

DRUCKMARKT impressions 127

11. Oktober 2018

PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

PASSEN DRUCK- UND PAPIERINDUSTRIE NOCH ZUSAMMEN?

Seite 4.

MARKT & ZAHLEN
HEIDELBERG ÜBERNIMMT MBO. Seite 6.

PRINT & FINISHING
ONLINE-PRINTSERVICE FÜR ZEITUNGEN. Seite 28.

TERMINKALENDER
TERMINE, BILDUNG & EVENTS
ab Seite 42.

Bildquelle: youichi | 123rf.com

arcus design 2017 | Foto: H. Lehrie, 123RF.com

THEMEN AUF DEN PUNKT GEBRACHT



www.druckmarkt.de
www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch

DRUCKMARKT 

INHALT

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



Markt & Zahlen

- 04 Editorial: Ursache und Wirkung
- 06 Heidelberg übernimmt die MBO-Gruppe
- 07 Nachrichten
- 08 Menschen & Karrieren
- 10 KNOX und zipcon ergänzen Beratungs-Kompetenz
- 13 Deutsche wollen mehr Geld für Medien ausgeben
- 40 Die Renaissance des Analogens

Prepress

- 14 Cloud-basierte Lösungen für die Zukunft
- 14 Nachrichten
- 16 Verpackungsoffset mit Kodak Sonora X Platte
- 18 Chemiefreie Violett-Platte ohne Preheat

Print & Finishing

- 22 Zwischen Supply Chain und E-Business Print
- 26 Verwalten und verfolgen per Smartphone
- 30 Thurnher: Grösster Einzelauftrag in der Firmengeschichte
- 30 Nachrichten

Online-Print

- 27 Flyeralarm: Neue Sparten für virtuelle Inhalte und Audio
- 27 Nachrichten
- 28 Online-Printservice für Zeitungen

Digitaldruck

- 32 Wo digitale Vielseitigkeit Trumpf ist
- 38 3,2 Millionen einzigartige Wasserflaschen
- 39 Nachrichten

Papier

- 34 Einzigartige Papier- und Kartonqualitäten
- 35 Nachrichten
- 36 Neues Fluorcarbonfreies Barrierepapier

Termine, Bildung & Events

- 42 Terminkalender
- 43 Nachrichten
- 45 ICE: Sonderbereich für Spezialfolien und Extrusion
- 46 Seminare und sonstige Veranstaltungen

- 47 Business to Business
- 47 Impressum

PAPIERPREISE: URSACHE UND WIRKUNG

«Seit Anfang 2018 war der Papiergrosshandel gezwungen, Preise für grafische Papiere wiederholt zu erhöhen», räumt der Bundesverband des Deutschen Papiergrosshandels (BVdDP) ein und versucht die Ursachen der aktuellen Preisentwicklung zu erklären. Es seien «vom Printbedarf entkoppelte Verbräuche in den Rohmaterialsegmenten Zellstoff und Chemikalien, Importzölle und national wachsende Ausgaben für den Transport, forciert durch in Deutschland mautpflichtige Strassen seit Juli 2018.» Im Klartext: Alle anderen sind Schuld, nur nicht die Papierbranche! Und deshalb fordert der BVdDP seine Mitglieder auf, die «begründeten Preis- und Kostensteigerungen unverzüglich und umfänglich an ihre Kundengruppen weiterzugeben».

Nun stimmt es erstens nicht, dass die Preise seit Anfang 2018 steigen, sondern laut Statistischem Bundesamt bereits seit Oktober 2017. Zweitens kann die Maut vom Juli 2018 nur unschwer die Preise im Januar beeinflusst haben. Und drittens können Preiserhöhungen offenbar nicht verhindern, dass es sogar zu Lieferengpässen kommt. Deshalb empfiehlt der Bundesverband Druck den Druckereien, ihre Kunden über die Situation zu informieren, «damit die Akzeptanz für Preiserhöhungen im Markt für gedruckte Produkte wachse und das Verständnis für unverschuldete Lieferverspätungen steige.» Das haben Druckereien offenbar getan.

So weit die Ursache; und nun die Wirkung. In einer Presseinformation teilt der Discounter Dänisches Bettenlager mit, dass er bei seinem 100 Mio. Euro grossen Marketing-Budget künftig einen stärkeren Fokus auf digitale Formate legt. »Der massive Anstieg der Papierpreise ohne Aussicht auf ein Ende ist ein Grund, die konventionelle Werbung auf den Prüfstand zu stellen. Jeder unserer 50 mal pro Jahr erscheinenden Prospekte hat eine Auflage von über 30 Millionen Exemplaren, die immer teurer gedruckt werden müssen«, erklärt Geschäftsleitungsmitglied Ole N. Nielsen. »Deshalb haben wir die Auflagen um fünf Prozent gekürzt und ein geplantes Projekt mit einer Auflage von über 33 Millionen Exemplaren ersatzlos gestrichen. Die Preispolitik und Liefertreue einiger Papierlieferanten stimmt uns bedenklich.«

Das ist ja wohl mehr als ein Schuss vor den Bug. Und es ist kein Einzelfall, wie wir wissen. Aber das Missfallen über die Papierpreise wurde von Kundenseite selten so unverblümt kommuniziert. Die Politik der Papierhersteller beeinflusst es aber offenbar nicht. Ohne Rücksicht auf Verluste werden in dem zum Verkäufermarkt gewordenen Papiersegment die Preise nach oben



geschraubt. Mit der Konsequenz, dass sich der Papierverbrauch durch Verlagerungen der Werbebudgets weiter verringern wird. Da stellt sich schon die Frage, ob Papier- und Druckindustrie eigentlich noch zusammenpassen? Die Welt der Papierhersteller ist offenbar eine andere als die der Drucker. Man hat es auch nicht mit Papiermachern zu tun, sondern mit Managern, denen Zahlen näher sind als das Produkt Papier. Da wird nicht mehr über Papierqualitäten gesprochen, sondern über Cash-Flow, Wechselkurse, Margenschwund etc. – als wäre das in anderen Industrien nicht genauso.

Nachdem die Papierriesen Überkapazitäten abgebaut, Papiermaschinen abgestellt und Fabriken geschlossen haben, sollen jetzt mit aller Gewalt höhere Preise durchgesetzt werden, die Druckereien nicht an ihre Kunden weitergeben können. Weiter rückläufige Auflagen dürften aber auch nicht das Ziel der weltweit auf Jahrestonnagen fixierten Papierindustrie sein. Und es ist kaum anzunehmen, dass sich die Papiermacher selbst in den Niedergang stürzen, indem sie die Abnehmer ihrer Produkte in den Ruin treiben. Es sei denn, sie sind gar nicht mehr Schlüsselpartner der Drucker. Diesen Schluss zumindest lässt die eine oder andere Kundenzeitschrift der Papierindustrie zu, in der wenig über Papier, dafür um so mehr über Bio-Diesel aus Holzresten und andere Anwendungen für andere Branchen berichtet wird.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay



QUARKXPRESS 2018

FANTASTISCHE NEUE FUNKTIONEN · KEIN ABO



PRINT - UND DIGITAL-DESIGN AUF NEUEM NIVEAU CLOUD-FREI - KEIN ABO

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

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

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

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



FINISHING HEIDELBERG ÜBERNIMMT DIE MBO-GRUPPE

Die Heidelberger Druckmaschinen AG will mit der Übernahme der weltweit tätigen MBO-Gruppe ihr Angebot im Wachstumsmarkt der Weiterverarbeitung weiter ausbauen und sich zugleich den Zugang zu neuen Kunden in der Mailing- und Pharma-Industrie verschaffen.

Es ist wohl eine strategische Entscheidung, denn schon bisher ist Heidelberg mit Falzmaschinen recht gut aufgestellt. Was fehlt, sind auf der einen Seite Falzmaschinen, die über das Format 70 x 100 cm hinausgehen, auf der anderen Seite spezielle Falz- und Mailingmaschinen, wie sie die MBO-Tochter Herzog + Heimann zu bieten hat. So wird das Portfolio auf die Wachstumssegmente Digital und Verpackung ausgerichtet.

«Die Übernahme ermöglicht uns, mit neuen Technologien und Kundensegmenten profitabel zu wachsen», kommentiert **Rainer Hundsdörfer**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg, die Akquisition. «Durch den Erwerb schliessen wir eine Lücke für industrielle Prozesse in der digitalen Zukunft und erwarten Synergien in der Wertschöpfungskette.» Der Kauf von MBO bringt neben dem Umsatzvolumen



von rund 50 Mio. € die Übernahme der Standorte Oppenweiler (MBO) und Bielefeld (Herzog + Heimann) sowie des Produktionsstandorts im portugiesischen Perifita mit insgesamt etwa 450 Mitarbeitern mit sich. Insbesondere der Standort in Portugal mit seinen effizienten Strukturen birgt interessante Optionen für den Heidelberg-Konzern. «In einer effizienten Weiterverarbeitung liegt noch enormes Potenzial für Produktivitätssteigerungen in Druckbe-



trieben», erläutert **Stephan Plenz**, Vorstand Digital Technology. «Der Erwerb ist ein weiterer Schritt, von der Technologie über Verbrauchsmaterialien bis hin zum Service ein Gesamtangebot bereitzustellen.»

Der Name soll bleiben

Die Marke MBO wird im Rahmen der geplanten Übernahme weiter bestehen. «Die Transaktion ist für die MBO-Gruppe ein wichtiger Schritt, um den Prozess der Digitalisierung und den Ausbau der digitalen Produktion im Postpress-Bereich konsequent voranzutreiben», sagt **Thomas Heininger**, CEO der MBO-Gruppe.



Die Nutzung des Händler- und Servicenetzes von MBO führt ebenfalls zu wechselseitigen Chancen. Die Übernahme der MBO-Gruppe, die bis Jahresende abgeschlossen sein soll, kann Heidelberg bei seinem Anspruch helfen, die Effizienz aller Prozesse in Druckereien zu steigern. Dabei spielen integrierte Weiterverarbeitungslösungen eine wichtige Rolle. Welche Rolle indes der Heidelberg-Standort Ludwigsburg in dieser neuen Konfiguration künftig spielen wird, wurde nicht kommuniziert. Fakt ist jedenfalls, dass das Marktangebot weiter konsolidiert wird. Neben Heidelberg/MBO verbleiben nur noch wenige Wettbewerber wie etwa GUK/MB Bäuerle und Horizon.

ni

Finishing

PLOCKMATIC ÜBERNIMMT WATKISS

Die Plockmatic Group, Hersteller von Druckweiterverarbeitungsanlagen mit Sitz in Stockholm, hat die britische Watkiss Automation Ltd.

übernommen. Damit baut das schwedische Unternehmen sein Angebot an Systemen für die Broschürenfertigung im Digitaldruck weiter aus.

Watkiss-Anlagen sind vor allem als Inline-Finisher an Digitaldruckmaschinen und als Nearline-Lösungen bekannt geworden.

Mit der Übernahme durch die Plockmatic International AB ist Watkiss nun ein hundertprozentiges Tochterunternehmen der schwedischen Unternehmensgruppe, zu der auch die Morgana-Weiterverarbeitungssysteme gehören.

Als CEO führt Jan Marstorp die Plockmatic Unternehmensgruppe, die wiederum Teil der ebenfalls in Stockholm ansässigen Grimaldi Industri Group ist.

> <https://plockmaticgroup.com>

Verstärkte Kooperation

VDMB UND FDI MÜNCHEN

Der Fachverband der Druckindustrie und Informationsverarbeitung (FDI) Bezirk München-Oberbayern und der Verband Druck und Medien Bayern haben eine breit angelegte Zusammenarbeit für gemeinsame Veranstaltungen und Weiterbildungsangebote vereinbart. Zudem prüfen beide Organisationen, wie sich in gemeinsamen

Veranstaltungen die Faszination und die Vielfalt des Gedruckten gegenüber der breiten Öffentlichkeit noch authentischer vermitteln lassen. «Wir teilen die Sicht auf die Entwicklung und Herausforderungen unserer Branche.

Gemeinsam können wir unseren Mitgliedern einen noch besseren Service bieten», erläutert Doris Mohrbach, Vorsitzende des FDI Bezirks. Und Holger Busch, Hauptgeschäftsführer des VDMB ergänzt: «In unserer arbeitsteiligen Wirtschaft muss nicht jeder alles anbieten. Da sind Kooperationen und Kräftebündelung angesagt.»

