

DRUCKMARKT impressions 126

14. August 2018

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

ZAHLEN DER BRANCHE RESULTIEREN IN VORSICHTIGEM OPTIMISMUS:

Seite 14.

MARKT & ZAHLEN
DEUTSCHE GLAUBEN AN PRINT Seite 12.

PRINT & FINISHING
PERFORMANCE-PARTNERSCHAFT. Seite 36.

TERMINKALENDER
TERMINE, BILDUNG & EVENTS
ab Seite 42.

Bildquelle: S. Nivens | 123rf.com

THEMEN **AUF DEN PUNKT GEBRACHT**



INHALT

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



Markt & Zahlen

- 04 Editorial: Print: Keine relevante Zukunft?
- 06 VDMB: Geschäftsbericht als Magazin
- 07 Starker Auftragseingang im ersten Halbjahr
- 07 Guter Start ins neue Geschäftsjahr
- 08 Lesen und spielen mit und ohne Phone
- 10 Nachrichten
- 11 Talentschmiede feiert Jubiläum
- 12 Journalismus: Deutsche glauben an Print
- 14 Druckindustrie: Vorsichtiger Optimismus
- 18 Innovationen stärken die Branche

Digitaldruck

- 20 etikett.de: HP Inkspiration Award «Label» gewonnen
- 21 Nachrichten
- 21 Erste Heidelberg Primefire in den USA
- 25 Schnell für maximale Haltbarkeit

Large-Format

- 26 Nachrichten
- 27 swissQprint: Drucker-Generation 3

Online-Print

- 30 Nachrichten

Software

- 32 Einsichten in die digitale Transformation
- 34 Mit einem MIS die zukunft sichern

Print & Finishing

- 36 Performance-Partnerschaft
- 37 Nachrichten
- 39 Kurze Rüstzeiten und hohe Leistung
- 40 Mit Hochleistungs-Bogenoffset fit für die Zukunft

Termine, Bildung & Events

- 42 Terminkalender
- 43 Nachrichten
- 48 Seminare und sonstige Veranstaltungen

Business to Business

- 49 Impressum

PRINT: KEINE RELEVANTE ZUKUNFT?

«Die Printauflagen sinken auf breiter Front ... Ein Ende scheint nicht in Sicht» war auf horizont.net zu lesen und bei meedia.de: «43% sehen keine relevante Zukunft für Printmedien.» Nun ist das Interpretieren von Zahlen ja immer so eine Sache. Vor allem, wenn es (wie bei Online-News) schnell gehen muss. Denn in der Studie, auf die sich die Schlagzeilen beziehen, geht es einzig und alleine um Zeitungen und Zeitschriften beziehungsweise die Zukunft des Journalismus. Wieder einmal wird von den Online-Redakteuren geradezu genussvoll unterschlagen, dass Print weit mehr ist als das Verbreiten von Nachrichten. Und wenn dabei aus 42 auch einmal 44 Prozent werden, stärkt das eher das Argument, dass Gedrucktes glaubwürdiger ist als andere Medien.

Wir zumindest interpretieren die Zahlen anders und halten dagegen: Deutsche glauben an Print! Das belegen auch die Zahlen, die der Bundesverband Druck und Medien vorgelegt hat (Seite 14) und ebenso die Ergebnisse, über die der Fachverband Faltschachtelindustrie berichtet (Seite 18). Was an der oben angesprochenen Studie «New Storytelling» (siehe Seite 12) aber besonders interessant erscheint, ist die Tatsache, dass Fachzeitschriften ein so hoher Stellenwert eingeräumt wird. Schliesslich sind die ja auch schon etliche Male totgesagt worden.

Da befinden wir uns aber in guter Gesellschaft. Denn auch das gute, alte gedruckte Mailing wurde vom digitalen Marketing immer wieder gerne totgesagt. Dabei erfreuen sich Direkt- oder Dialog-Marketing als gedruckte Mailings einer neu entfachten Beliebtheit bei Unternehmen und hoher Wertschätzung bei den Empfängern. Damit haben wir uns auch in der aktuellen Ausgabe des «Druckmarkt» (siehe Titelblatt oben) beschäftigt, die diese Woche erscheint.

Denn gerade bei den Mailings gibt es eine interessante Entwicklung: Volladressierte Werbesendungen, das heisst auch Mailings mit vollständiger Adresse und persönlicher Ansprache, gehörten 2017 zu den Gewinner-Medien. Nach dem Dialogmarketing-Monitor 2018 der Deutschen Post verschickt jedes siebte deutsche Unternehmen volladressierte Werbesendungen. Und diese Unternehmen legten gegenüber 2016 für personalisierte Mailings noch eine Schippe drauf, sodass das Marktvolumen um gut 4% auf 6,5 Mrd. € stieg. Durchschnittlich sind den Unternehmen ihre volladressierten Werbesendungen fast 13.000 € wert. Das Plus von 300 Mio. € fließt etwas stärker



in die Planung, Konzeption und Produktion der Werbesendungen als in die Distribution, die aber weiterhin den grössten Kostenblock darstellt. Und der Wert für die Druckproduktion von Mailings wird mit immerhin 3,12 Mrd. € angegeben. Gar nicht so schlecht für ein «nettes Briefchen».

Taucht da bei den Menschen etwa eine Sehnsucht nach etwas Realem auf, nach etwas Haptischem, nach etwas, das bleibt – und nicht beim nächsten Klick vom Monitor und damit aus dem Gedächtnis verschwunden ist? Gedrucktes auf Papier, vorausgesetzt, es ist interessant, optisch ansprechend und handwerklich exzellent gemacht, schafft gute Voraussetzungen für ein Revival des Haptischen. Zumal Print gleich zwei Dinge erreichen kann: Glaubwürdigkeit und Wertigkeit.

Drucksachen, die als Wegwerfprodukt konzipiert sind, werden dies nicht vermitteln können. Ohnehin sind billig und lieblos produzierte Drucksachen für den Papierkorb beim Empfänger bestimmt. Werden sie jedoch engagiert und mit Liebe zum Detail hergestellt, spüren Empfänger und Leser diese Wertschätzung. Sie werden sich damit beschäftigen, vielleicht sogar aufheben oder weiterreichen. Dann ist das Ziel beim Mailing, bei der Werbung und bei allen anderen Drucksachen erreicht, die damit eine relevante Zukunft haben!



Ihre Druckmarkt-Redaktion

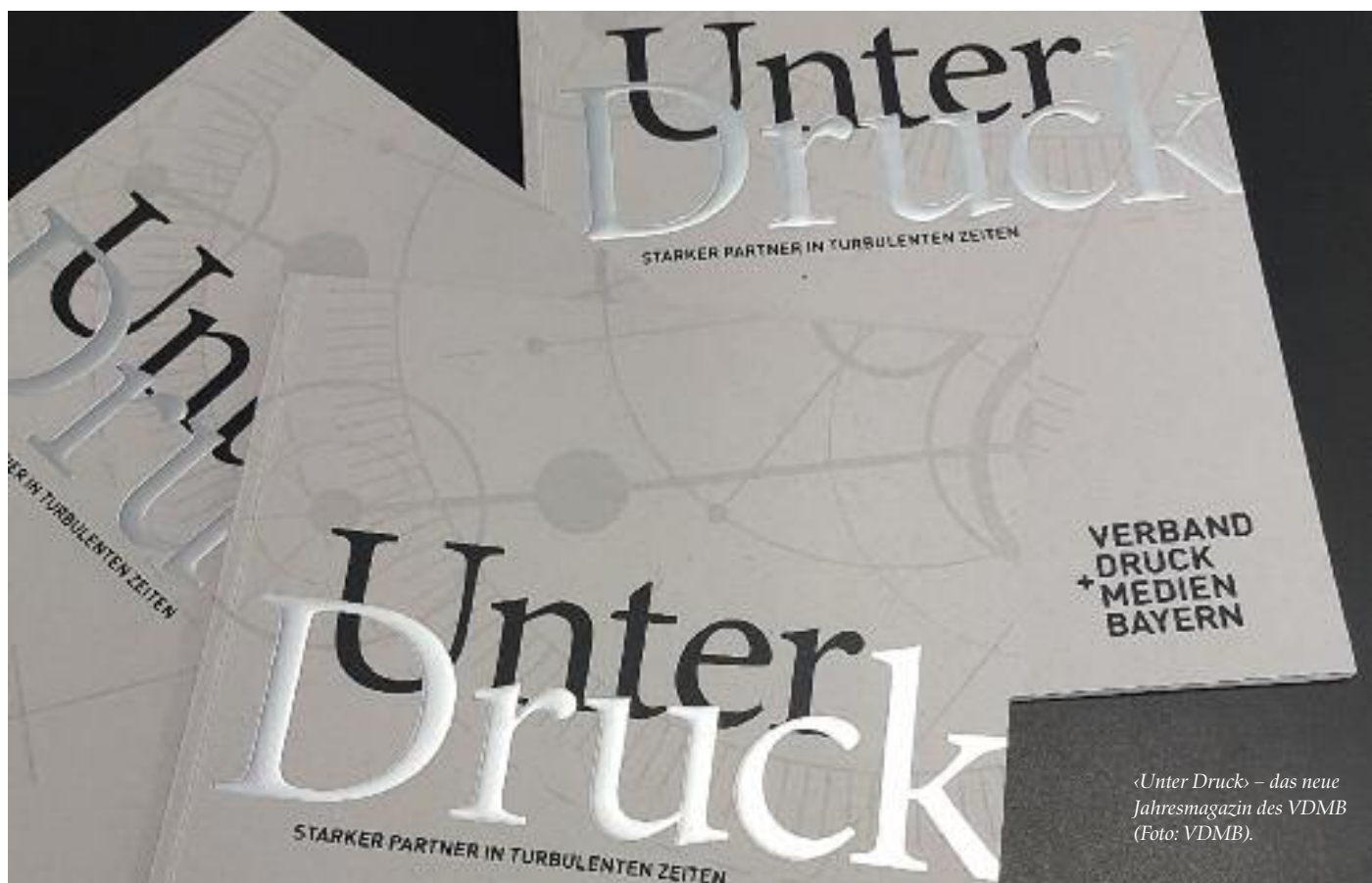
Klaus-Peter und Julius Nicolay

«Die EDP Awards sind der renommierteste und wertvollste Technical Award für das digitale Print-Business in Europa.»



So die Stimme eines Teilnehmers.
Danke. Und herzlichen Glückwunsch den Gewinnern.

SOFTWARE/HARDWARE Best layout, design and editing software: **CHILI Publish | CHILI publisher UGE** • Best color management: **Onyx Graphics | Onyx 18** • Best workflow technology: **Tilia Labs | Griffin Pro app** • Best special application software: **CloudLab | printQ 3D packaging Design** • Best measurement: **AVT | Jet-IQ** • Best curing system: **ebeam | Compact** • **LARGE/WIDE FORMAT PRINTING** Best roll-to-roll printer up to 170 cm: **Mimaki | UCJV300-160** • Best flatbed/hybrid printer up to 250 m²/h: **swissQprint | Nyala LED** • Best flatbed/hybrid printer > 250 m²/h: **Durst | P5 250 HS** • Best textile printer roll-to-roll > 100 m²/h: **Agfa Graphics | Avinci DX3200** • Best textile printer on transfer paper: **Aleph | LaForte Optima Paper 340** • Best direct to garment printer: **Brother | GTX** • **COMMERCIAL PRINTING** Best cut-sheet printer monochrome up to B3: **Canon | Océ Vario-Print 6000 Titan** • Best cutsheet printer color up to B3 > 200.000 A4/month: **Ricoh | Pro C7200X series** • Best color printer up to B3 > 500.000 A4/month: **Kodak | Nexfinity Digital Press** • Best label printer web: **Screen | Truepress Jet L350UV+LM** • **PRINT & FINISHING SOLUTIONS** Best label printing solution: **ebeam, Uteco, INX | GAIA** • Best corrugated solution: **EFI | Nozomi C18000** • Best wallpaper solution: **Veika | Dimensor** • Best textile solution: **Konica Minolta | Nassenger SP-1** • **FINISHING & ENHANCEMENT** Best digital sheetfed cutting solution: **Highcon | Euclid IIC** • Best digital wide format cutting solution: **eurolaser | XL-3200** • Best finishing support tool: **Zünd | Over Cutter Camera OCC** • Best book on demand postpress solution: **Tecnav | Libra 800** • Best webfed finishing solution: **HP Indigo | GEM** • Best enhancement solution: **Leonard Kurz | DM-Liner UV-ink** • **CONSUMABLES** Best special effect ink: **HP Indigo | Silver ink** • **ACCOMPANYING TECHNOLOGIES** Best 3D additive full color printer: **Mimaki | 3DUJ-553**



«Unter Druck» – das neue Jahresmagazin des VDMB (Foto: VDMB).

VDMB GESCHÄFTSBERICHT ALS MAGAZIN

Die aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen der Unternehmen werden von der Publikation «Unter Druck – Starker Partner in turbulenten Zeiten» genauso beleuchtet wie wichtige Zukunftsfragen der gesamten Druck- und Medienbranche.

Die Druck- und Medienbranche ist kräftig unter Druck. Seit Jahren setzen sich die Unternehmen mit der wachsenden Konkurrenz digitaler Kanäle, immer grösserer Auftragsvolatilität und dem harten Wettbewerb auseinander. Nun sehen sie sich weiteren schwierigen Herausforderungen gegenüber: Der zunehmende Fachkräftemangel macht der mittelständisch geprägten Druckbranche zu schaffen und obendrein haben die Betriebe mit deutlich

steigenden Preisen für Papier, Farben und Druckplatten zu kämpfen. Der Margendruck hat 2018 für viele Unternehmen noch einmal deutlich zugenommen. Kein Wunder, dass viele Betriebe vollauf damit beschäftigt sind, für eine auskömmliche Auslastung ihrer Produktion zu sorgen. «Trotz der immensen Belastungen aus dem Tagesgeschäft muss der Unternehmer die wichtigen Weichenstellungen für die Zukunft seines Unternehmens im

Auge behalten. Deswegen wollen wir im völlig neu gestalteten Jahresbericht des VDMB nicht nur Themen wie Preissteigerungen, Nachwuchsgewinnung, Tarifreform und Fachkräftemangel beleuchten, sondern auch Zukunftsfragen und ihre Auswirkungen auf die Druckbranche», sagt **Holger Busch**, Hauptgeschäftsführer des VDMB. In der Publikation unter dem Titel «Unter Druck – Starker Part-



ner in turbulenten Zeiten» kommen renommierte Fachautoren zu Wort und äussern sich zu Themen wie der Digitalisierung der Wertschöpfungsketten, dem Einsatz künstlicher Intelligenz in der Druckproduktion, den Perspektiven von Druckindustrie 4.0, den Facetten des Online-Drucks oder der Kundenfokussierung für eine erfolgreiche Vertriebsarbeit von morgen. «In den Unternehmen der Druckindustrie ist viel Bewegung spürbar. Gerade in diesen bewegten Zeiten wollen wir ihnen als VDMB ein verlässlicher Partner sein», so Busch. Gedruckt wurde das Magazin auf Papieren von Gmund. Der VDMB setzt bei seinen wichtigsten Printprodukten bewusst auf Papier vom Tegernsee. Durch die gezielte Verwendung von neuen und innovativen Papieren zeigt der Verband mit diesen Refe-

renzprodukten, wie mit Papier die Wirkung eines Produktes deutlich gesteigert werden kann.

Gmund und der VDMB werden auch in Zukunft intensiv zusammenarbeiten, um die Vorteile hochwertiger Printprodukte aufzuzeigen. Dazu haben Florian Kohler, Inhaber Gmund Papier, und Holger Busch ihre Vereinbarung in Aschheim bei München erneuert. Gemeinsam werden beide Partner auch weiterhin interdisziplinär an der Neuausrichtung von hochwertigen Printmaterialien für die Printmedien der Zukunft arbeiten.

Die Publikation steht online als PDF zur Verfügung. Gedruckte Exemplare können per E-Mail bestellt werden.

› www.vdmb.de/downloads
› m.rappl@vdmb.de

KOENIG & BAUER STARKER AUFTRAGSEINGANG IM ERSTEN HALBJAHR

Die Koenig & Bauer-Gruppe ist mit einem besonders hohen Auftragseingang von 454,4 Mio. € im zweiten Quartal und einem zum Halbjahresende auf 805,8 Mio. € gestiegenen Auftragsbestand bei ihren Zielen für das Geschäftsjahr 2018 auf Kurs.

Ein starkes Wertpapiergeschäft und mehr Bestellungen im Verpackungsdruck führten nach einer Mitteilung von Koenig & Bauer zum Anstieg des Auftragseingangs im ersten Halbjahr 2018 um 17,2% auf 705,3 Mio. € (2017: 601,9 Mio. €). Mit guten Q2-Erlösen von 297,1 Mio. € liegt der Konzernumsatz bei 514,4 Mio. €. Im Sheetfed-Segment wurde mit 326,3 Mio. € ein guter Auftragseingang erreicht.



Nach Einschätzung des Vorstandsvorsitzenden **Claus Bolza-Schünemann** profitiert Koenig & Bauer dabei von der gestie-

genen Investitionsbereitschaft der Verpackungsdrucker. Trotz des gestiegenen Auftragseingangs im flexiblen Verpackungsdruck lagen die Bestellungen bei Digital & Web mit 84,7 Mio. € durch geringere Maschinenverkäufe für den Zeitungsdruck und Serviceaufträge leicht unter dem Vorjahreswert. Durch grosse Neuabschlüsse im Wertpapierdruck und Zuwächse im Kennzeichnungsdruck legte der Auftragseingang bei Special dagegen um 52,8% auf 330,6 Mio. € zu. «Mit dem von Giesecke+Devrient erhaltenen Grossauftrag über die Lieferung von mehreren Maschinenlinien für die Produktion sicherer Banknoten in Ägypten

sind wir im Wertpapierdruck bis weit in das Jahr 2019 gut ausgelastet», erläutert Claus Bolza-Schünemann: Für 2018 (ebenso wie mittelfristig) strebt der Vorstand einen organischen Umsatzanstieg von rund 4% an. Bei einer gut gefüllten Pipeline in allen Geschäftsfeldern stützt sich die Prognose auf den Auftragsbestand von 805,8 Mio. € zum Halbjahresende und auf Fortschritte bei der konzernweiten Serviceoffensive und den Kostensenkungsprojekten. Mit diesen Projekten soll bis 2021 eine Ergebnissteigerung von 70 Mio. € gegenüber 2016 realisiert werden.

› www.koenig-bauer.com

HEIDELBERG GUTER START INS NEUE GESCHÄFTSJAHR

Die Heidelberger Druckmaschinen AG ist mit Zuwächsen bei Umsatz und Ergebnis ins Geschäftsjahr 2018/2019 gestartet. Der Auftragseingang verbesserte sich im 1. Quartal um 6%.

Aufgrund der hohen Nachfrage nach dem neu etablierten Subskriptionsmodell (siehe Seite 36) und dem Start der Serienfertigung der Digitaldruckmaschine Primefire werde das Potenzial der digitalen Transformation für Heidelberg zunehmend sichtbar, heisst es in einer Unternehmensmitteilung. Der Auftragseingang sei im 1. Quartal (1. April bis 30. Juni) gegenüber dem Vorjahreswert um 6% auf 665 Mio. € gewachsen.

Dabei wurden im 1. Quartal bereits die ersten Erlöse aus abgeschlossenen Subskriptionsverträgen erzielt, die während der Laufzeit von in der Regel fünf Jahren wiederkehrende Umsätze generieren. Schon jetzt sei der

Auftragsbestand bei Serviceleistungen und Verbrauchsmaterialien um 18% auf 714 Mio. € gewachsen. Auch im traditionellen Geschäft wuchs Heidelberg und erzielte ein Umsatzplus von 9% auf 541 Mio. €. «Die hohe Nachfrage nach dem Subskriptionsangebot und den Digitaldruckmaschinen



übertrifft unsere Erwartungen», sagt **Rainer Hundsdoerfer**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg. «Die neuen Geschäftsmodelle werden anfangs noch relativ geringe, mittelfristig aber deutlich steigende Umsatz- und Ergebnisbeiträge liefern.

› www.heidelberg.com

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen • Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

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

**Graphische
Maschinen**



Bildquelle: djedzura | 123rf.com.

KINDER-MEDIEN-STUDIE 2018

LESEN UND SPIELEN MIT UND OHNE PHONE

Kein «Entweder oder», sondern «Sowohl als auch»: Kinder in Deutschland wachsen in die Dualität von analogen und digitalen Medien- und Freizeitaktivitäten hinein und sind offenbar smart genug, die beiden Welten exzellent zu managen.

Das ist eine der Erkenntnisse der Kinder-Medien-Studie 2018 von Blue Ocean Entertainment, Egmont Ehapa Media, Gruner + Jahr, Panini, Spiegel- und Zeit-Verlag. Die sechs Medienhäuser haben zum zweiten Mal in einer repräsentativen Medienstudie das Mediennutzungsverhalten von 7,26 Millionen Kindern in Deutschland untersucht. Danach ziehen sich Kinder trotz zunehmender Digitali-

sierung nicht in die virtuelle Welt zurück, sondern nehmen das aktuelle Geschehen ihrer Umwelt mit allen Sinnen wahr. Kinder verfügen zudem über eine gute Balance zwischen analoger und digitaler Beschäftigung und halten sich bei der Freizeitgestaltung beide Welten offen. Mit «Freunden zusammen sein» (89%) oder «im Freien spielen» (81%) haben in allen Altersklassen eine hohe Bedeutung. Gleichzeitig werden digitale Spiele auf Tablet,

Smartphone oder Computer mit zunehmendem Alter immer relevanter (71% der 13-Jährigen gegenüber 7% bei den Vierjährigen).

Auch sind Kinder Sammler: Figuren und Karten gehören ebenso zu ihren Schätzen wie Zeitschriften. 84% aller befragten Kinder geben an, Magazine aufzubewahren, um immer wieder in ihnen lesen zu können. Gleichzeitig entwickelt sich das Online-Interesse: Mit zunehmendem Alter werden die Kinderzimmer digitaler, Hard- und Soft-

ware ergänzen die Ausstattung und ab 13 Jahren ersetzen elektronische Geräte auch traditionelles Spielzeug: So besitzen 92% der 13-jährigen Mädchen und Jungen bereits ein Smartphone, 55% einen Computer und 26% ein Tablet.

Doch Kinder lesen am liebsten auf Papier. Beim Lesevergnügen spielen elektronische Endgeräte und Lesemedien in der Zielgruppe der Vier- bis 13-Jährigen keine Rolle.

Auch wenn die App für ältere Kinder von zehn bis 13 Jahren von Relevanz ist (74%), nutzen 97% der Kinder das Telefon stärker als die Textnachricht (90%). Bei den Sechs- bis Neunjährigen ist die Differenz noch deutlicher ausgeprägt: Während 88% ab und zu telefonieren, schreiben 42% Textnachrichten. Lieber schreiben die Jüngeren sogar noch Postkarten oder Briefe (43%). Danach erst folgen Sprachnachrichten (20%) und das Posten von Bildern (16%). Ältere Kinder bleiben allen Kommunikationsformen gegenüber offen, senden fast genauso gerne Sprachnachrichten wie Bilder (70% und 65%) und nehmen auch weiterhin noch gerne den Stift in die Hand, um Grüße per Post zu verschicken (49%).

70%
DER DEUTSCHEN KINDER

lesen Bücher oder Zeitschriften mehrmals pro Woche auf Papier.

Quelle: Kinder-Medien-Studie 2018



RICOH
imagine. change.



Ricoh Pro C7200X

Auffallend besser drucken

- **5. Farbe:** weiss, transparent, neongelb /-pink und unsichtbares Rot für Sicherheitsdruck
- ab 85 Seiten/Minute
- Grammaturen bis 360 g/m²
- Bannerdruck bis 1260 mm
- Auflösung bis 2400 x 4800 dpi

KAMA

WEITER AUF REKORDJAGD

Die KAMA GmbH hat zum dritten Mal in Folge den Umsatz gesteigert und schloss das Geschäftsjahr 2017/18 (zum 31. März) mit einem Rekord von 15,6 Mio. € ab. Nach einem Plus von 13% im Vorjahr erzielte der Maschinenhersteller ein weiteres Wachstum von 6%. Rund 80% des Umsatzes machen die Dresdner mit ihrem Kerngeschäft, dem Bau und Vertrieb vielseitiger Veredelungsstanzen sowie Falt- und Klebmaschinen für Akzidenzen und die Faltschachtelfertigung. Hinzu kommen die Erlöse aus der Produktion von Heissfoliensystemen für Etiketten. Zum Wachstum beigetragen haben besonders zwei Effekte. Erstens die gestiegene Nachfrage aus Asien, West- und Osteuropa. Gut ein Viertel der Maschinenerlöse kamen aus Japan, Malaysia, Singapur, den Philippinen und Australien. Zweiter Umsatztreiber ist die neue Faltschachtelklebmaschine KAMA FF 52i, die auf der drupa 2016 vorgestellt wurde. Die vollautomatische FKM, die rekordschnelle Auftragswechsel möglich macht, kam für den Trend zu kleinen Verpackungsaufgaben, Versionierung und digital gedruckten Faltschachteln gerade zum rechten Zeitpunkt auf den Markt. Die innovative Lösung mit patentierter Falt- und Klebestrecke und Inspektion ist bei Faltschachtelherstellern erfolgreich im Einsatz, beispielsweise in Deutschland, den USA und Italien.

› www.kama.info

PREISERHÖHUNGEN BEIM PAPIER**EINKAUFSGEMEINSCHAFTEN BRINGEN SICH IN STELLUNG**

Die Druckereien erleben aktuell eine dramatische Entwicklung am Papiermarkt. Permanente Papierpreiserhöhungen und Lieferschwierigkeiten bringen Druckereien zunehmend in Bedrängnis. Inzwischen sieht sich auch der Bundesverband des Deutschen Papiergrosshandels (BVdDP) gezwungen, die Preiserhöhungen zu kommentieren. Nach einer entsprechenden Verlautbarung «tragen vom Printbedarf entkoppelte Verbräuche in den Rohmaterialsegmenten Zellstoff und Chemikalien kurz- und langfristig zur Aufwärtsbewegung bei», so der Verband. Zum anderen schränkten Importzölle auf Recyclingqualitäten insbesondere auf den asiatischen Märkten die Verfügbarkeit ein, verknäpften das Angebot und trieben die internationalen Papierpreise in die Höhe. Und schliesslich argumentiert der Verband, dass die «internationalen Kostensteigerungen begleitet werden von national wachsenden Ausgaben für den Transport entlang der gesamten Supply Chain – forciert unter anderem durch die Ausweitung von mautpflichtigen Strassen seit Juli 2018.» Letzteres kann aber wohl kaum der Grund für die Preiserhöhungen seit 2017 sein. Dennoch hält der BVdDP daran fest, dass es für den Papiergrosshandel keine andere Möglichkeit gebe, als die Preis- und Kostensteigerungen unverzüglich und umfänglich an seine Kunden weiterzugeben.

Aber muss die Branche dem Wirken der Papierhändler und Papierhersteller wirklich tatenlos zusehen? Oder gibt es Möglichkeiten, dem entgegenzuwirken? Natürlich haben auch die Papier-Einkaufsgemeinschaften die Entwicklung beobachtet, bringen sich nunmehr in Stellung und empfehlen sich als wirksamer Hebel am Markt, die Position gegenüber Papierlieferanten zu verbessern.

Dabei ist das Prinzip dieser Einkaufsallianzen vergleichsweise einfach: Sie bieten als Einkaufsdienstleister Lösungen zur Bedarfsbündelung im Papiereinkauf, mit der sich Druckereien «strategisch besser aufstellen» könnten. Ob sie ihre Versprechen wie dauerhafte Top-Konditionen und sofortige Kostensenkung ohne eigenen Aufwand auf Dauer halten können, müssen sie in dieser komplizierten Lage indes noch bestätigen. Dennoch erscheint es gerade für kleinere Druckereien durchaus sinnvoll, sich bei einem der Einkaufsdienstleister oder -genossenschaften über deren Konditionen zu erkundigen. Wichtig dabei: Gibt es Mengenabnahmeverpflichtungen? Bleibt die freie Lieferantenwahl? Wie hoch ist das Kostensenkungs-potenzial? Entsprechende Angebote bieten Paperconnect, EKDD, Princoso ...

nico

Koenig & Bauer

GERMAN BRAND AWARD

Koenig & Bauer zählt zu den Preisträgern des German Brand Award 2018. Die renommierte Auszeichnung wurde zum dritten Mal vom Rat für Formgebung und dem German Brand Institute vergeben. Sie würdigt innovative Marken, eine konse-



Für den neuen Markenauftritt des Unternehmens erhielt Koenig & Bauer den German Brand Award in der Kategorie «Industry, Machines & Engineering».

quente Markenführung und nachhaltige Markenkommunikation. Der Druckmaschinenhersteller mit Hauptsitz in Würzburg überzeugte durch die traditionell-moderne Leitidee der Marke Koenig & Bauer – sachlich und modern im Erscheinungsbild, aber zugleich als Erinnerung an die beiden Gründerväter des Unternehmens, die vor mehr als 200 Jahren den Grundstein des Druckmaschinenbaus gelegt haben.

Koenig & Bauer erhielt für den neuen Markenauftritt, der zum 200-jährigen Geburtstag des Traditionsunternehmens im Herbst 2017 umgesetzt wurde, eine «Special Mention» in der Kategorie «Industry, Machines & Engineering». Die Preisverleihung und Übergabe der Auszeichnung fand im Rahmen einer feierlichen Gala am 21. Juni 2018 in Berlin statt.

