbeitet. Zur Prüfung der Daten werden die PDFX-ready Preflight-Profile eingesetzt. Als Grundlage für den Workshop wird neben dem aktuellen PDFXready-Leitfaden auch das speziell für die Grundbildung erstellte Workbook «In sieben Schritten zum perfekten Druck-PDF» vom Referenten erläutert. Als Abschluss des Workshops bietet der Verein allen Teilnehmern eine persönliche «PDFX-ready Creator-Zertifizierung» an. Mit diesem Zertifikat beweist man, dass man ein einwandfreies PDF/X Dokument nach den Spezifikationen von PDFX-ready erstellen kann. Anmeldefrist läuft bis zum 19. Januar 2017.

› www.pdfx-ready.ch

**Für Dich!**

Ein Kinderlächeln. Was gibt es Schöneres? Mit Ihrer Hilfe können noch mehr Kinder eine unbeschwertere 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

6. ONLINE PRINT SYMPOSIUM LEADING THE COMPETITION

15. MRZ. UND 16. MRZ.



Mit einem exklusiven Programm, Top-Speakern und Best-Practice-Beispielen präsentiert sich das 6. Online Print Symposium am 15.+16. März 2018 in München.

Als fest etabliertes Branchenleitevent findet das Online Print Symposium im kommenden Jahr am 15.+16. März 2018 seine Fortsetzung in München. Unter dem Motto «Leading the Competition – Wachstumsstrategien im Onlineprint» werden wieder über 300 Teilnehmer aus aller Welt erwartet. Online Print zählt weiterhin zu den stärksten Wachstumsfeldern der Branche. Herausforderungen wie Preissdruck, neue Serviceangebote und die Nachfrage nach einem stetig wachsenden Produktportfolio bestimmen die alltägliche Arbeit der Unternehmen. Trends wie Mobile First oder Voice Search haben bereits ihre Berechtigung im Markt gefunden und ergänzen perfekt das bestehende Service- und Produktportfolio. Aber welche Trends werden zukünftig Einfluss auf das tägliche Online Print Business haben und welche sind relevant für die Branche? Aktuelle Trendentwicklungen, aber auch entsprechendes Hintergrundwissen über zukünftige Geschäftsmodelle und Wachstumsstrategien im E-Business Print, werden von Experten und Profis beim 6. Online Print Symposium erläutert. Die Teilnehmer bekommen neue Inspirationen für zukünftige Geschäftsstrategien in diesem Segment. «Das Credo der Veranstaltung «Leading the Competi-

tion – Wachstumsstrategien im Onlineprint» greift eines der brennendsten Themen der Branche auf: Wie kann Wachstum zuverlässig realisiert werden? An den beiden Symposiumstagen wird aufgezeigt, welche Geschäftsmodelle bei anderen Marktteilnehmern zur Erfolgssicherung eingesetzt werden, um effektiv und effizient auf zukünftige Marktherausforderungen zu reagieren», erklärt Jens Meyer, von printXmedia Süd GmbH und Mitorganisator.

«In diesem Jahr unterstrich das Online Print Symposium nochmals seinen internationalen Stellenwert – Teilnehmer aus über 15 Ländern besuchten das Branchenleitevent 2017. Im Online Print Segment ist diese Veranstaltung die einzige ihrer Art, denn neben dem herausragenden Programm bietet sie den Teilnehmern eine wertvolle Plattform für einen regen Austausch und lädt zudem zum intensiven Networking ein. Interessierte können bereits das Insider-Get-together am Vorabend vor Veranstaltungsbeginn nutzen, um sich mit den Teilnehmern und Referenten auszutauschen», ergänzt Dr. Eduard Neufeld, Institutsleiter und Geschäftsführer der Fogra und Mitorganisator.

› online-print-symposium.de

17. APR. BIS 19. APR. 2018

FM Brooks DIGITALDRUCKMESSE PURE DIGITAL

FM Brooks hat die Ausrichtung der ersten reinen Digitaldruckmesse Pure Digital bekannt gegeben – einer wegweisenden Veranstaltung, die eine Networking-Plattform zwischen innovativen Digitaldruckanwendungen und der Kreativindustrie bieten soll. Die Fachmesse wird vom 17. bis 19. April 2018 im RAI-Messezentrum, Amsterdam, stattfinden. Die Mitbegründer (Frazer Chesterman und Marcus Timson) können sich auf ihre langjährige Erfahrung und erfolgreiche Ausrichtung von Fachmessen für den Grossformat-Grafikmarkt und der InPrint stützen, die seit ihrer Einführung im Jahr 2014 stetig steigende Zuwachsraten verzeichnet.