> www.vdmb.de

**CANON****VERLEGUNG DER FERTIGUNG NACH POING**

Canon erweitert seine Produktionsstätte in Poing bei München und will durch die Verlegung der Fertigungsstätte von Vancouver nach Poing die Effizienz optimieren. 100 neue Arbeitsplätze sollen dabei in Bayern entstehen, am niederländischen Standort Venlo sollen es 50 weitere Stellen in der Forschung und Entwicklung sein. Mit der Konsolidierung der gesamten Produktion der Océ Arizona Flachbettdruckerserie nutzt Canon das Know-how und die Infrastruktur in Europa. Canon produziert in Poing bereits seit einigen Jahren Modelle der Arizona Grossformatdrucker. Neben der Erweiterung des Teams wird auch das Lieferantennetzwerk ausgebaut. 70 Zulieferer aus Europa und Amerika sollen die globale Lieferkette beim Bau der Grossformatlösungen unterstützen. Die Produktion wird insgesamt um über 30% gesteigert und es sollen täglich drei Systeme fertiggestellt werden.

> www.canon.de

Libri und BoD

INVESTITION IN DEN BÜCHERMARKT

Libri und BoD investieren in die Zukunft des Buchmarkts: In Bad Hersfeld entsteht ein Print-on-Demand-Zentrum, Wand an Wand mit der Libri-Logistik. Neueste Produktionsverfahren und die lückenlose Integration in die Sortimentsabläufe verkürzen die Lieferzeiten und schaffen eine neue Titelvielfalt. Nach dem Start des Druckzentrums sind über 5 Mio. deutsche und internationale Titel verfügbar und über Nacht lieferbar. Verlage können neue Titel oder Formate testen. Ist ein Titel erfolgreich, druckt der Verlag wie gewohnt in hoher Auflage und lagert das Sortiment ein. Die Backlist wiederum wird als Print-on-Demand-Titel angelegt. Damit ist das Verlagsprogramm dauerhaft verfügbar, Datensätze können jederzeit aktualisiert werden. Bücher sind «never out of stock» und jede Nachfrage kann sofort bedient werden.

> www.bod.de

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

Duplex

MKW**Graphische
Maschinen**www.mkwgmbh.de

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



Bildquelle: rawpixel | 123rf.com



Hariolf Koeder hat seine operative Funktion bei der Reflex GmbH beendet. Sein Nachfolger ist **Michael Sablatnig**. Der Österreicher verfügt über langjährige Erfahrung in der Papierindustrie, war im Vorstand von Mondi Business Paper und Geschäftsführer von Brigl & Bergmeister. • **Marisa Dütsch**

wurde zum 1. Juli 2018 zur Vertriebsleiterin bei Horizon ernannt und übernimmt neben der Verantwortung für den Direktvertrieb in Deutschland, Österreich und Ungarn auch die Leitung des Produkt-



management-Teams. • **Andreas Käfferlein** ist seit September neuer Vertriebsdirektor des Dresdner Maschinenherstellers KAMA und übernimmt den Aufgabenbereich von Ronald Lein, der nach 30 Jahren in der Druckindustrie in den Vorruhestand geht. • Im Juli 2018 verstarb Lauderts geschäftsführender Gesellschafter Andreas Rosing überraschend nach kurzer, schwerer Krankheit. Nun wird sein Partner, **Jörg Rewer**,



bisher für den Auf- und Ausbau des Geschäftsbereichs IT verantwortlich, seine Aufgaben übernehmen. Die freigewordene Position übernimmt **Sven Henckel**,



Holger Berthues, bislang mit der Leitung des Laudert-Studios Vreden betraut, leitet nunmehr alle Studios an den Standorten Vreden, Hamburg und Bad Waldsee. • Memjet hat **Arnaud Linquette** zum Senior Vice President für die EMEA-Region benannt. In dieser neu geschaffenen Position soll er Strategien entwickeln, um die Akzeptanz der Drucktechnologien von Memjet in diesen Ländern weiter zu vergrößern.

• Nach 29 Jahren Tätigkeit ging der Geschäftsführer des Verbandes der Schweizer Druckindustrie VSD, Maurice Wicky, in den Ruhestand. Nachfolger als Geschäftsführer ist **Bernhard Büchler**. Er leitet nunmehr die Geschäftsstelle mit sechs Mitarbeitern in Bern. •



Nicole Poepsel-Wunderlich wurde zum Head of Indirect Sales bei Xerox in Deutschland ernannt. Zu ihren Hauptaufgaben zählen die Weiterentwicklung der Strategie und der Ausbau des Channel-Geschäftes in Deutschland sowie die Identifikation neuer Partner. Zudem stärkt Xerox mit **Thiemo Rau** als General Manager Direct Sales das Enterprise-Geschäft. In seiner neuen Rolle soll Rau den Fussabdruck von Xerox im Bereich Managed Document Services vergrößern und die Kunden bei der Digitalisierung und Automatisierung ihrer Geschäftsprozesse unterstützen. • Die



Heidelberger Druckmaschinen AG richtet auf dem Weg der digitalen Transformation auch ihre Organisation neu aus und besetzt dazu drei wichtige Positionen mit international erfahrenen Führungskräften aus unterschiedlichen Industrien. So kommt **Sonja Mechling** von der Robert Bosch Smart Home GmbH und übernimmt bei Heidelberg die Position des Chief Marketing Officer. Sie wird zusätzlich Geschäftsführerin der Heidelberg Digital Unit. **Dr. Stefan Heizmann** wird neuer IT-Chef (Chief Information Officer CIO) des Unternehmens. Er verantwortete bisher als CIO die Kon-



zern-IT der Gühring Gruppe. Mit **Robert Franz** kommt ein international erfahrener Vertriebsmanager von Rittal, der mit dem Bereich Sales Operations künftig den globalen Vertrieb von Heidelberg leitet. Franz hat umfangreiche Erfahrung im Bereich Sales und wird die globale Sales Operations und damit verbunden die Neuausrichtung der Organisation von Heidelberg auf einen digitalen Omnichannel-Vertrieb verantworten. • Screen Europe gibt die Ernennung von **Steven Polland** zum Area Sales Manager für den deutschen Markt bekannt. Er arbeitet mit dem Area Director der Region, Patrick Jud, zusammen und soll das Direktgeschäft für die Hochleistungs-Inkjet-Drucker von Screen fördern.





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

Museum
für
Druckkunst
Leipzig

Zanders

INVESTORENPROZESS GESTARTET

Nach Aussage des Zanders Insolvenzverwalters Dr. Marc d'Avoine macht der Investorenprozess für den traditionsreichen Papierhersteller «gute Fortschritte bei den Sondierungen mit Interessenten. Wir bleiben daher optimistisch, noch in diesem Jahr einen Abschluss zu erzielen.» In den vergangenen Wochen wurden mit Unterstützung von KPMG weltweit Finanzinvestoren und strategische Investoren angesprochen. Parallel wird die Restrukturierung von Zanders vorangetrieben.

› www.zanders.com



Bildquelle: Zanders.

KOOPERATION KNOX UND ZIPCON ERGÄNZEN BERATUNGS-KOMPETENZ

Während sich die deutsche Wirtschaft seit Jahren auf einem soliden Niveau positiv entwickelt, ist das Bild in der Druck- und Verpackungsbranche differenzierter. Die Zeichen stehen für manche Marktteilnehmer in der Druck- und Verpackungsbranche dennoch auf Wachstum.

Das Versandvolumen und der Bedarf an Verpackung steigt in der D/A/CH-Region von Jahr zu Jahr, die Ansprüche von Kunden und Umwelt an die Verpackung werden fordernder, doch gute Mitarbeiter sind schwer zu finden. Und in Print sinken grossvolumige Auflagen. Im Wettbewerb mit anderen Marketing- und Kommunikationskanälen sind Lösungen für eine individualisierte Kundenansprache eine der strategischen

Herausforderungen. Nicht zuletzt stellt die digitale Transformation rund um Industrie 4.0 und Mass Customization viele Unternehmer auf die Probe.

So ist auch in guten Zeiten viel Bewegung in der Druck- und Verpackungsbranche, die seit vielen Jahren im Fokus der Aktivitäten der Hamburger KNOX GmbH wie auch der Essener zipcon consulting GmbH stehen. Die unterschiedlichen Schwerpunkte der beiden Beratungshäuser

haben schon in der Vergangenheit zur fruchtbaren Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Branchenunternehmen geführt, die nun in eine intensive Kooperation mündet.

«Das strategische und technologische Know-how von Bernd Zipper und seinem Team kann in Kauf- wie auch in Verkaufsmandaten einen wichtigen Beitrag leisten, wenn es darum geht, die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen zu beurteilen oder auch das Unternehmenspro-

fil zu schärfen. Für manche Interessenten kann dieses Branchenverständnis essenziell sein, um in unsere Branche zu investieren», erläutert Jens Freyler, Geschäftsführer M&A der KNOX GmbH. Über die letzten Jahre begleitete er zahlreiche mittelständische Unternehmen bei ihrer Unternehmensnachfolge, öffnete durch Unternehmensakquisitionen ergänzende Geschäftsfelder und konnte Finanzinvestoren bezüglich der Druck- und Verpackungsbranche beraten.

«Während zipcon stärker im Print, Onlineprint und im Thema Mass Customization ist, kommt KNOX aus dem Packaging. Wo zipcon Technologie- und Strategiefragen lösen kann, kann KNOX dies bei Personal- und Finanzthemen. Gemeinsam sind wir ein eingespieltes Team, um bei strategischen Frage-

stellungen in Druck und Verpackung ein wichtiger Sparingspartner von Unternehmen zu sein», erläutert Bernd Zipper, Gründer und Geschäftsführer der zipcon consulting GmbH, die sich seit vielen Jahren der digitalen Transformation der Branche widmet. Und dies beinhaltet nicht nur eine Veränderung der Technologie, sondern auch ein vollständiger Wandel vieler Geschäftsmodelle.

«Neue Technologien und Geschäftsmodelle rufen nicht nur nach neuen Strategien, sondern auch nach neuen Partnerschaften und nach den passenden Mitarbeitern», ergänzt Michael Dosch, Geschäftsführer für den Personalbereich der KNOX GmbH.

› www.knox-gmbh.com

› www.zipcon.de

Systemmailing-Briefmarke NEUARTIGER PORTO-RABATT

«Kleine Marke – grosse Ersparnis» – mit diesem Slogan stellt die Briefdruck Fülle KG die neu eingeführte «Systemmailing-Briefmarke» vor. Zwischen 1 und 3 Cent Porto-Rabatt je Sendung erhalten Kunden, die sich für die Verwendung entscheiden. So schrumpfen die Portokosten beispielsweise für den Tarif Dialogpost Standard von derzeit 28 Cent auf bis zu 25 Cent. Schon bei 10.000 Sen-



Bei der Systemmailing-Briefmarke handelt es sich um eine kleine Grafik, die Briefdruck neben der üblichen Dialogpost-Welle druckt.

dungen lassen sich damit bis zu 300 Euro sparen, die als Cashback gutgeschrieben werden. Das Aufkleben einer realen Briefmarke ist hierfür nicht notwendig. Es handelt sich um eine kleine Grafik, die Briefdruck neben der Dialogpost-Welle druckt.

Mit der Systemmailing-Briefmarke fügt Briefdruck den namensgebenden Systemmailings einen weiteren Aspekt hinzu, der Werbetreibenden dabei hilft, die Kontaktpreise für Print-Mailings zu senken. Das Portfolio der Systemmailings besteht bis dato aus etwa 80 Mailing-Vorlagen. Die postgeprüften Konzepte sparen die Zeit einer langwierigen Entwicklungsphase und verhindern unkalkulierte Mehrkosten, die zum Beispiel durch Unwissenheit zu Versandbestimmungen entstehen können.

› www.briefdruck.de

Neuer Online-Auftritt KLIMAINITIAIVE DER VERBÄNDE

Immer mehr Druckereien in Deutschland schliessen sich der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände an. Den zunehmenden Anforderungen entsprechend wurden die Kommunikationsinstrumente der Klimainitiative im August 2018 überarbeitet und an das Erscheinungsbild des bvdM angepasst. So können teilnehmende Unternehmen nun auch mit dem Emblem «Mitglied der bvdM-Klimainitiative» für sich werben. Auch die Website wurde einem Relaunch unterzogen. Klar und übersichtlich präsentiert sie die Ziele, Leistungen und Vorteile der Initiative und erläutert, wie mit dem CO₂-Rechner differenziert und gewissenhaft die mit einem Druckauftrag verbundenen CO₂-Emissionen bestimmt werden können. Kunden bietet die Homepage die Möglichkeit, über Ort oder Postleitzahl Druckereien zu finden, die mit der Klimainitiative CO₂-neutral drucken.