› www.koenig-bauer.com

Kooperation

CEWE-PRINT.DE UND HDM STUTTGART

Den Talenten von morgen die Möglichkeit zum Forschen, Lernen und Entdecken bieten. Dieses Ziel verfolgt Cewe-Print mit der Kooperation mit dem neuen englischsprachigen Studiengang «Print Media Technologies» der Hochschule der Medien Stuttgart. Die Zusammenarbeit startete zum 1. Juli und beinhaltet die gemeinsame Betreuung von Bachelor- und Masterarbeiten, Projekte in den Bereichen des variablen Datendrucks, der Post-Press Prozesse und auf ingenieurtechnischen Gebieten. Zudem gibt es für Studierende das Angebot, Praktika und Praxissemester bei Cewe-Print zu absolvieren. Die Studierenden sollen so ihr Studium möglichst praxisnah gestalten können und von den Erfahrungen der Oldenburger Online Druckerei profitieren. Für beide Partner ergeben sich durch die Zusammenarbeit positive Effekte: Die Hochschule kann praxisnahes Wissen vermitteln und die Online Druckerei freut sich über Ideenaustausch und -entwicklung mit den jungen Nachwuchstalenten. Ebenfalls im Rahmen der Kooperation stiftet Cewe-Print ein sogenanntes Deutschlandstipendium an einen Studierenden der Fakultät Druck und Medien. Das Stipendium wird im Rahmen des nationalen Stipendienprogramms vergeben, wobei die von Cewe-Print zur Verfügung gestellten Mittel vom Bund verdoppelt werden.

› www.cewe-print.de

› www.hdm-stuttgart.de

150 JAHRE WERKBERUFSSCHULE TALENTSCHMIEDE FEIERT JUBILÄUM

Rund 200 Gäste, Mitarbeiter und Schüler feierten am 6. Juli 2018 das 150-jährige Gründungsjubiläum der Werkberufsschule bei Koenig & Bauer. Einst gegründet, um die fränkischen Weinbauern für die Arbeit in der Fabrik zu qualifizieren, ist die Schule heute die «Talentschmiede» des Unternehmens. Die enge Verbindung zwischen Theorie und Praxis ist ein Erfolgsmodell, das Geschichte schrieb.

Text und Bilder: Koenig & Bauer

Lange bevor sich staatliche Berufsschulen ausbreiteten, begründete Koenig & Bauer 1868 durch die Einrichtung der weltweit ersten Werkberufsschule das Modell der dualen Ausbildung. «Als Lernfabrik einer neuen Generation bereitet die Werkberufsschule heute die Fachkräfte von morgen auf die Herausforderungen einer digitalisierten Welt vor», sagte Claus Bolza-Schünemann, Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG, beim Festakt in Würzburg.

Als Friedrich Koenig und Andreas Bauer, die beiden Unternehmensgründer, Anfang des 19. Jahrhunderts im Kloster Oberzell eine Druckmaschinenfabrik einrichteten, war die Region um Würzburg vor allem vom Weinbau geprägt. Um eine moderne Arbeitsteilung im Sinne der Industrialisierung verwirklichen zu können, fehlte es an geeigneten Fabrikarbeitern. Die logische Konsequenz für Friedrich Koenig, den Sohn des Gründervaters: die Schaffung einer «Fabrikfortbildungsschule». Abgesehen von wenigen Unterbrechungen während der beiden Weltkriege bildet Koenig & Bauer seitdem handwerkliche und technische Berufe aus. Seit der Gründung am 2. Juli 1868 haben weit über 7.000 Menschen an der heutigen Werkberufsschule die ersten Schritte ihres beruflichen Werdegangs gesetzt.

Aktuell ist die Schule für die Qualifikation von 120 Auszubildenden verantwortlich.

Zeugnis sozialer Innovation

Die Werkberufsschule ist Teil mehrerer sozialer Innovationen, mit denen Koenig & Bauer im 19. Jahrhundert dem Zeitgeist weit voraus war. Seit 1993 ist sie staatlich anerkannt unter der Aufsicht der Regierung von Unterfranken.

Ausgebildet werden aktuell junge Menschen in den Berufsbildern Giesereimechaniker/in, Industriemechaniker/in, Konstruktionsmechaniker/in, Mechatroniker/in und Zerspanungsmechaniker/in. In Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg betreut die Werkberufsschule Koenig & Bauer ausserdem duale Studierende in den Fachrichtungen Elektrotechnik, Maschinenbau und Mechatronik. Mit einer Übernahmequote von 100% unterstreicht Koenig & Bauer die Qualität der Talentschmiede und sichert den Fachkräftenachwuchs in der Region. Vor dem Hintergrund der steigenden Tendenz unbesetzter Ausbildungsplätze hob Dr. Eberhard Sasse, Präsident des Bayerischen Industrie- und Handelskammertags (BIHK), die Entwicklungs- und Karrierechancen junger Menschen, die den Weg einer Berufsausbildung einschlagen, hervor: «Die deutsche Wirtschaft sucht fast schon händeringend nach gut ausgebildeten Fachkräften.» Er lobte die Initiative, aktiv an der Bewältigung



Hohe Auszeichnung für das Engagement im beruflichen Bildungswesen: Vorstandsvorsitzender Claus Bolza-Schünemann (links) und Schulleiter Reinhard Munz erhielten zum 150-jährigen Jubiläum der Werkberufsschule die Ehrenurkunde der Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt.

des Fachkräftemangels zu arbeiten. «Sie haben das getan, was Koenig & Bauer auszeichnet: Sie haben sich ein Problem angesehen und visionär eine Lösung entwickelt», so Sasse an



Dr. Eberhard Sasse, Präsident des Bayerischen Industrie- und Handelskammertags, verwies mit Blick auf den Fachkräftemangel auf die grosse Bedeutung der beruflichen Ausbildung.

die Adresse der Firmenleitung und ihrer Vorfahren.

Dass das Modell bei den Auszubildenden ankommt, zeigen die Erfolge der vergangenen Jahrzehnte. Regelmässig belegen Absolventen von Koenig & Bauer die ersten Plätze bei IHK-Prüfungen, auch Landes- und Bundesbeste waren schon dabei.

Permanent neu erfunden

Die Auszubildenden schätzen neben der guten Ausstattung der Werkberufsschule (manch ein Unternehmen am freien Markt wäre glücklich, so modern ausgestattet zu sein) und den vielseitigen Entwicklungsmöglichkeiten auch das Gefühl, in einem Unternehmen mit Tradition tätig zu sein. «Die Werkberufsschule hat sich dank der exzellenten Leitung sowie engagierter Fachlehrer permanent zum Stand der technischen Entwicklung neu erfunden», sagte Claus Bolza-Schünemann. Heute fungiert sie als «Lernfabrik» der Industrie 4.0 und ist das Bindeglied zwischen Mensch und Technik. Die enge Verbindung zwischen Theorie und Praxis ermöglicht zudem einen schlanken Übergang von der Ausbildung in Produktion und Montage – ein Modell, das laut Schulleiter Reinhard Munz auch in Zukunft bestehen wird: «Aktuell entsteht ein immenser Bedarf an hoch qualifizierten Fachkräften, die neue Projekte im Zuge der digitalen Revolution verwirklichen.»

➤ www.koenig-bauer.com

JOURNALISMUS

DEUTSCHE GLAUBEN AN PRINT

Ein schneller Blick aufs Smartphone ersetzt die Lektüre der Tageszeitung, ein schnelles Web-Video die 20 Uhr-Nachrichten. Wohin führt uns die Digitalisierung und welche Auswirkungen hat sie auf den Medienkonsum? Dieser Frage ist Statista mit der Studie «New Storytelling» im Auftrag von nextMedia.Hamburg auf den Grund gegangen – mit guten Nachrichten für klassische Medien: Mehr als die Hälfte der Deutschen hält an Print-Produkten fest!

Studie von nextMedia.Hamburg

Besonders die Altersgruppe über 30 Jahre glaubt weiter an den Fortbestand der Tageszeitung. Die jüngeren Befragten, wenn auch nur knapp, prognostizieren eher eine Ablösung durch Smartphone und Co. Lohnenswert ist ein Blick auf die Vielfalt der Print-Produkte. Gerade Fachmagazine sollen bei den Deutschen auch in zehn Jahren noch hoch im Kurs stehen. 53% der 18- bis 29-Jährigen glaubt an ihren Fortbestand; bei der Tageszeitung sind es immerhin noch 44%. Die älteren Altersgruppen schliessen sich dieser Prognose weitestgehend an, für sie bleiben aber auch lokale Zeitungen und Magazine relevant.

Andere Print-Produkte wie Nachrichtenmagazine, Boulevardtitel oder Kundenmagazine haben bei den Befragten weniger Relevanz. Lediglich 9% aller Befragten glauben, dass in zehn Jahren überhaupt kein Print-Produkt mehr relevant sein wird. Print-Medien werden also in den Augen der meisten Deutschen, ihre Daseinsberechtigung behalten.

Dabei müssten sie sich ihre Zielgruppe jedoch mit neuen Medien wie etwa Virtual Reality teilen. Zwar haben erst 15% der Deutschen eine Nachrichtensendung mit VR oder AR gesehen, doch glauben sie genau zu wissen, welche Themen sie gern virtuell erleben möchten: 67% wollen Inhalte zu Natur-Themen über VR er-

leben. Bei den über 50-Jährigen sind es sogar 72%. Etwa die Hälfte der Befragten interessiert sich für Sport oder Wissenschaft. Nur ein Drittel kann sich für Kultur oder Politik über VR begeistern. Natur-Content sollte laut Studie am besten als Dokumentation (72%) oder Reportage (62%) aufbereitet werden.

Live-Formate und KI

Auch Live-Formate kommen gut an: 56% wollen direkt dabei sein, wenn etwas Aufregendes passiert, denn der Mehrwert von VR liegt laut Befragten in der besseren Erlebbarkeit. Lediglich 24% sehen keinerlei Mehrwert in VR-Inhalten; bei den 18- bis 29-Jährigen sind es sogar nur 10%. Neben Virtual Reality gewinnen üb-

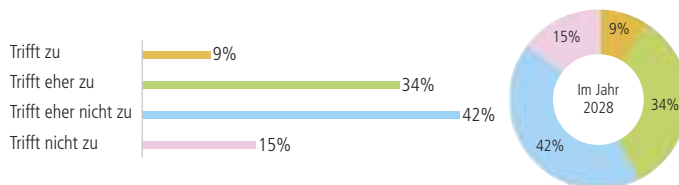
rigens auch Podcasts und Messenger-Dienste immer mehr Bedeutung in der (Medien-)Berichterstattung – das zeigt die nextMedia.Hamburg-Studie «Messenger-Dienste, Podcasts und VR/AR» sehr deutlich.

Auch Künstliche Intelligenzen (KI) halten immer weiter Einzug in den Journalismus. Doch sind 45% der Deutschen der Meinung, dass sich diese Technologie nicht durchsetzen wird. Entsprechend skeptisch stehen sie automatisierten Nachrichten gegenüber: 49% sind kritisch, 28% lehnen diese News ganz ab. Nur 3% halten Roboterjournalismus für sinnvoll. Diese Einschätzungen spiegeln sich in der Bewertung der Glaubwürdigkeit automatisierter Nachrichten wider: 43% halten diese Meldungen für unglaublich, nur 18% schen-

ken diesem Content Glauben, die restlichen 39% können die Glaubwürdigkeit gar nicht einschätzen. Entsprechend nachvollziehbar: 91% der Deutschen sprechen sich für eine Kennzeichnung von automatisiert erstellten Artikeln aus.

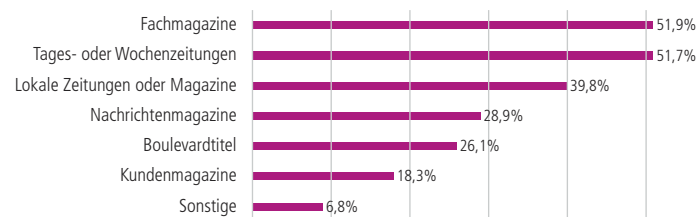
Ein Trend-Thema in Sachen Zukunft von Content ist ausserdem autonomes Fahren. Das Mehr an Zeit, das durch Mitfahren statt Selbstfahren entsteht, wollen immerhin 22% nutzen, um sich über aktuelle Nachrichten zu informieren. Ein Drittel der Befragten möchte die Zeit allerdings lieber mit Entertainment verbringen: Musik hören, Serien oder Filme schauen oder ein Buch lesen. Nur etwa jeder Fünfte würde arbeiten, soziale Kontakte pflegen oder sich erholen.

BEWERTEN SIE DIE AUSSAGE: PRINTMEDIEN SIND IN ZEHN JAHREN TOT



Quellen: Studie nextMedia.Hamburg. Druckmarkt-Grafik 8/2018.

PRINT-PRODUKTE, DIE LAUT UMFRAGE IN 10 JAHREN NOCH RELEVANT SIND



Quellen: Studie nextMedia.Hamburg. Druckmarkt-Grafik 8/2018.

Hintergrund

Die repräsentative Studie wurde im Vorfeld des *scoopcamp* am 27. September 2018 von Statista im Auftrag von nextMedia.Hamburg zwischen dem 17. und 24. Mai 2018 durchgeführt. Das *scoopcamp* ist eine Konferenz für Onlinemedien, zu der *Hamburg@work*, nextMedia.Hamburg sowie dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH Experten, Entscheider und Innovatoren der IT- und Medienbranche zur Diskussion einladen. Im Fokus stehen Themen wie «Data Journalism», «Social Media» und «New Storytelling» in digitalen Medien.

- www.dpa.com
- www.nextmedia-hamburg.de
- www.scoopcamp.de



printQ

WIR REVOLUTIONIEREN WEB TO PRINT



Web to Print so einfach wie möglich auf der Basis aktueller Technologien, das fasst die Idee hinter unserer eCommerce-Lösung für Druckereien in einem Satz zusammen. Klingt spannend?

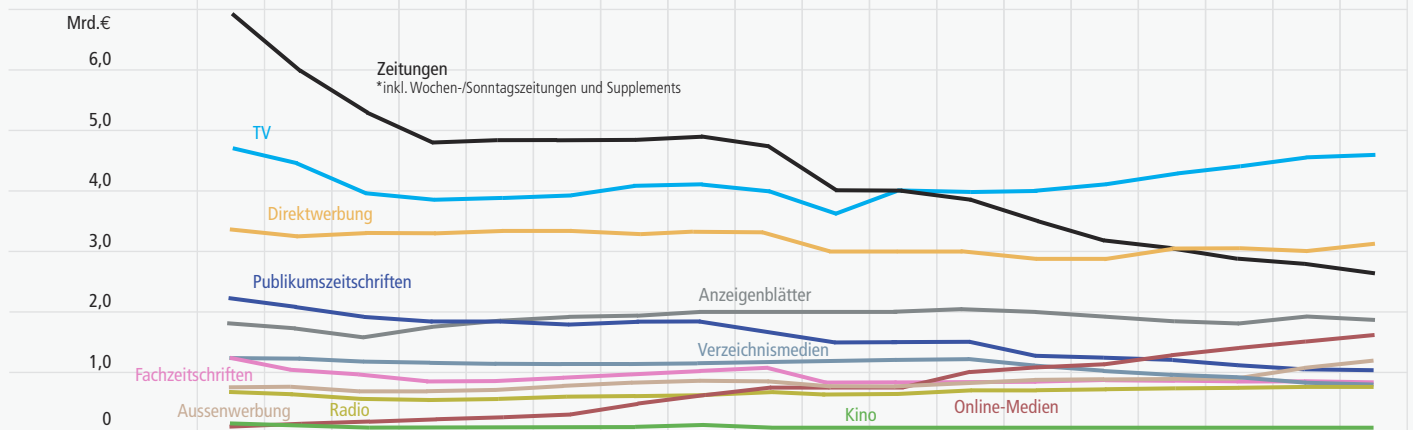
Ist es auch, überzeugen Sie sich selbst! Gerne beraten wir Sie individuell und präsentieren Ihnen printQ in einer persönlichen Webdemo.

Unser Ansprechpartner
Thomas Mac Millan hilft
Ihnen gerne weiter.

sales@cloudlab.ag
0231 - 60 00 17 56

WERBEAUFWENDUNGEN DEUTSCHLAND (NETTO): ANTEILE DER MEDIEN IN MRD. EURO

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Zeitungen*	6,91	5,99	5,29	4,80	4,85	4,83	4,88	4,92	4,72	3,98	3,94	3,86	3,51	3,18	3,07	2,88	2,76	2,60
Anzeigenblätter	1,79	1,74	1,66	1,75	1,84	1,90	1,94	1,97	2,01	1,97	2,01	2,06	2,00	1,93	1,85	1,81	1,92	1,86
Publikumszeitschriften	2,25	2,09	1,94	1,86	1,84	1,79	1,86	1,82	1,69	1,41	1,45	1,44	1,28	1,24	1,19	1,07	1,02	0,96
Fachzeitschriften	1,27	1,06	0,97	0,88	0,87	0,90	0,96	1,02	1,03	0,85	0,86	0,86	0,86	0,89	0,87	0,86	0,86	0,83
Verzeichnismedien	1,27	1,27	1,25	1,22	1,20	1,20	1,20	1,21	1,23	1,18	1,15	1,14	1,10	1,02	0,97	0,89	0,84	0,79
Direktwerbung**	3,38	3,26	3,34	3,30	3,40	3,40	3,32	3,35	3,29	3,08	2,98	2,99	2,87	2,87	3,06	3,06	3,00	3,12
Aussenwerbung	0,75	0,76	0,71	0,71	0,72	0,77	0,79	0,82	0,81	0,74	0,77	0,81	0,87	0,89	0,93	1,00	1,03	1,15
TV	4,71	4,47	3,96	3,81	3,86	3,93	4,11	4,16	4,04	3,64	3,95	3,98	4,05	4,13	4,29	4,42	4,56	4,59
Radio	0,73	0,68	0,60	0,58	0,62	0,66	0,68	0,69	0,71	0,68	0,69	0,71	0,72	0,75	0,74	0,74	0,77	0,78
Kino	0,17	0,18	0,12	0,12	0,11	0,12	0,11	0,16	0,08	0,08	0,09	0,09	0,08	0,08	0,08	0,10	0,09	0,09
Online-Medien	0,15	0,19	0,23	0,25	0,27	0,33	0,50	0,69	0,75	0,76	0,86	0,99	1,08	1,15	1,34	1,42	1,52	1,64
total	23,38	21,69	20,07	19,28	19,58	19,83	20,35	20,81	20,36	18,37	18,75	18,93	18,42	18,13	18,39	18,25	18,37	18,41



Quelle: ZAW, Druckmarkt-Archiv © Druckmarkt-Grafik 8/2018. *inkl. Wochen-/Sonntagszeitungen und Supplements. **Wird bei den ZAW-Zahlen nicht berücksichtigt.

DRUCKINDUSTRIE VORSICHTIGER OPTIMISMUS

Die Geschäftslage der deutschen Druck- und Medienunternehmen zeigte sich 2017 stabil. Nach Schätzungen des bvdM lag der Branchenumsatz mit rund 20,8 Mrd. € auf dem Vorjahresniveau. Bei einer überdurchschnittlichen Kapazitätsauslastung von 84,2% fiel auch die Produktionsmenge so hoch wie im Vorjahr aus. Die aktuellen amtlichen Daten für die gesamte Druck- und Medienwirtschaft sind jedoch weiterhin negativ ausgeprägt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Ende September letzten Jahres zählte die Branche knapp 8.000 Druckbetriebe mit 133.481 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Gegenüber dem Vorjahresstichtag entspricht dies einem Rückgang von 3,8% bei den Betrieben und 2,1% bei den Beschäftigten.

2017 lag die Anzahl eröffneter Insolvenzen bei 73, dem tiefsten Stand seit 2001. Das bedeutet aber auch, dass über 200 Betriebe entweder übernommen wurden oder aufgegeben haben – möglicherweise aufgrund mangelnder Nachfolge. Das würde nämlich ins Bild passen: Das Image der Branche scheint in der öffentlichen Wahrnehmung nicht unbedingt positiv zu sein, was sich zum Teil auch im Fachkräftemangel zeigt

(siehe auch den Absatz Deutscher Druck- und Medientag 2018).

Es wird weiter investiert

Die wirtschaftliche Lage in einzelnen Sparten der Druck- und Medienwirtschaft war allerdings sehr unterschiedlich. Während beispielsweise die Produktionsmengen in den Sparten Zeitungsdruck sowie Druckweiterverarbeitung abnahmen (5,3% beziehungsweise 3,8%), entwickel-

ten sich die Sparten Drucken sonstiger Erzeugnisse (ausser Zeitungen) sowie Druck und Medienvorstufe verhältnismässig positiv (0,9% beziehungsweise 0,4%).

Zugleich sorgte das laut bvdM günstige Finanzierungsklima weiterhin für hohe Investitionsausgaben in der Branche. Der Verband schätzt diese für 2017 auf 649 Mio. € (665 Mio. € im Vorjahr). Die Druckunternehmen wollen die Chancen der Digitalisie-

Die Boom-Zeiten in der Werbung sind längst Vergangenheit. Alle Medien profitierten vor dem Jahr 2000 von dem nie da gewesenen Run auf die Werbung. Danach ging es stetig abwärts – oder in die Normalität zurück. Denn ab 2003 blieben die Werbeinvestitionen geradezu kalkulierbar. Dass die Finanz- und Wirtschaftskrise zu einem weiteren Rückgang führte, ist möglicherweise aber nur die Beschleunigung eines Trends, der strukturelle Ursachen hat. Weder die Werbeagenturen noch die Verlage haben es bisher verstanden, ihren Kunden die Wirkung von gedruckter Werbung konkret aufzuzeigen (von Ausnahmen abgesehen). Aber auch entgegen der landläufigen Meinung konnten die Online-Medien nicht so gewaltig zulegen, wie es prophezeit wurde.

Wir haben in unserer Grafik die Veränderungen aufgezeigt und dabei den Bereich der Direktwerbung entgegen der offiziellen Lesart nach wie vor beibehalten. Doch auch ohne diese rund 3,0 Mrd. € hält Print nach wie vor mehr als die Hälfte aller Werbeumsätze.

rung offensichtlich nutzen und investieren in bessere Produktionsabläufe, Personal sowie neue Geschäftsmodelle.

Druckereien leiden unter Papierpreisersteigerungen

Nach Einschätzung des bvdm blickt die Branche 2018 optimistischer in die Zukunft als noch vor wenigen Jahren. Gestützt werde diese Zuversicht von einer guten allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung sowie einer insgesamt stabilen Nachfrage nach bedruckten Produkten und Mediendienstleistungen.

So stieg der amtliche Produktionsindex für die gesamte Druck- und Medienwirtschaft im ersten Quartal 2018 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,6%. Der Umsatzindex lag 1,1% über dem Vorjahresstand. Gleichwohl zeichnen Umfragen zur aktuellen Geschäftslage in der Branche nur ein verhalten positives Stimmungsbild. Die Geschäftslage sowie Erwartungen werden von einer stark angespannten Kostensituation, nicht zuletzt aufgrund starker Papierpreiserhöhungen, überschattet.

Starke Papierpreiserhöhungen und Lieferengpässe führen bei vielen Druckereien zu erheblichen Produktionsbehinderungen und Unsicherheit bei ihrer Produktionsplanung.

Den Daten des Statistischen Bundesamtes zufolge sind die Preise für die in Deutschland hergestellten grafi-

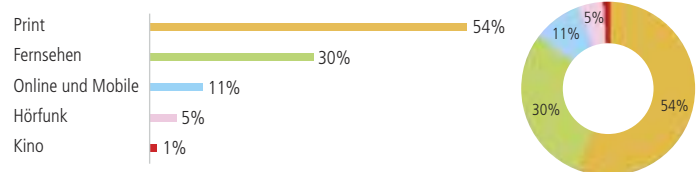
schon Papiere und Pappen seit Oktober 2017 stark gestiegen. Seit Jahresbeginn 2018 verzeichnen sie Zuwächse von über 5%. Auch die Herstellerpreise für Zeitungsdruckpapier nehmen zu – im April 2018 um 6,3% gegenüber dem Vorjahresmonat. Gleichzeitig wachsen die Importpreise für Papier: nach Zahlen vom März 2018 beim Zeitungsdruckpapier um 10,6% und bei anderen grafischen Papieren um 6,3%. Zusammen mit ähnlich gross ausfallenden Preisanpassungen des Papiergrosshandels ergeben sich damit Preissteigerungen in Höhe von 15%.

Demgegenüber stagnieren die Verkaufspreise für Druckprodukte oder -dienstleistungen, wodurch erheblicher Druck auf die Ertragslage der Druck- und Medienunternehmen entsteht.

Darüber hinaus mehren sich Meldungen über Lieferengpässe etwa beim Dünndruck- und Bilderdruckpapier. Gleichzeitig bereiten unklare Konditionen zum Zeitpunkt der Reservierung von Papierkontingenten Sorge. Verbindliche Zusagen gegenüber den Kunden zu Fertigstellungsterminen ihrer Aufträge werden damit immer schwieriger.

Daher empfiehlt der bvdm Druckunternehmen, ihre Kunden umfassend über die aktuelle Situation zu informieren, damit die Akzeptanz für die mögliche Weitergabe von Preiserhöhungen im Markt für gedruckte Produkte wächst und das Verständnis für unverschuldete Lieferverspätungen steigt. ▶

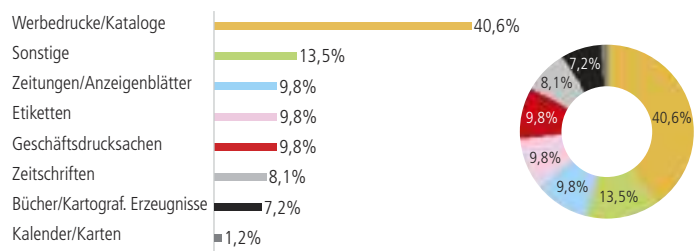
DER WERBEMARKT IN DEUTSCHLAND 2017



Quelle: Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW); Druckmarkt-Grafik: 8/2018. Zahlen gerundet.

Print beansprucht bei den klassischen Werbemedien noch immer mehr als die Hälfte aller Umsätze.

DRUCK-ERZEUGNISSE – PRODUKTSTRUKTUR 2017



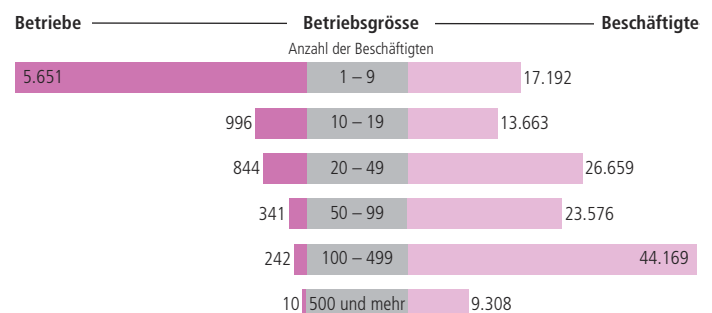
*gerundet.
Quelle: bvdmd. Druckmarkt-Grafik: 8/2018.

PRODUKTIONSWERTE DEUTSCHE DRUCKINDUSTRIE 2017

	Mio. Euro	Anteil in %	gegenüber 2016
Werbedrucke/Kataloge	5.163	40,6	-0,7%
Kataloge	1.207	9,5	+2,6%
Plakate	474	3,7	+1,5%
Geschäftsberichte	43	0,3	-2,5%
Andere Werbeschriften	3.439	27,1	-2,1%
Geschäftsdrucksachen	1.240	9,8	+3,5%
Zeitschriften	1.030	8,1	-2,6%
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.243	9,8	-2,5%
Tageszeitungen	874	6,9	+0,6%
Wochenzeitungen	175	1,4	-15,1%
Anzeigenblätter	194	1,5	-3,1%
Bücher/kartografische Erzeugnisse	911	7,2	-5,0%
Bedruckte Etiketten	1.245	9,8	+2,4%
Kalender/Karten	156	1,2	+5,1%
Sonstige Druck-Erzeugnisse	1.721	13,5	+2,8%
Summe Druck-Erzeugnisse	12.709	100,0	-0,2%
Druck- und Medienvorstufe	990	56,5	-1,2%
Druckweiterverarbeitung	763	43,5	-3,4%
Summe Druckleistung	1.754	100,0	-2,1%
Gesamt	14.463		-0,4%

Quelle: Statistisches Bundesamt; bvdmd. Druckmarkt-Grafik: 8/2018.

ANZAHL BETRIEBE UND SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTEN



Quelle: bvdmd. Druckmarkt-Grafik 8/2018.



Auf der Jahres-Presskonferenz des bvdM in Stuttgart präsentierten der Präsident des Verbandes, Wolfgang Poppen (links), und Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel die Fakten zur aktuellen Lage der Branche.

Unternehmen könnten diesen Belastungen mit dem Ausbau von Einkaufskompetenzen, der Zentralisierung des Einkaufs innerhalb des Unternehmens oder auch über Einkaufskooperationen entgegenwirken.

Unbesetzte Ausbildungsplätze

Um ein Gesamtbild der aktuellen und zukünftigen Fachkräftesituation zu erhalten, führte der bvdM im März 2018 gemeinsam mit den Landesverbänden eine bundesweite Umfrage durch.