Die Einführung der Pure Digital ist ein Beleg dafür, dass der Digitaldruck in die nächste Entwicklungsphase eintritt. Sie wird als wichtiges Bindeglied zwischen den technischen Möglichkeiten des Digitaldrucks und der Kreativbranche fungieren. Die Pure Digital wird parallel zur Building Holland stattfinden, einer führenden Bau-fachmesse für Architekten, Innendesigner und Bauunternehmer. Somit sprechen diese Fachmessen gezielt ein einschlägiges Fachpublikum an und bieten einen Mehrwert für Besucher beider Veranstaltungen.

› www.puredigitalshow.com

Donnerstag, 9. November 2017 um 17.45 Uhr

Druckereien, Agenturen und Gestalter lassen sich auf Basis der aktuellen ISO-Norm 12647-2/2013 PSO-zertifizieren. Die aktuelle Zertifizierung bringt viele Änderungen mit sich.

Welche Neuerungen und auch Vorteile ergeben sich durch die Umstellung für Ihre Kunden?

Wie kommunizieren Sie die Umstellung Ihren Kunden gegenüber?

Mit diesen Fragen haben wir uns beschäftigt und für Sie diesen Workshop erarbeitet. Unterstützt werden Sie durch:

- Mathias Schunke, Geschäftsführer Ugra, Vertreter der Schweiz an den internationalen ISO Meetings, PSO Auditor und Präsident des Verein PDFX-ready.
- Daniel Brunner, Fachlehrer Drucktechnologie und Lehrangabeleiter Betriebsfachmann/-frau Druck- und Verpackungstechnologie an der Schule für Gestaltung Zürich.
- Eddy Senn, P/B/U Beratungs AG, Ugra Certified Expert und aktiver Mitarbeiter der ECI Arbeitsgruppe zur Erstellung der Farbprofile und Leiter Arbeitsgruppe swiss4color.

Zielgruppe

- Führungskräfte und Mitarbeiter im Verkauf von Vorstufen- und Druckereibetrieben sowie in Medien- und Kommunikationsagenturen
- Marketing- und Kommunikationsplaner
- Produktionsdienstleister und -vermittler

Kursziele

- Sie sind auf dem aktuellen Stand der PSO-Norm
- Sie können die Umstellung Ihren Kunden gewinnbringend kommunizieren
- Sie sind im Besitz aller wichtigen Unterlagen für eine erfolgreiche Kundenkommunikation

Programm

- | | |
|-----------|--|
| 17.45 Uhr | Einführung ins Thema |
| 18.00 Uhr | Workshop in zwei Gruppen à je 45 Minuten:
Gruppe 1 Datenaustausch und Kundenansprache
Gruppe 2 Drucken und die Norm |
| 19.30 Uhr | Austausch der beiden Gruppen und Zusammenfassung: Abgabe eines Datensticks mit:
aktuelle Info-Broschüre PSO, Anleitung für Kunden mit Profildownloadlinks und
-hinterlegung, Merkblatt zu den Änderungen,
Abgabe von Proof- und Andruckbeispielen |
| 20.00 Uhr | Apéro |

Die Teilnehmerzahl ist beschränkt. Preis und Programmänderungen vorbehalten. Die Haftung wird ausgeschlossen. Die Annullationsversicherung ist Sache der Teilnehmer.