› www.bvdM-online.de
› www.klima-druck.de



Verpackungsgesetz LEITFADEN FÜR DRUCKEREIEN

Am 1. Januar 2019 tritt das Verpackungsgesetz vollumfänglich in Kraft. Es bringt einige neue Herausforderungen für all diejenigen mit sich, die Verpackungen in Verkehr bringen. Das gilt auch für Druckereien, denn bereits die Versandverpackung für Flyer, Visitenkarten oder Broschüren ist in der Regel lizenzierungspflichtig. Und die Kontrollen werden schärfer.

Die künftigen Beteiligungsentgelte (Lizenzentgelte), mit denen die Entsorgung vorab finanziert wird, sollen sich nicht mehr – wie derzeit in der Verpackungsverordnung geregelt – überwiegend an der Masse orientieren, sondern an der späteren Verwertbarkeit. Ganz nach dem Motto, dass diejenigen Hersteller belohnt werden, die bei der Entwicklung, Gestaltung beziehungsweise Produktion der Verpackungen deren gute Recyclingfähigkeit nach Gebrauch berücksichtigt haben.

Bereits im Vorfeld hat der Bundesverband Druck und Medien (bvdM) in seinen Stellungnahmen zu den Gesetzentwürfen den hohen bürokratischen Aufwand durch das neue Gesetz kritisiert und die Sorge geäußert, dass dadurch mit neuen Kostenlasten für Druckereien zu rechnen ist.

Der Leitfaden für Druckereien, der die wesentlichen Neuerungen des Verpackungsgesetzes beleuchtet, steht Mitgliedern der Druck- und Medienverbände kostenfrei zur Verfügung.

› www.bvdM-online.de

ÜBERNAHME Siegwirk Druckfarben hat die kanadische Ultra Inks Inc., Hersteller von wasserbasierten Flexotinten für Verpackungs- und Etikettenanwendungen, erworben. Der Übernahme gingen bereits andere Akquisitionen durch Siegwirk voraus, um die Stellung als Komplettanbieter für den Verpackungsmarkt zu stärken. › www.siegwerk.com

BETEILIGUNG Die bayerische 2H GmbH & Co. KG, ein Unternehmen der Igepa group, hat sich über ihre Tochtergesellschaft P-Center GmbH an der Druma Posner GesmbH mit Sitz in Innsbruck beteiligt. Der Garchinger Fachhändler setzt damit weiterhin auf Wachstum im umkämpften Markt für Digitaldruckmaschinen, -medien, -material und -services. Bestandteil des Engagements ist auch die Übernahme des Vertriebes für die Druckfarben der hubergroup GmbH in weiten Teilen Österreichs. Andreas Posner bleibt geschäftsführender Gesellschafter. Alexander Moser, geschäftsführender Gesellschafter der P-Center GmbH, wurde als zweiter Geschäftsführer berufen. › www.druma.at › www.p-center.de

KOOPERATION Um auf das expandierende Servicegeschäft zu reagieren, kooperiert Koenig & Bauer mit der S.E.M. Servicegesellschaft. In Zukunft können nahezu alle Serviceleistungen neben der Druckmaschine angeboten werden, von der Instandhaltung, über die Wartung bis hin zur technischen Maschinenreinigung. Die Aufgabenfelder beider Unternehmen sind klar voneinander getrennt und ergänzen sich. › www.koenig-bauer.com

ANTEILSÜBERNAHME Die Epple Druckfarben AG hat Anteile an dem niederländischen Druckchemikalienhersteller PCO Europe übernommen. Ziele von Epple sind neben der Stärkung des Produktportfolios die Ausweitung der Aktivitäten im internationalen Marktumfeld. Nach der engen Zusammenarbeit beider Unternehmen ist die finanzielle Beteiligung ein logischer Schritt. Das gilt beispielsweise für den Ausbau des Vertriebs von Druckfarben in Asien. Epple setzt dabei auf das Händlernetz der PCO Niederlassung in Malaysia und Thailand. › epple-druckfarben.com

AUSBAU Die Chromos GmbH hat Personal und Service in den letzten Monaten gezielt ausgebaut. Das Handelshaus, das Lieferfirmen aus dem Segment des Schmalbahndrucks in den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz vertritt, hat nun eine spezielle Geschäftseinheit für den Digitaldruck eingerichtet. In der Folge wurde es im bisherigen Domizil zu eng. Mit einem Umzug in das nur wenige Kilometer entfernte Industriegebiet von Augsburg Lechhausen hat Chromos deutlich grössere Räumlichkeiten gefunden. Sie bieten ausreichend Platz für Büro-Arbeitsplätze und weiträumige Lagerflächen. › www.chromos.de

JUBILÄUM A&R Carton Graz blickt 2018 auf 150 Jahre bewegte Firmengeschichte zurück. Seit den Anfängen als Lithografische Kunstdruckanstalt im Jahr 1868 etablierte sich A&R Carton als einer der führenden europäischen Verpackungshersteller. › www.ar-carton.com

AUSZEICHNUNG Das Werkzeugmaschinenlabor der RWTH Aachen hat in Kooperation mit der Complexity Management Academy GmbH und einem Industriekonsortium die fünf besten Unternehmen im Produkt- und Portfoliomanagement ausgezeichnet. Ziel des Benchmarking-Projekts war es, erfolgreiche Methoden, Strukturen und Prozesse in der systematischen Implementierung und Umsetzung des Produkt- und Portfoliomanagements zu identifizieren. Für ihre herausragenden Leistungen wurden die Heidelberger Druckmaschinen AG, Endress+Hauser Flowtec, Festo, Wittenstein alpha und Drägerwerk als «Successful Practices 2018» ausgezeichnet. › www.wzl.rwth-aachen.de

FÖRDERUNG Das Bayerische Wirtschaftsministerium fördert die Wettbewerbsfähigkeit regionaler Unternehmen. Im Rahmen dieser Förderung erhielt das Würzburger Familienunternehmen Sprintis Fördergelder in Höhe von 300.000 €. Um mit dem Wachstum Schritt zu halten, werden die bisherigen 6.000 Palettenplätze bis Mitte des Jahres 2019 um weitere 6.000 Plätze erweitert und neue Büroräume für Mitarbeiter geschaffen. Highlight des Neubaus ist der Campus, welcher mit Parkdeck, Sportcourt für Fussball/Basketball, Beachvolleyballfeld, Tischtennisplatten sowie einen Raum für Besprechungen bietet. › www.sprintis.de

ANPASSUNG Die «Initiative Verkehrsentslastung», ein Bündnis von 17 Wirtschaftsverbänden, dem auch der VDP angehört, setzt sich für eine Angleichung des zulässigen Gesamtgewichts bei Lkw von 40 auf 44 Tonnen ein, wie es bereits im kombinierten Verkehr möglich ist. Insgesamt liessen sich so mehrere Millionen Lkw-Fahrten jährlich einsparen, heisst es in dem gemeinsamen Positionspapier «Logistik-Engpässe bekämpfen – zulässiges Lkw-Gesamtgewicht angleichen». › www.vdp-online.de

ÜBERNAHME Antalis hat das Papiergeschäft von Igepa in Schweden und Norwegen übernommen und festigt damit die Marktpositionen in den nordischen Ländern. Bereits im ersten Halbjahr 2018 hatte Antalis durch die Übernahme des schwedischen Distributionsgeschäfts von Alos einen Jahresumsatz von 6 Mio. € hinzugewonnen. Der jetzige Zukauf bringt zudem einen Jahresumsatz von rund 10 Mio. € mit sich und ermöglicht es Antalis, das Produktangebot für seine Kunden zu erweitern und die Partnerschaften mit Lieferanten auszubauen. › www.antalis.de

**FachPack
2018 SETZT NEUE
BESTMARKEN**

Rund 45.000 Fachbesucher (2016: 41.014) kamen vom 25. bis 27. September zur FachPack 2018 nach Nürnberg, um sich über Innovationen und Trends in der Verpackungsbranche zu informieren. Das entspricht einem Plus von über 8% im Vergleich zur letzten FachPack. Dabei stieg der Inlands- und überproportional der Auslandsbesuch. An den Ständen der 1.644 Aussteller (2016: 1.542 Aussteller) in erstmals zwölf Messehallen wurde intensiv über Verpackungslösungen für Konsum- und Industriegüter diskutiert. Die Themen Digitalisierung, E-Commerce, Verpackungsdesign und vor allem Nachhaltigkeit beherrschten die Gespräche. Für 2019 hat die Messeleitung angekündigt, das umweltgerechte Verpacken als Leitthema der FachPack auszurufen. Die FachPack zeigte erneut ein umfassendes Messeangebot entlang der Prozesskette Verpackung: angefangen bei Packstoffen und Verpackungsmaschinen über Verpackungsdruck und -veredelung bis hin zu Logistiksystemen und Services. Zahlreiche Foren und Sonder-schauen luden zur Weiterbildung und Wissensvertiefung rund um die unterschiedlichen Verpackungsaspekte ein. › www.fachpack.de

Die nächste FachPack findet vom 24. bis 26. September 2019 im Messezentrum Nürnberg statt.

**Umfrage von tns-infratest
BEURTEILUNG VON
VERPACKUNGEN**

Nach einer repräsentativen Umfrage von tns-infratest im Auftrag des Deutschen Verpackungsinstituts e. V. (dvi) interessieren sich 92,2% der Bundesbürger für das Thema Verpackung. Eine Mehrheit von 57,3% fühlt sich allerdings persönlich gar nicht oder nicht ausreichend informiert, um wichtige Aspekte einer Verpackung objektiv beurteilen zu können. Mehr und bessere Informationen erwartet diese Gruppe vom Handel (23,5%), von Verpackungsherstellern (22,6%) und Produktherstellern (21,7%).

«Es kommt zu teils gravierenden Fehleinschätzungen bei Verpackungen, weil die Bürger nicht ausreichend über Aspekte wie Funktion, Ökobilanz und Recyclingfähigkeit informiert sind», sagt Thomas Reiner, Vorstandsvorsitzender des Deutschen Verpackungsinstituts e. V. in Berlin. «Dass sie dieses Informationsdefizit erkennen, sollte für die beteiligten Kreise ein Auftrag sein, mehr Transparenz und bessere Informationen bereitzustellen. Dass dafür Produkthersteller, Verpackungshersteller und der Handel in die Pflicht genommen werden, begrüßen und unterstützen wir.»

› www.verpackung.org

92,2% DER BUNDES-BÜRGER SIND AM THEMA VERPACKUNG INTERESSIERT.

ABER 57,3% FÜHLEN SICH NICHT AUSREICHEND INFORMIERT.

Quelle: DVI Deutsches Verpackungsinstitut, Juli 2018.

**Lange Nacht der Printmedien
VOLLE (VER)PACKUNG
KOMPETENZ**

Die 4. Lange Nacht der Printmedien in Berlin stand am 14. September 2018 unter dem Motto «Volle (Ver)Packung Kompetenz». 120 Gäste erlebten die Leistungsfähigkeit der Lieferkette Druck, die unter anderem durch Druckereien, Weiterverarbeiter, Druckmaschinenhersteller und Druckfarbenhersteller re-



Die Besucher der «Langen Nacht der Printmedien» zeigten sich sehr interessiert an den innovativen und nachhaltigen Farbsystemen von Epple.

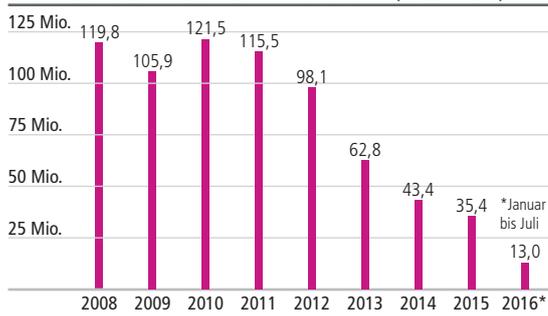
präsentiert wurde. Die Epple Druckfarben AG fördert die Veranstaltung seit Jahren und beriet die Gäste zum optimalen Einsatz von Druckfarben.

An vier Standorten in Berlin liefen die Druckmaschinen auf Hochtouren. Die Firmen produzierten vor Ort ein exklusives, personalisiertes Produkt für die Gäste: Die sogenannte Officebox, befüllt mit allerlei nützlichen Dingen für den Büroalltag. Neben der Verpackungsthematik war auch die Personalisierung von Druck- und Werbemitteln ein wichtiges Thema an dem Abend.