Das Ergebnis ist eindeutig: Immer häufiger bleiben Ausbildungsplätze aufgrund fehlender oder ungeeigneter Bewerbungen unbesetzt. Auch die Besetzung von offenen Stellen mit Facharbeitern ist problematisch, wie auch die Diskussion am Druck- und Medientag in Stuttgart ergab. Höchste Nachfrage besteht nach Medientechnologen Druck und Medientechnologen Druckverarbeitung, die von jeweils über 30% der befragten Unternehmen teils händierend gesucht werden. Die nicht besetzten Stellen beeinträchtigen inzwischen 61% der Unternehmen in ihrer Geschäftstätigkeit, 15% sogar sehr. Die Bereitschaft auszubilden ist in der Branche nach wie vor hoch: 78% aller befragten Unternehmen sind Ausbildungsbetriebe – in Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern sogar 92%. Zudem setzen die Be-

triebe in hohem Masse auf Qualifizierung: Im Bereich der IT-Kompetenzen planen 43% in den nächsten zwölf Monaten Massnahmen zur Qualifizierung, für die Bereiche Druckvorstufe, Vertrieb/Marketing und Druckweiterverarbeitung sind dies jeweils rund 40%, lediglich weniger als 10% sehen überhaupt keinen Qualifizierungsbedarf.

Die Gesamtzahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsabschlüsse der Druckbranche lag 2017 bei 4.710 (2016: 4.700). Dies entspricht einem leichten Anstieg von 0,2%. Der Anteil der Auszubildenden an der Gesamtbeschäftigtenzahl lag bei 8%, ein überdurchschnittlicher Wert bezogen auf die Gesamtindustrie.



Podiumsdiskussion mit (von links) Thomas Masselink, BHW, Arndt W. Bertelsmann, wbv Media, Dr. Paul Albert Deimel, bvdM, Ernst Zoller, C.H. Beck, Peter Sommer, Elanders, und Prof. Dipl. Ing. Volker Jansen, HdM.

Bessere Rahmenbedingungen gefordert

Auf der Jahres-Presskonferenz des bvdM in Stuttgart präsentierten der Präsident des Verbandes, Wolfgang Poppen, und Hauptgeschäftsführer Dr. Paul Albert Deimel die Fakten zur aktuellen Lage der Branche.

Deimel warf zudem einen kritischen Blick auf die ersten 100 Tage der Großen Koalition und mahnte dringend bessere Rahmenbedingungen für die Druck- und Medienunternehmen an.

Die bvdM-Fachreferentin für Umwelt, Julia Rohmann, informierte über den jüngsten Stand der Diskussionen zum Thema LED-UV-Druck und kündigte einen bvdM-Leitfaden zum neuen Verpackungsgesetz an. Dieses tritt Anfang 2019 in Kraft und wird erhebliche Konsequenzen auch für die Druck- und Medienunternehmen mit sich bringen.

Deutscher Druck- und Medientag 2018

Der Deutsche Druck- und Medientag 2018 stand ganz im Zeichen des Fachkräftemangels. Über 250 Teilnehmer verfolgten am 28. und 29. Juni im Hotel Maritim in Stuttgart spannende und interessante Vorträge. Ausgerichtet wurde die Veranstaltung vom Bundesverband Druck und Medien sowie dem Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg und dem Verband papier, druck und medien südbaden.

Nach der Eröffnung des traditionellen Unternehmerforums durch den Präsidenten Wolfgang Poppen hielten der Innenminister Baden-Württembergs, Thomas Strobl, sowie der Oberbürgermeister Stuttgarts, Fritz Kuhn, Grussworte an die Teilnehmer, in denen sie die Relevanz von Printprodukten unterstrichen.

Auf Fachvorträge folgte die bereits angesprochene Podiumsdiskussion zum Thema Fachkräftemangel und Nachwuchsgewinnung mit Thomas Masselink, BHW, Arndt W. Bertelsmann, wbv Media, Dr. Paul Albert Deimel, bvdM, Ernst Zoller, C.H. Beck, Peter Sommer, Elanders, und Prof. Dipl. Ing. Volker Jansen, HdM. Einigkeit bestand darüber, dass die Berufe der Branche durchweg gute Perspektiven bieten, jedoch zum Teil in der Öffentlichkeit nicht ausreichend bekannt beziehungsweise positiv wahrgenommen würden.

Am Abend der Deutschen Druckindustrie im Porsche Museum warb Ehren-gast Muhterem Aras, Präsidentin des Landtags von Baden-Württemberg, eindringlich und überzeugend für Vielfalt und Diversität in Unternehmen und Organisationen. Dazu gehöre es auch, sich noch mehr um Frauen als Auszubildende zu bemühen. In diesem Zusammenhang lobte sie die Nachwuchskampagne des bvdM.

➤ www.bvdM-online.de



IFRA

World Publishing Expo

www.ifra-expo.com

9–11 October 2018 | Messe Berlin

48th meeting of the global publishing community

We  our partners



[facebook.com/
IFRADCExpo](https://facebook.com/IFRADCExpo)



[twitter.com | @IFRAExpo
#DCExpo | #IFRAexpo](https://twitter.com/IFRAExpo)

Premium Global Media Partner:

Städteutsche Zeitung

Irish Independent 


THE HINDU GROUP

hvg

DRUCKMARKT
Druckmarkt Group

BDZV 

NEWS TON 

P

Deutscher Drucker

prim
Publishing

InPublishing

kress
pm

PreMedia
Newsletter

FACHVERBAND FALTSCHACHTEL-INDUSTRIE

INNOVATIONEN STÄRKEN DIE BRANCHE

Mit einem Produktionsvolumen in Höhe von 856.885 Tonnen steigerte die deutsche Faltschachtel-Industrie im Geschäftsjahr 2017 ihr Produktionsvolumen um 1,7% gegenüber dem Vorjahr. Der Produktionswert erhöhte sich im gleichen Zeitraum um 2,1% auf 1,861 Milliarden Euro. Damit konnten die Rückgänge im Geschäftsjahr 2016 vollständig kompensiert werden.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Bei dieser Entwicklung zeigten sich die FFI-Mitgliedsunternehmen besonders robust. Sie konnten bei einem leichten Volumenzuwachs (+0,6%) ihren Produktionswert um 2,9% vergrößern. Einen Zuwachs verbucht die deutsche Faltschachtel-Industrie auch bei der Profitabilität. Der Umsatzerlös der Branche stieg von 2.162 € je produzierter Tonne im Jahr 2016 auf 2.171 € pro Tonne im Jahr 2017. Das entspricht einem Anstieg um rund 0,4%.

Ein Fünftel des europäischen Produktionsvolumens

Der FFI (Fachverband Faltschachtel-Industrie e. V.) vertritt seit 1948 die Interessen von mehr als 60 Unternehmen mit über 80 Produktionsstandorten dieses Industriezweigs, der jährlich ca. 856.000 Tonnen Faltschachteln mit einem Produktionswert von rund 1,86 Mrd. € produziert. Die FFI-Mitglieder repräsentieren dabei rund zwei Drittel des Branchenumsatzes.

Die Branche beschäftigt rund 9.500 Mitarbeiter/innen und bildet in Berufsbildern wie Verpackungsingenieur, Drucker, Packmitteltechnologe, Verpackungsentwickler, Mediengestalter sowie in kaufmännischen, technischen und logistischen Berufen aus. Traditionell zeigt sich die Industrie mit derzeit rund 700 Auszu-

bildenden zukunftsorientiert und verantwortungsbewusst.

Im europäischen Vergleich steht die deutsche Faltschachtel-Industrie für rund ein Fünftel des europäischen Produktionsvolumens und ist damit etwa doppelt so gross wie die Märkte in Grossbritannien, Frankreich oder Italien.

Im vergangenen Jahr hat die Faltschachtel-Industrie zwar von der guten Konsumlaune der deutschen Verbraucher bei einer insgesamt positiven volkswirtschaftlichen Entwicklung profitiert, doch schreitet die Branchenkonsolidierung mit leichten Schwankungen weiter voran. «Insgesamt befindet sich die Branche seit ihrem Allzeithoch im Jahr 2011 in einer Seitwärtsbewegung», erläutert



Steffen Schnizer, Sprecher des Vorstands des Fachverbands. «Die fortschreitende Europäisierung bei Ausschreibungen und Produktionen setzt die Faltschachtel-Industrie einem enormen Margendruck aus. Deutsche Standorte stellen ihre Wettbewerbsfähigkeit mit permanenten Effizienzsteigerungen und Prozessoptimierungen ständig neu unter Beweis. Themen wie Digitalisierung und Industrie 4.0 gehören inzwischen zum Tagesgeschäft unserer Industrie.»

Dabei gehe es aber längst nicht mehr nur um innerbetriebliche Optimierungen. Zahlreiche digitale Prozesse seien in den Faltschachtelunternehmen und bei einzelnen zur Supply-

Chain zählenden Partnern bereits implementiert und gehörten zum Tagesgeschäft.

Faltschachtel-Industrie 4.0

Während sich die Mitglieder des FFI in den zurückliegenden Monaten mit Strategiediskussionen und unterschiedlichen Szenarien für die Zukunft der Faltschachtelindustrie beschäftigten, zeigen sich heute bereits ambitionierte Perspektiven für die Branche. Eine 360°-Betrachtung existieren digitaler Prozesse entlang der Wertschöpfungs-Kette bis zum Konsumenten mit Projekten der digitalen Innovationsagenda liefert ein klares Bild: Die Branche hat sich, wie Steffen Schnizer beschreibt, zur «Faltschachtel-Industrie 4.0» auf den Weg gemacht.

Dabei lesen sich die Massnahmen wie ein Leitfaden zur Umsetzung der digitalen Transformation.

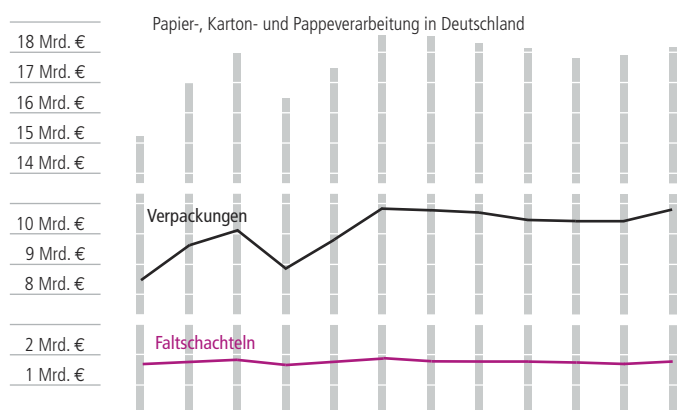
Auflage 1

Intelligente Faltschachteln verfügen über individualisiert gedruckte Codes und ermöglicht via Smartphone die direkte Interaktion der Marke mit dem Konsumenten. Die Vernetzung von Markenartikler und Händler mit dem Verbraucher ist möglich.

Personalisierte Verpackungen in Auflage 1 erlauben zudem die direkte Kundenansprache. Serialisierte Verpackungen dienen der Rückverfolgbarkeit und Konsumentensicherheit.

PAPIER-, KARTON- UND PAPPEVERARBEITUNG IN MRD. EURO

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
PPV	15,34	16,87	17,97	16,47	17,55	18,68	18,54	18,30	18,06	17,60	17,75	18,16
Verpackungen	8,57	9,66	10,19	8,89	9,80	10,80	10,75	10,65	10,47	10,40	10,40	10,73
Faltschachteln	1,69	1,85	1,89	1,76	1,82	1,91	1,89	1,88	1,88	1,86	1,82	1,86



Quelle: Statistisches Bundesamt, WPV (Wirtschaftsverbände Papierverarbeitung), FFI, Druckmarkt-Archiv. Druckmarkt-Grafik 8/2018.

Vernetzung

Die digitale Vernetzung von MIS, ERP und Maschinen generiert wertvolle Daten und umfassende Informationen, um die Produktion besser planbar und effizienter zu machen.

Die Vernetzung mit den Maschinenherstellern und die Verfügbarkeit von Leistungs- und Sensorik-Daten machen die Wartung und Instandhaltung besser planbar. Verschleiss wird frühzeitig erkannt (Predictive Maintenance) und die Wartung kann proaktiv statt vorfallsbezogen durchgeführt werden.

Durch die Vernetzung von Produktionsstandorten und die Kollaboration einzelner Unternehmen lassen sich Fertigungs-Kapazitäten genauer planen und Back-up-Lösungen schaffen. Die Produktions- und Liefersicherheit wird erhöht.

Digitale Modelle

Verpackungsentwicklungen können schneller und zum Teil virtuell ablaufen. Verpackungen und Veredelungen werden auf Basis grosser Datenmengen simuliert und erleichtern Design und Rapid Prototyping.

E-Learning, digitale Medien und Webinare ermöglichen neue, an die digitale Arbeitswelt angepasste Formen des Lernens und der Qualifikation von Mitarbeitern.

Digitale Kommunikation über Standorte hinweg vereinfacht das Benchmarking. Die Kommunikation wird effektiver, das Training kann in Unternehmensgruppen und im Verband dezentral organisiert werden.

Digitalisierung interner und externer Prozesse

IT- und Datensicherheit in den Unternehmen ist gewachsen. IT-basierte Bestellungen, Logistiklösungen und enge Vernetzungen verändern die Kundenbeziehungen. Verpackungshersteller produzieren nicht mehr nur auf Basis von Bestellungen und Auftragsbestätigungen, sondern generieren vollautomatisch optimale Produktionen auf Basis der Bedarfe der Kunden und eigenen Kapazitäten. Damit verändern sich auch die Lieferprozesse.

Produkte werden über Systemintegration automatisch beim Lieferanten bestellt, wenn der Konsument kauft. Beim Faltschachtelhersteller bestimmt dann eine Intelligenz, wann durch einen Abgleich von Kapazitäten und Lagerbeständen welche Menge produziert wird.

IT-basierte Kalkulationen und Auftragsvorbereitungen schonen Ressourcen vor und während der Produktion. Produktionen können effizienter hinterlegt werden. Produkt- und Materialdatenbanken lassen eine effizientere und damit wirtschaftliche Rohstoffnutzung zu (Karton, Farbe, Klebstoff, Folie, etc.).

Kartondatenbank

Nachdem der FFI seinen Mitgliedern Anfang 2017 eine umfangreiche Marktübersicht über die internationalen Maschinenanbieter der Weiterverarbeitung zur Verfügung gestellt hat, geht der FFI jetzt ein noch grösseres Projekt an: Der Aufbau einer Online-Kartondatenbank in Deutsch und Englisch, in der alle in der Branche eingesetzten Faltschachtelkar-

tens mit ihren jeweiligen technischen Daten und Zertifikaten eingestellt werden sollen. Für jeden Faltschachtelkarton sollen die öffentlich verfügbaren technischen Daten wie Biegesteifigkeit, Dicke, Feuchte, Weissgrad etc. systematisch und aktuell bereitgestellt werden. Eine Suchfunktion nach solchen technischen Kriterien oder Kombinationen daraus soll zudem den Vergleich von Produkten ermöglichen.

Die Datenbank wird dagegen keine betriebswirtschaftlich oder kalkulatorisch relevanten Daten wie Preise, AGB, Lieferzeiten oder Lagerbestände beinhalten. Jeder Datensatz wird jedoch ergänzt um Unbedenklichkeitsbescheinigungen oder Zertifikate des jeweiligen Faltschachtelkartons.

Reduzierte Supply Chain Kosten

Nach Schätzungen existieren bei den Faltschachtelherstellern in Europa etwa 300 bis 500 analoge oder digitale dezentrale Datenbanken über die in der Faltschachtel-Industrie eingesetzten Kartonsorten. Mit erhebli-

chem administrativen Aufwand pflegen die Hersteller ihre Datenbanken, um bei Kunden-Audits oder Qualitäts-Zertifizierungen einen Nachweis über die Aktualität von Unbedenklichkeitsbescheinigungen vorweisen zu können.

«Ziel der zentralen Datenbank ist die Reduzierung von Ineffizienz und Administrationskosten aufseiten der Kartonerzeuger und der Faltschachtelhersteller», so FFI Geschäftsführer **Christian Schiffrers**. Zudem erhöhe die Datenbank die Markttransparenz. Schliesslich unterstützt die Datenbank die Faltschachtelhersteller bei ihren Auditierungen, da die Datensätze durch automatisierte Pflege-Aufforderungen an die Dateneingabe mit Nachverfolgung stets auf dem aktuellen Stand sind. Über Änderungen an Datensätzen oder aktualisierte Zertifikate werden die Nutzer der Datenbank automatisch informiert.

› www.inspiration-verpackung.de

› www.ffi.de



VERPACKUNG WIRKT

Die Wirkung der Verpackung ist für Markenbildung, Markentreue und Verkaufserfolge nachweislich hoch. Die Highlights und Erkenntnisse aus unterschiedlichen Studien des FFI und Pro Carton der letzten 15 Jahre wurden jetzt in der Publikation «Verpackung wirkt!» zusammengefasst. Im Zentrum steht dabei die Wirkung von Faltschachtelverpackungen: Konsumentenorientierung und Steigerung des Abverkaufs, Generierung und Verstärkung der Wertigkeit sowie Umweltgesichtspunkte.

Denn Verpackungen sollten im Marketingmix eine angemessene Berücksichtigung finden. Kein anderes Medium geniesst bei Verbrauchern ein höheres Vertrauen als die Produktpackung; in der Regel werden Produkt und Verpackung als Einheit wahrgenommen. Zudem haben sie,

von funktionalen Vorteilen ganz abgesehen, eine enorme Reichweite. Faltschachteln erzielen Milliarden von Kontakten mit Konsumenten, werden im Geschäft und zu Hause immer mehrfach in die Hand genommen. Studien zeigen, dass Verbraucher zu mehr als 70% ihre Kaufentscheidungen erst am Point of Sale treffen. Sie tun dies innerhalb weniger Augenblicke und zu zwei Dritteln emotional sowie unbewusst. Faltschachteln genießen dabei grosse Sympathie, hohe Glaubwürdigkeit und sind ein zentraler Bestandteil der Markenbotschaft. Verbraucher reagieren sensibler auf Verpackungen als in der Vergangenheit. Nachhaltige Materialien aus nachwachsenden Rohstoffen liegen im Trend. Karton wird zu 100% aus Holzfasern und Zellulose sowie aufbereitetem Altpapier hergestellt,



wobei die Papierfasern im Schnitt fünf- bis siebenmal recycelt werden. Die Studien zeigen, dass Nachhaltigkeitskriterien eindeutig für Faltschachteln sprechen. Schon jetzt halten 50% der Konsumenten Karton für das beste Verpackungsmaterial – Tendenz steigend.



Das Team von etikett.de freut sich über den HP Inkspiration Award. Von links: Annett Zabel-Salomo (Weiterverarbeitungsmaschine), Dominik Klein (HP Indigo Operator), James Nilles (Geschäftsführer), Marco Knippel (HP Indigo Operator), Michael Wey (Geschäftsführer), Denise Buch (Mediengestalterin).

Bildquelle: etikett.de

ETIKETTENDRUCKEREI ETIKETT.DE HP INKSPIRATION AWARD «LABEL» GEWONNEN

Sieger des diesjährigen HP Inkspiration Awards in der Kategorie «Label» ist die B2B-Etikettendruckerei etikett.de. Eingereicht hatte die rheinland-pfälzische Druckerei ein Etikett, welches die Vorteile des No-Label-Looks und des Sandwichdrucks kombiniert und mit goldener Heissfolie veredelt wurde.

Als Onlinedruckerei gehört etikett.de zu den ersten der Branche, die den Etiketten-druck ins digitale Zeitalter führten. Nun hat das Unternehmen den HP Inkspiration Award in der Kategorie «Labels» gewonnen.

«Die Auszeichnung ist für uns eine grosse Ehre. Wir möchten Kunden neue Perspektiven zeigen, die Vorteile des Digitaldrucks darstellen und für die vielseitigen Marketingmöglichkeiten sensibilisieren, die der Sandwichdruck ermöglicht. Kunden

können diesen nicht nur dazu verwenden, um ein optisch ansprechendes Verpackungsdesign zu kreieren. Auch der Druck personalisierter Codes auf der Flascheninnenseite lässt sich auf der HP Indigo problemlos umsetzen», erklärt Denise Buch, die das Etikett konzipiert und gestaltet hat. Der HP Inkspiration Award prämiert besondere Druckprojekte, die im Digitaldruck produziert worden. Die Auswertung erfolgte durch eine unabhängige Jury, welche

Konzeption, Qualität und Aufwand beurteilte. Es handelt sich um ein eigens entwickeltes Etikettendesign auf transparenter PP-Folie. Dieses besteht aus Vorder- und Rückenetikett. Die Vorteile des No-Label-Looks (Vorderetikett) und des Sandwichdrucks (Rückenetikett) wurden kombiniert und herausgestellt. Das Etikett ist für eine Glasflasche mit farblosem Inhalt konzipiert. Beim Blick auf das Vorderetikett schaut man durch einen mit goldener Heissfolie gepräg-

ten Käfig, auf die erste Ebene des Sandwichetiketts. Hierauf befindet sich ein Vogel, der Dank des No-Label-Looks im Käfig sitzt. Dreht man die Flasche, sieht man die gesetzlichen Angaben, die durch eine doppelte HPI-White-Schicht vom Vogel getrennt sind.

Der Druck auf der HP Indigo erzielte hochwertige Ergeb-

nisse im Sandwichdruck. Die HPI-White-Ebene wurde mit einer doppelten Schicht Deckweiss gedruckt. Das HPI-White ist aufgrund des doppelten Farbauftrags sehr deckend und trennt so die beiden Euroskala-Ebenen optisch voneinander.

» www.etikett.de



Die Vorderseite (links) des Etiketts im No-Label-Look und hinter dem goldenen Käfig der im Sandwichdruck produzierte Vogel des Rückenetiketts. Rechts die Rückseite des Sandwichetiketts.

Fujifilm

GETFIT-VERGLEICHSTOOL

Fujifilm hat getFit vorgestellt – eine intuitive App, die die wirtschaftlichen Vorteile der Jet Press 720S im Vergleich zum Offsetdruck demonstriert. Anhand der Aufträge und Produktionsbedingungen einer Druckerei werden der Einsatz von Tinten/Druckfarben, Ressourcen und Zeit auf der Jet Press und vorhandenen Offsetdruckmaschinen gegenübergestellt.

Typische Aufträge und die bekannten Produktionskosten im Offsetdruck zeigen detailliert, welche Jobs bei der Jet Press produktions-technische Vorteile bieten. Dazu Mark Stephenson, Product Manager, Digital Printing & Press Systems, Fujifilm Graphic Systems EMEA: «Die Jet Press 720S überzeugt



Druckdienstleister, die diverse Einsparungspotenziale mit der Jet Press 720S erkunden wollen, werden auf die Website www.imagineinkjet.com verwiesen. Dort gibt es auch ein Kontaktformular.

mehr und mehr Druckdienstleister. Doch bei ersten Gesprächen wird uns oft nicht geglaubt, wie gross die Einsparungspotenziale bei Druckfarben, Ressourcen und Zeit wirklich sind – getFit lässt hier aber keinen Raum für Zweifel. Schwarz auf Weiss belegt es den Nutzen im Einzelfall.»

› www.fujifilm.eu

› www.imagineinkjet.com

Xerox Forum in Warschau

LUKRATIVE GESCHÄFTSIDEEN

Mehr als 400 Kunden und Partner von Xerox aus der grafischen Industrie trafen sich vom 22. bis 24. Mai 2018 auf dem Xerox Forum in Warschau. Zusammen mit Xerox sprachen sie über die lukrativsten Geschäftsideen, die der Markt heute zu bieten hat. Unter dem Motto «Define Your Strategy, Create Your Future» diskutierten die Teilnehmer mit anderen Branchenexperten sowie Führungskräften von Xerox über Themen wie Umsatzwachstum und gewinnbringende Anwendungen. Zu den Highlights des Kongresses gehörte neben den Seminaren und Vorträgen die internationale Premiere der kürzlich vorgestellten Xerox Iridesse Production Press.

«Unsere Branche steht vor grossen Veränderungen in verschiedenen Bereichen: Die Umstellung auf digitale Kommunikation, der Aufstieg von Inkjet-Druck sowie vielversprechende neue Anwendungsmöglichkeiten», sagt Hubert Soviche, Vice President of Graphic Communications for International Operations, Xerox. «Unser Forum unterstützt unsere Kunden und Vertriebspartner dabei, diese Veränderungen und die daraus entstehenden Chancen gewinnbringend zu nutzen.»

Das Xerox Forum setzt sich zusammen aus dem «Xerox Premier Partners Congress» mit Fokus auf bestehende Kunden beziehungsweise Mitglieder des globalen Premier Partner Netzwerks und dem «Graphic Communications Reseller Congress» für Xerox Vertriebspartner aus der ganzen Welt.

› www.xerox.de

WARNEKE PAPER BOX ERSTE HEIDELBERG PRIMEFIRE IN DEN USA

Warneke Paper Box aus Denver hat mit der Installation einer Primefire 106 begonnen. Mit der industriellen 7-Farben-Inkjet-Digitaldruckmaschine im B1-Format erschliesst die Verpackungsdruckerei neue Einnahmequellen, da sich das System besonders gut für Verpackungskampagnen mit kleinen Auflagen eignet.

Als erstes im Markt verfügbares Inkjet-Digitaldrucksystem im Format 70 x 100 cm versetzt die Primefire 106 Verpackungsproduzenten in die Lage, jede produzierte Schachtel mit einem Mehrwert zu versehen, Produkte schneller auf den Markt zu bringen und die Kosten der Lieferkette dank Print-on-Demand zu senken. Die «Direct-to-Sheet» Imaging Funktion mit sieben Farben und die hervorragende Farbregistrierung ermöglichen die Einbindung von Sicherheitsdruckmerkmalen sowie variabler Inhalte für fälschungssichere Verpackungsdesigns.

Die Druckqualität der Primefire 106 im Format 70 x 100 cm liegt auf Offset-Niveau, sodass Warneke für jeden Druckauftrag die beste Technologie zur Auswahl hat und seine Kunden optimal bedienen kann: Aufträge mit sehr kurzen Umlaufzeiten sowie solche, für die variable Daten

benötigt werden oder bei denen es sich um Nachdrucke oder sehr kleine Auflagen handelt, werden digital auf der Primefire 106 produziert. Für die Massenproduktion grosser Auflagen, bei denen es hauptsächlich auf den Stückpreis ankommt, kommt das Offset-Equipment zum Einsatz.

Durch die Möglichkeit, variabel zu drucken, macht sie Verpackungen zudem sicherer. «Wir haben die Primefire erstmals auf der drupa 2016 gesehen und waren von den Ergebnissen begeistert. Auf die neuen Möglichkeiten, die sie uns und unseren Kunden eröffnen wird, freuen wir uns schon jetzt», sagt Steve Huppert, Vice President und COO Warneke Paper Box.

«Durch die Ergänzung des vorhandenen Offset-Equipments um eine Primefire 106 kann Warneke nun immer die Technologie nutzen, die für die jeweilige Aufgabe am lu-

krativsten ist. Die neuen Produkte und Möglichkeiten, die Warneke seinen Kunden demnächst offerieren kann, bringen zudem neue Wachstumschancen mit sich», so Montserrat Peidro-Insa, Leiterin des Geschäftsbereichs Digital bei Heidelberg.

Das Primefire 106 Digitaldrucksystem bietet mit 1.200 x 1.200 dpi höchste Qualität bei einer anfänglichen Produktionsgeschwindigkeit von 2.500 Bogen pro Stunde und erreicht dank industrieller Laufzeiten Stückzahlen von bis zu 1,5 Mio. Bogen pro Monat. Ihre modulare Bauweise ermöglicht spätere Geschwindigkeitssteigerungen und Nachrüstungen, ohne dass die Maschine ausgetauscht werden muss. «Wir vertrauen seit Jahren auf Heidelberg als Entwickler bahnbrechender Technologien, die Kunden dabei unterstützen, profitabel zu sein. Dass sich die Primefire für uns lohnen wird, steht ausser Frage», sagt Stacy Warneke, President & CEO von Warneke Paper Box. «Wir freuen uns, die Ersten zu sein, die dieses technische Meisterwerk in den USA in Betrieb nehmen werden.»

› heidelberg.com

› warnekepaperbox.com



Steve Huppert, Vice President und COO sowie Stacy Warneke, President und CEO, beide Warneke Paper Box freuen sich auf die neuen Möglichkeiten, die die Heidelberg Primefire dem Unternehmen und seine Kunden eröffnet.

Zusammenarbeit **MÜLLER UND HUNKELER**

Müller und Hunkeler in Wikon, Schweiz, haben sich darauf verständigt, dass Hunkeler das komplette Vertriebs- und Servicegeschäft des Bogen-Verarbeitungssystems DocuTrim übernimmt. Hunkeler übernimmt im ersten Schritt das Geschäft europaweit, sukzessive erfolgt der Ausbau auf weitere



Die DocuTrim erfüllt als multifunktionales System zur Online-Bogenverarbeitung alle Anforderungen in den Bereichen Schneiden, Perforieren, Rillen und sequenzielles Stapeln.

Märkte. Das von Müller entwickelte System DocuTrim ist im Markt bereits eingeführt. Müller profitiert vom weltweiten Vertriebs- und Servicenetz von Hunkeler und umgekehrt gewinnt Hunkeler mit der DocuTrim ein neues Produkt hinzu.

«Mit der Vertriebspartnerschaft wird der Grundstein gelegt, im Segment Digitales Bogenfinishing innovative Lösungen nach höchstem Standard anbieten zu können. Die DocuTrim ist eine ideale Ergänzung zu unseren Endlosproduktlinien Generation 8, POPP6 und 7», ist Michel Hunkeler, CEO der Hunkeler AG, überzeugt.