GRAFISCHES  FORUM ZÜRICH

Workshop

Anmeldung auf www.gfz.ch

Partner:



Unterstützt durch:



Ort

Berufsschule für Gestaltung
Ausstellungsstrasse 104
8005 Zürich

Kosten

GFZ-Mitglieder:
CHF 40.- pro Person
Lehrlingsmitglieder:
gratis
PDFX-Ready-Mitglieder:
CHF 40.- pro Person
VSD-Mitglieder:
CHF 40.- pro Person
Viscom-Mitglieder:
CHF 80.- pro Person
Nichtmitglieder:
CHF 150.- pro Person

Im Preis inbegriffen sind:

- Workshopteilnahme
- Proofs und Andrucke als Anschauungsmaterial
- USB-Stick mit Vorlagen und wichtigen Infos
- Apéro

Grafisches Forum Zürich

Vereinigung für Weiterbildung
in der grafischen Industrie
Seefeldstrasse 62, 8008 Zürich
Telefon: +41 79 341 66 83
www.gfz.ch info@gfz.ch

SEMINARE UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2017	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
02. 11.	Fogra , Fogra-Feuchtungskontroll-Testform	Aschheim	› www.fogra.org
06. 11.	Cleverprinting , Webdesign mit WordPress	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
06. 11.	Fogra , Prozesskontrolle im Offsetdruck	Aschheim	› www.fogra.org
06. 11. – 07. 11.	ADM , Digital Change Management – Den digitalen Wandel kompetent managen	München	› www.medien-akademie.de
07. 11.	ADM , Bildrechte	München	› www.medien-akademie.de
07. 11.	SBBV , Zielgruppenmarketing für Fachverlage	Zürich	› www.sbbv.ch
07. 11.	VDMB , Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (Fortgeschritten: Tipps & Tricks)	Dornach	› www.vdmb.de
07. 11. – 08. 11.	ADM , Digitale Medienproduktion kompakt	München	› www.medien-akademie.de
07. 11. – 08. 11.	Cleverprinting , Weiterbildung zum Cleverprinting Reinzeichner	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
07. 11. – 09. 11.	Fogra , Fehler an Druck-Erzeugnissen	Aschheim	› www.fogra.org
08. 11. – 09. 11.	ADM , Projektmanagement für Verlagsmitarbeiter	München	› www.medien-akademie.de
08. 11. – 09. 11.	VDMB , Tools zur visuellen Website-Erstellung (Einstieg in Dreamweaver)	Dornach	› www.vdmb.de
09. 11.	PDFX-Ready , Die neue PSO-Norm im Kundenkontakt	Zürich	› www.pdfx-ready.ch
09. 11.	tgm , Adobe Creative Cloud und die Alternativen	München	› www.tgm-online.de
09. 11. – 10. 11.	Cleverprinting , Weiterbildung zum Cleverprinting Digitaldruck-Operator	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
11. 11.	Cleverprinting , Photoshop: Freistellen – die besten Strategien, Tipps und Tricks	München	› www.cleverprinting.de
11. 11.	VDMB , Moderne Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop (3D-Druck mit Photoshop CC)	Dornach	› www.vdmb.de
11. 11. – 12. 11.	Cleverprinting , Weiterbildung zum Cleverprinting Photoshop-Composing-Experten	München	› www.cleverprinting.de
12. 11.	Cleverprinting , Photoshop: High-End-Bildretusche und High-End-Digital-Composing	München	› www.cleverprinting.de
13. 11.	VDMB , Praxisgerechte Anwendung von Colormanagement (Für Adobe CC)	Dornach	› www.vdmb.de
13. 11. – 14. 11.	Polar , Kurse für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
13. 11. – 15. 11.	VDMH , Erstellen und Bearbeiten von PDF-Dokumenten (PDF-Bearbeitung mit PitStop)	Frankfurt	› www.vdmh.de
14. 11.	VDMB , Mobile Design: Flexibles Design und Animation (Adobe Animate)	Dornach	› www.vdmb.de
14. 11.	VDMH , Gestaltung von Layouts mit Adobe InDesign (Fortgeschritten: Tipps & Tricks)	Frankfurt	› www.vdmh.de
15. 11. – 16. 11.	Polar , Kurse für Polar Compucut	Hofheim	› www.polar-mohr.com
15. 11. – 17. 11.	VDMB , Aufbau von Vektor-Grafiken mit Adobe Illustrator (Illustration komplett)	Dornach	› www.vdmb.de
16. 11.	Cleverprinting , Vektorgrafik mit Adobe InDesign und Illustrator	München	› www.cleverprinting.de