Sehr gefragt waren Informationen rund um den nachhaltigen Druck. Die migrationsunbedenkliche BoFood Farbserie stiess auf grosses Interesse, speziell mit der Möglichkeit der Innenseitenbedruckung von Lebensmittelverpackungen mit BoFood Organic.

› www.epple-druckfarben.de

DIGITALKAMERA-ABSATZ IN MIO. STÜCK (WELTWEIT)



Quelle: CIPA. Druckmarkt-Grafik: 10/2018.

Marktprognose

SMARTPHONES VERDRÄNGEN KAMERAS

Früher war der Fotoapparat bei privaten wie geschäftlichen Anlässen ein unabdingbarer Begleiter. Dann machte zunächst der Siegeszug der Digitalkameras den Fotofilm nahezu überflüssig und heute drängt das Smartphone die klassischen Digitalkameras vom Markt.

Eine kürzlich vom Bitkom veröffentlichte Marktprognose geht davon aus, dass in Deutschland im laufenden Jahr 2018 voraussichtlich nur noch knapp unter zwei Millionen Digitalkameras verkauft werden, abermals ein Minus von 8% im Vergleich zum Vorjahr. Diesen Rückgang zeigen auch die weltweiten Absatzzahlen (siehe Grafik oben).

Wenn sich Verbraucher überhaupt noch für Kameras entscheiden, dann sind es vor allem hochwertige Geräte.

So greifen die Käufer mittlerweile tiefer in die Tasche als bisher und zahlen im Jahr 2018 voraussichtlich 464 € je Gerät – gut 20 € mehr als 2017.

Mit immer besseren integrierten Foto- und Videokameras und Funktionen reagieren die Smartphone-Hersteller auf die Wünsche der Verbraucher. So möchten laut Verbräucher. So möchten laut Verbräucher. So möchten laut Verbräucher.

Nach einer weiteren Bitkom-Umfrage nehmen die meisten Urlauber auf Reisen mittlerweile keine Kamera mehr mit. So sagten in diesem Jahr 70% der Urlauber, dass sie ihre Fotos mit dem Smartphone machen.

> www.bitkom.org

MEDIENKONSUM: DEUTSCHE WOLLEN MEHR GELD FÜR MEDIEN AUSGEBEN

Hier drei Euro für die Tageszeitung, dort zehn Euro für den Streamingdienst und nochmal 20 Euro für Fussball oder Formel 1 oben drauf: Medienkonsum kann ganz schön teuer sein. Dennoch wollen die Deutschen zukünftig noch tiefer für Medien in die Tasche greifen.

Dies zumindest geht aus der August-Ausgabe des «Trendmonitor Deutschland» des Marktforschungsinstituts Nordlight Research hervor, bei der 1.079 Privatpersonen ab 16 Jahren in deutschen Haushalten mit Internetanschluss befragt wurden.

Danach sind klassische Angebote genauso beliebt wie digitale. Künftig wollen 68% der Befragten für Medienprodukte mehr Geld ausgeben, 60% für andere Medienarten hingegen weniger – das ergibt ein Plus von 8%.

Die meisten Befragten wollen in Zukunft vor allem für

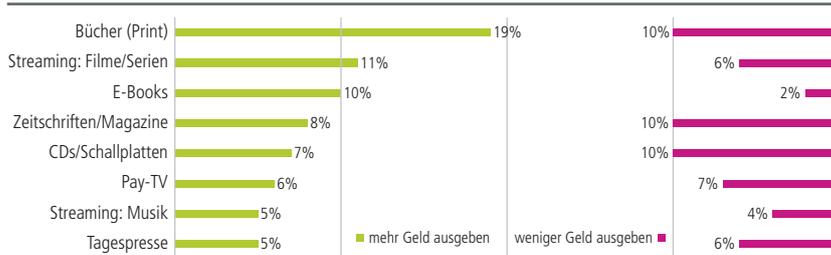
gedruckte Bücher mehr Geld ausgeben. Erst danach folgen digitale Angebote wie E-Books und kostenpflichtige Streamingdienste (sowohl Video als auch Musik). Weniger Geld ausgeben wollen die Deutschen hingegen für Zeitschriften und Magazine sowie für CDs, Bezahlfernsehen und die Tagespresse.

Besonders im Streamingbereich sieht die Umfrage großes Wachstumspotenzial: 16% derjenigen, die ohnehin schon für einen Streamingdienst zahlen, wollen künftig noch mehr ausgeben und beispielsweise einen weiteren

Anbieter abonnieren. Insbesondere bei den 16- bis 29-Jährigen ist dieser Wunsch besonders ausgeprägt. Allerdings: Rund die Hälfte der Befragten zeigt an kostenpflichtigen Streamingdiensten kein Interesse.

Generell boomt der Medienkonsum der Bundesbürger derzeit: 68% schauen beispielsweise täglich mindestens zwei Stunden Fernsehen, Videos oder Internetclips, 25% sogar mindestens vier Stunden. Im Internet surfen 29% der Deutschen in ihrer Freizeit täglich zwei und mehr Stunden. ■

TRENDS BEIM MEDIENKONSUM 2018 DEUTSCHLAND (IN %)



Quelle: «Trendmonitor Deutschland», Nordlight Research, August 2018. Druckmarkt-Grafik: 10/2018.

Toscana

Edle Weine der Brüder Davaz.

www.poggioalsole.comwww.davaz-wein.ch

Graubünden



Bildquelle: Heidelberg.

HEIDELBERG PRINECT CLOUD-BASIERTE LÖSUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

Geschäftsmodelle wie Software-Subskriptionsverträge sind eine erweiterte Form der Software-Nutzung. Neben Kaufmodellen, Lizenzen, Leasing und Software-as-a-Service (SaaS) wird der Umgang mit vor allem umfangreichen Suites erleichtert.

Nach eigenen Angaben hat Heidelberg inzwischen weltweit über 100 Installationen des Prinect Production Managers erreicht. Der 2016 eingeführte Workflow ermöglicht Druckereien jeglicher Größenordnung den Zugriff auf alle Funktionen des Produktionsworkflows, ohne einzelne Lizenzen erwerben zu müssen. Das Geschäftsmodell der Software-Subskription bietet laut Heidelberg eine kosteneffiziente

Lösung und einen vereinfachten Ansatz, um eine durchgängige Workflow-Automatisierung zu ermöglichen. «Der Erfolg einer Druckerei wird zunehmend davon bestimmt, wie effizient sie mit Daten umgeht. Der Prinect Workflow bildet das Rückgrat des von Heidelberg präsentierten Smart Print Shops», erklärt Jürgen Grimm, Leiter Software Solutions bei Heidelberg. Beim Subskriptions-Modell zahlen Kunden nur die Leistungen, die sie tatsächlich

beziehen. Die monatliche Nutzungsgebühr setzt sich aus einer Grundgebühr mit einem definierten Volumen produzierter TIFF-Quadratmeter und einer zusätzlichen Gebühr für die Anzahl der über den Basiswert hinaus produzierten TIFF-Quadratmeter zusammen. Enthalten sind alle Software-Updates und -Upgrades. Dies gewährleistet den Zugriff auf die jeweils neuesten Funktionalitäten mit Hotline und Remote-Support.

Prinect bindet alle Schritte der Druckproduktion in durchgängige Prozesse ein: vom Kundenkontakt bis zum fertig verpackten Produkt und zur Rechnungsstellung. Prinect bietet eine Lösung für Anforderungen im Akzidenz-, Verpackungs- und Etikettendruck.

Heidelberg plant, sein Portfolio an Cloud-basierten Lösungen mehr und mehr auszubauen. Die Vision ist dabei ein Ökosystem, das es Kunden ermöglicht, Module nach ihren Bedürfnissen zu kombinieren.

Rund 25.000 Prinect Module sind bereits mit der Heidelberg Cloud verbunden. Aus der daraus resultierenden Datenfülle werden Softwarelösungen zur weiteren Steigerung der Produktivität entwickelt.

› www.heidelberg.com

Agfa Graphics INKTUNE UND PRESSTUNE

Die Software-Lösungen Inktune und Presstune sind Werkzeuge des ECO³-Angebots von Agfa Graphics zur Stabilisierung der Prozesse.

Inktune baut auf der Technologie des Unbuntaufbaus (Grey Component Replacement, GCR) auf und ersetzt CMY-Druckfarben dynamisch durch schwarze Druckfarbe. Damit wird eine Einsparung von Druckfarbe um bis zu 30% erreicht.

Presstune unterstützt die Druckqualitätsstandards durch dynamisches Anpassen der Farbdichten. Da die Trocknungskompensation der Druckfarben rascher erreicht wird, reduziert sich die Rüstzeit um bis zu 40%.

› www.agfagraphics.com

Impressed Workflow Server WORKFLOWLÖSUNG FÜR DRUCKEREIEN

Der Impressed Workflow Server (IWS) ist eine Eigenentwicklung des Hamburger Distributors Impressed GmbH und automatisiert die Produktion. Er verknüpft externe Systeme wie Webshops oder Management-Information-Systems (MIS) mit einer zentralen, datenbankgestützten Jobverwaltung und einer browserbasierten Jobsteuerung. Hierdurch wird gewährleistet, dass jede Produktionsdatei ihren Auftragsinformationen entsprechend im Workflow verarbeitet wird. Der IWS ist für den typischen Ablauf in einer Druckerei optimiert und bildet die Schnittstelle zwischen Auftragsverwaltung und Produktion. Aus den Auftragsinformationen wird ein Jobticket erzeugt, das dynamisch den Workflow vom auftragsbezogenen Preflight und von Korrekturen bis zur optionalen verfügbaren Online-Freigabe und ausgeschossenen und optimierten Druckform steuert.

Durch die Nutzung und Integration von Standard-Technologien wie Enfocus Switch und Enfocus PitStop Server ist der Impressed Workflow Server der effektive Einstieg in die automatisierte Verarbeitung von Aufträgen. So können auch bestehende Enfocus Switch Anwender vom Impressed Workflow Server profitieren.

› www.impressed.de

Agfa Graphics NEUE FUNKTIONEN IN ARZIRO DESIGN 4.0

Agfa Graphics präsentiert die Version 4.0 von Arziro Design, dem kompletten, dedizierten System für den Markt des Sicherheitsdrucks. Die Aktualisierung des Adobe Illustrator Plug-Ins bietet eine Vielzahl neuer Funktionen und zwei neue Features: einen Guilloche-Generator und, für validierte Sicherheitsdrucker und Regie-



Arziro Design ist Teil der Arziro Produktfamilie, einer Komplettlösung für den allgemeinen Sicherheitsmarkt.

behörden, Regenbogenfarbendruck-Fähigkeiten, um Fälschungen und Nachahmungen zu verhindern. Während frühere Versionen von Arziro Design mit einer Guilloche Bibliothek ausgerüstet waren, bietet die neue Version auch einen Guilloche-Generator. Damit kann der Benutzer Guilloches erstellen, die sich mit anderen Tools kombinieren lassen, um komplexe Designs nach dem Stand der Technik in Adobe Illustrator auf Mac oder PC zu erstellen.

Die neue Regenbogendruckfunktion in Arziro Design ermöglicht es den Sicherheitsdesignern, bei der Erstellung des Dokuments die Regenbogentinten zu sehen, Inkjet-Proofs mit sichtbarem Regenbogendruck zu erstellen und die korrekte Ausgabedatei für den Druck zu generieren.

› www.agfagraphics.com

Zusammenarbeit PRINTDATA UND CRISPY MOUNTAIN

Nach intensiven Vorgesprächen und dem Sammeln erster gemeinsamer Erfahrungen mit dem Management-Information-System Keyline, schlossen Matthias Prinz, Christian Weyer (Geschäftsführer Crispy Mountain GmbH) und Thomas Heinrich (Printdata GmbH) eine Kooperationsvereinbarung für die Zusammenarbeit bei Vertrieb, Consulting und Support.

Ab sofort wird die Printdata den Vertrieb des Print MIS Keyline aktiv unterstützen und ihre Erfahrungen insbesondere in den Bereichen des Digitaldrucks in die Weiterentwicklung und das Rollout der Installationen bei Kunden einbringen.