› www.hunkeler.ch

› www.mueller-phs.com

Albumprinter BV **HP INDIGO 50000 DIGITAL PRESS**

Albumprinter BV, Hersteller von gedruckten Fotoprodukten, hat eine HP Indigo 50000 Digital Press in Den Haag installiert, um seine Produktion zu erweitern. Die Rollendruckmaschine der B1-Serie ist die erste in dieser Produktivitätsklasse für den Fotodruck in Europa. Albumprinter profitiert von einer

höheren Kapazität und mehr Effizienz für seine Fotomarken, die den europäischen Markt beliefern.

Die HP Indigo 50000 ist eine Duplex-B1-Farbdruckmaschine für Anwendungen mit hohen Auflagen. Die Bildgrösse von 746 x 1.120 mm bietet die Flexibilität, praktisch jede Fotoanwendung auszudrucken, einschliesslich Fotobücher jeder Grösse, Jahrbücher, lange Buchumschläge und Kalender. Die Druckmaschine bietet eine verbesserte Bildqualität durch 6-Farben-Druck mit hellen Cyan- und hellen Magenta-Fototinten, die weichere Bilder und Tonübergänge liefern. Hellschwarze Tinten ermöglichen High-End-Monochrom für eine professionelle Schwarz-Weiss-Produktion.

› www.hp.com

Druckermanagement **NEUER XEROX GLOBAL PRINT DRIVER**

Mit einem universellen Druckertreiber vernetzt Xerox noch mehr Drucker und vereinfacht die Geräteverwaltung. Der Xerox Global Print Driver V4 wurde entwickelt, um eine einheitliche und benutzerfreundliche Bedienung unter Windows 10 und anderen Betriebssystemen zu gewährleisten.

Durch die einheitliche Verwaltung der Geräte sind weniger Schulungen erforderlich und IT-Manager können Drucker hinzufügen und aktualisieren, ohne einzelne Treiber neu installieren zu müssen. Der Print Driver V4 bietet Funktionen wie eine einheitliche Bedienung, Echtzeit-Feedback zu Verbrauchsmaterial, Status der Füllmenge der Papierlade, Status der Auftragswarteschlange und Status des Druckauftrags sowie eine einfache Navigation, die von Gerät zu Gerät konsistent bleibt. Der Global Print Driver erkennt jedes Gerät und nimmt automatisch Updates vor. Benutzerdefinierte Einstellungen wie Farbe, Duplex-Druck und Heften werden präkonfiguriert. Sicherheitsrichtlinien des Unternehmens werden eingehalten und Druckaufträge auf allen Geräten mit Pin geschützt.

› www.xerox.com

Ricoh **PRO C9200 GRAPHIC ARTS EDITION SERIE**

Ricoh hat die Einzelblatt-Farbdrucksysteme der neuen Pro C9200 Serie vorgestellt, die seit Juni 2018 erhältlich sind. Die neue Modellreihe basiert auf der Ricoh Pro C9100 und bietet eine höhere Bildqualität, präzisere Registerhaltigkeit, hohe Farbbeständigkeit und Stabilität durch die automatische Farbdiagnose, die selbst kleinste Tonschwankungen während des Drucks erkennt und kompensiert. Durch die Erweiterung der Medienkapazität können nun Banner mit einer Länge von 1.030 mm im Duplex-Modus, im Simplex-Modus mit 1.260 mm und mit Papiergewichten von bis zu 450 g/m² verarbeitet werden.

Auch die Produktivität wurde gesteigert: die Modelle drucken nun bis zu 115 A4-Seiten/Minute beziehungsweise 135 A4-Seiten/Minute. Zusätzlich bieten Inline-Optionen eine Vielzahl verschiedener Anwendungen. Das neue 17 Zoll (43,18 cm) grosse Bedienfeld erhöht die Benutzerfreundlichkeit.

› www.ricoh.de

Heidelberg **DRUCKSYSTEM VERSAFIRE EP**

Bei Heidelberg wurde das neue Modell Versafire EP an die Kundenbedürfnisse in der grafischen Branche angepasst. Das Prinect DFE verwendet die Heidelberg Renner-Technologie für die Herstellung von Digital- als auch Offset-Druckprodukten. Das erlaubt bestmögliche Farb- und Formkonsistenz zwischen beiden Produktionswegen.

› www.heidelberg.com

Heidelberg und Ritzi **MÖGLICHKEITEN DES OBJEKTDRUCKS**

Seit rund einem Jahr bedruckt der schwäbische Automobilzulieferer Ritzi Lackiertechnik GmbH mit einer Omnifire 1000 der Heidelberger Druckmaschinen AG erfolgreich für Kunden aus der Automobilindustrie Serienteile wie zum Beispiel Zierleisten, Schalter, Instrumententafeln und andere Kom-



Der auf der Kundenveranstaltung bei Ritzi gezeigte Demojob stiess auf reges Interesse der Teilnehmer.

ponenten. Ritzi war Pilotanwender für die Omnifire 1000 und hat das System in seinen industriellen Produktionsprozess integriert. Dadurch konnte das Unternehmen die Produktivität und Qualität im Vergleich zum vorher angewandten Verfahren deutlich erhöhen.

Jetzt wurde vor Kurzem gemeinsam zu einer Kundenveranstaltung zum Firmensitz des Unternehmens nach Tübingen eingeladen, um den Spezialisten aus der Automobilindustrie und angrenzenden Branchen die Möglichkeiten der Omnifire Technologie für das direkte Bedrucken von Objekten zu demonstrieren. Rund 40 Teilnehmer folgten der Einladung und überzeugten sich in Expertenvorträgen und Live Vorführungen, wie sich Objekte unterschiedlicher Substrate, Oberflächenbeschaffenheit und Formen schnell und kostenoptimal individuell veredeln lassen.

› www.heidelberg.com

**SCHON DREI MAL KALIBRIERT.
FARBE STIMMT IMMER NOCH NICHT.**



Zweitägige Weiterbildung zum Digitaldruck-Operator

Moderne Digitaldrucksysteme bieten eine hervorragende Druckqualität und erstklassige Farbwiedergabe. Aber häufig gibt es Probleme mit der Farbqualität, der Operator versucht dann durch Einstellungen an der Maschine das Ergebnis zu verbessern – oft vergebens. Denn der Grund für Farbabweichungen liegt zu 90 % in den Daten und in falsch eingestellten Anwendungsprogrammen, auch in falschen Einstellungen im Druckmenü.

Wer hochwertige und farbechte Ergebnisse im Digitaldruck erzielen will, der braucht daher umfassende Colormanagement- und PDF-Kenntnisse. Unser Seminar „Zweitägige Weiterbildung zum Cleverprinting-Digitaldruck-Operator“ ist entstanden aus einer mehrjährigen Zusammenarbeit mit einem der führenden Digitaldruckhersteller Deutschlands. Hier haben wir in den vergangenen Jahren über einhundert Kundendienst- und Vertriebsmitarbeiter geschult. In speziellen Einführungsseminaren haben wir zudem auch mehrere Hundert Digitaldruckkunden dieses Anbieters geschult. Aus beiden Seminarreihen konnten wir wertvolle Erkenntnisse gewinnen, die wir in unsere Schulung einfließen lassen konnten.

cleverprinting®

RICHTIG

GEDRUCKT



WUSTEN SIE,

DASS DIE EINSTELLUNGEN IM DRUCKMENÜ IHRER PROGRAMME ERHEBLICHEN EINFLUSS AUF DIE DRUCKQUALITÄT HABEN?



FALSCH

GEDRUCKT



WUSTEN SIE,

DASS FARBVERÄNDERUNGEN UNAUSWEICHLICH SIND, WENN DIE DRUCKVORGABEN NICHT PASSEND ZUM DATEIINHALT AUSGEWÄHLT WERDEN?



An nur zwei Tagen lernen die Teilnehmer alles, was zur professionellen Ausgabe von Digitaldrucken notwendig ist. Mehr Infos, Schulungsinhalte, Preise und Termine unter:

www.cleverprinting.de/digitaldruck

TECHNOLOGIEPARTNER Ricoh unterstützt die Mad-sack Mediengruppe als exklusiver Technologiepartner im Bereich Managed Print Services. Im Rahmen der Partnerschaft wird Ricoh in Zusammenarbeit mit dem Gutenberg Rechenzentrum (GRZ) das Print Management an insgesamt zehn Standorten des Medienkonzerns unterstützen. Hierfür wurde ein massgeschneidertes und einheitliches Service- und Technologiekonzept erarbeitet, welches die Bereitstellung von insgesamt über 1.000 Multifunktions- und Drucksystemen von Ricoh vorsieht. › www.ricoh.de

NEUE EFI FIERY DFES EFI gibt die Einführung von zwei neuen EFI Fiery DFE-Systemen (digitalen Frontends) für die neuen digitalen Highend-Produktionsfarbdrucksysteme Pro C9200 und C9210 von Ricoh bekannt. Auf Basis der neuesten Systemsoftware Fiery FS300 Pro sorgen die Fiery Color Controller E-45 und E-85 für beispiellose Produktivität, hervorragende Farbqualität und nahtlose Workflow-Integration. › www.efi.com

BLAUER ENGEL Erstmals hat eine Digitaldruckerei mit einem Konica Minolta Drucksystem die Umweltzertifizierung Blauer Engel erhalten. Die Kölner Druckerei DFS Druck Brecher darf damit RAL-UZ 195 Erzeugnisse herstellen. Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung und weitgehend klimaneutrale Druckverfahren bilden einen Schwerpunkt der Strategie des in dritter Generation familiengeführten Unternehmens. Zudem sei die Nachfrage nach umweltverträglichen Drucken in den letzten Jahren rasant gestiegen. › www.konicaminolta.de

NEUE EFFEKTE Digitaldruck Pirrot GmbH, Full-Service-Dienstleister aus Saarbrücken, erweitert seinen Maschinenpark mit einer Xerox iGen 5. Das Unternehmen gilt als Vorreiter der Digitaldrucktechnik: Seit Mitte der 1980er-Jahre bietet Digitaldruck Pirrot nicht nur Copyshop-Dienstleistungen an, sondern auch professionellen Digitaldruck mit Xerox-Maschinen. Aufgrund der jahrzehntelange Erfahrung weiss das Unternehmen um den hohen Stellenwert der Druckveredelung und sieht in der Xerox iGen 5 mit der fünften Farbstation mit Clear Dry Ink eine Möglichkeit, das Druckportfolio mit Lack- und Spot-Effekten zu erweitern. Weiterentwickelte Automatisierungen ermöglichen eine hohe Verfügbarkeit des Xerox Drucksystems. › www.xerox.de

BUCHMARKT Die polnische Druckerei Totem ist in die Inkjet-Produktion eingestiegen und hat in eine AccurioJet KM-1 von Konica Minolta investiert. Die digitale Buchproduktion ist der grösste Wachstumstrend in der stark umkämpften Verlagsbranche. Totem sieht hier neue Geschäftschancen. Daher ersetzte das Unternehmen seine Tonersysteme und verlagerte seine Offset-Aufträge auf das B2+-Inkjet-Drucksystem von Konica Minolta. Effizienzverbesserungen, stabile Farbproduktion und eine schnelle Amortisierung seien wichtige Faktoren bei der Kaufentscheidung, teilt Konica Minolta mit. › www.konicaminolta.de

ESTERMANN GMBH

INVESTITION IN FUJIFILM JET PRESS 720S

Die Estermann GmbH ist ein Full-Service-Druckunternehmen mit 30-jähriger Erfahrung und beschäftigt mehr als 80 Mitarbeiter in Weiering, Oberösterreich, zwischen den beiden grossen Metropolen München und Wien. Das Unternehmen be-

auch beeindruckt von dem Wissen und der Expertise des Vertriebsmitarbeiters Frank Goedicke und den Technikern von Fujifilm. Die Aufmerksamkeit und Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter von Fujifilm war für die Investition ebenso ein Grund wie für die



Von links: Norbert Estermann (Gründer), Peter Estermann und Michael Wachter (beide Geschäftsführer), vor der neuen Jet Press 720S von Fujifilm.

liefert eine grosse Anzahl von Kunden in vielen Ländern und bietet UV-Offsetdruck, digitale Veredelung sowie Design und Prototyping an und kombiniert Fachwissen mit Einfallsreichtum, um seinen anspruchsvollen Kunden beeindruckende Druckarbeiten zu liefern. Die Investition in eine Jet Press 720S im Oktober 2017 hat dazu beigetragen, das Produktangebot zu erweitern und den Kundenservice noch weiter zu verbessern, sodass ein erweitertes Angebot an hochwertigen Kleinauflagen sowie personalisierten Grossauflagen angeboten werden konnte. Die beiden Geschäftsführer von Estermann, Peter Estermann und Michael Wachter, stiessen im Frühjahr 2017 erstmals auf die leistungsstarke B2-Inkjet-Druckmaschine der zweiten Generation von Fujifilm und diese machte sofort Eindruck. «Die Qualität und Zuverlässigkeit der Maschine waren sehr beeindruckend, und wir waren

Qualität der Maschine. Während der gesamten Installations- und Einrichtungsphase war es fantastisch zu arbeiten – und sie leisten weiterhin wertvolle Hilfe, um das Beste aus der Maschine herauszuholen. Wir produzieren damit hochwertige Mailings, personalisierte Druckprodukte, Faltschachtelverpackungen, Mappen, Bücher, Broschüren und hochwertige Muster für unser langfristiges Offset-Geschäft.

Unsere Kunden waren tief beeindruckt von der Qualität, die die Jet Press liefern kann, und unsere Investition hat uns das Vertrauen gegeben, dass wir in der bestmöglichen Position sind, die wachsende Nachfrage nach Personalisierung, hochwertigen Prototypen und Mustern und präziser Farbkonsistenz zu nutzen. Ich würde nicht zögern, die Jet Press 720S sowohl für ihre Qualität als auch für ihre Zuverlässigkeit zu empfehlen.»

› www.fujifilm.eu

Labels24.de

HP INDIGO 6900 DIGITAL PRESS

Labels24.de druckt seit Kurzem auf einer HP Indigo 6900 Digital Press, was die Produktionskapazitäten des auf Etikettendruck spezialisierten Betriebs um das sechsfache erhöht und das Leistungsportfolio signifikant erweitert. Kunden profitieren gleichzeitig von mehr Flexibilität bei bester Qualität und hoher Umweltverträglichkeit. «Unsere Geschäftsstruktur ist von einer grossen Anzahl an Aufträgen mit immer kleineren Auftragshöhen bei immer kürzeren Lieferzeiten geprägt. Wir waren auf der Suche nach einer Lösung, die es uns erlaubt, auch Kleinstauflagen schnell und kostengünstig anbieten zu können, ohne Kompromisse bei der Qualität machen zu müssen – die HP Indigo 6900 Digital Press ist dabei die richtige Investition gewesen», sagt Inhaber Frank Plechschmidt. Zudem ist dem Unternehmen aus dem Fichtelgebirge der Umweltschutz besonders wichtig. Auch in diesem Hinblick konnte die HP Indigo 6900 Digital Press punkten – denn HP Indigo legt grossen Wert auf Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Sie stammt aus CO₂-neutraler Fertigung, verringert das Abfallaufkommen, bietet ein Rücknahmeprogramm und garantiert hohe Energieeffizienz.

› www.hp.com.

› www.labels24.de

CREATIVE CONNECTION SETZT AUF OKI SCHNELL FÜR MAXIMALE HALTBARKEIT

Creative Connections in Neuss hat sich in über 25 Jahren von einem kleinen Werbetechnik-Betrieb zu einem erfolgreichen Dienstleister für den grossformatigen Digitaldruck entwickelt. Mit 20 Angestellten und einem Stamm an freien Mitarbeitern verkauft das Unternehmen hauptsächlich Komplettlösungen an seine Kunden. Diese setzen sich neben dem eigentlichen Digitaldruck aus dessen Konfektionierung und der abschliessenden Montage zusammen.

Text und Bilder: OKI

Seit sich Creative Connection 1999 auf den grossformatigen Digitaldruck spezialisiert hat, legt das Unternehmen seinen Fokus auf lange Haltbarkeit seiner Produkte. Dafür galt es, eine passende Drucklösung zu finden. «Als die ersten Solvent-Systeme auf den Markt kamen, haben wir ausführlich recherchiert, viele Angebote verglichen und uns schliesslich für unseren ersten OKI Color Painter M64 entschieden», erinnert sich Christoph Klein, Inhaber von Creative Connection. Denn als das Team die Ausdrücke mit denen des vorherigen Drucksystems verglich, war sofort klar, dass zwischen dem alten und neuen System Welten lagen. Insbesondere im Hinblick auf Farbbrillanz und Farbdichte. «Bei der Qualität der Durchlichtanwendungen hat uns das System sofort überzeugt», so Klein. Diese liessen sich mit dem ColorPainter M64 schon mit einfachem Farbauftrag drucken und verfügten trotzdem über eine hohe Dichte, die selbst für Durchsichtfolien gut funktioniert hat. Ein Vorteil, der mit den wasserbasierten Lösungen, die das Unternehmen zuvor im Einsatz hatte, nicht umsetzbar war. Die Ergebnisse, die der M64 erzielte, waren auch ein Auslöser dafür, dass sich Klein für den Ausbau des Aussenfolien-Druckbereichs entschied. Da die Grossformatdrucker bei Creative Connection aufgrund der starken Nutzung meist nach circa sechs Mo-

naten ausgetauscht werden, folgte bald ein neues Modell: der OKI H104s. Und auch dieser Drucker hat die Werbetechnik-Agentur nicht enttäuscht. Er liefert brillante Druck-Ergebnisse auf Textilien. Dank der beiden grauen Tinten erreicht er ein beeindruckendes Farbergebnis und in puncto Geschwindigkeit liess er keine Wünsche offen. So entschied sich das Unternehmen bald für eine Ausrüstung auf ein zweites H104 Drucksystem, das sich aufgrund guter Auftragslage bereits binnen vier Wochen amortisiert hatte. Als vor Kurzem wieder eine Ablösung der Printer anstand, griff Klein abermals auf OKI zurück. «Wir haben bisher immer gute Erfahrungen mit OKI gemacht – sowohl was die Drucker selbst anbelangt, als auch auf den vorbildlichen Service.»

Flexible Einsatzmöglichkeiten

Heute hat das Unternehmen zwei ColorPainter M-64s der neuesten Generation in Betrieb. Die Inbetrieb-

nahme der Printer lief reibungslos, die Profilierung erfolgte schnell und unkompliziert und auch die Anbindung an das RIP erwies sich als völlig unkompliziert. In Sachen Druckqualität übertreffen die beiden ColorPainter M-64s die schon guten Resultate des H2-104s – und das bei vergleichbarer Geschwindigkeit.

Zu den häufigsten Aufträgen, die über die ColorPainter laufen, zählen selbstklebende Folien, Roll-ups, Planen oder Banner sowie andere Jobs, bei denen es speziell auf die Haltbarkeit und UV-Beständigkeit ankommt. Die Anwendungsbereiche sind dabei vielfältig und reichen von Drucken für Messestände und -wände über Hochleistungsfolien für Car-Wrapping, Schilder für Schaufenster und Aussenwerbung, bis hin zu konturgeschnittene Anwendungen für den Innen- und Aussenbereich.

Den grössten Vorteil der ColorPainter M-64s sieht Klein in den schnellen Rüstzeiten. «Bei den Vorgängergeräten war das Rüsten mit mehr Zeitaufwand verbunden», so Klein. «Die

beiden etwas kleineren M-64s lassen sich besser rüsten und sind daher viel flexibler einsetzbar.» Auch kleine Jobs auf verschiedenen Druckmaterialien lassen sich problemlos abwickeln. Gleichzeitig garantieren die Drucker eine hohe Haltbarkeit. Einen weiteren Vorteil sieht Klein darin, dass die Color Painter nahezu keine Makulatur generieren. Die Drucker starten direkt mit dem Druck. Darüber hinaus ermöglicht es ein Sensor, bis 3 cm vor Materialende zu drucken. Damit lässt sich eine Menge Material einsparen.

Deckende SX ecosolvent Tinte

Die Color Painter sind mit SX ecosolvent Tinte MCS zertifiziert. Mit der richtigen Folienkombination gewährleisten sie eine Aussenbeständigkeit von bis zu 84 Monaten. «Auch muss bei den Tinten keine Absaugung mehr erfolgen», erläutert Klein. «Sie produzieren nicht nur bessere und dichtere Farben, sondern enthalten keinerlei Giftstoffe, sodass sie sich auch ohne Absaugung eignen».

Ein weiterer Pluspunkt der Printer ist die Zusatzfarbe Grau. Graufächern erscheinen so weniger körnig – das ist mitunter ausschlaggebend für die Kunden. Für die nächste Generation der Color Painter wünscht sich Klein noch eine weitere Farbe: «Ein zusätzliches Orange wäre schön, da damit noch brillantere Ergebnisse möglich wären».



Christoph Klein ist mit seinen Druckern und OKI rundum zufrieden.

» www.oki.de



TAPETENPORTFOLIO
Sihl hat sein Tapetenportfolio überarbeitet und ergänzt. Das neue Non-woven design2wall FR 210 satin ist eine Vliestapete für den Druck mit Solvent-, Latex- und UV-Tinten und bietet hohe Farbbrillanz und Dimensionsstabilität. Das neue Prepasted non-woven design2wall FR 230 satin ist die vorgeklebte Variante der Non-woven design2wall FR 210 satin und bietet die gleichen Vorteile wie die Version ohne Kleister auf der Rückseite.
› www.sihl.com

Bildquelle: Sihl.

Canon **OCÉ TOUCHSTONE RELIEF-DRUCKLÖSUNG**

Canon Océ Touchstone ist eine Relief-Drucklösung mit Anwendungsmöglichkeiten im digitalen Grossformat-, Dekor- und Verpackungsdruck. Die neue Lösung ermöglicht es, mit einem Océ Arizona Flachbettdrucker mehrschichtig zu drucken und so Effekte zu erzielen,

tallischen Akzenten und erhabenen Schriftzügen entstehen lassen. Mögliche Anwendungen sind zum Beispiel Stein-, Ziegel-, Holz- und Flieseneffekte. Océ Touchstone ist eine Lösung, die aus vier Einzelkomponenten besteht: einem Plug-in-Design-Tool für Adobe Photoshop, der Onyx Thrive Workflow-Lösung, der Océ Touchstone Software



Océ Touchstone ist eine erhöhte Relief-Drucklösung für Anwendungen im digitalen Grossformat-, Dekor- und Verpackungsdruck.

die beim Betrachter den Eindruck von strukturierten Oberflächen, Prägungen, me-

und einem Grossformat-Flachbettdrucker der Océ Arizona 1200 oder 2200 Serie.
› www.canon.de

Sihl Direct **POLYMERE FOLIEN MIT B1-ZERTIFIKAT**

Im Rahmen der Sortimentsoptimierung legt Sihl Direct nach. In der Kategorie «Selbstklebende Vinylfolien und Lamine» wurden jetzt nach den monomeren Folien sieben weitere polymere Folien neu zertifiziert und sind ab sofort mit B1-Zertifikat zum Nachweis der Schwerentflammbarkeit (Baustoffklasse B1) nach DIN 4102-1 erhältlich. Damit sind sie für den Einsatz in öffentlichen Gebäuden und im Messe- und Ladenbau geeignet. Die selbstklebenden PVC-Folien sind für die Verklebung auf ebenen oder leicht gewölbten Untergründen geeignet und bis zu sieben Jahre haltbar – sowohl im Innen- als auch im Außenbereich.

› www.sihl-direct.de

Innovationen von EFI **NEUE HYBRID-INKJET- PLATTFORM VUTEK H**

EFI hat die nächste Generation an Hybridsystemen für den Flachbett-/Rollendruck vorgestellt: Die Drucker der Serie EFI Vutek h sind von Grund auf für höhere Qualität, mehr Funktionen und eine Produktivität von bis zu 109 Platten pro Stunde konzipiert. Die neuen 3,2 m breiten LED-Hybriddrucker der Serie Vutek h sind das Ergebnis der jahrzehntelangen Erfahrung mit Technologien für die Werbetechnik- und Grafikproduktion bei EFI. Die für Graustufendruck entwickelten neuen Sieben-Picoliter-Hochgeschwindigkeitsdruckköpfe mit EFI-UltraDrop-Technologie bewirken eine präzise Punktplatzierung für konstante Druckergebnisse.

Die Maschinen ermöglichen den Druck im Vier- und Achtfarbenmodus plus Weiss; in einem Durchgang können fünf Schichten gedruckt werden.

Das auf der Fespa gezeigte Vutek-h3-Modell bietet einen maximalen Durchsatz von 74 Platten pro Stunde. Mit dem h5-Modell, das direkt von EFI erworben oder durch Aufrüstung des h3 vor Ort bezogen werden kann, lassen sich bis zu 109 Platten pro Stunde produzieren.
› www.efi.com

Canon

PROZESS-AUTOMATISIERUNG

Ein Highlight des Fespa-Standes von Canon war ein vollständig automatisierter Druck und Schneide-Workflow, der den Océ Arizona 6170 XTS Flachbettdrucker mit dem Océ ProCut Schneidetisch in einem nahtlosen, unbeaufsichtigten Prozess verbindet. Die präsentierte Lösung ist eine echte Canon

Roboter die Medien zur Wendestation zurück und legt sie anschliessend auf dem Flachbett ab, um die zweite Fläche zu bedrucken. Eine intelligente, von Rolan Robotics entwickelte Software-Schnittstelle ermöglicht die Synchronisation der verschiedenen Geräte und erlaubt so vollständig automatisierte Befehle zwischen dem Rolan Roboter und dem Océ Arizona-Drucker.



Canon und Rolan Robotics ermöglichen eine vollständige Prozessautomatisierung für die unbeaufsichtigte Produktion von Grossformaten-Flachbettdruckmaschinen.

Kundenimplementierung bei Van Vliet Printing in den Niederlanden, wo die Robotisierung den unbeaufsichtigten Betrieb der Océ Arizona und Océ ProCut Systeme rund um die Uhr ermöglicht hat. Dadurch wurde die Produktionskapazität des Unternehmens erheblich erweitert, ohne mehrere zusätzliche Operator-Schichten einzuführen. Das vom Canon Partner und Roboterspezialisten Rolan Robotics integrierte System nimmt unbedruckte Medien von einer Palette neben dem Drucker auf und legt sie in eine Registrier- und Wendestation, die die Medien sowohl horizontal als auch vertikal ausrichtet. Anschliessend entnimmt der Roboter die Medien und legt sie passgenau auf den Drucktisch der Océ Arizona 6170 XTS. Die Océ Arizona erhält dann automatisch einen Maschinenbefehl, um mit dem Drucken zu beginnen. Soll der Bedruckstoff beidseitig bedruckt werden, führt der

Wenn der Druck abgeschlossen ist, übergibt der Roboter die bedruckten Medien an den Océ ProCut Schneidetisch. Die Océ ProCut Software verarbeitet die Fertigungsanweisungen und sendet einen Befehl an den Cutter, ohne dass der Bediener eingreifen muss. Nach dem Schneiden, Rillen oder Anstanzen kann der Roboter entweder alle Materialien vom Schneidetisch nehmen oder alternativ das fertige Produkt von der Schneidemaschine heben und Abfälle in einen Behälter zur Entsorgung oder Wiederverwertung transportieren. Der Workflow kann auch sich wiederholende Jobs identifizieren, wodurch die Notwendigkeit der Jobidentifizierung und -registrierung für jeden einzelnen Auftrag entfällt. Dadurch kann die Océ ProCut automatisch mit dem Schneiden beginnen, sobald das Medium auf den Schneidertisch gelegt wird.

› www.canon.de

SWISSQPRINT DRUCKER-GENERATION 3



Noch präzisere und stabilere Druckergebnisse, erweiterte Anwendungsvielfalt und erhöhte Benutzerfreundlichkeit bei einer neuen maximalen Produktivität von 370 m²/h – so hat swissQprint die neueste Generation seiner LED-Inkjet-Drucker vorgestellt.

swissQprint hat damit auf der Fespa 2018 ein weiteres Mal für eine Überraschung gesorgt. Der Schweizer Entwickler und Produzent von High-End Grossformatdruckern hat eine neue, fünfteilige Maschinengeneration präsentiert: Nyala 3, Impala 3 und Oryx 3 sowie die Speed-Modelle Nyala 3S und Impala 3S. Jeder dieser LED-Flachbettdrucker ist wie gewohnt modular ausbaubar, unter anderem mit einer erweiterten Rollenoption, die an der Fespa ebenfalls Premiere feierte.

Adriano Gut, swissQprint-Produktmanager, erklärt: «Mechanische Verfeinerungen machen die Systeme noch stabiler und präziser als ihre Vorgänger.» Das ist Perfektion in Reinkultur, denn für diese Eigenschaften sind die Schweizer Produkte bereits bekannt. Gut fügt an: «Unter anderem haben wir die Architektur des Druckkopfwagens von Grund auf neu konzipiert.» Ein komplett neues Steuerungssystem trage ausserdem zum

Fortschritt und zur gesteigerten Benutzerfreundlichkeit bei. Letzteres zeige sich in vielen Details, wie beispielsweise die Kontrolle und Regulierung der Vakuum-Wirkbarkeit. Hauptsächlich sei das Steuerungssystem aber das Fundament für Entwicklungen der Zukunft. Und solche hatte swissQprint in Berlin bereits dabei.

Nyala 3S und Impala 3S sind für Betriebe mit hohem Output geschaffen. Nyala 3S liefert bis zu 370 m²/h, Impala 3S bis zu 317 m²/h. Die Druckqualität ist angesichts des Tempos beachtlich. Die Hochleistungsmodelle verbinden Druckdichte und Geschwindigkeit auf clevere Weise. Klassische Anwendungen sind hochwertige POS-Artikel, Displays, Poster, Banner, Backlit-Medien und ähnlich anspruchsvolle Medien. Die maximale Produktivitätsstufe erweitern das Spektrum um Druck-Erzeugnisse, die für grössere Betrachtungsdistanzen vorgesehen sind, wie beispielsweise Megaposter, Banner und Ver-

hüllungen von Umbauobjekten.