16. 11.	VDMH , Intensiv-Trainings für Adobe InDesign (Reinzeichnung & Druckvorbereitung)	Frankfurt	› www.vdmh.de
16. 11. – 17. 11.	Cleverprinting , Weiterbildung zum Cleverprinting Vektorgrafik-Experten	München	› www.cleverprinting.de
17. 11.	Cleverprinting , Illustrator Expertentag: Fortgeschrittene Techniken für Adobe Illustrator	München	› www.cleverprinting.de
20. 11.	Cleverprinting , ISO 12647-2:2013 – Herausforderung und Chance	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
20. 11.	VDMB , Kompakttraining: Mitarbeitergespräche souverän führen	Dornach	› www.vdmb.de
20. 11. – 21. 11.	Fogra , Farbe im Druck messen und bewerten	Aschheim	› www.fogra.org
21. 11.	Cleverprinting , Barrierefreie PDF/A und PDF/UA	Düsseldorf	› www.cleverprinting.de
21. 11.	VDMH , Praxisgerechte Anwendung von Colormanagement (Für Adobe CC)	Frankfurt	› www.vdmh.de
21. 11. – 23. 11.	ADM , Online Marketing kompakt	München	› www.medien-akademie.de
22. 11.	tgm , The Power of OpenType – Tiefblick ins Innere der «neuen» Schriften	München	› www.tgm-online.de
22. 11.	VDMH , Grundlagen für die standardisierte Produktion (In der Druckvorstufe)	Frankfurt	› www.vdmh.de
22. 11. – 23. 11.	Innoform Coaching , 3. Expertentreff Verpackungsdruck – Veredelung	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
22. 11. – 24. 11.	VDMH , Aufbau von Vektor-Grafiken mit Adobe Illustrator (Illustration komplett)	Frankfurt	› www.vdmh.de
23. 11.	VDMH , PSO-Update: Was steckt hinter dem neuen Standard?	Frankfurt	› www.vdmh.de
24. 11.	ADM , E-Book-Produktion optimieren	München	› www.medien-akademie.de
27. 11.	VDMB , Neue Kunden gewinnen – bestehende Kunden neu begeistern	Nürnberg	› www.vdmb.de
27. 11. – 28. 11.	VDMH , Tools zur visuellen Website-Erstellung (Einstieg in Muse)	Frankfurt	› www.vdmh.de
28. 11.	VDMB , Gestaltung von Layouts mit Adobe InDesign (Fortgeschritten: Tipps & Tricks)	Dornach	› www.vdmb.de
29. 11.	VDMB , Intensiv-Trainings für Adobe InDesign (Reinzeichnung & Druckvorbereitung)	Dornach	› www.vdmb.de
29. 11. – 30. 11.	VDMH , Erstellen und Bearbeiten von PDF-Dokumenten (PDF-Erzeugung & -bearbeitung)	Frankfurt	› www.vdmh.de
29. 11. – 01. 12.	ADM , Einkaufsmanager Print/Digital – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	München	› www.medien-akademie.de
30. 11. – 01. 12.	VDMB , Erstellen und Bearbeiten von PDF-Dokumenten (PDF-Erzeugung & -bearbeitung)	Dornach	› www.vdmb.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.

Q

Publikation 2016
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 2017
Alle Informationen unterliegen dem Copyright. Vervielfältigungen gleich welcher Form oder Menge sind nur mit Genehmigung des Verlages und unter Quellenangabe zulässig.

Auflage und Bezug

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

WERBUNG

BEORDA
Direktwerbung



Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

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

Stefi Talman



Oberdorfstrasse 13 · 8001 Zürich · www.stefitalman.ch

»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 Ihre Produkte, wenn die Impulse fehlen. Deshalb ist das Unterbrechen der Werbe-Kommunikation mit hohen Risiken verbunden. Druckmarkt bietet auch in Zeiten schmalen Etats budgetfreundliche Anzeigenpreise. Informieren Sie sich auf unserer Internetseite. www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT 
Managementmagazin

KNOW-HOW AKTUELL



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



Ausgaben 16 bis 18 bereits erschienen, weitere Ausgaben in Vorbereitung.

DRUCKMARKT
COLLECTION
 DIE FACHTHEMEN-BIBLIOTHEK DES DRUCKMARKT

www.druckmarkt.com