«Mit Keyline haben wir ein System gefunden, das unsere Anforderungen an ein nutzerfreundliches, einfach zu implementierendes und vor allem – aufgrund seiner offenen Architektur – zukunftsfähiges System komplett erfüllt», berichtet Thomas Heinrich über den gemeinsamen Entscheidungsprozess. Keyline ist eine Plattform, die gemeinsam mit Praktikern entwickelt wurde und einen komplett neuen, agilen Ansatz bei der Definition eines Management-Information-Systems beschreitet. Die Kernfunktionen um die Kalkulation und Materialwirtschaft werden ergänzt durch die tiefe Integration des Produktionsprozesses (Manufacture) samt automatischer Planung.

› www.crispymtn.com

› www.printdata.org

LAYOUTEDITOR ALFA STYLO Die Neue Pressegesellschaft mbH & Co. KG (NPG) mit Sitz in Ulm ist Dach zahlreicher gedruckter und digitaler Medien und mit ihren Ausgaben im Südwesten und Osten Deutschlands vertreten. Nun hat sich das Unternehmen für den Einsatz des browserbasierten Layouteditors alfa Stylo entschieden. Damit können Anzeigenkunden ohne Berücksichtigung der Geschäftszeiten Anzeigen über das Internet aufgeben. alfa Stylo ist für die wichtigsten Browser einheitlich verfügbar.

Die Weser-Kurier Mediengruppe (Bremer Tageszeitungen AG) publiziert mit dem Weser-Kurier eine der reichweitenstärksten Grossstadtzeitungen Deutschlands. Das Print-Portfolio ergänzen die Haupttitel «Bremer Nachrichten», «Verdener Nachrichten», die Sonntagszeitung «Kurier am Sonntag» sowie sieben Regionalausgaben und fünf Stadtteil-Ausgaben. Auch dieses Unternehmen hat sich nun für den Einsatz des browserbasierten Layouteditors alfa Stylo entschieden. › www.alfamedia.com

UPDATE REDAKTIONSSYSTEM In einem gemeinsamen Projekt haben die InterRed GmbH und die Axel Springer SE für das im Einsatz bewährte Redaktionssystem InterRed ein grosses Update durchgeführt. Nun arbeiten die Redaktionen von «Bild», «Bild am Sonntag», «Fussball Bild», «B.Z.» und «B.Z. am Sonntag», insgesamt mehr als 1.000 Mitarbeiter, mit der neuesten Version – alle mit demselben browserbasierten System und einer Installation. Die Redaktionen nutzen an mehr als 20 Standorten InterRed, um mehr als 30 verschiedene Print-Ausgaben mit einer Reichweite von bis zu 10 Mio. Lesern täglich zu erstellen. › www.interred.de

PLUG-IN UND HÖHERE LEISTUNG Chili publish führt bei der Universal Graphics Engine eine erste Welle von Neuerungen ein. Partner aus dem Etiketten- und Verpackungsbereich hatten nach einem Illustrator-Plug-in für die Integration verlangt. Aus diesem Grund entschied sich Chili, die Integrationsschleife innerhalb der Lösung auch für Illustrator-Nutzer zu aktivieren. Das Plug-in ist derzeit in der Betatest-Phase und wird für Kunden mit Wartungsvertrag kostenlos erhältlich sein. Da die API der Lösung jetzt etabliert ist, wurde zudem die Online-Performance von Chili publisher optimiert. Die jetzt möglichen progressiven Downloads verkürzen die Ladezeit deutlich. Dank der höheren Bildwiederholrate können Nutzer schneller und reibungsloser interagieren. › www.chili-publish.com

PAWI VERPACKUNGSOFFSET MIT KODAK SONORA X PLATTE

Die PAWI Gruppe ist Produzent hochwertiger Verpackungen und Lebensmittel-Faltschachteln in der Schweiz. Die Gruppe besteht aus der PAWI Verpackungen AG, der Fullservice-Designagentur gleis 1 AG in Winterthur und der PAWI Packaging GmbH in Singen. An den Produktionsstandorten am Hauptsitz in Winterthur und im 55 km entfernten Singen beschäftigen sich 250 Mitarbeiter mit allen Dienstleistungen rund um die Verpackung.

Text und Bilder: Kodak

Produziert wird im Offset-, Flexo- und Digitaldruck. So wurde in diesem Jahr in Winterthur eine neue, hoch automatisierte Achtfarben-Bogenoffsetmaschine im 3B-Format mit acht Druckwerken und zwei Lackwerken installiert, die für den Druck mit wegschlagend trocknenden und UV-härtenden Farben ausgestattet ist. Ende 2015 wurde der Betrieb in Singen eröffnet, dort läuft die Offsetproduktion auf einer Sechsfarben-3B-Maschine mit Lackwerk, auf der konventionell trocknende Farben (ausnahmslos migrationsarm) verdruckt werden.

PAWI forciert in allen Bereichen schlanke und flexible Fertigungsabläufe. Deshalb wurde die Druckformherstellung für den Offsetdruck ab dem Frühjahr 2017 auf Automatisierung der CtP-Technik getrimmt. Damit einher ging die Ablösung von Thermoplaten mit nasschemischer Verarbeitung durch prozessfreie Kodak Sonora Platten.



Bevor das Optimierungsprojekt unter Federführung von Alexander Honsel in die Tat umgesetzt wurde, war die Druckformherstellung ein aufwendiger und vor allem manueller Vorgang. Demgegenüber sollte die Automatisierung eine Reduzierung von Arbeitsschritten und die Bebilderung prozessfreier Platten eine

Fülle von Vorteilen und Kosteneinsparungen mit sich bringen: Wegfall der Plattenverarbeitungsanlage und des Einbrennofens sowie des damit verbundenen Verbrauchs von Chemie, Abfallreduzierung, schnellere Bereitstellung von Platten für den Druck; weniger Makulaturanfall und Produktionsunterbrechungen im Druck, da keine Ersatzplatten aufgrund von Schwankungen bei der Plattenverarbeitung herzustellen sind.

Schlanke Abläufe

In Winterthur löste ein CtP-Vollautomat die bis dahin genutzte Technik zur Druckformherstellung ab, während in Singen der vorhandene, zweieinhalb Jahre alte Kodak Magnus Q800 Plattenbelichter im März 2018 mit einer Einzelkassetteneinheit (Single Cassette Unit, SCU) für das automatische Laden von Platten aufgerüstet wurde. Die Produktion in Winterthur stellt die Benchmark für die

Verwendung prozessfreier Platten dar, da dieses Werk auch im UV-Offset druckt.

Der Einstieg in die prozessfreie Druckformherstellung erfolgte mit der Kodak Sonora UV Platte, mit der PAWI Auflagen bis 40.000 Bogen erzielt. Der Umstieg auf den rationelleren Plattentyp erforderte keinerlei Veränderungen bei den verwendeten Druckfarben, Feuchtmittelzusätzen und Druckhilfsmitteln. Den Durchbruch brachte dann die neue prozessfreie Sonora X Platte mit verbesserter Auflagenbeständigkeit, schnellerer Bebilderung und robusterem Handling. «Über 90 Prozent aller Aufträge bewegen sich bei uns unter 50.000 Bogen; generell werden die Auflagen kleiner. Mit der Sonora X Platte können wir jedoch im UV-Druck und im konventionellen Druck mit migrationsarmen Farben Auflagenhöhen von 70.000 Bogen erreichen, ob auf Karton oder Papier. Zum Beispiel haben wir in Winterthur im UV-Bereich ein Braun mit schwieriger

Pigmentierung und kommen trotzdem auf die 70.000», berichtet Remo Fehr, Leiter Bogendruck.

Mittlerweile drucken beide PAWI-Standorte zu 100% mit der Sonora X Platte. Die automatisierte, bedienerlose Plattenproduktion machte es möglich, dass die Drucker ihre Platten selbst bebildern können.

«Die Automatisierung des Plattenbebilderungsprozesses und die Einführung der Sonora-Platte waren wichtige Schritte auf unserem Weg in die industrielle Produktion, um die Position von PAWI als führender Verpackungsproduzent zu stärken», erläutert Ralf Kautzmann, Geschäftsführer der PAWI Packaging GmbH in Singen. Im Übrigen lohne sich für PAWI auch die Platzersparnis, die der Umstieg auf die prozessfreie Platte mit sich brachte. «Durch den Abbau der Plattenverarbeitungsanlage und der Bereiche für das Hantieren mit den Platten zwischen den verschiedenen Stationen haben wir in Winterthur 200 Quadratmeter gewonnen. Die-



sen Raum wandeln wir in Büroflächen um und vermieten diese», sagt Andreas Keller, CEO der PAWI Gruppe.

Mit der automatisierten CtP-Druckformherstellung und der Investition in neue Offsetdrucktechnik hat PAWI zudem Voraussetzungen für die bevorstehende Implementierung eines kostensparenden Mehrfarbendruckkonzepts geschaffen.



Einige Beispiele für Faltschachteln, die PAWI herstellt.

› www.kodak.com

RICOH
imagine. change.

FÜR SIE
10 JAHRE
IN DER SCHWEIZ





Die chemiefreien Druckplatten Avatar V-ZH bilden in Kombination mit dem CtP-Belichter Advantage N und der neuen Auswascheinheit Attiro ZH eine kompakte Lösung.

Bildquelle: Agfa.

AGFA AVATAR V-ZH CHEMIEFREIE VIOLETT-PLATTE OHNE PREHEAT

Auf dem Erfolg seiner chemiefreien Violett-Druckplatten aufbauend, hat Agfa eine neue Plattentechnologie für den Zeitungsdruck entwickelt, um die Produktionsprozesse noch weiter zu straffen und die laufenden Kosten zu senken.

Für die Platte Avatar V-ZH ist keine Preheat-Einheit erforderlich, wodurch sich nach Angaben von Agfa die Investitionskosten und der Energieverbrauch für die CtP-Plattenproduktion verringern und diese auch unter beengten Bedingungen am Leitstand erfolgen kann. Ausserdem steigerten die kürzere Anfahrzeit und der geringere Makulaturanfall bei der Rüstzeit sowie die Stabilität und Linearität im Druckprozess

die Effizienz in der täglichen Produktion. Die Avatar V-ZH bietet laut Herstellerangaben nach dem Auswaschen einen hohen Bildkontrast und ermöglicht eine visuelle Überprüfung, um Verwechslungen an der Druckmaschine zu vermeiden. Weitere Funktionen sind die Tageslichtkompatibilität, hohe Kratzfestigkeit und Robustheit beim Einsatz auf der Rotation (Auflagenhöhe, Tonwertzunahme, Anfahrzeit). Die Platte ist flexibel, da sie mit herkömmlichen

oder mit UV-Farben für akzidenzähnliche oder höherwertigere Druckaufträge eingesetzt werden kann. Die Avatar V-ZH ist für Arkitex-Sublima-Raster ausgelegt. Die Verwendung der Software Arkitex Optilink kann zu Farbeinsparung, höherer Farbtreue und kürzerer Rüstzeit bei weniger Makulatur führen. Die Avatar V-ZH ist mit den in Zeitungshäusern installierten Violett-CtP-Einheiten kompatibel.

Während der Belichtung löst die Violett-Laserdiode die Polymerisation des Bildbereichs aus. Danach wird die Platte in der Auswascheinheit mit einer speziellen Gummierung behandelt, wobei nicht belichtete und nicht druckende Bereiche einfach und sauber entfernt werden. Eine LED-Einheit in der Nähe des Trocknungsabschnitts sorgt für die abschliessende Aushärtung der Platte. In den vergangenen Monaten konnte die Avatar V-ZH ihre Stabilität und Robustheit unter Beweis stellen, als sie in Zeitungsproduktionsumgebungen unter Druckbedingungen auf Herz und Nieren geprüft wurde. Diese ersten Benutzer berichten über eine Energieeinsparung von bis zu 60% im Vergleich zu Prozessoren und Auswascheinheiten mit Preheat.

› www.agfagraphics.com ■

Screen

NEUE 8-SEITEN-CTP-THERMOSYSTEME

Screen Graphic Solutions bringt eine neue Serie an 8-Seiten-CtP-Thermosystemen auf den Markt. Die Systeme der Serie PlateRite 8600NII sind mit leistungsstarken Belichtungsköpfen auf Basis fasergekoppelter Laserdioden



PlateRite 8600NII Z.

ausgestattet, die eine Produktivität von bis zu 32 Platten pro Stunde ermöglichen. Die PlateRite 8600NII-Modelle der mittleren Klasse ergänzen die Modelle PlateRite 8900HDN von Screen, die bis zu 70 Platten pro Stunde belichten können.