Im Rahmen der Maschinen-generation 3 führt swissQprint eine erweiterte Rollenoption ein. Eine neue Breitstreckwalze glättet das Material, bevor es auf den Drucktisch kommt. Das beugt Faltenwurf vor und verhindert folglich Crashes. Karbon-Bürsten an dieser Breitstreckwalze führen gleichzeitig statische Ladung vom Material ab, was die präzise Tropfenplatzierung begünstigt. In Kombination mit LED-Härtung vergrössert die neue Rollenoption die Materialvielfalt, indem heikle und wärmesensible Medien problemlos zu verarbeiten sind. Innerhalb der Lösung gibt es eine weitere Variante: Die Doppelrollenoption für Parallelruck von zwei Materialbahnen. Mit ihr verdoppelt sich die Produktivität auf einen Schlag.

swissQprint bietet mit der neuen Generation noch feinere abgestufte Lösungen als bisher an. Die individualisierten Systeme decken die Bedürfnisse eines Beschriftungsateliers genauso ab wie die einer Grossdruckerei oder eines Industriebetriebs. Die Generation 3-Modelle sind ab sofort über das swissQprint-Vertriebsnetz lieferbar.

› www.swissqprint.com



swissQprint übertrifft sich mit der Druckergeneration 3 in Sachen Präzision, Prozessstabilität und Produktivität.

Flyeralarm

**UV-DRUCKER EFI
VUTEK HS125 F4**

EFI gibt die erste Installation des EFI Vutek HS125 F4 in Europa bei der Flyeralarm GmbH in Würzburg bekannt. Mit dem Neuzugang kann der Druckdienstleister noch flexibler auf Kundenwünsche reagieren.

Flyeralarm setzt mit der Vutek HS125 F4 auf neueste Technik, um die hohe Nachfrage seitens der LFP-Kunden befriedigen zu können. Allein im Bereich LFP verschickt das Unternehmen circa 3.000 Pakete täglich. Bestellt werden die Produkte – beispielsweise Planen, Banner, Roll-Ups, Displays, Platten, Schilder, Messeausstattungen, Autofolierungen oder Klebefolien – in erster Linie online über den Webshop.

Mit acht Farbkanälen in doppelter CMYK-Konfiguration erreicht der Vutek HS125 F4 Ausgabegeschwindigkeiten von bis zu 225 Platten pro Stunde. Funktionen wie Pin & Cure erlauben einen präzisen Tintenauflauf, die Steuerung des Glanzgrads und einen grösseren Farbumfang. Ein weiterer wichtiger Gesichtspunkt beim Kauf der EFI Vutek HS 125 F4 war die hohe Flexibilität der Maschine, die zum Beispiel eine Vielzahl von Materialien bedrucken kann.

› www.efi.com

Zünd-Cutter G3

**GROSSFORMAT-DRUCK-
DIENSTLEISTER CCL**

Qualität und perfekte Umsetzung stehen für Frederik Möller vom Hamburger Grossformat-Druckdienstleister CCL im Vordergrund. Er wählte daher ein digitales Schneidesystem des Schweizer Herstellers Zünd, um die Produktivität zu steigern und das Angebot zu erweitern. Mittlerweile bearbeitet CCL fast alle Materialien mit dem Zünd-Cutter G3. Gleichgültig, ob das Material geschnitten, geritzt, gerillt, gebohrt oder gefräst werden soll. Dabei seien die Flexibilität des digitalen Schneidesystems und dessen modularer Aufbau ein grosser Vorteil, betont Möller. Die vormals so aufwendigen Arbeitsschritte laufen jetzt automatisiert ab und Werkzeugwechsel sind in kürzester Zeit möglich. Mit dem neuen Zünd Cutter eröffnen sich auch neue Anwendungsfelder. So hat die Möglichkeit, Konturen automatisch und exakt auszufräsen, die Produktpalette erweitert und dem Unternehmen neue Aufträge und Kunden beschert. «Inzwischen gehören Wanddekore, Designobjekte, Aufsteller und Figuren, Duschtrennwände und Küchenrückwände aus Acryl zu den Produkten, die für viele Kunden sehr attraktiv sind,» führt Frederik Möller aus.

› www.zund.com

Fujifilm Acuity Ultra

**SUPERWIDE-PLATTFORM DER
LUXUSKLASSE**

Fujifilm hat die Einführung der neuen Superwide-Plattform Acuity Ultra angekündigt. In die Entwicklung des jüngsten Mitglieds der Acuity-Familie sind die Ergebnisse umfangreicher Studien zu derzeitigen Anforderungen und künftigen Herausforderungen für Superwide-Druckereien eingeflossen. Die Acuity Ultra ist wichtiger Teil der Industriestrategie von Fujifilm und ermöglicht durch grössere Formate und höhere Qualität eine rentablere Produktion. Sie ist für die UV-härtenden Inkjet-Tinten von Fujifilm konzipiert und bietet eine nahezu fotorealistische Qualität, eine hohe Registerhaltigkeit und höhere Produktionsgeschwindigkeiten.



Erstmals auf der Fespa 2018 zu sehen war die Acuity Ultra Superwide-Plattform der Luxusklasse von Fujifilm.

Die Maschine ist mit Arbeitsbreiten von 5 m und 3,2 m sowie mit bis zu 8 Farbkanälen erhältlich und arbeitet mit neuen Uvijet-GS-Tinten mit geringem Auftragsgewicht. Die Tinten wurden für höchste Qualität entwickelt und erfüllen die für Innenanwendungen geltenden Emissionsvorschriften.

Durch die Tropfengrösse von 3 pl und einer Qualität, die mit der von Offset- und führenden Inkjet-Maschinen mit wasserbasierten Tinten vergleichbar sein soll, eignet sich die Acuity Ultra für die Fertigung von High-End-Grafiken – und hier insbesondere im Luxussegment. Dank der konventionellen UV-Technologie arbeitet sie ausserdem wesentlich schneller als Maschinen mit LED-Härtung, wobei die Wasserkühlung des Vakuumschiffs dafür sorgt, dass auf dem Drucktisch keine übermässige Wärme entsteht, die ein Schrumpfen der Drucke verursachen könnte.

Mit einem Durchsatz von bis zu 236 m² pro Stunde kann sie auf drei Rollen gleichzeitig im Superwide-Format mit bis zu 5 m Breite drucken. Linearmotoren gewährleisten den randlosen Druck ohne Vibrationen am Materialende.

Der Kreativdienstleister Echo House (Grossbritannien) ist globaler Vorreiter der neuen Superwide-Plattform von Fujifilm. Nach dem Zuschlag auf der Fespa 2018 wurde die Acuity Ultra schon im Juni bei Echo House installiert und in Betrieb genommen.

› www.fujifilm.eu

Mutoh

**GROSSFORMATFLACH-
BETTDRUCKER**

Mutoh Europe hat kürzlich seinen ersten echten Grossformat-Flachbettdrucker vorgestellt, den PerformanceJet 2508UF mit 1.250 mm x 2.540 mm Grösse. Standardmässig ist der PJ-2508UF mit zwei UV-LED-Lampen und vier versetzt zueinander verbauten «variable-drop Greyscale» Druckköpfen ausgestattet.



Mutoh PerformanceJet 2508UF.

Das erlaubt ein Tintensetup für 2x CMYK oder CMYK + Weiss + Lack. Ebenfalls ist es möglich, den Drucker mit 6 Köpfe auszustatten, um eine optimale Kombination aus Geschwindigkeit und vielseitigen Einsatzmöglichkeiten zu erreichen. Der PJ-2508UF kann Materialstärken von bis zu 100 mm und 50 kg/m² verarbeiten, verfügt über ein in verschiedene Vakuumzonen unterteiltes Druckbett und ein pneumatisches Pin-Registriersystem sowie eine «Blow-Back-Function» für eine einfache Medienhandhabung und Positionierung von schweren Medien.

› www.mutoh.de

Roland DG hat die Roland Hero Awards 2018 lanciert, eine Suche nach inspirierenden Stories und einzigartigen Print-Kampagnen. Der Wettbewerb läuft bis zum 31. Oktober 2018 und richtet sich an Roland-Anwender in ganz Europa. • **Avery Dennison** Graphics Solutions hat bekannt gegeben, dass die alljährliche «Wrap Like A King» Challenge eröffnet ist. Der diesjährige Fahrzeugfolierungswettbewerb findet bis zum 15. September 2018 statt. • Das im belgischen Beerse ansässige Unternehmen **Dacar Digital Printing** hat den hundertsten LED-Rolle-zu-Rolle-Drucker der Serie **EFI Vutek 3r/5r** für das Supergrossformat installiert. • **Mouvent**, das Schweizer Start-up-Unternehmen, das sich mit wegweisender Digitaltechnologie auf die Zukunft des Digitaldrucks konzentriert, hat strategische Partnerschaften mit Vertriebsunternehmen von Textildrucklösungen in Italien, der Türkei, Indien und China angekündigt. • Der italienische Grafik- und Druckspezialist **Beepag** hat in die erste UV-Flachbettlösung **Ricoh Pro T7210** des Landes investiert. • Nach der Übernahme der **Cham Paper Group** präsentierte **Sappi** erstmalig auf der Fespa Lösungen wie Farbsublimationspapiere, Inkjet-Papiere, Silikon-Basisrohnpapier und Containerboard für den Wellpappenmarkt.



«Wir sind hocherfreut über die EDP-Auszeichnung», sagt Christoph Gamper, CEO der Durst Group.

HP GROSSFORMAT-FOTO- DRUCKER

Mit der neuen HP DesignJet Z-Serie stehen zwei Modelle in 24 oder 44 Zoll mit einer oder zwei Rollen zur Verfügung. Die Druckaufträge können mit der Drucksoftware HP Click an den Drucker gesendet werden; dabei sorgt die Adobe PDF Print Engine (APPE) dafür, dass auch grosse und komplexe Dateien schnell zum Drucker kommen und korrekt ausgedruckt werden.

Die neue Z-Serie eignet sich sowohl für technische als auch grafische und fotografische Anwendungen: Bis zu neun pigmentierte Tinten sorgen für brillante Farben und hochwertige Ausdrücke auf einer Vielzahl unterschiedlicher Medien. Das integrierte Spektralphotometer ermöglicht zudem eine einfache Farbkalibrierung und Farbprofilerstellung (HP DesignJet Z9+). Darüber hinaus bestechen die Ausdrücke durch ihre besondere Langlebigkeit von bis zu 200 Jahren in Innenräumen und vier Monaten im Aussenbereich.

› www.hp.com

Durst P5 MIT EDP-AWARD AUSGEZEICHNET

Durst wurde von der European Digital Press Association mit dem renommierten EDP-Award in der Kategorie «Best Flatbed/Hybrid Printer > 250 m/h», ausgezeichnet. Prämiert wurde die neue P5 Plattform mit dem neuen Drucksystem Durst P5 250 HS, das Ende Januar am Durst Standort in Lienz vorgestellt wurde und für so viel Aufmerksamkeit sorgte, dass sich sogar Österreichs Bundeskanzler Sebastian Kurz auf einer Stippvisite über die Innovation informierte.

Mit der Auszeichnung schliesst sich für Durst der Kreis zwischen Einführung, Feldtest, ersten Installationen und positiver Marktresonanz, denn die EDP-Jury besteht aus 21 Mitgliedsmagazinen aus ganz Europa. Die EDP-Awards wurden im Rahmen der Fespa in Berlin verliehen. «Wir sind hocherfreut über die EDP-Auszeichnung, ist es doch der Beweis, dass die P5 eine echte Innovation ist und der neue Benchmark im Large-Format-Printing», sagt Christoph Gamper, CEO der Durst Group. «Wir arbeiten bereits intensiv an der Erweiterung des P5 Portfolios und freuen uns diese im Oktober vorstellen zu dürfen.»

› www.durst-group.com

HP NEUER HP LATEX R2000 DRUCKER

Auf der Fespa präsentierte HP den HP Latex R2000 Drucker und damit die erste Hybridlösung für den Druck auf Platten- und Rollenmaterialien in einem Gerät.

Joan Pérez Pericot, General Manager, HP Large Format Graphics Business, HP Inc: «HP entspricht mit der Entwicklung dieser bahnbrechenden Technologie dem Wunsch der Druckdienstleister, mit einem Latex-Drucker und wasserbasierten Latex-Tinten auf Platten- und Rollenmaterialien zu drucken. Die Markteinführung des HP Latex R2000 Druckers ist ein weiterer Schritt auf dem Weg, unseren Kunden optimale Nutzungserfahrungen durch innovative druckgrafische Verfahren zu ermöglichen.»

In Verbindung mit der weissen HP Latex-Tinte, die ein brillantes Weiss auf transparenten und farbigen Medien



HP Latex R2000.

erzeugt, profitieren die Druckdienstleister von der Vielseitigkeit der HP Latex R2000 – mit nur einem einzigen Farbsatz. Ob Einzelhandel, Signage im Aussenbereich, Fenstergrafiken, Veranstaltungen und Ausstellungen, Dekoration und Fahrzeugfolien – mit der HP Latex R2000 sind die unterschiedlichsten Einsatzbereiche realisierbar.

› www.hp.com

100 MAL SOFTSIGNAGE CoverUp aus Dublin hat den weltweit ersten Soft-Signage-Drucker EFI Vutek FabriVU 340i bestellt, der gleichzeitig auch der 100. verkaufte wasserbasierte Soft-Signage-Drucker aus der Vutek-FabriVU-Serie ist. Der Drucker ist ein 3,4 m breites Gerät für den Einsatz mit wasserbasierten Sublimationstinten. Basis ist das 340-Modell, das um ein beheiztes Auflage- und Extraktionssystem für die Inline-Fixierung von Textilien beim Direktdruck erweitert wurde. Die Druckgeschwindigkeit des Vutek FabriVU 340i ist bei allen Qualitätsstufen gleich. › www.efi.com

TEXTILES ÖKOSYSTEM Nach der Übernahme des australischen Unternehmens Rimslow im vergangenen Jahr deckt Mimaki nun mit der Rimslow Series alle Bestandteile des Textildrucks ab, einschliesslich der Vorbehandlung der Textilien, des Digitaldrucks sowie des Dämpfens und Wachsens nach dem Drucken. Zudem hat Mimaki seine erste Entwicklung im Bereich des Internets der Dinge (IoT) für Textilien und Bekleidung und damit eine weitere Möglichkeit geschaffen, die Verarbeitung zu beschleunigen und Fehler zu vermeiden. Unter der Bezeichnung «Mimaki Job Controller TA» umfasst die neue Lösung Funktionen für das Management der Produktion, für den Scan von Barcodes und für den lückenlosen Einblick in die Produktionsdatenbank. In Verbindung mit den Textildruckmaschinen von Mimaki stellen diese Komponenten ein eigenständiges Ökosystem für den digitalen Textildruck dar. › www.mimaki.de

R2000 IN BETRIEB Unglaubliche Farbwelten, Geruchlosigkeit und höchste Druckqualität – auf starrem wie auf flexiblem Material: Diese Produkteigenschaften überzeugten die Kuss Medienproduktion von der neuen HP Latex R2000.

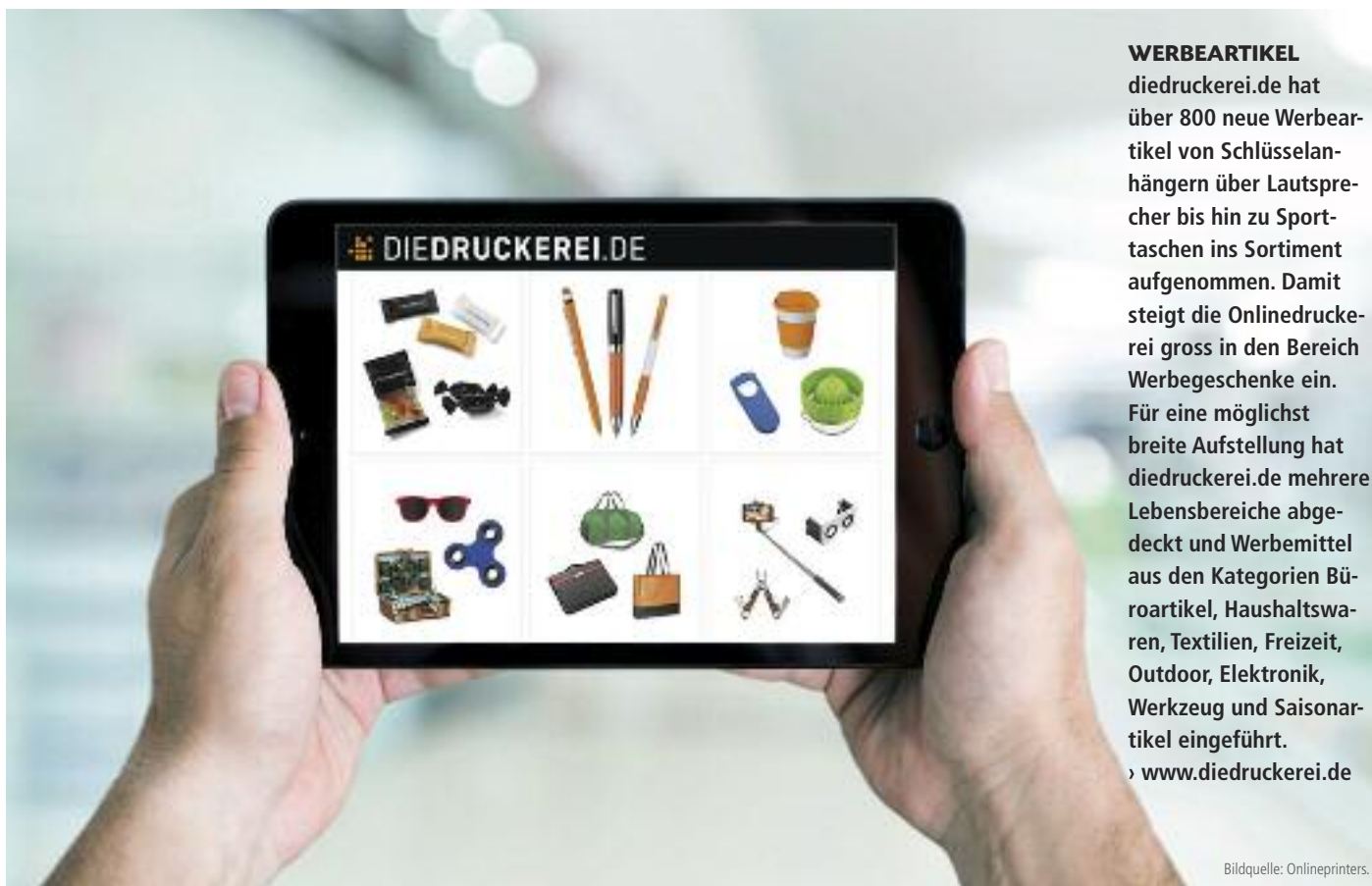
Seit Februar 2018 hatte der Potsdamer Spezialist für Offset-, Digital- und Grossformatdruck das Gerät im Beta-Test, im Juni ging die Latex R2000 nun offiziell in den Maschinenpark über. › www.hp.com

SMURFIT KAPPA UND EFI Das in Dublin ansässige Wellpappenverpackungsunternehmen Smurfit Kappa Group ist eine Partnerschaft mit EFI eingegangen, um mit der Installation einer Single-Pass-LED-Inkjet-Druckmaschine EFI



Nozomi C18000 eine effiziente Digitalproduktion zu etablieren. Die Druckmaschine soll in einem der Betriebe von Smurfit Kappa auf der Iberischen Halbinsel installiert werden. Dort werden Kartons und Trays hergestellt. Das Nozomi-System bietet eine Geschwindigkeiten bis 75 m/Min. und soll kleine und mittlere Auflagen sowie versionierte Aufträge produzieren. Die 1,8 m breite Nozomi druckt mit sechs Farben plus Weiss bei 360 x 720 dpi und verarbeitet ein- und zweifelhige Pappe. Pro Stunde können bis zu 10.000 Pappen von 89 x 89 cm Grösse mit zwei Nutzen verarbeitet werden.

› www.efi.com › www.smurfitkappa.com



WERBEARTIKEL
diedruckerei.de hat über 800 neue Werbeartikel von Schlüsselanhängern über Lautsprecher bis hin zu Sporttaschen ins Sortiment aufgenommen. Damit steigt die Onlinedruckerei gross in den Bereich Werbegeschenke ein. Für eine möglichst breite Aufstellung hat diedruckerei.de mehrere Lebensbereiche abgedeckt und Werbemittel aus den Kategorien Büroartikel, Haushaltswaren, Textilien, Freizeit, Outdoor, Elektronik, Werkzeug und Saisonartikel eingeführt.
› www.diedruckerei.de

Bildquelle: Onlineprinters.

diedruckerei.de

«BESTER ONLINE-HÄNDLER»

diedruckerei.de wurde in einer vom Handelsblatt beauftragten Studie zum dritten Mal in Folge zum «Besten Online-Händler» in der Kategorie Druckereien gewählt. Durchgeführt wurde die Kundenbefragung vom Marktforschungsinstitut ServiceValue. Die Untersuchung «Beste Online-Händler 2018» wurde zum dritten Mal durchgeführt. In der repräsentativen Verbraucherbefragung wurden Kundenurteile unter anderem zu 954 Online-Händlern aus 97 Branchen eingeholt. Pro Unternehmen wurden jeweils 1.000 Kunden zu ihren Erfahrungen mit dem Onlinehändler befragt.
› www.diedruckerei.de

Thimm Gruppe

E-COMMERCE START-UP FÜR KARTONS ALS DIGITALES GESCHÄFTSMODELL

Mit dem Start-up Cartonara legt das Familienunternehmen Thimm den Grundstein für digitale Geschäftsmodelle. Der deutsche Onlineshop www.kartonara.de eröffnete im März für gewerbliche und private Kunden. Er bietet standardisierte Verpackungen aus Wellpappe und Zubehör für die optimale Distribution von Waren. Im Sortiment der neuen E-Commerce Plattform ist die vereinte Verpackungskompetenz der 1949 gegründeten Thimm Gruppe erkennbar. Neben standardisierten Kartons, Falt-schachteln und Versandverpackungen aus Wellpappe sind Umzugsmaterialien und Zubehör wie Verschlussmittel, Polster- und Füllmaterialien erhältlich. In den kommenden Monaten wird das Sortiment stetig erweitert, sodass zukünftig Kleinladungsträger, innovative Verpackungen für den E-Commerce und individualisierte Kartons das Sortiment ergänzen. Onlinekunden erhalten die Bestellungen direkt ab Lager, sodass diese in der Regel bereits am nächsten Tag geliefert werden. Auf der E-Commerce Plattform werden alle gängigen Zahlungsmethoden akzeptiert. Als 100% integriertes Unternehmen ist die Cartonara GmbH + Co. KG eine neue Gesellschaft der Firmengruppe Thimm. Der deutsche Onlinevertrieb erfolgt unter der Marke Kartonara. Mit Sitz in Northeim wurde das Start-up zum Jahresende 2017 gegründet. Als Geschäftsführer wurden Kornelius Thimm und Michael Weber berufen.
› www.kartonara.de › www.thimm.de

Onlineprinters

250.000 MAL «JA!» ZUM KLIMASCHUTZ

Mit einer Viertelmillion klimaneutral gedruckter Aufträge verzeichnet die Online-druckerei Onlineprinters einen bedeutsamen Meilenstein: 250.000 Mal haben sich Kunden des E-Commerce-Unternehmens bewusst dazu entschieden, durch Unterstützung eines Klimaschutzprojektes alle

klimaneutralen Drucks 2013 bei Onlineprinters konnten 7.900 Tonnen CO₂ kompensiert werden. Das entspricht der Menge Kohlenstoffdioxid, die ein PKW ausstossen würde, wenn er die Länge aller Strassen weltweit abfährt: knapp 32 Mio. km. «Die Auftragsanzahl von 250.000 ist sensationell. Sie zeigt, dass unsere Kunden nachhaltig handeln wollen und Onlineprinters den Umweltschutz vorantreibt», kommentiert CEO Michael Fries. Gerade im Geschäftsmodell Onlinedruck lassen sich gedruckte Werbemittel aufgrund der Masse an Aufträgen ressourcenschonend produzieren, da die eingesetzten Maschinen effizient ausgelastet werden können.
› www.diedruckerei.de



Bei 250.000 Aufträgen gleichen Onlineprinters-Kunden ihre CO₂-Emissionen aus.

CO₂-Emissionen auszugleichen, die durch die Herstellung ihres Druckprodukts anfallen. Seit Einführung des

Initiative Online Print e. V. INTENSIVIERT SEINEN STELLENWERT

Die Brancheninitiative wächst erfolgreich weiter: Die Mitglieder der Initiative Online Print e. V. (IOP) wurden vom 25. bis 27. April 2018 zum diesjährigen Frühjahr-Mitgliedertreffen von Longo Deutschland nach Südtirol, Italien, eingeladen. Hierbei wurden im Hauptsitz der Durst Phototechnik AG Tagungsräume in Brixen zur Verfügung gestellt, wo sich die Neumitglieder Probo Print GmbH und Spreadshirt den Mitgliedern der IOP vorstellten. Der Beitritt der beiden erfolgreichen Online-print-Akteure in den führenden Verein der Online-print-Industrie zeigt den hohen Stellenwert der IOP als eine Austauschplattform für Top-Themen der Onlineprint-Branche. Bernd Zipper, Vorstandsvorsitzender der Initiative Online Print e. V. und CEO der zipcon consulting GmbH, betont: «Wir freuen uns sehr, die neuen Mitglieder Probo Print GmbH und Spreadshirt in der IOP begrüßen zu dürfen. In den letzten Jahren haben viele innovative und nachhaltige Onlineprinter ihren festen Platz in der IOP gefunden. Neue und alte Mitglieder schätzen den direkten Austausch zu brancherelevanten Themen und Entwicklungen auf hohem fachlichen Niveau innerhalb der Initiative.»

› initiative-online-print.de

Repräsentative Befragung WAS BEVORZUGT ONLINE GEKAUFT WIRD – UND WAS NICHT

DVDs, CDs und Bücher: Nichts wird lieber online geschoppt als Unterhaltungsmedien. Das hat eine repräsentative Befragung des Digitalverbands Bitkom ergeben. 54% kaufen demnach DVDs, Blu-rays, CDs oder Vinyl online statt stationär ein. Jeder Zweite shoppt auch Bücher lieber im Internet als im Laden. 43% bevorzugen den Kauf von Elektronik wie Fernseher, Computer oder Smartphone online. Auch Kleidung, Schuhe und Accessoires kaufen 40% der Jüngeren bevorzugt online, über alle Altersklassen verteilt bestellen 35% diese Produkte lieber im Internet.



Quelle: bitkom.

Allerdings gibt es auch Produkte, für die die Deutschen immer noch lieber in Geschäfte gehen. Dazu zählen Lebensmittel und Getränke, auch zu Blumen und Pflanzen greifen Kunden lieber vor Ort als online. Möbel und Einrichtungsgegenstände (61%), bei denen oft noch eine hohe Versandgebühr anfällt, sind ebenfalls ein Klassiker des stationären Handels genauso wie Parfüm und andere Drogerieprodukte (55%), die sich, anders als im Laden, online nicht testen lassen. Das Anfassen und Erfahren mit allen Sinnen ist gerade bei diesen Produkten wichtig.

› www.bitkom.org

Footb-All Mix TORCHANCE FÜR DIE KUNST

Der Brasilianische Designer Felipe Taborda hatte Grafikdesigner aus allen 32 an



An der Münster School of Design war eine Ausstellung mit Plakaten von 32 internationalen Künstlern zum Thema Fussball zu sehen.

der Weltmeisterschaft teilnehmenden Ländern für eine Plakat-Ausstellung zum Thema Fussball begeistert. Auf Initiative der Grafik-Fachzeitschrift novum wurde die Ausstellung auch in Deutschland in der Münster School of Design gezeigt. Unter dem Titel «Footb-All Mix» waren die farbenfrohen und aktionsgeladenen Motive zu sehen. Bei den ausgestellten Exponaten handelte es sich um Reproduktionen, die von diedruckerei.de als grossformatige Digitaldruck-Plots im Format 70 x 100 cm auf einem HP Designjet Z6800 in in Neustadt an der Aisch produziert wurden.

› www.diedruckerei.de

Townhouse Berlin No. 1 KUNDENMAGAZIN VON FLYERALARM

Flyeralarm Media, die junge Corporate-Publishing-Einheit der Flyeralarm Gruppe, hat ein neues Magazin aus der Taufe gehoben – diesmal für die eigene Unternehmensgruppe. Das Premiumprodukt «Townhouse Berlin» umfasst 192 Seiten und richtet sich vorrangig an Kunden und



Townhouse Berlin soll künftig zweimal im Jahr mit einer Auflage von zunächst 2.500 Stück erscheinen und wird per Direktmailing an Geschäftskunden versandt.

potenzielle Neukunden der Online-Druckerei und ihrer Marketing-Service-Töchter. Das DIN-A4-Magazin ist eine Hommage an Berlin und benannt nach der neuen Hauptstadt-Repräsentanz des Würzburger Unternehmens: In hochwertiger Aufmachung (4/4-farbig, PUR Klebebindung, 300g Multiart Silk-Umschlag mit kratzfester Mattfolie und partiellem Reliefflack, 115g Circleoffset White im Innenteil) fängt das Magazin das Flair der Metropole ein. In dem neuen Heft («No. 1») gewähren Prominente aus Kunst, Kultur, Sport und Geschäftswelt – so unter anderem Bestsellerautor Sebastian Fitzek, Künstler Devin Miles oder Diskus-Olympiasieger Robert Harting – interessante Einblicke. Tipps und Adressen zu Restaurants, Bars, Hotels und Bühnen ergänzen das Themenspektrum.

› www.flyeralarm.com

colordruck Baierersbronn VERPACKUNGS- GESTALTUNG

Der Verpackungsdienstleister colordruck Baierersbronn hat zwei innovative Wege, den personalisierten Verpackungsdruck mit exzellenten Ergebnissen zu verwirklichen: Zum einen durch den Webshop designyourpackaging und zum anderen durch die E-Business White-Label Portallösung dynaments.

Individuelle Verpackungsgestaltungen ab Stückzahl 1 sowie in mittleren oder hohen Auflagen, ein Online-Editor mit 3D-Vorschau und die komplette Entwicklung der Verpackung sind die Vorteile von designyourpackaging. Unternehmen profitieren dabei auch von den Möglichkeiten der Glanz- und Mattlackierung sowie des Fine-Art-Cuttings. designyourpackaging bietet dabei eine einfache Handhabung: Der User kann bei ausgewählten Produkten seine Excel-Tabelle im Editor hochladen und somit Personalisierungen realisieren.

Die White-Label-Portallösung dynaments kann colordruck Baierersbronn für seine Kunden dynamisch und individuell in deren Look&Feel einrichten, ohne selbst in Erscheinung zu treten. Die Kunden erhalten ihre eigenen Verpackungsgestaltungen entweder, um die Bestellung selbst dort auszuführen, oder für B2B beziehungsweise B2C. Zu den Pluspunkten zählen unter anderem 3D-Rendering und Vorschau, Chat-Funktion, Personalisierungs-Editor, Gestaltungshilfen, Order-Injection und Express-Lieferungen.

› www.colordruck.net

OBILITY INSIGHT 2018

EINSICHTEN IN DIE DIGITALE TRANSFORMATION

De facto waren schon die Obility-Anwendertreffen der vergangenen Jahre nicht nur Zusammenkünfte von Kunden des Unternehmens, sondern eher Branchentreffen rund um den Aufbruch der Druck- und Medienbranche in das digitale Zeitalter. Dem trug das Unternehmen Rechnung, indem es seine Veranstaltung in Obility Insight 2018 umbenannte und erstmals auch für Interessenten öffnete.

Text und Bilder: Obility

Realer Nutzwert

So blickten die knapp 70 Teilnehmer unter dem Motto «Voneinander lernen, miteinander profitieren» in Höhr-Grenzhausen bei Koblenz Anfang Juni über den Teller und beschäftigten sich über die Technik hinaus auch mit Aspekten, die Unternehmen bei der Digitalisierung und Vernetzung ihrer Prozesse betreffen. Ein Höhepunkt war der Vortrag von Honorarprofessor Frank Widmayer von der Karlsruhochschule in Karlsruhe zu Personal-Management und Führung in der dynamischen digitalen Unternehmenswelt. Er gab den Teilnehmern Denkanstöße mit auf den Weg, wie sie ihre Betriebe in der sogenannten VUCA-Welt (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) organisieren, die von Risikohaftigkeit, Ungewissheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit geprägt ist.

Er wurde von Diplom-Pädagogin Tina Dieterich ergänzt, die ebenfalls an der Hochschule in Karlsruhe lehrt und Unternehmen in Veränderungsprozessen als Coach sowie Beraterin zur Seite steht. In ihrem heiteren Vortrag «Die Kunst, sich nicht zu verändern» erinnerte sie die Zuhörer daran, dass sich Unternehmen seit jeher verändern mussten und lieferte Impulse, wie sich Mitarbeiter zu Veränderungen motivieren lassen, ohne Vorschriften zu machen.

Online-Marketing und Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization / SEO) spielen nicht nur im Online-Handel eine Schlüsselrolle, sondern entscheiden generell über den Vertriebsfolg von Unternehmen. So wurde auch der Vortrag von Web-Experte Jan Wambach sehr positiv aufgenommen. «Mit professionellem SEO bekommen Sie mehr Besucher auf Ihre Webseiten und verlängern deren Verweildauer. Dass wiederum führt zu mehr Kontakten oder höheren Abschlussraten und somit zu mehr Umsatz», fasste der Experte zusammen. Von zentraler Bedeutung seien die Inhalte der Webseiten: «Gute Inhalte verkaufen besonders gut.» Aber SEO funktioniert nicht auf die Schnelle. Vielmehr seien mittel- bis langfristige Strategien gefragt. Belastbare Resultate zeigten sich in aller Regel erst nach sechs bis 18 Monaten.

Ein wichtiges Thema beleuchtete Daniel Leuering, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der AllBytes GmbH: Infrastruktur und Sicherheit moderner IT-Systeme. Er stellte die Vor- und Nachteile von Installationen auf lokalen Rechnern und Netzwerk-Servern denen von Cloud-Lösungen gegenüber und empfahl seinen Zuhörern, auf cloud-basierte Lösungen zu vertrauen. Sowohl bei privaten als auch bei öffentlichen Cloud-Lösungen liessen sich die Daten auf externen Servern sicher speichern. Automatisches Er-



Obility Insight 2018: «Voneinander lernen, miteinander profitieren.»

stellen von Back-ups und Updates, kalkulierbare Kosten, einfache Skalierbarkeit sowie Zugriff von unterwegs aus seien einige der Vorteile. «Nutzen Sie eine Cloud-Lösung», so Leuering. «Obility erfüllt dafür alle Voraussetzungen.»

Realen Nutzwert bot auch der Beitrag von Unternehmensberater Tilman Süss von der BerlinerStrategen

GmbH zu öffentlichen Fördermitteln rund um die Digitalisierung ihrer Prozesse. Die Teilnehmer der Veranstaltung erfuhren, in welchen Situationen und unter welchen Bedingungen Unternehmen auf Fördermittel zugreifen können und wie hoch die maximalen Fördersätze in den unterschiedlichen Regionen Deutschlands sind.



Die drei Obility-Geschäftsführer Frank Siegel, Jens Pötz und Werner Jung (von links) stellten die jüngsten und geplanten Weiterentwicklungen für die E-Business Print-Plattform Obility vor.

Prozessoptimierung entscheidet

Mit seiner Präsentation «Prozesse im Fokus» zeigte Obility-Geschäftsführer Frank Siegel die vielfältigen Möglichkeiten der Prozessoptimierung mit der E-Business Print-Plattform. «Die für die Automatisierung erforderliche Funktionalität ist bei Obility selbst im kleinsten Modul vorhanden», so Siegel. Egal, ob offene Online-Shops, geschlossene B2B-Portale oder gar keine Web-Shops betrieben werden: Automatisierte und standardisierte Arbeitsabläufe entscheiden mehr denn je über die Wirtschaftlichkeit der Produktion. «Die Prozesskosten sind letztlich der Massstab», meinte Siegel.

Obility sei grundsätzlich eine Standardlösung, lasse sich aber besonders flexibel an individuelle Anforderungen anpassen. Das bestätigten auch die Anwender, die berichteten, wie sie ihre Prozesse mit Obility verändert und optimiert haben. Zudem betonte Siegel die Bedeutung der Offenheit der Obility-Plattform, dank der sich die E-Business Print-Lösung dynamisch mit Software-Lösungen und Dienstleistungen anderer Anbieter integrieren lässt. Als Beispiele nannte der Obility-Geschäftsführer Kooperation mit Finanzinstitutionen sowie mit IT- und Logistik-Dienstleistern, deren Angebote Obility-Kunden direkt aus dem System heraus nutzen können. «Verkaufen Sie Ihren Kunden Lösungen, nicht bloss Produkte», forderte Siegel die Teilnehmer auf. «Gefragt sind mehr und mehr intelligente Dienstleistungen, also innovative Geschäftskonzepte.»

Stetig neue Möglichkeiten

Obility basiert auf vier Säulen, die jeweils mit entsprechender Funktionalität aufwarten. So können Unternehmen mit den Obility Printshops die Bestellprozesse für ihre Druck-Erzeugnisse vereinfachen. Die Säule Obility Web2Print Tool-Set umfasst Werkzeuge für eine einfache Online-Gestaltung, Konfiguration und Kalkulation von Drucksachen. Obility ERP2/Smart MIS bietet alle Möglich-

keiten der Organisation betriebswirtschaftlicher Aufgaben, während Obility Print Procurement eine online-basierte Plattform für Druckeinkäufer ist, die eine effiziente Beschaffung von Druck-Erzeugnissen erlaubt. Derzeit stellt Obility Kunden auf das aktuelle Release R50 um und erweitert sein Team um zusätzliche Systemberater. «Darüber hinaus bauen wir die ERP- und MIS-Funktionalität von Obility kontinuierlich aus und erweitern unsere Lösung generell um innovative Möglichkeiten», versprach Geschäftsführer Werner Jung, der im Hause Obility die technische Entwicklung verantwortet. So waren die jüngsten und geplanten Weiterentwicklungen ein weiterer Fokus von Obility Insight 2018. Unter anderem wurden neue Funktionen und das neue Design des freien HTML-Designers Pro sowie mit Obility Publisher ein Werkzeug für das Zusammenstellen von Inhalten für bedarfsgerecht produzierte Drucksachen wie Kataloge, Preislisten, Verlagsprodukte oder Handbücher vorgestellt. Weitere Beispiele sind ein Content-Management-System für individuelle, SEO-relevante Seitengenerierung in Obility-Shops, die Digital-, Offset- und Finishing-Kalkulation Smart MIS Kalkulation, das Planungswerkzeug ERP2 Produktionsplanung mit Plantafel sowie BDE und Zeitwirtschaft für das Erfassen und Auswerten von Betriebsdaten.

Während der Veranstaltung standen erstmals Software-Consultants von Obility für Gespräche zu den individuellen Anforderungen der Besucher an die Digitalisierung ihrer Prozesse zur Verfügung. Dabei zeigten sie anhand von Live-Demos, wie flexibel und komfortabel sich mit Obility Prozesse in der Druck- und Medienproduktion automatisieren lassen. «Das Format von Obility Insight 2018 kam bei unseren Besuchern gut an. Wir werden daran im kommenden Jahr anknüpfen», blickte Obility-Geschäftsführer Jens Pötz in die Zukunft.

» www.obility.de



KEEP CALM AND PRINT ON

Talking about print online with Bernd Zipper

BEYONDPRINT 

CRISPY MOUNTAIN MIT EINEM MIS DIE ZUKUNFT SICHERN

Viele Druckereien suchen derzeit fieberhaft nach Möglichkeiten, ihr Business in Zeiten der Digitalisierung neu aufzustellen und von der Kundenverwaltung bis zur Logistik richtig in den Griff zu bekommen. Management-Information-Systeme (MIS) sind dabei eine ganz wesentliche Grundlage. Zwei Fallbeispiele zeigen, was ein modernes MIS leisten kann.

Von STEFAN HORST

Nahezu jede Woche liest man von Druckereien, die den veränderten Marktbedingungen und dem Wettbewerbsdruck nicht mehr standhalten konnten und in die Insolvenz abstürzten. Die Gründe dafür sind, betriebswirtschaftlich gesehen, meist trivial: Das Kundenverhalten verändert sich, die Nachfrage sinkt, die Preise für Farben und Papier steigen weiter – die Luft wird dünner, bis es irgendwann nicht mehr geht. Zweifellos sind die Herausforderungen an das Management von Druckhäusern in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Die Zeiten der «dicken Aufträge» mit opulenten Margen sind wohl weitgehend vorbei. Trends wie die Digitalisierung und die Individualisierung führen zu wachsenden Auftragszahlen bei sinkenden Auflagen – für viele Häuser ein Teufelskreis.

Mit tradierten Prozessen und lieb gewonnenen Abläufen ist der neuen Situation nicht beizukommen, schliesslich hängt der Verwaltungsaufwand eines Auftrages nicht von der Auflage ab. «Das Geld» wird heute nicht mehr über die Auflage gemacht, es liegt meist in den Prozessen vor und nach dem Druck, in Vorstufe, Weiterverarbeitung und Logistik.

Druckereien müssen sich also damit befassen, wie sie ihre Aufträge mit höchster Effizienz abwickeln können.

MIS schaffen Grundlage für sichere Zukunft

Eine Möglichkeit sind auf die Druckindustrie ausgerichtete Management-Information-Systeme, kurz MIS. Sie ermöglichen von der Kundenverwaltung und Angebotskalkulation über die Beschaffung bis hin zum Controlling die Steuerung wesentlicher Prozesse in Druckereien. Gleichwohl stellt die fortschreitende Digitalisierung auch die MIS-Anbieter vor neue Herausforderungen – etwa in Bezug auf die Möglichkeit, schnell auf die sich mit hoher Dynamik wandelnden Anforderungen des Marktes reagieren zu können. Flexibilität und Offenheit der Systeme sind hierbei wichtig.

Eine Druckerei, die den Schritt zu einer modernen Produktionsumgebung in ihrem digitalen Geschäftsbereich bereits vollzogen hat, ist Burger Druck in Waldkirch (siehe auch Seite

32). Das Haus hat sich schon 2003 neben dem Offsetdruck mit der Anschaffung einer ersten Indigo den Digitaldruck erschlossen. Nach mehreren Maschinenwechseln im Laufe der Jahre stehen heute eine Indigo 7800 und eine Indigo 12000 in der Produktion.

Interessant ist dabei die Auftragsstruktur. Der Digitaldruck steht derzeit für ein Drittel des gesamten Produktionsvolumens bei Burger Druck – gemessen an der Zahl der Aufträge beansprucht er jedoch zwei Drittel für sich.

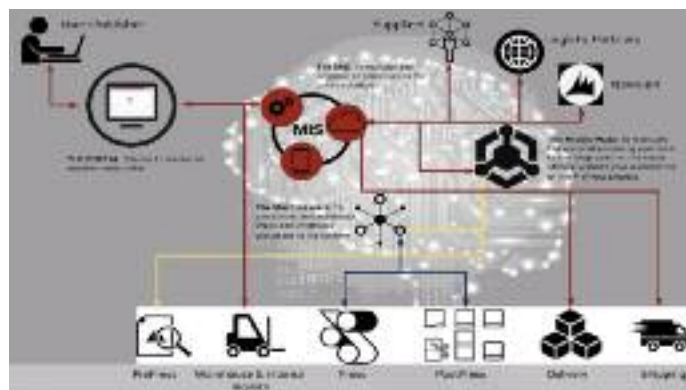
Dazu Patric Diez, bei Burger Druck für die Kundenbetreuung und die Einführung des neuen MIS zuständig: «Um diese Auftragssituation bewältigen zu können, benötigt man schon ein sehr dynamisches MIS.» Selbst das im Offsetbereich bei Burger Druck bereits seit Jahren eingesetzte System sah Diez, seit gut 15 Jahren im Digitaldruck unterwegs,

angesichts der vielen kleinvolumigen Aufträge als nicht flexibel genug an. Dazu kommt: Burger Druck zählt viele Agenturen und Industrieunternehmen zu seinen Kunden. Damit gilt es oft, Sonderwünschen zu entsprechen wie etwa die Berücksichtigung von Provisionsmodellen oder verschiedene Rechnungs- und Lieferadressen. «Wir wollen unsere Angebote sozusagen mit rosa Schleifchen versehen können – kompetenter, individueller Service ist eine Möglichkeit, sich gegen grosse Online-Drucker mit ihren notgedrungen komplett standardisierten Angeboten zu behaupten», sagt Diez.

Planungsaufwand tendiert gegen null

Geschäftsführer Dirk Burger hat sich Anfang 2017 mit Keyline von Crispy Mountain für ein zu diesem Zeitpunkt noch eher unbekanntes Management-Information-System entschieden. Das MIS nutzt aktuelle IT-Technologien wie etwa die Cloud und leistungsfähige Schnittstellen für Erweiterungen und verfolgt neue Ansätze. So ist in der Kalkulation jedem Produkt schon ein editierbarer Produktionsworkflow hinterlegt – damit wird die Planung deutlich effizienter und sicherer.

Heute nutzen die Mitarbeiter von Burger Druck das System direkt an der Maschine auf insgesamt sechs Tablets. «Damit haben wir die Betriebsdatenerfassung direkt an die Druckmaschine gebracht. Im Grunde



Das Management-Information-System Keyline ist die Schaltzentrale für alle Prozesse in der Druckindustrie – von der Produktionsplanung und -steuerung über Lagermanagement, Verpackung und Logistik bis hin zum Vertrieb.

Das Keyline MIS bietet eine aufgeräumte Bedienoberfläche. Auch im Bereich Verpackung und Logistik ermöglicht Keyline die detaillierte Planung und sichere Kontrolle auch komplexer Abläufe. Dabei kann die Software auf unterschiedlichen Plattformen laufen und auch auf Tablets eingesetzt werden.



betreiben wir keinen speziellen Aufwand mehr für die Planung, sie geht in den sonstigen Prozessen auf», erläutert Patric Diez. Zudem hätte man durch das MIS mehr Bezug zu den Produkten und sei ständig umfassend über den Stand der Produktion informiert.

Aufgrund der Offenheit des Systems kann es flexibel ausgebaut werden. Derzeit ist das Team dabei, auch den Versand zu integrieren. Dann ist auch der Druck von Lieferscheinen und Labels direkt aus dem MIS heraus über das Tablet möglich. Auch erste Tests der Integration des Systems mit den Druckmaschinen laufen. Ziel ist der direkte Austausch der Produktionsdaten zwischen dem System und den Maschinen – ein grosser Schritt bei der Automatisierung der Abläufe.

SaaS-Modell bietet Vorteile

Das System wird im Software-as-a-Service-Modell (SaaS) angeboten.



Damit muss keine kostspielige Investition getätigt werden, die Kosten für die Nutzung der Software gehen in die monatlichen Betriebskosten ein. Zudem kann eine SaaS-Applikation etwa im Hinblick auf die Zahl der Arbeitsplätze den aktuellen Gegebenheiten angepasst werden. Auch die Pflege der Software ist unkompliziert. Da der Zugriff über den Internet-Browser erfolgt, ist keine lokale Installation notwendig und Updates erfolgen ebenfalls über den Browser.

Moderne MIS ermöglichen totale Automatisierung

Was ein modernes MIS zu leisten imstande ist, zeigt die Buchdruckerei Livonia Print in Lettland. Auch im Bücherdruck geht der Trend zu immer kleineren Aufträgen – bei Nachdrucken beispielsweise auf nur wenige Hundert Exemplare. Das ist, so Marc Freitag, bei Livonia Print zuständig für den Digitalbereich, nur mit einem sehr hohen Automatisierungsgrad zu

meistern. So wurde die Produktionsumgebung bei Livonia Print gemeinschaftlich von Canon, Müller Martini, Hunkeler und Crispy Mountain entwickelt.

In dieser Umgebung agiert das MIS als Schaltzentrale. Das für die Auftragsannahme entwickelte «Self-Service»-Portal für Verlage übergibt die gewünschte Produktkonfiguration direkt an das MIS, das dann die Kalkulation automatisch innerhalb weniger Sekunden durchführt und den Preis zurück an das Portal gibt. Mit einem weiteren Klick kann das Produkt direkt beauftragt werden.

Neben der Produktionsplanung in Druck und Weiterverarbeitung werden über das System unter anderem auch die Vor- und Nachkalkulation, die Materialwirtschaft sowie die interne und externe Logistik gesteuert. Alle Softwaresysteme und Maschinen tauschen fortlaufend Informationen aus, die das MIS im weiteren Ablauf der Produktionsprozesse an vor- und nachgeschaltete Systeme und Maschinen übergibt. Die Aufträge können somit hoch automatisiert abgewickelt und bei den alltäglichen Änderungen der Vorgaben kann schnell reagiert werden.

Freitag fasst seine Erfahrungen bei der Implementierung der Umgebung zusammen: «Eine wichtige Voraussetzung war, dass wir alle bestehenden Prozesse analysiert, hinterfragt und bei Bedarf konsequent den entsprechenden Anforderungen angepasst haben.»

➤ www.keyline-mis.de

Wir schlagen den Bogen

KONZEPT, DESIGN, WERBUNG, REALISIERUNG

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

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



SUBSCRIPTION-MODELL PERFORMANCE-PARTNERSCHAFT

Beim Subscription-Modell liefert Heidelberg ein Gesamtsystem aus Maschine, Software, Verbrauchsmaterialien und Beratung, installiert es und unterstützt Unternehmen dabei, die Performance zu steigern. Der Kunde zahlt pro Druckbogen. Für eine Branche, die es gewohnt ist, Druckmaschinen zu kaufen und in der Regel über fünf Jahre abzuschreiben, ist das ein kompletter Paradigmenwechsel.

Von KNUD WASSERMANN

Beim klassischen Geschäftsmodell kauft der Kunde die Druckmaschinen und zahlt separat für Verbrauchsmaterialien, Wartung und Serviceleistungen. Beim Subscription-Modell liegt die Verantwortung für die technische Verfügbarkeit und höchste Produktivität des installierten Equipments nicht mehr alleine beim Kunden, sondern auch beim Partner. Heidelberg bleibt Eigentümer des Produktionssystems und stellt sicher, dass der Druckprozess optimal läuft. Der Kunde zahlt für eine definierte industrielle Leistung, also für die Anzahl an bedruckten Bogen. Im abzurechnenden Bogenpreis (Pay per Use) sind das gesamte Equipment, alle benötigten Verbrauchsmaterialien wie Druckplatten, Farben, Lacke, Waschmittel oder Gummitücher und Services eingeschlossen.

Das unterscheidet sich vom Click-Charge-Modell der Digitaldruckmaschinenanbieter. Diese rechnen zwar ebenfalls pro Bogen ab, orientieren sich allerdings vornehmlich an den eigenen Kosten und nicht am Geschäftsmodell des Kunden.

Pay-per-Use-Modelle, also das Zahlen für die Nutzung, gibt es schon eine ganze Zeit und sind etwa aus der Landwirtschaft bekannt, wo für eine vereinbarte Nutzung einzelner Geräte oder Maschinen gezahlt wird. Dem Trend «Pay per Use» folgt Heidelberg und will im laufenden Ge-

schäftsjahr mehr als 30 Verträge abschließen. Weltweit, so heisst es bei Heidelberg, kommen etwa 600 Kunden für das Subscription-Modell infrage. Die Verträge laufen in der Regel fünf Jahre und sind so aufgebaut, dass der Kunde mit Unterstützung von Heidelberg ordentlich an der Produktivitätsschraube dreht und damit profitabler wird. Was beide Seiten Jahr für Jahr anstreben, wird im Vorfeld festgehalten.

Radikales Umdenken

Nun hat sich die Klampfer Gruppe mit der Universitätsdruckerei Klampfer GmbH in St. Ruprecht und dem Druckhaus Thalerhof GmbH in Graz als erstes Unternehmen in Österreich für das digitale Subskriptions-Angebot von Heidelberg entschieden. Die

Gruppe hat 70 Jahre Erfahrung im Akzidenzdruck und bedient Verlage, Werbetreibende, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen mit hochwertigen Druckprodukten.

Die Subskriptionsvereinbarung mit Heidelberg umfasst das komplette Druckvolumen der Klampfer Gruppe für die nächsten fünf Jahre. Heidelberg liefert dazu die jeweils neueste Generation einer Speedmaster XL 106 sowie einer Speedmaster SX 52, dazugehörige Software, alle Verbrauchsmaterialien und Dienstleistungen. Mit den neuen Maschinen ersetzt die Klampfer Gruppe älteres Heidelberg Equipment und zieht damit Investitionen vor, die das Unternehmen erst für die Jahre 2021/2022 vorgesehen hatte.

«Im Rahmen unserer Neuausrüstung sind wir auf einen Partner und

maximale Flexibilität angewiesen, schliesslich wollen wir in so einer sensiblen Phase keine Abstriche bei der Kundenzufriedenheit machen», sagt Daniela Klampfer, CEO der Klampfer Gruppe. «Die Laufzeit über fünf Jahre ermöglicht uns zudem, wichtige Technologieinvestitionen um Jahre vorzuziehen.»

Das Heidelberger Subscription-Modell verlangt von Druckereien aber auch ein radikales Umdenken. Diese Erfahrung bestätigt Daniela Klampfer: «Das Thema Effizienzsteigerung hat uns schon immer beschäftigt. Wir wussten aber nicht genau, wo wir ansetzen sollten. Heidelberg konnte uns relativ schnell von der Performance-Partnerschaft überzeugen.»

Die Vereinbarung mit der Klampfer Gruppe zeigt, dass das Subskriptionsmodell die Investitionsbereitschaft erhöht. «Zudem ist die Klampfer Gruppe unser erster Kunde mit einem Subskriptionsvertrag für das Kleinformat. Das zeigt, dass das Modell über alle Kundensegmente beziehungsweise Formatklassen hinweg geeignet ist», sagt Dr. David Schmedding, Leiter Corporate & Digital Business Development bei Heidelberg. Das stabile Betreiben des Systems ist ohne Big-Data-Anwendungen, ohne vorausschauende Wartung und ohne den Push-to-Stop-Ansatz zum autonomen Drucken allerdings undenkbar.

› www.druckhaus.at

› www.heidelberg-subscription.com

› www.klampfer-druck.at



Mit der Pay-per-Use-Vereinbarung zwischen der Klampfer Gruppe und Heidelberg ist Subskription auch im österreichischen Druckmarkt angekommen: Vorne (von links): Silvia Spatt, Vertriebsbeauftragte Klampfer Gruppe, Dr. David Schmedding, Leiter Corporate & Digital Business Development bei Heidelberg, CEO Daniela Klampfer, Geschäftsführer Robert Klampfer und Roland Spatt, Geschäftsführer Heidelberg Österreich. Hinten (von links): Franz Vorraber, Produktionsleiter der Klampfer Gruppe und Stephan Plenz, Vorstand Heidelberg Digital Technology.

Brüder Neumeister GmbH 2.000. VCP-MASCHINE AUSGELIEFERT

Anfang Juni wurde bei der Brüder Neumeister GmbH (NELA) die 2.000. vollautomatische optische Registerstanz- und Abkantmaschine VCP fertig gestellt. Eine Erfolgsgeschichte, die in den 1980er Jahren begann und das Unternehmen zum Weltmarktführer machte. Dabei blieb das technische Grundprinzip



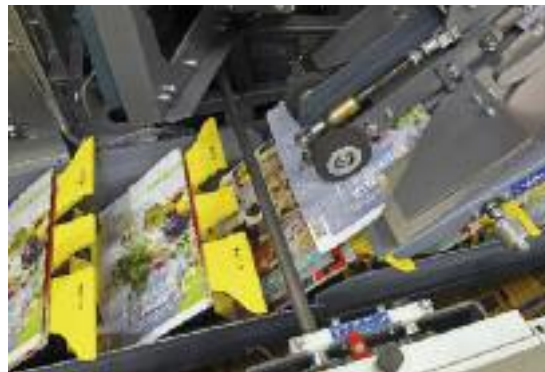
Geschäftsführer Frank Neumeister mit der 2.000. NELA VCP, die in diesen Tagen an die Irish News ausgeliefert wird.

bis heute vorhanden. Mit Stolz blickt Geschäftsführer Frank Neumeister auf das Geleistete: «2.000 Stück sind natürlich schon eine Marke, von der wir vor 30 Jahren nicht gedacht hätten, dass wir sie jemals erreichen würden. Darin stecken viele Stunden Entwicklung, Montage und Programmierung, und wir sind stolz auf unser Team, das die Kameratechnologie bei NELA entwickelt hat – alle Teammitglieder, welche die Prototypen damals entwickelt haben, sind übrigens immer noch bei uns beschäftigt!»

› www.nela.de

Ferag-Technologie EFFIZIENTERE PROZESSE

Kontinuierlich bringt die Schweizer Ferag neue oder weiterentwickelte Technologien in den Markt, welche innovativen Zeitungsverlegern und -druckereien verbesserte Erlösmöglichkeiten oder Kostenreduktion ermöglichen. Bei der Ifra World Publishing Expo 2018, die vom 9. bis 11. Oktober 2018 in der



Ferag-Einstecksysteme neuester Generation ermöglichen die «garantierte Personalisierung» und die gangfolgensortierte Bildung der Pakete.

Messe Berlin stattfindet, rückt Ferag unter anderem das Personalisierte Einstecken in den Fokus und zeigt neue Anwendungsmöglichkeiten für das TapeFix-Modul. In der Personalisierung der Beilagenstruktur einer Zeitung steckt noch sehr viel Potenzial. Wenn beispielsweise Zeitungsverlage über ihre Abonnenten so gut Bescheid wissen, dass Beilagen zielgruppengerecht eingesteckt werden können, würde dies den entsprechenden logistischen Aufwand erheblich reduzieren. Gleichzeitig könnten die Vertriebskosten gesenkt werden. Die technische Seite der Aufgabenstellung wurde durch Ferag bereits gelöst: Eine entsprechende Softwarelösung ermöglicht die «garantierte Personalisierung» und die gangfolgensortierte Bildung der Pakete. Ferag-Einstecksysteme neuester Generation sind

für die individuelle Zusammenstellung der Collationen bereits vorbereitet. So bald eine einzelne Beilage vom Stapel abgezogen wird, ist sie bereits fix einer Zustelladresse zugeordnet. Neues Denken ist auch am Ende des Einsteckprozesses angesagt: Bereits im Rahmen der Ifra Expo 2014 hatte Ferag das TapeFix-System vorgestellt. Die selbsthaftenden Streifen waren zunächst da-

für gedacht, zusammengetragene Werbebeilagen-Bündel für den Direktvertrieb zusammenzuhalten, ohne dass ein separates Mantelprodukt benötigt wird. Die bisher eingesetzten TapeFix-Module spenden deshalb an der Bundeseite auf. Dieses Jahr präsentiert Ferag eine Variante – genannt TapeFix Blume – die das Schliessen einer Zeitung oder Zeitschrift problemlos ablösbarer Klebestreifen auf der offenen Seite erlaubt. Damit können die Beilagen eines Druckproduktes während des Zustellungsprozesses gegen Herausfallen gesichert werden. Diese Produktsicherung wird den Vertriebs- und Postorganisationen helfen, auf die unter Umweltsichtspunkten stets kritisch gesehene Einzelfolierung zu verzichten.