Die Serie umfasst drei Modelle (Z, S und E), damit Druckereien das richtige Modell für ihre Produktionsanforderungen wählen können. Das Modell Z verfügt über 96-Kanal-Belichtungsköpfe, die eine Ausgabe von bis zu 32 Platten pro Stunde unterstützen. Die Modelle S und E haben einen 64-beziehungsweise 32-Kanal-Kopf für die Ausgabe von 24 oder 14 Platten pro Stunde. Alle Systeme verarbeiten Plattengrößen von 1.160 x 940 mm bis speziellen Kleinformaten von 304 x 370 mm. Des Weiteren präsentieren sich alle Modelle mit verbesserten Funktionen wie einem Energiesparmodus im Leerlauf, durch den im Betrieb rund 60% und im Standby rund 73% Strom eingespart wird.

› www.screeneurope.com

BVDM**NEUE CIP4-ARBEITSGRUPPE
<QUALITY CONTROL>**

Nicht nur, wo es um Sonderfarben geht, sondern in allen Bereichen der Druckproduktqualität sprechen Kunden und Dienstleister nicht dieselbe Sprache. Generell werden entsprechende Parameter und Kriterien und erst recht ihre Einbettung in konkrete Aufträge oder Leistungsprofile nicht standardisiert dargestellt und ausgetauscht. Unnötige Missverständnisse und Reklamationen können die Folge sein. Deshalb hatte der bvdm angeregt, die kürzlich von der International Cooperation for the Integration of Processes in Prepress, Press, and Postpress Organization (CIP4.org) publizierte Spezifikation JDF 2.0 (Exchange Job Definition Format, XJDF) um Kenngrößen für die Vorstufen-, Druck- und Weiterverarbeitungsqualität zu erweitern. Die Vorgänger-Spezifikation JDF 1.x unterstützt in Jobtickets, Voreinstellungen und Statusmeldungen (Job Messaging Format, JMF) den Austausch lediglich quantitativer und metrischer Werte, ohne dass qualitative Sollwerte, Toleranzen und deren Ausführung abgebildet werden. Das soll sich nun ändern.

Ende April beschlossen die Experten beim Kick-off-Meeting der CIP4-Arbeitsgruppe, bis Frühjahr 2019 das Gerüst der «QICS» (Quality Control Interoperability Conformance Specification) zu erstellen. Diese XJDF-Erweiterung wird zunächst Kriterien und Parameter für die Bereiche Farbmessung, Densitometrie und unbesehener Farbdatenaustausch (CxF/X), Druckbildinspektion und PDF-Lektorat, Barcode-Lesbarkeit, Passer und Register, Messbarkeit und Schätzung, Statistik und gewichtete Bewertung sowie Positionierung von Messelementen im Layout erarbeiten. In einer zweiten Phase sollen Abweichungen und mechanische Defekte in der Druckweiterverarbeitung, Verifizierung variabler Daten, detaillierte Bildvergleiche, Bahnführung und Rapport sowie Glanzmessung und Materialeigenschaften (insbesondere Papier) berücksichtigt werden. Dabei wird der Umfang der zu definierenden Elemente weitaus grösser sein als im ISO-Projekt 20616 «Print Requirements/Quality eXchange» (PRX/PQX), das im Gegensatz zur XJDF-Umgebung als Insellösung konzipiert ist und damit schon bei seiner ausstehenden Verabschiedung nicht mehr zeitgemäss sein wird.

Parallel dazu arbeitet seit Januar 2018 eine andere CIP4-Arbeitsgruppe, die «Print Procurement Working Group», an der Standardisierung der Kundenschnittstelle im Onlinedruck.

«Beide Arbeitsgruppen zusammen verkörpern einen Meilenstein bei der digitalen Transformation der Druckindustrie», bewertet Dr. Rainer Prosi, Technischer Direktor der CIP4 und Senior Workflow Architect für Heidelberg Prinect in Kiel, das Engagement aller Beteiligten. Die Arbeitsergebnisse stehen später zur freien Verfügung, um in Software-, Maschinen- und Messtechnik-Lösungen beziehungsweise in Websites zur Druckauftragsakquise implementiert werden zu können.

› www.bvdm-online.de

Quark**KOOPERATION
MIT FONTSMITH**

Quark Software gibt ein neues Software-Bundle-Angebot bekannt, das Designern beim Kauf oder Upgrade auf QuarkXPress 2018 umgerechnet 1.376 € erspart. Das ab sofort verfügbare Bundle-Angebot ermöglicht es Anwendern mit jeder Version von QuarkXPress, ein Set von zwölf professionellen Fontsmith Schriften mit 56 individuellen Schriftschnitten und 200 Symbolen völlig kostenlos zu erhalten, wenn sie auf QuarkXPress 2018 upgraden oder eine neue Vollversion erwerben.

QuarkXPress 2018 ist die brandneue Vollversion der Grafikdesign- und Seitenlayout-Software von Quark, die die Messlatte für Innovationen in den Bereichen Typografie, Print- und Digital Publishing noch höher legt. Bestehende und neue Anwender von QuarkXPress und auch Anwender von InDesign profitieren davon, dass Quark sein Hauptaugenmerk auf die jährliche Implementierung neuer mächtiger Funktionen legt.

Das neue QuarkXPress Fontsmith Bundle ist bis zum 30. November 2018 mit dem Kauf jeder neuen Vollversion von QuarkXPress 2018 (829 €), Upgrade (185 € ab Version 2017; 399 € ab Version 3 bis 2016) oder Competitive Upgrade (399 € von InDesign, CorelDraw, Microsoft Publisher und Photoshop-Anwender) erhältlich. Das Angebot gilt auch für den Kauf von gemeinnützigen (175 €) und einzelnen Bildungslizenzen (79 €) von QuarkXPress 2018.

› www.quark.com

KRÄFTE GEBÜNDELT Esko hat sich mit AVT, X-Rite und Pantone – den Schwesterunternehmen von Danaher – zusammengeschlossen, um Automatisierungs- und Kommunikationslösungen mit der Farbtechnologie von X-Rite und Pantone sowie den Kamera-Prüflösungen von AVT zu kombinieren. Die Vernetzung der Lösungen, in der die Technologien digital miteinander verbunden werden, wurde mit dem Ziel entwickelt, den Datenfluss in vernetzten Systemen zu gewährleisten sowie der Nachfrage des Marktes nach fehlerfreien Produktionen auch kleiner Stückzahlen gerecht zu werden.

Jetzt gibt es eine digitale Verbindung zwischen der Automation Engine als Druckvorstufen-Workflow für Verpackungen von Esko, dem Druckmaschinen-Workflow von AVT und den Prüfsystemen Helios und Argos: Sie stellen die nötigen Daten zur Verfügung, um einen Auftrag auf konventionellen und digitalen Druckmaschinen automatisch für die Qualitätskontrolle einzurichten. › www.esko.com

FLEXOPLATTENPRODUKTION Nach der Markteinführung seines Flexodruckplatten-Bebilders CDI Crystal 5080 stellte Esko im Juli mit dem CDI Crystal 4835 einen Bebilderer für kleine Plattengrößen vor. Der CDI ist für Platten im Format von 1.200 x 900 mm ausgelegt, einem bei Flexodruckereien weit verbreiteten Format, und verfügt ansonsten über die gleichen Eigenschaften wie der CDI Crystal 5080. › www.esko.com

APOGEE VERSION 11 Ein etablierter, sich den geänderten Anforderungen des Marktes angepasster Workflow, ist für Druckereien von unschätzbarem Wert. Aufbauend auf seinem Funktionsumfang als Produktionszentrale soll Agfa Apogee v11 die Produktion auf die nächsthöhere Stufe bei der Automatisierung aller Aufgaben in der Druckvorstufe bringen. Die Version umfasst Multi-Produkt-Unterstützung zur Steigerung der Druckeffizienz, während die Integration mit PressTune den ECO³-Marktansatz von Agfa unterstützt, der auf Umweltfreundlichkeit, Wirtschaftlichkeit, und Zusatznutzen ausgerichtet ist. Apogee Version 11 bietet laut Agfa die Möglichkeit des intelligenten Zusammenführens von Druckaufträgen, um Druckzeiten zu optimieren und gleichzeitig den eigentlichen Auftrag im Blick zu behalten. Die Herausforderung, Aufträge auf einem einzigen Druckbogen zusammenzuführen, liegt nicht nur in der Platzierung mehrerer Aufträge, sondern darin, unterschiedliche Aufträge für die korrekte Weiterverarbeitung stets im Überblick zu behalten. Mit Apogee v11 bleiben Flattermarken, Barcodes und alle anderen Marken an ihren zugewiesenen Positionen, immer korrekt in Bezug zum ursprünglichen Auftrag. Apogee Version 11 soll ab 22. Oktober 2018 erhältlich sein und als lokale sowie Cloudlösung angeboten werden. › www.agfagraphics.com

NEUE OBERFLÄCHE PerfectPattern hat seiner Lösung sPrint One für die automatische und dynamische Planung der Druckproduktion eine neue Oberfläche gegeben. Damit wird die auf Künstlicher Intelligenz basierende Applikation einfacher bedienbar und schneller. Zudem schaffen neue Funktionen höhere Effizienz und Flexibilität in der Druckplanung und der sekundenschnellen Berechnung der Druck-, Nutzen- oder Sammelformen. Der Einsatz von sPrint One führt sowohl im Offset- als auch im Digitaldruck zu deutlichen Einsparungen von Produktionszeit und -kosten. Der Vertrieb erfolgt über Partner wie Impressed, PrintPlus sowie das Partnernetzwerk von Kodak. › www.perfectpattern.de

BILDOPTIMIERUNGSSOFTWARE OneVision erweitert mit dem Release seiner Software für automatisierte Bildoptimierung und -verarbeitung das Anwendungsspektrum. Neben klassischen Publishern wie Zeitungs- und Magazinverlagen können nun auch Katalog- und Fotobuchdrucker sowie Webshops und Online-Portale ihre Bilder innerhalb weniger Sekunden bearbeiten lassen.

Lag der Fokus bislang auf der automatischen Optimierung von natürlichen Bildern wie Landschafts-, Tier-, Gruppenfotos oder auch Portraits, erkennt Amendo jetzt Logos, technische Zeichnungen und generell Bilder mit geringem Farbumfang als künstliche Bilder. Auch Produktbilder vor weissem Hintergrund gehören zu dieser Kategorie. Amendo identifiziert diese und wendet hier entsprechend andere Optimierungen an. So wird die Helligkeitsoptimierung dieser Bilder angepasst, damit die Farben der abgebildeten Produkte realitätsgetreu wiedergegeben werden. › www.onevision.com

ÜBER APPS INTEGRIERBAR Keyline, die Druckereimanagement-Software, kann jetzt mit anderen Systemen integriert werden – über Apps, die Keyline-Entwickler Crispy Mountain in einem AppStore anbietet. Mittelfristig sollen über solche Apps auch Maschinen in Druckvorstufe und Weiterverarbeitung integriert werden können. Keyline ist ein leistungsfähiges, aber dennoch schlankes Management-System. Bislang mussten entsprechende Integrationen individuell für jeden Kunden entwickelt werden – dies ändert sich nun mit der Einführung des AppStores. › www.keyline-mis.de

SERVICE FÜR PRINERGY Kodak stellt ein neues Software-as-a-Service-Angebot für das Prinergy System vor. Die Lösung wurde dafür konzipiert, den Einsatz von Verbrauchsmaterialien in Druckmaschinen zu optimieren und Einsparmöglichkeiten auszuschöpfen. Der Service analysiert und prognostiziert den Druckfarbenverbrauch. Der Entscheidungsanalytik-Service für Druckfarben- und Plattenverbrauch versetzt Drucker in die Lage, ihre Geschäfts- und Personaleinsatzplanung, Angebotskalkulation und Kaufentscheidungen für Verbrauchsmaterialien auf Basis historischer und vorausschauenden Verbrauchsdaten vorzunehmen. › www.kodak.com

alfa Media und Hup AG

KOOPERATION BEI ABO UND VERTRIEB

alfa Media und die Hup AG haben sich Ende Juni 2018 auf eine Zusammenarbeit beider Unternehmen geeinigt. Die Vereinbarung sieht vor, dass alfa Media die Abo- und Vertriebslösung von Hup in sein Portfolio aufnimmt und den Kunden und Interessenten somit ab sofort eine integrierte Lösung anbieten kann.