› www.ferag.com

KOENIG & BAUER

NEUES UV-LACKWERK FÜR AKZIDENZMASCHINE C16

Auf der einen Seite kleine Jobs, viele unterschiedliche Aufträge und hochwertige Produkte, auf der anderen Seite hoch volumige Auflagen – die Anforderungen von Kunden an die Akzidenzdrucker werden immer vielseitiger und anspruchsvoller. Koenig & Bauer stellt sich seit Jahren erfolgreich diesen beiden Entwicklungen.

Produktionsgeschwindigkeit von bis zu 60.000 U/h, hohe Automatisierung, einfache und selbsterklärende Bedienung, stabil wie ein Druckwerk, automatische Reinigung auf Knopfdruck und ein Rasterwalzenwechsel innerhalb weniger Minuten. Das sind die Kennzahlen des neu entwickelten UV-Lackwerks von Koenig & Bauer. Ob als vollflächige Veredelungen von Covern oder als Spot-Lackierung zur partiellen Veredelung von Druckmotiven, das Lackwerk ist bereits sehr erfolgreich bei Kunden im Einsatz. Um ein möglichst grosses Papierspektrum verarbeiten zu können, wird nach dem Lackwerk ein kompakter UV-Trockner in den Überbau integriert. Das UV-Lackwerk verarbeitet Substrate mit einer Grammatur zwischen 60 und 250 g/m². Je nach Ausführung der Rasterwalze wird zwischen 2 und 5 g/m² Lack aufgetragen.

Die neue intelligente Produktregelung im 3. Falz sorgt für einen reibungslosen Falzablauf. So werden bedienerunabhängig konstante Produktionsbedingungen erreicht. Das Produkt wird effizient und verschleissarm abgebremst und schon wäh-

rend dieser Phase exakt in Falzrichtung gebracht und ausgerichtet. Die vollautomatische Produktregelung arbeitet selbstjustierend. Sie ist unabhängig von Produktionsgeschwindigkeit und Produktstärke sehr zuverlässig. Dies garantiert konstante



Neues Überbaukonzept mit neuartigen Strangführungen.

Falzergebnisse, auch über Geschwindigkeitsveränderungen hinweg. Die mikroporösen und patentierten Wendestangen sind ein Alleinstellungsmerkmal von Koenig & Bauer. Es sind bei unterschiedlichen Strangbreiten keine Einstellarbeiten erforderlich, zudem arbeiten sie höchst zuverlässig mit einem minimalen Luftpolster und einer sehr guten Strangführung. Die modulare Bauweise und die durchgängig genutzte Einzelantriebstechnik ermöglichen die Auslegung des Überbaus auf spezifische Produktionsanforderungen. Die kurze und stabile Bahnführung ermöglicht eine gleichmässige Bahnspannung.

› www.koenig-bauer.com

TECHNISCHE ABNAHME Kaum etwas ist ärgerlicher als eine neu installierte Druckmaschine, die nicht einwandfrei funktioniert. Die überarbeitete bvdM-Richtlinie zur technischen Abnahme von Bogenoffsetdruckmaschinen unterstützt bei der Abnahme und hilft so, Ärger und Probleme zu vermeiden. Die Richtlinie «Technische Abnahme von Bogenoffsetdruckmaschinen» legt Kriterien, Methoden und Grenzwerte für eine fundierte Maschinenprüfung fest. Alle etablierten Gutachter ziehen die bvdM-Richtlinien, deren Regelungen auch von den deutschen Druckmaschinenherstellern anerkannt werden, für ihre Abnahmeprüfungen heran.

» www.bvdm-online.de

14-MILLIONEN-INVESTITION Mit einem Gesamtumfang von über 14 Mio. € bestellte die Druckerei Elcograf in Verona zwei Suprasetter CtP-Belichter, diverse Weiterverarbeitungsanlagen und vier Druckmaschinen der Speedmaster XL-Baureihe mit dem innovativen Push-to-Stop-Konzept. Alle Systeme werden bis September 2018 installiert sein. Die vier neuen Druckmaschinen ersetzen acht bestehende Maschinen. Mit über 900 Mitarbeitern und sechs Standorten ist Elcograf eine der grössten Druckereien Europas. Mit Rollen- und Bogenoffsetdruckmaschinen werden Bücher, Zeitschriften, Kataloge und Prospekte für den europäischen Markt hergestellt.

» www.heidelberg.com

PARTNERSCHAFT Für die Bogenoffsetmaschinen der Rapida-Serien empfiehlt Koenig & Bauer den Einsatz konventioneller Druckfarben der hubergroup. Beide Unternehmen haben eine globale strategische Partnerschaft vereinbart. Ziel der Partnerschaft ist es, gemeinsamen Anwendern das optimale Service- und Qualitäts-Komplettpaket anzubieten. Die Farben mit dem Siegel «Recommended by Koenig & Bauer» sind über das Vertriebsnetz der hubergroup zu beziehen.

» www.hubergroup.com » www.koenig-bauer.com

CORTINA AUF LA REUNION Mit einem grossen Festakt hat ICP-Roto industrie graphique, eine renommierte Akzidenz- und Zeitungsdruckerei mit Sitz auf La Réunion im indischen Ozean, ihre neue Cortina von Koenig & Bauer in Betrieb genommen. Die imposante Produktionsanlage ist mit zahlreichen Automatisierungs-Modulen ausgestattet. Die wasserlose Drucktechnologie der Cortina ermöglicht nicht nur bessere Detailschärfen und feinere Druckraster, sondern auch eine Hybridproduktion und einen Wechsel von Heatset und Coldset-Produktion ohne Farbwechsel. Diese Stärken der Cortina können zukünftig insbesondere durch die vorbereitete Erweiterung um eine zusätzliche Coldset-Bahn voll ausgeschöpft werden. Durch den Wegfall der Feuchtwerte und der Farbzonen ist die Cortina-Technologie besonders für den flexiblen Bahnweitenwechsel prädestiniert.

» www.koenig-bauer.com

Kundenzeitschrift

DER NEUE KOENIG & BAUER REPORT IST DA

Der Koenig & Bauer Report Nr. 52 ist da. Die aktuelle, neu gestaltete Kundenzeitschrift der Unternehmensgruppe berichtet auf 52 Seiten über die wichtigsten Nachrichten und Innovationen der Branche. Dazu gehören Mitteilungen über das Marktgeschehen im Bogen- und Rollenoffsetdruck, dem



Die aktuelle Ausgabe des Koenig & Bauer Reports berichtet auf 52 Seiten über Neuigkeiten und Innovationen aus der Druckbranche.

Flexodruck und der digitalen Inkjet-Technologie ebenso wie Prozess- und Produktneuheiten aus aller Welt. Der älteste Druckmaschinenhersteller der Welt startete nach dem grossen Firmenjubiläum im vergangenen September mit hervorragenden Geschäftszahlen in das 201. Jahr seines Bestehens. Mit weiter steigenden Umsatz- und Erlöszahlen ist Koenig & Bauer auf dem Weg in eine erfolgreiche Zukunft.

Claus Bolza-Schünemann, Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG, verweist im Editorial auf den neuen Markenauftritt der Unternehmensgruppe. Mit dem traditionsreichen Namen der beiden Gründerväter und einem modernen Maschinendesign rüstet sich Koenig & Bauer für das dritte Firmenjahrhundert.

» www.koenig-bauer.com

PieReg Druckcenter Berlin ES FEHLTE NUR EIN EIGENER KLEBEBINDER

Hauseigene Vorstufe mit Schriftsetzern, Druckvorlagenherstellern, Typografen und Mediengestaltern, drei Bogenoffset-Druckmaschinen mit insgesamt 16 Druckwerken, vier Falzmaschinen, ein Sammelhefter: «Zu unserer Glückseligkeit fehlte nur noch ein Klebebinder», sagt PieReg-Inhaber und -Ge-



Nach der Sammelheftung mit einem Valore vor 14 Jahren setzt die PieReg Druckcenter Berlin GmbH nun auch in der Klebebindung mit einem Pantera (Bild) auf Müller Martini.

schäftsführer Sven Regen. In diesem Sommer schliesst der 2004 gegründete und 48 Mitarbeiter beschäftigende Akzidenzdrucker diese Softcover-Lücke mit einer umfangreichen Produktionslinie von Müller Martini. Sie besteht aus einer Zwölf-Stationen-Zusammentragmaschine 3692, einem Klebebinder Pantera mit PUR und einem Dreischneider Granit. Dass das Unternehmen nun erstmals in seiner Firmengeschichte auf Inhouse-Klebebindung umstellt, hat laut Sven Regen primär drei Gründe. «Erstens produzieren wir wirtschaftlicher, weil wir die gesamte Wertschöpfungskette im eigenen Betrieb haben. Zweitens gewinnen wir Zeit, weil wir nicht mehr in die Buchbinderei fahren müssen. Und drittens haben wir mit den eigenen Mitarbeitern die Qualitätsstandards der Endprodukte besser unter Kontrolle.»

» www.mullermartini.com

Drohende Lieferengpässe PHOTOINITIATOREN FÜR DRUCKFARBEN

Die zuverlässige Versorgung mit Rohstoffen bleibt für die Druckfarbenhersteller Anlass zur Sorge. So ist eine mögliche Verknappung von Photoinitiatoren, die für UV-Farben notwendig sind, als Problem hinzugekommen. Der europäische Verband der Druckfarbenhersteller EuPIA (European Printing Ink Association), führt die drohende Verknappung auf staatliche Aktivitäten im Umweltschutz sowie die europäische Chemikaliengesetzgebung REACH zurück.

Die meisten Photoinitiatoren werden in China hergestellt. Dort haben staatliche Massnahmen im Umweltschutz dazu geführt, dass viele Lieferanten ihre Produktion zeitweise oder vollständig eingestellt haben. Die Verfügbarkeit von Photoinitiatoren wird zudem durch weitere Produktionsausfälle beeinträchtigt.

Da die Frist für eine Registrierung gemäss der REACH-Verordnung in Kürze abläuft, haben sich einige Rohstoffhersteller entschieden, für bestimmte Rohstoffe keine Registrierung vorzunehmen. In ihren Bemühungen, Photoinitiatoren durch andere Stoffe zu ersetzen, kann dies für Druckfarbenhersteller bedeuten, dass sie einer begrenzten Auswahl gegenüberstehen.

Aus Sicht von EuPIA sind alle Druckfarbenhersteller bemüht, Alternativen zu finden und die Lieferungen aufrechtzuerhalten. Trotzdem könnten Lieferengpässe nicht ausgeschlossen werden.

» www.eupia.org

HOLZER DRUCK UND MEDIEN KURZE RÜSTZEITEN UND HOHE LEISTUNG

Holzer Druck und Medien aus Weiler im Allgäu hat sich für einen Sammelhefter von Horizon entschieden: Ein StitchLiner Mark III mit 18 Stationen inklusive Päckchenauslage PSX-56 soll dazu beitragen, die Broschürenproduktion zu steigern.

Der Entscheidung für Horizon gingen umfassende technische Prüfungen und Praxistests voraus, wobei sich Holzer Druck und Medien nach anfänglichen Bedenken von der robusten Konstruktion der Maschinen überzeugen liess. Darüber hinaus sprachen auch die kurzen Rüstzeiten für den StitchLiner Mark III: In der Produktion rückstichgehefteter Broschüren wickelt die bereits im Jahre 1887 gegründete Druckerei Holzer bisher zwischen fünf und 15 Jobs pro Tag ab. Mit Inbetriebnahme des Horizon Systems im August sollen die Kapazitäten dieses Geschäftszweiges deutlich ausgebaut werden. Kurze Rüstzeiten sind dabei von entscheidender Bedeutung: «Insbesondere bei Kleinstauflagen können Buchbinderarbeiten ein sehr lukratives Ge-



schäft darstellen», sagt **Klaus Huber**, Geschäftsführer von Holzer Druck und Medien.

Noch wird das Zusammentragen bei Holzer manuell erledigt; dank Automatisierung ergeben sich für die Zukunft aber neue Perspektiven.

«Mit dem Einsatz des Horizon Systems können wir die Rüstzeiten in der Broschürenfertigung um etwa ein

Drittel verkürzen und bei gleichbleibend hoher Qualität das Auftragsvolumen deutlich steigern», stellt Klaus Huber fest. Selbst gelernter Buchbinder, sieht er darin eine wertvolle Stärkung des gesamten Holzer-Portfolios, das von der Vorstufe über den Offset- und Digitaldruck bis hin zu Online-Drucklösungen und Logistikkonzepten bereits überdurchschnittlich breit aufgestellt ist.

Sammelhefter und Zusammentragmaschine in einem, stellt der StitchLiner Mark III gegenwärtig das leistungsfähigste Horizon System für die industrielle Produktion rückstichgehefteter Broschüren dar. Durch die vollautomatische Anpassung aller notwendigen Einstellungen werden die Rüstzeiten bei Auftragswechseln deutlich verkürzt, sodass insbesondere kleine und mittlere Auflagen mit hoher Wirtschaftlichkeit produziert werden können. Kombiniert mit der Päckchenauslage PSX-56 ergeben sich zusätzliche Kostenvorteile, indem die ankommenden Produkte aus dem StitchLiner Mark III automatisch gepresst und zu handlichen Päckchen gestapelt werden.

› www.horizon.de

Ab August bei Holzer im Einsatz: der Horizon Stitchliner Mark III (Archivbild).



ECO³

**Ecological, Economical
and Extra Convenience,**

**also ökologisch, ökonomisch
und mit dem Extra Nutzen.**

Agfa entwickelt integrierte Lösungen aus Hard-, Software und Verbrauchsmaterialien, die Ihren Betrieb in Druckvorstufe und Druck optimieren, ihn umweltfreundlicher, kosteneffizienter und einfacher in Betrieb und Wartung machen.

(Mehr)Wert für Ihr gesamtes Druckgeschäft!

Erfahren Sie mehr:



Scan mich!

www.agfagraphics.com

AGFA 
WE EMBODY PRINT

PMS OFFSETDRUCK MIT RAPIDA 106 MIT HOCHLEISTUNGS-BOGENOFFSET FIT FÜR DIE ZUKUNFT

Seit Anfang März produziert bei PMS Offsetdruck in Wendelstein bei Nürnberg eine neue Rapida 106. Die Fünf-farbenmaschine mit Lackausstattung kann deutlich mehr als ihre Vorgängerin. Zudem ist es die erste Bogenoffset-maschine von Koenig & Bauer im Unternehmen.

Text und Bilder: Koenig & Bauer

Neben den üblichen Kriterien Leistung, Jobwechsel und Qualität kam es den Fachleuten von PMS darauf an, dass sich mit der neuen Maschine komplizierte Formen im Inline-Prozess stanzen lassen. Dafür muss sich der Lackturm schnell zum Stanzen und wieder zurück zum Lackieren rüsten lassen. 40% der Druckjobs werden gestanzt, bei 60% sind Lackierungen erforderlich. Zudem überzeugte die Rapida 106 durch fortschrittliche Automatisierungen, zum Beispiel mit der ziehmarkenfreien Anlage DriveTronic SIS.

Entlastung im Produktionsprozess

Durch ihre hohe Produktionsleistung bringt die Rapida 106 eine spürbare Entlastung. Gedruckt wird prinzipiell in zwei Schichten. In Auslastungs-Spitzen sollen die bisher notwendigen dritten beziehungsweise Wochenend-Schichten entfallen. Für die Auftraggeber beschleunigen sich die Lieferzeiten. Denn schon heute ist das Timing für die einzelnen Produkte relativ kurz. Für 21.000 klebegebundene Broschüren mit mehr als 400 Seiten Umfang und cellophanisiertem Umschlag liegen die Produktionszeiten unter einer Woche. Daneben erweitert PMS sein Portfolio in den Bereich der hochwertigen Inline-Lackierung hinein. Auch davon profitieren die Auftraggeber. Denn

bislang liess PMS im Offline-Prozess bei Partnerunternehmen lackieren. Das klappt zwar gut, kostet aufgrund der zusätzlichen Transporte Zeit. Betriebsleiter **Christopher Buhr**: «Unter dem Motto «Schneller, höher, weiter» und den richtigen Investitionen zur richtigen Zeit am richtigen Ort sehen wir positiv in die Zukunft.»



Durch die Inline-Farbsteuerung mit QualiTronic ColorControl erhöht sich die Qualität der Druckprodukte gegenüber der elf Jahre alten Vorgängermaschine noch einmal deutlich. Zudem bleibt sie Bogen für Bogen identisch, auch bei Wiederholaufträgen.

Neben der Rapida 106 hat PMS in weitere Ausrüstungen investiert: eine neue Schneidestrasse (Polar 137 XT Autotrim) und eine Falzmaschine MBO T800 mit vollautomatischem Auslagesystem von Palamides sind

bereits in Produktion. Auch das Firmengebäude wird gerade einem Facelifting unterzogen. Die Büros glänzen mit neuen Fenstern und neuer Einrichtung.

Hohe Produktvielfalt

Gleich in den ersten Produktionswochen stellte die Rapida 106 unter Beweis, welch breites Bedruckstoff-Spektrum sie verarbeitet. Vom 55-Gramm-Papier bis zu Kartonagen mit 450 g/m² war alles dabei. Genauso vielfältig sind die Druckjobs, die bei PMS laufen: Von Katalogen mit grossen Umfängen über Gutscheine (mit Stanzungen und Perforationen inline) und Kinderbücher bis hin zu hochwertigen Katalogen für Uhrenhersteller ist alles dabei.

Senior-Geschäftsführer Wilfried Buhr fasst zusammen: «Wir sind keine Drucker, die billig produzieren. Wir produzieren hochwertig». Dazu ge-

hört es, die Auftraggeber komplett zu bedienen – von der kleinen Visitenkarte bis hin zu Produkt-Neuentwicklungen, die ihnen helfen, ihre Waren am POS zu präsentieren. Das können Displays und Warenträger sein, die es in dieser Form noch nicht gibt oder aber kleine Produkte mit hohem Handling-Aufwand und Denkaufgaben. Den Buhrs ist es am liebsten, wenn ihnen die Kunden eine Aufgabe stellen und sagen «macht mal».

Automatisierung entlastet Bediener

Auch wenn der Hersteller- und Generationswechsel für die vier Drucker an der Rapida sehr lernintensiv ist, sind sie von der neuen Technik begeistert. Für Philipp Rachel gehört die ziehmarkenfreie Anlage zu den wichtigsten Neuerungen. Sie arbeitet einstellungsfrei und nimmt ihm beim Bedruckstoffwechsel einiges an unangenehmen manuellen Tätigkeiten ab.

Mit 23 fest angestellten Mitarbeitern produziert PMS vorwiegend für überregionale Kunden. Zusammen mit der Medienwerkstatt Buhr betrug der Umsatz im vergangenen Jahr 6,5 Mio. €. Durch die Übernahme eines anderen Druckbetriebes kam im Jahr 2013 eine weitere Bogenoffsetmaschine ins Unternehmen. Diese Zehnfarbanlage mit Wendung läuft heute parallel mit der Rapida 106.



Von links: Armin Schwarz, PMS Offsetdruck; Christofer Hugel, Koenig & Bauer; Philipp Rachel, Thomas Walzer, Wilfried Buhr, Ahmet Kocak, Ulrike und Christopher Buhr (alle PMS Offsetdruck) freuen sich über die High-End-Rapida 106 im Drucksaal.

» www.koenig-bauer.com



WERDEN AUCH SIE GFZ-MITGLIED!

Als neues GFZ-Mitglied profitieren Sie von vielen Vorteilen, Vergünstigungen und Kontakten.

Testen Sie unsere Gemeinschaft,
wir freuen uns auf Sie!*

* auch unverbindlich als Gast bei einem unserer nächsten Veranstaltungen.

GRAFISCHES  FORUM ZÜRICH

Wir vernetzen Wissen.

Weitere Informationen auf www.gfz.ch



Bildquelle: rclassenlayouts | 123rf.com

INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
13. 09. – 14. 09. 2018	ZLV, Verpackungssymposium 2018	Kempten	 › www.zlv.de
18. 09. – 20. 09. 2018	Horizon, Finishing First Event	Quickborn	 › www.finishing-first.de
18. 09. – 20. 09. 2018	swiss publishing days	Bern	 › www.swiss-publishing-days.ch
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 Innovation	Berlin	 › www.bvdm-online.de
09. 10. – 11. 10. 2018	WAN-Ifra, World Publishing Expo	Berlin	 › www.ifra-expo.com
17. 10. – 18. 10. 2018	print fair	Wien	 › www.printfair.at
25. 10. – 26. 10. 2018	Creative Paper Conference 2018	München	 › www.creative-paper.de
07. 11. 2018	4. Vertriebskongress der Druck- und Medienbranche	Düsseldorf	 › www.vdmnw.de
07. 11. – 08. 11. 2018	Fogra, 10. Anwenderforum UV-Druck	Aschheim	 › www.fogra.org
20. 11. – 22. 11. 2018	InPrint Italy	Mailand	 › www.inprintitaly.com
06. 12. – 07. 12. 2018	Dresdner Verpackungstagung	Dresden	 › www.verpackungstagung.de
08. 01. – 10. 01. 2019	Viscom	Düsseldorf	 › www.viscom-messe.com
05. 02. – 06. 02. 2019	Digitaldruck-Kongress	Düsseldorf	 › www.bvdm-online.de
25. 02. – 28. 02. 2019	Hunkeler Innovationdays	Luzern	 › innovationdays.hunkeler.ch
21. 03. – 22. 03. 2019	13. Deutscher Verpackungskongress	Berlin	 › www.verpackungskongress.de
26. 03. – 29. 03. 2019	Graphispag 2019	Barcelona	 › www.graphispag.com
04. 04. – 05. 04. 2019	7. Online Print Symposium	München	 › www.online-print-symposium.com
10. 04. – 11. 04. 2019	Branchentreff Verpackung	Zürich	 › www.verpackung-schweiz.ch
24. 06. – 26. 06. 2019	DOXNET, 21. Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	 › www.doxnet.de
12. 11. – 14. 11. 2019	InPrint	München	 › www.inprintshow.com

**30.
AUG.**

Antalis

**HOCHKARÄTIGE
VERANSTALTUNG**

Am 30. August 2018 lädt Antalis Designer, Marketing-Experten sowie Fach- und Führungskräfte aus der Druck- und Werbetechnikbranche in die Räumlichkeiten von Antalis Deutschland nach Frechen zu einer hochkarätigen Grossveranstaltung ein und setzt hiermit den Startschuss für ein Roadshow-Konzept mit französischem Charme. Getreu der Maxime «Savoir vivre» präsentiert das Unternehmen mit Ursprung und Sitz in Frankreich verschiedene Bereiche der französischen Lebenskunst innerhalb einer aufwendig gestalteten Erlebnisausstellung und anhand passender kreativer Applikationen aus unterschiedlichsten Medien. Im Mittelpunkt stehen die neu überarbeiteten Premiumsortimente Conqueror, Curious Metallics, Keaycolour und Pop'Set, die vielseitigen Digitaldruckmedien sowie das umfassende Sortiment an Produkten für den LFP-Digitaldruck und den Bereich Werbetechnik. Neben spannenden Vorträgen, unter anderem von Christophe Balaesque, dem globalen Luxury Brands & Marketing Director von Arjo-wiggins Creative Papers, werden auch diverse Workshops zu den Themenbereichen Kosmetik, Hotellerie, Kunst und Kultur sowie Genuss angeboten. Die Plätze pro Workshop sind begrenzt. Eine frühzeitige Anmeldung für die Veranstaltung wird daher empfohlen. Informationen zu den Folgeveranstaltungen werden in Kürze bekanntgegeben.

› www.antalıs.de

**5.
SEP.**

Papier Union

**INSPIRATION@WORK
2018**

Am 5. September 2018 lädt die Papier Union zum Branchentreff mit Schwerpunkt Digitaldruck ein. Bereits seit 2012 steht die Inspiration@work für die perfekte Kombination aus Fachvorträgen und Kommunikations-Plattform. Nachdem im vergangenen Jahr in Hamburg mehr als 340 Gäste begrüßt werden konnten, findet die Veranstaltung dieses Jahr auf der Trabrennbahn Gelsenkirchen statt.

In 13 spannenden Vorträgen zeigen die Papier Union und ihre Partner den Weg von der Produktidee über Geo- und Cross-Media-Kampagnen bis hin zur Printproduktion und Veredelung auf. Zusätzlich erfahren die Besucher, wie die Verbindung von Print mit aktuellen Augmented- oder Virtual-Reality-Technologien Mehrwert schaffen.

Unter den mehr als 40 Ausstellern sind neben führenden europäischen Papierfabriken auch langjährige Partner wie HP Indigo, KonicaMinolta, Schmedt, FKS, Iocr oder viva mediale dabei. Auf der Ausstellungsfläche bietet sich die ideale Möglichkeit zum direkten Austausch von Ideen und zur Unterstützung neuer Projekte.

Ein buntes Rahmenprogramm rund um den Trabrennsport bietet weitere Gelegenheiten zum Networking: Fahrten im Doppelsulky, Besichtigung der Rennställe, Pferdeschau und neun spannende Trabrennen am Abend.

› inspirationatwork2018.de

**14.
SEP.**

Kundenveranstaltung

**4. LANGE NACHT DER
PRINTMEDIENTEN**

Die Lange Nacht der Printmedien ist eine originelle Kundenveranstaltung im Rahmen der Service- und Qualitätsinitiative ausgewählter Berliner Betriebe der Druck- und Medienindustrie. Dieses Jahr geht sie am 14. September bereits in die vierte Runde. Sie ist eine Leistungsschau für Kunden und die, die es werden wollen. Diesmal werden insgesamt zehn Firmen in der Berliner Hauptstadtregion gemeinschaftlich ihr Bestes zeigen.

Zur 4. Langen Nacht nehmen sich die Betriebe das vielseitige Thema Verpackung vor und zeigen, was da so alles geht. An fünf Standorten präsentieren sich die Firmen und produzieren wieder live und zum Staunen, Anfassen und Wundern ein exklusives, personalisiertes Produkt für anwesende Kunden und Gäste des Abends. Man darf gespannt sein, was dieses Mal wieder als Gastgeschenk unter fachkundigen Händen entstehen wird. Denn mittlerweile sind die exklusiven Lange-Nacht-Gäste-Präsente zu Sammelobjekten geworden und heiss begehrt.

Die Teilnahme ist nur nach vorheriger Einladung durch die teilnehmenden Betriebe möglich. Anmeldung erforderlich.

› www.langenachtderprintmedien.de

**18.
SEP.****BIS****20.
SEP.**

Horizon Academy

**FINISHING FIRST
2018**

Zum dritten Mal treffen sich auf der Finishing First 2018 Druckunternehmer aus allen Teilen Europas, um praxisorientierte Lösungen für eine effiziente Weiterverarbeitung und neue Ansätze für Geschäftsmodelle in der Digital- und Offsetproduktion kennen-



Anschaуen, anfassen, diskutieren: So entstehen Lösungen bei Finishing First.

lernen. Im Mittelpunkt des Branchen-Events der Horizon Academy in Quickborn bei Hamburg stehen vom 18. bis 20. September 2018 die Themen Vernetzung und Automatisierung mit Vorträgen namhafter Referenten und umfangreichen Produktpräsentationen.

«Finishing First hat sich innerhalb kürzester Zeit als Netzwerkveranstaltung etabliert, die der Branche einen echten Mehrwert bietet», sagt Birgit Wienck, Marketingleiterin der Horizon GmbH. Für dieses Jahr verzeichnet Horizon vermehrt Nachfragen von Kunden und Partnern aus der Druckindustrie, die einen Blick hinter die Kulissen der Weiterverarbeitung werfen und sich über neueste Trends und Technologien informieren wollen.

«Die Präsentation unterschiedlicher Geschäftsmodelle und Produktionskonzepte aus Deutschland und Europa hat den Teilnehmern im letzten Jahr sehr gut gefallen», stellt Birgit Wienck fest.

› www.horizon.de

**19.
SEP.****BIS****22.
SEP.**

Herzog+Heymann

**OPEN HOUSE IN
BIELEFELD**

Herzog+Heymann, der Spezialist für Sondermaschinenbau im Bereich Druckweiterverarbeitungsmaschinen und Mitglied der MBO-Gruppe, lädt vom 19. bis 22. September 2018 zur Open House nach Bielefeld.

Die Besucher können auf etliche Neuheiten gespannt sein. Ein Highlight der Open House wird die Mailing-Linie sein. Mit dieser lassen sich verschiedenste Produktproben in das Mailing platzieren. Ein weiterer Höhepunkt wird eine Pharmalinie mit 24 Taschen sein. Diese Herzog+Heymann Linie wird erstmals mit der ergonomischen Messerwellenkassette ausgestattet, auf welche die MBO-Gruppe ein Patent hat. Insgesamt warten auf die Besucher/innen der Open House sechs Linien aus den Marktsegmenten Pharmafalzung, Mailing, Matching, Aufspenden, Packaging und Fulfillment. In Live-Demonstrationen können sich die Fachleute von der Effizienz der Weiterverarbeitungslinien überzeugen.

Herzog+Heymann ist stolz darauf, starke Partner gefunden zu haben, deren Lösungen in einigen der ausgestellten Linien integriert sind. Zu diesen Partnern gehören die Firmen Amica, Bacciotini, Baumer HHS, Bograma, Keyence, Multivac und Techni-Fold/Uwe Reimold.

› www.herzog-heymanн.com

25. SEP. **BIS** **27. SEP.**

FachPack 2018

VERPACKUNGEN, PROZESSE UND TECHNIK

Wenn die FachPack, die europäische Fachmesse für Verpackungen, Prozesse und Technik, am 25. September 2018 wieder für drei Tage ihre Tore öffnet, stehen 1.500 Aussteller in den Messehallen in Nürnberg bereit, um ihre Produkte und Neuheiten der Fachwelt zu präsentieren. «Doch welcher Aussteller hat die für meine Anforderung passende Lösung?», fragt sich mancher Fachbesucher beim Blick in die Ausstellerliste. Die FachPack bietet innovative Verpackungslösungen für Konsum- und Industriegüter der verschiedensten Branchen. Um Besucher bei ihrer Messeplanung zu unterstützen, hat Veranstaltungsleiterin Cornelia Fehlner, Nürnberg-Messe, mit ihrem Team nachjustiert. «Zum einen haben wir begonnen, die Hallen nach Themenschwerpunkten zu sortieren, wie man am Geländeplan sehen kann. Und zum anderen gibt es jetzt neu auf der Website www.fachpack.de einen Branchenkompass», erklärt Fehlner. Der Kompass leitet den Besucher direkt in die Aussteller- und Produktsuche der FachPack-Website. Dort können sich Besucher über alle für sie relevanten Aussteller und ihre Produktneuheiten vorab informieren, Merklisten anlegen und persönliche Notizen machen. An Aussteller, die besonders interessant sind, können Kontakt- oder Terminanfragen für einen Besuch am Messestand geschickt werden.

› www.fachpack.de

26. SEP. **BIS** **27. SEP.**

photokina und Digility

AUFBRUCH IN NEUE DIMENSIONEN

Ab 2018 wird die Digility, B2B-Konferenz und Expo für Technologien und Services zu Virtual-, Augmented und Mixed Reality, 3D-Imaging und Artificial Intelligence, als eigenständiges Event parallel zur photokina stattfinden. Nach ihrer erfolgreichen Premiere 2016 hat die Digility 2017 mit 65 Ausstellern und über 1.400 Besuchern deutliches Wachstum gezeigt. Sie ist auf dem besten Weg, zum europäischen Hotspot der Digital Reality-Szene zu werden. Für die Besucher der photokina eröffnet sich durch die Nähe zur Digility eine neue Dimension des Imaging mit beeindruckender Angebotstiefe und -breite. Als eigenständige Veranstaltung konzentriert sich die Digility auch weiterhin auf den Bereich «Digital Reality» und wird ihr Angebot hier noch ausbauen. Software, Hardware und Services aus den Bereichen Virtual, Mixed und Augmented Reality, 3D, Computer-Generated Imaging, 360° Imaging sowie künstliche Intelligenz stehen im Fokus von Konferenzprogramm und Ausstellung. Die Digility findet 2018 vom 26. bis 27. September in der Halle 5.1 der Koelnmesse statt. In den Tickets für die Digility ist der Besuch der photokina bereits enthalten. Kurzentschlossene Besucher der photokina können noch vor Ort ein Digility-Ticket lösen.

› www.digility.de

› www.photokina.de

27. SEP. **BIS** **28. SEP.**

bvdm

TREFFPUNKT INNOVATION 2018

Am 27. und 28. September 2018 findet im Berliner VKU-Forum der «Treffpunkt Innovation» statt. Die bvdm-Veranstaltung führt das Erfolgskonzept des «Treffpunkt Technik» fort, der 2017 die Teilnehmerzahl um ein Drittel gegenüber dem Vorjahr steigern konnte. Auch in diesem Herbst stehen aktuelle Fragen der Prozessgestaltung und der Geschäftsfeldentwicklung im Fokus. Für Druck- und Medienunternehmen ist die Teilnahme kostenlos.

Der erste Veranstaltungstag steht unter dem Motto «Vom Produktanbieter zum Systempartner – Innovative Konzepte für Problemlöser». In Referaten und Podiumsdiskussionen werden Potenziale für die Entwicklung von Druck- und Medienunternehmen im Kontext der «Druckindustrie 4.0» analysiert. Im Zentrum steht dabei die Frage, wie durch eine engere Verzahnung der eigenen Leistungsprozesse mit denen der Kunden die Wertschöpfungskette verlängert und Alleinstellungsmerkmale entwickelt werden können.

Am zweiten Tag können die Teilnehmenden zwei Mal unter je vier parallel angebotenen Themenpanels wählen. Dort werden aktuelle Projekte und Arbeitsschwerpunkte des bvdm vorgestellt und diskutiert. Unter anderem geht es um folgende Fragen: Wohin bewegt sich die Offset-Standardisierung? Was bedeutet das neue Verpackungsgesetz für Druck- und Medienunternehmen?

› www.bvdm-online.de

BIS **30. SEP.**

Gmund Award

EINLADUNG ZUR TEILNAHME

Nach vier erfolgreichen Jahren mit über 1.000 eingereichten Druckprojekten aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Südtirol macht sich Gmund Papier auch 2018 wieder auf die Suche nach den besten Print- und Papierprodukten in den Kategorien «Corporate» (Firmen- und Produktdarstellungen, Kataloge), «Business» (Geschäftsausstattungen), «Mailing» (Einladungen, Weihnachtskarten), «Packaging» (Verpackungslösungen aus Papier), «Private» (Einladungen, Glückwunschkarten, Papeterie) und «Art» (Handwerkliches aus Papier, Poster). Gesucht werden die kreativsten, innovativsten und technisch hochwertigsten Druckobjekte auf Gmund Papier. Das eingereichte Printprodukt muss aus einer aktuellen Kollektion von Gmund bestehen. Die Anmeldung erfolgt online und ist bis 30. September 2018 möglich.

› www.gmund.com

9. OKT. **BIS** **11. OKT.**

«Content Services»

NEUER AUSSTELLUNGSBEREICH

Die DCX Digital Content Expo erweitert ihr Portfolio: Erstmals gibt es auf der Messe vom 9. bis 11. Oktober in Berlin einen Ausstellungsbe- reich mit eigener Bühne zum Thema «Content Services». Unter dem Begriff werden Lösungen und Dienstleistungen zusammengefasst, mit denen Unternehmen die wachsende Informationsflut automatisiert, sicher und rechtskonform managen können.

Als Partner für den Start des neuen Bereichs konnte der Messeveranstalter namhafte Experten gewinnen, insbesondere Dr. Ulrich Kampffmeyer von Project Consult, der das Thema Informationsmanagement bereits für Messen wie die «DMS Expo» und die «IT & Business» sowie die Verbände der Branche gestaltete. Nico Rehmann, Kopf der XING-Ambassador-Gruppe «Content Management» und Geschäftsführer der asioso GmbH, sowie Johannes F. Woll, Geschäftsführer der Social Event GmbH, verantwortlich für die XING-Ambassador-Gruppen «Media & Publishing» und «Verlagswesen und Medien», erweitern das Programm um Themen für Medienmacher, wie etwa neue Geschäftsmodelle, Omnichannel, Mobile, Smart Data oder die Verbindung von verschiedenen Softwaresystemen.

› www.dcx-expo.com



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

Jetzt Tickets sichern!



WIE KUNDEN ERREICHEN?

Think Customer Experience

Neukundengewinnung & Kundenpflege
im Digitalen Zeitalter

Kongresstickets / Programm:
suisse-emex.ch/kongress

KONGRESS
MODERATION



Stéphanie
Berger

Mit Top Speaker von:



f:mp.

NEUES HIGHLIGHT IN DER WEITERBILDUNG

Die Aufgabe eines Medienproduktions verlangt in zunehmendem Mass eine hohe Beratungskompetenz. Mit seinem Wissen um die Herausforderungen in der Marken- und Unternehmenskommunikation und den Erfolgsfaktoren, die zu einer wirksamen und nachhaltigen Kundenansprache führen, ist der Schritt ins Marketing-Management naheliegend.

Der Fachverband Medienproduktion e. V. (f:mp.) knüpft mit dem Fernstudiengang Marketing-Management deshalb nahtlos an das bereits erfolgreich etablierte Fernstudium «Produktions-Management (Print)» an. In den möglichen Fachrichtungen Event und Sponsoring, Public Relations und Sales Promotion findet jeder Interessent genau die für seinen beruflichen Alltag passenden Themen und Inhalte. «Wir legen in allen Weiterbildungen grossen Wert auf den praktischen Bezug. Auch in diesem Fall stehen in erster Linie pragmatische Erfahrungen und Fallstudien auf dem Lehrplan», erklärt Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp. So wird theoretisches Wissen gleich um wertvolles Know-how ergänzt.

Der Fernstudiengang ist selbstverständlich von der ZFU anerkannt. Diese staatliche Zertifizierung stellt sicher, dass mit dem inhaltlich und pädagogisch überprüften Studienmaterial das Ziel des Studiums sicher erreicht werden kann.

Bei allen Studiengängen wird mit dem erfolgreichen Abschluss der Manager-Titel verliehen.

› www.f-mp.de

VDMB

«BRING FARBE IN DEINE ZUKUNFT»

Mit einem bunten Messeauftritt warb der Verband Druck und Medien Bayern auf der Ausbildungsmesse vocatium am 12. und 13. Juli in Regensburg um Nachwuchs für die Druckindustrie. Dabei erfuhren die Besucher mehr über die Berufsbilder, die Ausbildungsinhalte und Weiterbildungsmöglichkeiten der



Mit einem bunten Messeauftritt warb der Verband Druck und Medien Bayern auf der Ausbildungsmesse vocatium.

Branche. Jugendliche und Lehrer nutzten die Chance für ein persönliches Gespräch am Stand des Verbandes. Dabei wurde das Team des VDMB unterstützt von Auszubildenden der Fr. Ant. Niedermayr GmbH & Co. KG aus Regensburg.

Die Messe bot Orientierung für Schülerinnen und Schüler der allgemeinbildenden Schulen aus dem Raum Regensburg. «Als Branchenverband ist es uns wichtig hier potenzielle Auszubildende über die Vorzüge und die Attraktivität unserer Berufe vor Ort zu informieren. Wir haben uns sehr darüber gefreut, dass die vielfältigen Berufsbilder unserer Branche bei den jungen Menschen auf ein so grosses Interesse stossen», so Thomas Hosemann, Bildungsreferent des VDMB. Die Präsenz auf Ausbildungsmessen ist eine wichtige Aufgabe des Verbandes zur Unterstützung der Unternehmen in der Nachwuchsgewinnung.

› www.vdmb.de

Heidelberg

DIGITAL – AUCH IN DER AUSBILDUNG

Die Heidelberger Druckmaschinen AG durchläuft derzeit einen tiefgreifenden digitalen Wandlungsprozess. Dieser umfasst das gesamte Unternehmen und damit auch die Berufsausbildung. Welche digitalen Instrumente und Methoden das Unternehmen bei der Qualifizierung junger Medientechnolo-



Ministerpräsident Winfried Kretschmann und Digitalisierungsminister Thomas Strobl (Mitte) lassen sich von Professor Dr. Rupert Felder (links), Leiter Human Resources bei Heidelberg und einem Heidelberg Azubi (rechts) die Möglichkeiten von Virtual Reality erläutern.

gen, Mechatronik und Industriemechanik einsetzt, wurde beim «Festival für digitale Bildung» am 4. Juli deutlich. Die Veranstaltung unter dem Motto «Bildung ist Zukunft und Zukunft ist digital» geht zurück auf eine Initiative der Baden-Württembergischen Landesregierung und ist Teil der ressortübergreifenden Digitalisierungsstrategie «digital@bw». Im Mittelpunkt des Festivals stand ein aktueller Blick auf die Potenziale digitaler Technologien für die breitgefächerte Bildungslandschaft. Welchen Stellenwert die Strategie für das Land besitzt, war an der Gästeliste zu erkennen: In Heidelberg präsent war neben der Hälfte der Ministerriege, darunter an der Spitze Ministerpräsident Winfried Kretschmann und sein Stellvertreter Thomas Strobl.

› www.heidelberg.com

Fachkräfte von morgen

TAG DER AUSBILDUNG BEI KOENIG & BAUER

Mit dem Tag der Ausbildung informiert Koenig & Bauer seit Jahren interessierte Besucher über die Berufs- und Karrierewege in der Druckmaschinenindustrie. Zum 150-jährigen Jubiläum seiner Werkberufsschule hat das Traditionsunternehmen besonderen Einsatz geboten. Mit Info-Truck, Food-Truck,



In kleinen Gruppe erhielten die Besucher an den Stationen in der Werkberufsschule Informationen aus erster Hand von Ausbildern.

einer 3D-Werksbesichtigung und jeder Menge Informationen zur Ausbildung präsentierte sich Koenig & Bauer den Fachkräften von morgen. Der Tag der Ausbildung am 14. Juli 2018 bildete den Abschluss der «Woche der offenen Tür» in der Werkberufsschule. Dafür hatte der Info-Truck der Arbeitgeberverbände der Metall- und Elektroindustrie (bayme vbm) Station bei Koenig & Bauer gemacht. Auf 80 m² und verteilt über zwei Stockwerke informierte der Truck über Ausbildungsberufe und freie Lehrstellen, begleitet von zwei pädagogischen Beratern sowie Auszubildenden und Ausbildern der Werkberufsschule. Mit 3D-Brillen konnten die Besucher ausserdem auf einen virtuellen 360-Grad-Rundgang durch das Werk von Koenig & Bauer gehen. Eine Burger-Station, Walking Balls im Wasserbecken und DJ-Begleitung sorgten für ein buntes Rahmenprogramm.

› www.koenig-bauer.com

Ausbildungsförderung

THEURER.COM C3 ERP/MIS-SOFTWARE

theurer.com und die Hochschule der Medien arbeiten bei Lehre und Praxis im Studiengang «Print Media Management» zusammen und bieten Studierenden neue Möglichkeiten, ihr theoretisches Wissen realitätsnah anzuwenden. Studenten weiterzubilden und zu fördern. Im Rahmen der Vorlesung Produktionsplanung und -steuerung wird von theurer.com ein Rechnerpraktikum durchgeführt, bei dem die Studierenden die Möglichkeit haben, die theurer.com C3 ERP/MIS-Software und die Business Templates auszuprobieren. Die praktische Erfahrung, wie eine Produktionsplanung in Druckunternehmen mithilfe der Software stattfinden kann, ist die ideale Ergänzung zum theoretischen Inhalt der Vorlesung. Der zuständige Professor und Prodekan des Studiengangs Print-Media-Management, Prof. Dr.-Ing. Witting, berichtet begeistert von den Rückmeldungen der Studenten: «Die Möglichkeit das erworbene theoretische Wissen praktisch anzuwenden hat viele Studenten begeistert, sodass das Rechnerpraktikum eine sehr gefragte Veranstaltung geworden ist.» Nicht nur im regulären Vorlesungsbetrieb bringt die theurer.com GmbH sich an der HdM ein, Geschäftsführer Tobias Theurer engagiert sich zudem auch im Industriebeirat und theurer.com bieten Stellen für Praxissemester oder Bachelorthesen an.

› www.theurer.com

Onlineprinters

**AUSGELERNT
BLEIBEN BETRIEB TREU**

Im Juli haben sechs Auszubildende ihre Lehre bei der Onlinedruckerei Onlineprinters erfolgreich abgeschlossen. Alle bleiben ihrem Lehrbetrieb treu. «Unser Ziel ist es, Fachkräfte auf höchstem Niveau auszubilden. Die Tatsache, dass sich alle für die Fortsetzung der beruflichen Laufbahn bei Onlineprinters



Abschlussjahrgang 2018 bei Onlineprinters. Es gratulierten Jürgen Winkler (links), Leiter der Produktion, Stefan Hagen (2. von links), Leistung Offsetdruck, sowie die Ausbilder Jan Fina (4. von rechts), Lukas Fuhrmann (2. von rechts) und Michael Rüttinger (rechts). Personalreferentin Sandra Jakusch (3. von rechts) hat die Auszubildenden drei Jahre lang betreut.

entschieden haben, freut mich sehr», betont Jürgen Winkler, Leiter der Produktion des Onlinedruck-Dienstleisters, als er den neuen Gesellen zum erfolgreichen Abschluss ihrer Lehre gratuliert und einen Erlebnisgutschein überreicht.

Onlineprinters bildet insgesamt sieben Ausbildungsberufen aus. Aktuell sind 16 Auszubildende im ersten oder zweiten Lehrjahr, 12 weitere sollen im September 2018 eingestellt werden. Aktuell sind noch Ausbildungsplätze frei. Ab 2019 werden erstmals auch E-Commerce-Kaufleute ausgebildet und im IT-Bereich Plätze für ein Duales Studium angeboten.

› www.onlineprinters.com

photokina 2018

**DAS BILD IM
MITTELPUNKT**

Die Stadt Köln ist seit vielen Jahrzehnten eng verbunden mit der Fotografie. Bereits seit 1950 findet die photokina in Köln statt. Einst als Branchentreff für Fotografie (photo) und Cinematographie (kina) gegründet, ist sie heute die weltweit wichtigste Businessplattform für die gesamte Imagingbranche. Gleichzeitig erfüllt sie seit jeher einen kulturellen Auftrag: Einer ihrer Väter, L. Fritz Gruber, begründete die Tradition während der photokina Bilderausstellungen von Welt-rang auf dem Messegelände und in der Stadt zu veranstalten. Die photokina (26. bis 29. September 2018) und das Internationale Photoszene-Festival (21. bis 30. September 2018) werden auch in diesem Jahr wieder hochkarätige Anlaufpunkte für Künstler und Besucher aus aller Welt sein.

Für die Stadt Köln ist das Photoszene-Festival ein Highlight im Kulturkalender: 2016 annoncierte das Festival mehr als 100 Ausstellungen im Stadtgebiet erreichte damit mehr als 100.000 Besucher (über die Laufzeit der Ausstellungen). Die photokina unterstützt das Festival bereits seit Jahrzehnten partnerschaftlich und wird diese Zusammenarbeit zukünftig noch intensivieren. Ebenso konsequent ist die Parallelisierung der beiden Veranstaltungen: Wie die photokina findet auch das Photoszene-Festival zukünftig jährlich und ab 2019 im Mai statt.

› www.photokina.de

Flyeralarm

**TOP AUSBILDUNGS-
BETRIEB**

Flyeralarm ist ein «Top Ausbildungsbetrieb» und darf sich nach erfolgreicher Zertifizierung durch das unabhängige Deutsche Institut für Qualitätsstandards und -prüfung e. V. (DIQP) aus Berlin mit dem entsprechenden Siegel schmücken. Das zugrundeliegende Audit hat Flyeralarm mit fünf von fünf



Thomas Broßmann (links, Verantwortlicher für das Ausbildungsmanagement bei Flyeralarm), Carolin Mandler (Abteilungsleitung HR Flyeralarm) und Flyeralarm CFO Hartmut Kappes (rechts) bei der Zertifikatsübergabe – zusammen mit Tomas Langara, Consultant der DIQP.

Sternen und dem Urteil «sehr gut» bestanden. Vorangegangen war eine zweistufige Prüfung: Im ersten Schritt wurden derzeitige und frühere Azubis eingehend und anonym befragt – dabei mussten strenge Mindestanforderungen bei der Zufriedenheit unter anderem in Sachen Praxisbezug, Eigenverantwortung, Ausbilder, Anerkennung und Ausstattung erreicht werden. In allen Kategorien bewerteten die aktuellen und ehemaligen Auszubildenden Flyeralarm mit nahezu voller Punktzahl. Anschließend fand eine Erfassung der Leistungen des Ausbildungsbetriebs statt, bei dem das Unternehmen die Anforderungen sogar zu 100% erfüllte.

› www.flyeralarm.com

VDMB

**EHRUNG KÜNFTIGER
FÜHRUNGSKRÄFTE**

Mit einer Feierstunde im Beruflichen Schulzentrum Alois Senefelder in München, verabschiedete die Fachschule für Drucktechnik und Papierverarbeitung ihre diesjährigen Absolventen. Thomas Hosemann vom Verband Druck und Medien Bayern (VDMB) gratulierte den frisch gebackenen Druck- und Medientechnikern.

Die jahrgangsbesten Drucktechniker, Thomas Beyrle und Alois Osterholzer erhielten auch in diesem Jahr aus den Händen von Hosemann den Preis der Ludwig-Gundelfinger-Stiftung des VDMB. Und gleich zwei Jubiläen gab es zu feiern: So war es nicht nur der 60. Drucktechniker-Jahrgang der verabschiedet wurde, sondern auch die 40. Auszeichnung der besten Techniker, die der VDMB in München vorgenommen hatte.

Der Verband Druck und Medien Bayern e. V. freut sich mit allen Absolventen über die bestandenen Prüfungen und wünscht ihnen viel Erfolg in ihrem zukünftigen Berufsleben in der Druck- und Medienindustrie!

› www.vdmb.de

**Druck + Medien Nord-West
JAHRESHAUPT-
VERSAMMLUNG**

Gut 180 Unternehmer der Druck- und Medienwirtschaft folgten der Einladung des Verbandes Druck + Medien Nord-West zur Mitgliederversammlung und Jahreshauptversammlung in der Ruhrmetropole Essen. Vom 14. bis 16. Juni wurden hier die zentralen Herausforderungen der Branche diskutiert – wie



Volles Haus bei der Jahreshauptversammlung des VDM Nord-West.

die aktuelle Fachkräftesituation und der steigende Preisdruck. Fazit der Unternehmer: Druckprodukte müssen künftig teurer werden.

Die Mitgliederversammlung des größten Landesverbandes der Druck- und Medienindustrie ist ein Höhepunkt der Verbandsarbeit und jährlich ein wichtiges Branchenevent, bei dem die Weichen für die Zukunft gestellt werden. Zentrale Themen der diesjährigen Mitgliederversammlung waren die aktuelle wirtschaftliche Lage, steigende Papierpreise und der Fachkräftemangel.

› www.vdmnw.de

**WISSEN
WO ES LANG GEHT.**

DRUCKMARKT
MACHT ENTSCHEIDER
ENTSCHEIDUNGSSICHER

SEMINARE UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2018	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
15. 08.	Printplus Akademie, Vorkalkulation – Beilagen, Broschüren, Bücher	Kriessern	› www.printplus.ch
16. 08.	Printplus Akademie, Auftragsverwaltung – Schneller durch Ordnung	Kriessern	› www.printplus.ch
17. 08.	Printplus Akademie, Materialwirtschaft – Produktion ohne Störung	Kriessern	› www.printplus.ch
22. 08.	Schweizerische Verpackungsinstitut, Grundlagenseminar Verpackung (Start)	Olten	› www.svi-verpackung.ch
23. 08.	Printplus Akademie, IVIS – Professionell im Verkauf	Kriessern	› www.printplus.ch
24. 08.	Printplus Akademie, Materialwirtschaft – Vorteilhaft Einkaufen	Kriessern	› www.printplus.ch
01. 09.	Schweizerische Verpackungsinstitut, Eidg. Dipl. Packaging Manager (Start)	Zürich	› www.svi-verpackung.ch
03. 09. – 04. 09.	Polar, Kurs für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus und N Plus	Hofheim	› www.polar-mohr.com
03. 09. – 14. 09.	VDMB, Aller Anfang muss nicht schwer sein! – Einführung in die Druck- und Medienwelt	Aschheim	› www.vdmb.de
04. 09.	Printplus Akademie, IVIS – Der Mehrwert der Adresse	Kriessern	› www.printplus.ch
04. 09. – 07. 09.	Printplus Akademie, Anwenderkurs – Printplus Druck richtig anwenden	Kriessern	› www.printplus.ch
05. 09.	Printplus Akademie, Vorkalkulation – Beilagen, Broschüren, Bücher	Kriessern	› www.printplus.ch
06. 09.	Printplus Akademie, Auftragsverwaltung – Schneller durch Ordnung	Kriessern	› www.printplus.ch
07. 09.	Printplus Akademie, Materialwirtschaft – Produktion ohne Störung	Kriessern	› www.printplus.ch
10. 09. – 12. 09.	VDMB, Intensiv-Trainings für Adobe InDesign – Einstieg in das Layouten	Aschheim	› www.vdmb.de
11. 09.	ClimatePartner Academy, Klimaschutz als Erfolgsfaktor und Innovationstreiber	München	› www.climatepartner.com
11. 09. – 12. 09.	Innoform Coaching, 6. Europäische Standbeutel-Konferenz – ökonomisch und ökologisch	Berlin	› www.innoform-coaching.de
11. 09. – 12. 09.	Printplus Akademie, Neue Kalkulation – Leistungskatalog und Beschreibungen anpassen	Kriessern	› www.printplus.ch
11. 09. – 12. 09.	Verpackungsakademie, Logistik & Transportverpackungen	Leipzig	› www.verpackungsakademie.de
12. 09. – 13. 09.	Akademie der Deutschen Medien, Projektmanagement für digitale Medien	München	› www.medien-akademie.de
12. 09. – 13. 09.	VDMB, Souverän als Einkäufer	Aschheim	› www.vdmb.de
13. 09.	ClimatePartner Academy, Klimaschutz als Erfolgsfaktor und Innovationstreiber	Zürich	› www.climatepartner.com
13. 09. – 14. 09.	Akademie der Deutschen Medien, Crashkurs Kundenmagazin	München	› www.medien-akademie.de
13. 09. – 14. 09.	ZLV, Verpackungssymposium 2018	Kempten	› www.zlv.de
17. 09.	VDMB, Kompakttrainings Personal – Mitarbeitergespräche souverän führen	Aschheim	› www.vdmb.de
17. 09. – 18. 09.	Akademie der Deutschen Medien, Grafik für Nicht-Grafiker	Berlin	› www.medien-akademie.de
17. 09. – 18. 09.	VDMB, Vektor-Grafiken mit Adobe Illustrator – Illustrator komplett	Aschheim	› www.vdmb.de
17. 09. – 19. 09.	VDMB, Aller Anfang muss nicht schwer sein! – Grundlagen der Gestaltung & Typografie	Aschheim	› www.vdmb.de
18. 09.	ClimatePartner Academy, Klimaschutz als Erfolgsfaktor und Innovationstreiber	Düsseldorf	› www.climatepartner.com
18. 09.	Printplus Akademie, Administration – Train the Trainer	Kriessern	› www.printplus.ch
19. 09.	VDMB, Know-how für Kundenberater und Quereinsteiger – Weiterverarbeitung	Aschheim	› www.vdmb.de
19. 09. – 21. 09.	Akademie der Deutschen Medien, Social Media Manager	Berlin	› www.medien-akademie.de
19. 09. – 21. 09.	VDMB, Moderne Bildbearbeitung mit Photoshop – Einstieg in die Bildbearbeitung	Aschheim	› www.vdmb.de
20. 09.	ClimatePartner Academy, Klimaschutz als Erfolgsfaktor und Innovationstreiber	Wien	› www.climatepartner.com
25. 09. – 26. 09.	Printplus Akademie, Einführungskurs neue Kalkulation – Produkte im Fokus	Kriessern	› www.printplus.ch
26. 09.	Typographische Gesellschaft München, Was ist denn hier mit der Schrift passiert?	München	› www.tgm-online.de
26. 09.	VDMB, Mobile Design – Responsive Layout	Aschheim	› www.vdmb.de
27. 09.	VDMB, Aktuelle Rechtsprechung und Entwicklungen im Arbeitsrecht	Aschheim	› www.vdmb.de
27. 09.	VDMB, Mobile Design – Adobe Animate	Aschheim	› www.vdmb.de
27. 09. – 28. 09.	Akademie der Deutschen Medien, Design Thinking	Berlin	› www.medien-akademie.de
27. 09. – 28. 09.	Innoform Coaching, Der BRC Standard Version 5	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
28. 09.	VDMB, Intensiv-Trainings für Adobe InDesign – Reinzeichnung und Druckvorbereitung	Aschheim	› www.vdmb.de
02. 10.	Printplus Akademie, Printplus Druck.X – Einstellungen und Stammdaten	Kriessern	› www.printplus.ch
02. 10.	Printplus Akademie, Printplus Druck.X für Anwender im Innendienst	Kriessern	› www.printplus.ch
03. 10.	Printplus Akademie, Betriebswirtschaftslehre für die Praxis	Kriessern	› www.printplus.ch
04. 10.	Akademie der Deutschen Medien, Crashkurs EPUB3: E-Books mit HTML5	München	› www.medien-akademie.de
04. 10. – 05. 10.	Printplus Akademie, Administration – Neue Funktionen	Kriessern	› www.printplus.ch

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
Publikation2018
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 2018
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 15. 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
thalman@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
M +41 79 405 60 77

Redaktion

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

Julius Nicolay
julius@druckmarkt.com

Druckmarkt im Internet:
www.druckmarkt-schweiz.ch
www.druckmarkt.ch
www.druckmarkt.com



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

wir freuen uns über Ihren
Besuch:

www.xyz.ch

Stefi Thalman



Seefeldstrasse 62 · 8008 Zürich · www.stefitalman.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



Dein Hofladen in der Stadt

Markthalle Basel, Steinentorberg 20, CH-4051 Basel
Dienstag bis Freitag: 9:00 - 20:00 Uhr, Samstag 9:00 - 18:00 Uhr
www.frischundregional.ch



Frisch & Regional

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