Die Zusammenarbeit ist Ergebnis einer Bewertung des Marktes und dessen Bedürfnissen. Kunden möchten innovative Lösungen und solide Partner an ihrer Seite. Diesen Bedarf haben die beiden Unternehmen erkannt und ergänzen sich fortan an dieser Stelle. Das hat aus Sicht von alfa Media den Vorteil, Kunden und Interessenten neben dem modernen Anzeigenmanagement-System alfa AdSuite Market nun auch eine der führenden Abo & Vertriebs-Lösungen aus einer Hand anbieten zu können. Daraus ergeben sich viele Vorteile für Kunden und Interessenten. Es entstehen zusätzliche Entwicklungskapazitäten und gemeinsame Synergien für neue innovative Konzepte. Kunden stehen die Lösungen zweier Markttreiber zur Verfügung. Ein gemeinsamer Blick aus Sicht der Marktbearbeitung wird auf beiden Seiten als neue Perspektive und Chance für den Ausbau der bestehenden Kundenbasis, national wie international, gesehen.

› www.alfamedia.com

› www.hup.de

Pareto Print

500.000 M² PROZESS-FREIE PLATTEN

Die russische Druckerei Pareto Print, einer der grössten und modernsten Buchproduzenten in Russland, ist der weltweit grösste Anwender prozessfreier Kodak Sonora Platten. Seit der vollständigen Umstellung auf Sonora Platten im Januar 2017 hat das Unternehmen mehr als



Pareto Print hat rund 800 Mitarbeiter, verfügt über 25.000 m² Produktionsfläche und hat in den letzten 15 Monaten über 500.000 m² prozessfreie Kodak Sonora Platten verarbeitet.

500.000 m² prozessfreie Kodak Sonora Platten verwendet. Gegenwärtig führt das Unternehmen die neue prozessfreie Kodak Sonora X Platte ein, die die nächste Generation der prozessfreien Platten von Kodak repräsentiert.

Während der ersten 15 Monate Produktion mit prozessfreien Sonora Platten konnte Pareto Print sein Buch-Produktionsvolumen um mehr als 20% steigern. Aktuell liegt die Produktion bei rund 7 Mio. Softcover- und Hardcover-Büchern im Monat. Das Unternehmen hat einen Marktanteil von 18% auf dem russischen Buchmarkt und bedient auch Verlage aus vielen benachbarten Ländern. Pareto Print hat rund 800 Mitarbeiter und verfügt über 25.000 m² Produktionsfläche.

› www.kodak.com

Hybrid Software

WORKFLOW IM WERT VON 20 MIO. \$

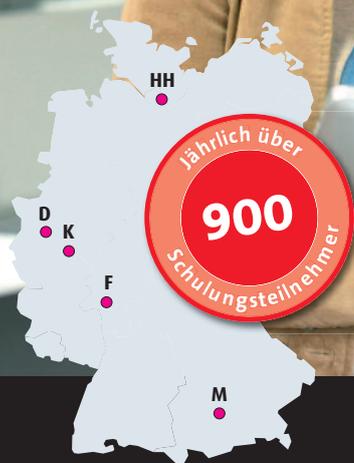
SGK, Tochterunternehmen der Matthews International und Anbieter für Brand Performance, hat sich für den Cloudflow Workflow von Hybrid Software an allen Prepress-Standorten weltweit entschieden. Anfang des Jahres hatte SGK bereits mehr als 400 Arbeitsplätze des Hy-

brid Packz PDF-Editor in Betrieb genommen und ein umfangreiches Pilotprojekt für den Test von Cloudflow unter Produktionsbedingungen durchgeführt. Nach Monaten engagierten Einsatzes sowie dem erfolgreichen Projektabschluss wurde Cloudflow nun für die Produktion eingeführt.

«Dieses Projekt war das umfangreichste, das Hybrid jemals angenommen hat», betont Guido Van der Schueren, Vorstandsvorsitzender von Hybrid Software. «Es erforderte von SGK wie Hybrid eine grosse Bindung von Ressourcen und eine gemeinsame Vision. Wir sind bereit, die Entwicklung automatischer Verpackungsproduktion anzuführen.»

› www.hybridsoftware.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?



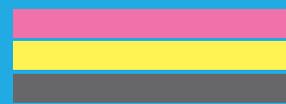
FALSCH

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



Bildquelle: scyther | istockphoto.com.

VERPACKUNG ZWISCHEN SUPPLY CHAIN UND E-BUSINESS PRINT

Die Verpackung wird gerne als Insel der Seligen betrachtet, da sie durch die Digitalisierung nicht ersetzt werden könne. Das stimmt natürlich. Doch die Digitalisierung wird die Art und Weise, wie die Verpackungsproduktion innerhalb der Supply Chain erfolgt, verändern. Produktion und Logistik werden stärker zusammenrücken und auch die Gestaltung sowie Bestellung werden zunehmend über Online-Plattformen erfolgen.

Von KNUD WASSERMANN
und KLAUS-PETER NICOLAY

Dass Produkte auch in Zukunft verpackt werden müssen, daran führt kein Weg vorbei. Die Primäreigenschaften wie der Schutz der Produkte und wirtschaftliche Logistikbedingungen werden aber längst begleitet von der Erkenntnis, dass Verpackungen Marketing-Botschafter par excellence sind.

Und selbst beim Online-Kauf ist der schönste Moment das Auspack-Erlebnis. Bits und Bytes können dagegen nichts ausrichten.

Beim Blick auf die Zahlen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zeigt sich, dass die Verpackungsbranche dennoch unter einem nicht unerheblichen Margendruck leidet – nicht so drastisch wie im Akzidenzdruck, doch der Druck ist da. So musste der Industriezweig 2016 sowohl von der Menge als auch vom

Wert her Rückschläge hinnehmen. Vonseiten des deutschen Fachverbands Faltschachtel-Industrie (FFI) hiess es, die vermehrten Produktionsverlagerungen nach Osteuropa bei Pharma-, Food- und Non-Food-Produkten sowie die Substitution durch Kunststoffverpackungen im Niedrigpreissegment habe den Faltschachtelherstellern zugesetzt. 2017 hat die Branche in Deutschland ihr Produktionsvolumen jedoch wieder

erhöht, wuchs um 2,1% und kompensierte damit die Rückgänge aus 2016.

Um die zukünftigen Herausforderungen zu meistern, beschäftigt sich die Verpackungsbranche schon traditionell intensiv mit Fragen der Automatisierung und Optimierung. Dazu kommt die Digitalisierung der Supply Chain. Wie eine Studie des Industriewissenschaftlichen Instituts (IWI) in Wien belegt, stehen Themen der Di-

gitalisierung ganz oben. Smart Factory wird als ständiger Prozess beschrieben, 70% der Unternehmen glauben, dass durch die Digitalisierung eine Reduzierung der Losgrößen möglich ist. Und 90% gehen laut Studie davon aus, dass der Einfluss von Industrie 4.0 auf die Prozesse im Unternehmen stark steigen wird. Das Bewusstsein, dass da etwas auf die Branche zukommt, ist überall vorhanden.

Supply-Chain-Lösungen

In einer digitalen Welt erwartet man von Verpackungen natürlich auch andere Funktionalitäten. Die Szenarien dazu lassen sich unter dem Begriff Smart Packaging zusammenfassen. Integrierte Chips schaffen etwa eine Verbindung zum Handy und liefern dem Kunden zusätzliche Informationen oder Patienten werden daran erinnert, wann sie Tabletten einnehmen sollen, oder der Käufer wird mittels Augmented Reality zu einem multimedialen Gewinnspiel eingeladen. All das ist heute technisch möglich und wird konsequenterweise auch schon umgesetzt.

Die Integration der Verpackungsproduktion mit der Logistik ist sicherlich eine weitere Herausforderung. Die Branche wird daran aber nicht vorbeikommen, denn der Markt erwartet solche Ansätze. iPIC, ein Tochterunternehmen von Elanders, hat dies in der Praxis umgesetzt. «Wir haben das iPIC (integrated Packaging Innovation Center) in Herrenberg ins Leben gerufen, mit dem wir End-to-End-Supply-Chain-Lösungen mit unseren Kunden umsetzen. Die Resonanz des Marktes auf unser Angebot ist ausgesprochen positiv», sagt Peter Sommer, President Print & Packaging Worldwide Member of the Elanders Board. Mit dem Kauf von LGI sei man mit dem Verpackungsdruck in die Logistik eingezogen und versuche hier die Synergien im Sinne der Kunden zu nutzen (siehe «Druckmarkt» 113, Seite 22).

Online-Drucker auf der Suche nach Wachstum

Wie und vor allem in welcher Geschwindigkeit E-Business-Portale in den letzten Jahren den Akzidenzmarkt aufgemischt haben, hat doch einige überrascht. Alleine über Open-Shops werden heute in der D/A/CH-Region rund 3,0 Mrd. € erwirtschaftet und alle online getriebenen Umsätze summieren sich auf 7,5 Mrd. €. Da der Online-Druck auf eine rasche Expansion ausgerichtet ist, werden daher entsprechende Wachstumsraten benötigt. Im Akzidenzbereich sind diese aber nicht mehr so leicht zu erreichen, weshalb die Anbieter auf andere Bereiche ausweichen. Einer davon sind Werbeartikel und der Andere Verpackungen in unterschiedlichsten Ausprägungen. Von der Faltschachtel über die Geschenkverpackung bis hin zu Kissen- und Taschenverpackungen in vergleichsweise einfachen Ausführungen kann heute alles über offene Online-Shops bestellt werden.

Schnell zur eigenen Verpackung

Natürlich spricht das Angebot keine grossen Lebensmittelhersteller oder internationale Pharmakonzerne an, aber das Gewerbe und der Handel suchen nach Möglichkeiten, Verpackungen ohne grossen Aufwand zu individualisieren – und genau die wollen Online-Shops ansprechen. Ob die Produktion intern oder extern erfolgt, steht auf einem anderen Blatt. Die Werkzeuge sind vorhanden und gerade der Inkjet-Druck eröffnet hier Chancen, um auch Wellpappe direkt zu bedrucken.

Unter den Online-Shops ist Saxoprint mit seinem Angebot vorgeprescht. Wie Geschäftsführer Daniel Ackermann versichert, lassen sich Verpackungen trotz ihrer Komplexität über einen Online-Shop kalkulieren und bestellen. Hierfür bedarf es einer übersichtlichen und leistungsstarken Web-Oberfläche, die alle Facetten einer individuellen Verpackung abdecken kann.

6 PRINT FINISHING MÖGLICHKEITEN DIE PRODUKTION ZU STEIGERN



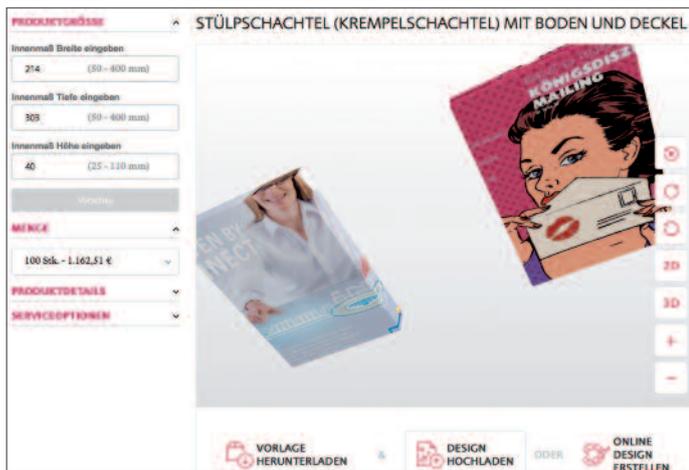
EINFACH BLITZSCHNELL MIT DEN MULTI-FINISHERN

Schneiden	längs/quer, automatisch, Zwischenschnitt
Rillen	bis 32 Rillungen in einem Durchgang
Schlitzen	je nach Modell bis 4 Schlitzen
Perforieren	längs/quer/partiell abgesetzt
Falzen	je nach Modell, Falzmodul mit 7 Falzarten
Optionen	Barcode Reader, Kiss Cutter, Auslageband

Je nach Modell alle Funktionen in einem Arbeitsgang bis 0,4 mm Dicke, max 330 x 650 mm, min 140 x 160 mm. Einfachste Bedienung mit Programmspeicher. Speziell auf Ihre Bedürfnisse angepasste Konfigurationen jetzt lieferbar.

Deutschland     Schweiz / Österreich

dms DIGITAL **haas**
 DMS EXPORT IMPORT GMBH
 mail@dms-export-import.de
 Anfragen Tel.+49 351 810 7545
 PRINT FINISHING SYSTEMS
 info@haas-printfinishing.com
 Anfragen Tel.+41 44 905 57 00



Im Saxoprint Online-Shop wählt der Kunde zunächst den Verpackungstyp (zum Beispiel Faltschachteln), dann die konkrete Verpackung (zum Beispiel Faltschachteln mit Einsteckklappe oder Deckel-Verriegelung). Anschliessend entscheidet er sich für vordefinierte Masse oder eine individuelle Konfiguration. Hiermit beginnt bereits die Individualisierung. Entweder kann eine massgenaue Druckvorlage heruntergeladen werden oder der Kunde nutzt den Online-Designer zur Gestaltung seiner Verpackung. Alles in allem ist dies in wenigen Minuten erledigt.

Der Fokus des Online-Designers liegt hier auf der 3D-Visualisierung des Produktes. Auch wenn der Kunde bereits ein fertiges Druck-PDF erstellt hat, kann er diese Datei im Designer hochladen und genau sehen, wie die fertige Verpackung aussehen wird. Alles anzubieten, speziell wenn es in Richtung Sonderfarben und Lebensmittelverträglichkeit gehe, sei indes schwierig. Trotzdem betont Ackermann, dass sich über die Online-Plattform eine breite Palette an individualisierten Verpackungen im Auftragspektrum von 1 bis 10.000 Stück produzieren lasse.

Bei Versandkartons oder Krempelboxen stosse man bereits in hohe Auflagen vor. Kunden können aus 26 Grundverpackungen wählen und die Masse selbst definieren. Alternativ können Verpackungen aus dem ECMA- oder FEFCO-Standard gewählt werden.

Dass die Verpackung ein Zukunftsthema im Online-Druck wird, ist inzwischen unbestritten. Der Bedarf des Marktes ist vorhanden, weshalb für dieses Segment ein rasches und deutliches Wachstum erwartet wird. «Für den Online-Druck ist Packaging jedoch schwieriger darstellbar als andere Werbedrucksachen: Die Komplexität der Produkte ist höher, Verpackungen sind auch in ihren physischen Eigenschaften vielfältiger als andere Produkte und der Entwurf stellt höhere Anforderungen an den Kunden», erläutert Dr. Michael Fries, CEO von Onlineprinters. «Dementsprechend komplex ist die Standardisierung von Verpackungen, was für Online-Angebote zwingend nötig ist. Hier wird sich dennoch in den nächsten Jahren einiges tun, der Online-Druck wird im Verpackungsdruck vor allem bei Kleinauflagen punkten.» Lange warten dürfte also keine Option sein. So laufen bei etlichen Druckereien die Vorbereitungen für individuelle Verpackungen über den Online-Shop. So ist auch die Offsetdruckerei Schwarzach mit dem eigenen Shop an den Start gegangen (die-verpackungs-druckerei.at). Besonders die individuell konfigurierbare



ren Grössen der Verpackungen und die Live-3D-Vorschau heben den Onlineshop von anderen Portalen ab. Wer mit Verpackungen vertraut ist, wird sich auf der Plattform schnell zurechtfinden, wer sich schwertut, kann auch ein Produktmusterset bestellen. Darüber hinaus sind auf dem Portal ausreichend Informationen darüber zu finden, was bei Verpackungen für Lebensmittel, Health Care, Kosmetik und Non-Food-Produkten zu berücksichtigen ist. Das Frontend für den Webshop stammt übrigens von CloudLab.

Chancen für Quereinsteiger

Auch Quereinsteiger erkennen die Chancen. Einer davon ist Printmate aus Berlin. Angeregt durch den Online-Handel hat sich das 2015 in Berlin gegründete Start-up «Schluss mit braunen Boxen» auf die Fahnen geschrieben. Durch das individuelle Bedrucken der Versandschachtel soll das Auspacken für den Käufer zu einem spannenden Erlebnis werden. Printmate produziert allerdings nicht selbst, sondern lässt laut Internetseite am deutschen Markt fertigen und hebt dabei die Nachhaltigkeit der Verpackungen hervor. Das Unternehmen fertigt Auflagen ab 100 Exemplaren und produziert diese in regelmässigen Abständen in Samelformen, um die Kosten und Lieferzeiten zu reduzieren. Inzwischen sind aber auch klassische Verpackungsdrucker auf den Zug aufgesprungen, nachdem Marken-

hersteller immer öfter Verpackungsvarianten eines Produkts entwickeln. Nicht nur saisonal wie zum Valentinstag, zu Ostern oder zu grossen Sportevents wie Olympiaden werden Special Editions kreiert, sondern das ganze Jahr über werden Sonder-Editionen vermarktet. Das sorgt zwar für mehr Produktvielfalt, führt aber auch zu sinkenden Auflagenhöhen. Hier ist zunehmend der Digitaldruck gefragt, um kleinere Mengen zu produzieren. Auch personalisierte Verpackungen eröffnen neue Möglichkeiten. Und wenn schon nicht personalisiert, dann können Druckereien zumindest Geschäftsmodelle wie die massenhafte Individualisierung (Mass Customization) und Kleinauflagen anbieten.

Analog zu Web-to-Print ist Web-to-Pack dabei mehr, als lediglich ein Online-Shop, in dem Faltschachteln via das Internet angeboten werden. Es ist der grundlegende Gedanke, im Zeitalter von Print 4.0 das eigene Geschäft und damit auch die gesamte Organisation fit für die Zukunft zu machen.

Die Offsetdruckerei Schwarzach in Vorarlberg bietet seit Kurzem einen Online-Shop für Faltschachteln (ganz links) an. Das Individualisieren ist äusserst einfach und die 3D-Ansicht ermöglicht das Drehen der Schachteln in Echtzeit. Die Seite ist ein gelungenes Beispiel dafür, dass auch traditionelle Faltschachteldrucker auf den Online-Zug aufspringen können und das Feld nicht nur den grossen Online-Druckern oder Quereinsteigern überlassen müssen. Das Portal ist sauber aufgesetzt, die Funktionalität und der Bestellprozess überzeugen. Gerade für Designer und Werbeagenturen, die nicht täglich Verpackungen produzieren, sowie Klein- und Mittelbetriebe bietet der Online-Shop neue Möglichkeiten bei der Produktion von Verpackungen in kleinen und mittleren Auflagen.

Die printmate GmbH, ein im März 2015 gegründetes Start-up aus Berlin, hat sich dem Online-Druck von Versandverpackungen im kundenindividuellen Design verschrieben. Hauptzielgruppe sind kleinere Firmen im Onlinehandel, Agenturen und Marketingabteilungen, die printmate in Auflagen ab 100 Exemplaren beliefert.

nalisierte Verpackungen an und erschliesst sich damit neue Kundengruppen. Parallel dazu werden weiterhin Premiumverpackungen im Offsetdruck hergestellt.

Individuelle Verpackungen aus dem Browser

«Wir freuen uns natürlich, dass unsere Kunden über das Portal von der Vielzahl an Vorteilen profitieren. Zum Beispiel via Mass Customization, individuell oder personalisiert», sagt Geschäftsführer Frank Büsching. Die Verpackungsgestaltungen sollen ein Höchstmass an Einzigartigkeit bei kleinen Losgrössen ab Stückzahl 1, mittelgrossen oder hohen Auflagen erzielen. Auch der aussergewöhnliche Charakter unter anderem durch Glanz- und Mattlackierungen sowie Fine-Art-Cutting ist ein Alleinstellungsmerkmal. Das Angebot richtet sich an Unternehmen unterschiedlicher Grössen aus verschiedenen Branchen sowie an Agenturen.

Personalisierungen von Verpackungen sollen sich damit sehr leicht erstellen lassen: Der User kann bei ausgewählten Produkten seine Excel-Tabelle im Editor hochladen und damit die Personalisierung bequem realisieren. Diese einfache Handhabung sei ein weiterer Vorteil, der das Portal in seiner Einmaligkeit auszeichnet. «Das E-Business-Portal Designyourpackaging ist die ideale Lösung zum Beispiel für Start-ups, kleine Losgrössen ohne Werkzeugkosten, Markteinführungen, Tests, Messmuster oder

Produktpräsentationen», sagt Büsching.

Womit auch die Frage bereits beantwortet ist, was die klassischen Verpackungsdrucker von der «Konkurrenz» aus dem Internet halten: Mitmachen ist die Devise, nachdem sich gerade die Verpackungsdrucker bisher eher zurückgehalten haben, was den Digitaldruck angeht.

Und die Quintessenz?

Die Verpackungsproduktion ist durch die Digitalisierung der Supply Chain ordentlich in Bewegung geraten. Die grossen Online-Printer auf der Suche nach Wachstumspotenzialen werden sich diese Chance nicht entgehen lassen; Quereinsteiger setzen auf E-Commerce-Plattform auf, vergeben die Produktion extern an Dienstleister (die aus dem klassischen Verpackungsmarkt oder dem Large-Format-Printing kommen); und etablierte Verpackungsdrucker werden ihr gewachsenes Know-how ins Spiel bringen und in diesem Markt die Karten neu mischen.

Denn erstens ist es eine willkommene Spielwiese, die Herausforderungen der Digitalisierung kennenzulernen und sie in der Folge in den Betrieben zu implementieren; zweitens darf man einen Wachstumsmarkt, der vielleicht auf den ersten Blick nicht zum eigentlichen Geschäft passt, nicht ausser Acht lassen. ■

Bleiben Sie ruhig...



+49 7403 654 99 85

**für risikofreie
Reparatur vom
Spezialisten !**

Haas Print Finishing Service Techniker stehen Ihnen mit kompetenter Beratung, Diagnose, Fehlerbehebung, Reparatur, Erweiterungen und vielem mehr zur Seite. Als Service Partner für BUHRS Mailing, GUK- Falzautomaten, W + D Kuvertier-Systeme, MB Kuvertier und Falz-Systeme und HAAS Mailing Solutions.

...alles gut!



haas
PRINT FINISHING SYSTEMS
info@haas-service.com

RAPIDA PRODUCTION APP VERWALTEN UND VERFOLGEN PER SMARTPHONE

Mit dem Aufbau eines vollkommen neuen Verpackungswerkes in Gallin installierte Schur Pack Germany im Jahr 2015 drei hoch automatisierte Rapida-Maschinen im Mittel- und Grossformat. Seit Ende vergangenen Jahres ist das Unternehmen Pilotanwender der Rapida LiveApps. Die ProductionApp übernimmt im Unternehmen die komplette Lagerverwaltung sowie die beim Druck von Lebensmittelverpackungen vorgeschriebene Chargenverfolgung.

Text und Bilder: Koenig & Bauer

Heute lässt sich die App aus dem Unternehmen nicht mehr wegdenken. Zuerst wurden Farben verwaltet, dann kam die ganze Palette an Zusatzprodukten wie Lacke, Feuchtmittelzusätze, Gummierung, Öl, Filtermatten, Rakellippen, Vaseline und Lackentschäumer etc. sowie der Druckplattenentwickler in der Vorstufe hinzu. 74 Artikel sind in die Lagerverwaltung eingebunden. Das Oberflächendesign der ProductionApp ist simpel und einfach. Selbst weniger Smartphone-affine Drucker gehen ganz selbstverständlich mit ihr um.

Sobald das Smartphone an einen NFC-Tag im Lager oder an der Druckmaschine gehalten wird, öffnet sich die Kamera zum Scannen des Codes beziehungsweise das entsprechende Feld für Einträge. Das hat die Akzeptanz der App erheblich gefördert. Die Drucker sehen in ihr sogar eine Arbeitserleichterung, da das manuelle Aufschreiben der verwendeten Produkte komplett entfällt.

Zurzeit hat Schur Pack Germany 121 NFC-Tags im Einsatz, davon rund 80 an den Druckmaschinen und etwa 40 im Lager, wo die Zahl noch deutlich steigen soll, wenn neben den zurzeit gelisteten Produkten noch mehr in den Prozess integriert werden. Für manche Produkte werden allerdings auch gleiche Tags genutzt. So

kommen die rund 3.000 Farben mit einem einzigen Lagertag aus. Das ist möglich, weil neben der Chargennummer auch der Name des Produkts mitgelesen wird.

Automatisierte Information

Aktuell hat Schur Pack Germany fünf Smartphones für Lagerverwaltung und Chargenverfolgung im Einsatz. An jeder Druckmaschine befindet sich eins sowie je ein Weiteres im Lager und in der Abteilungsleitung. Später soll an jedem Lagerort ein Handy stationiert sein. Die Geräte sind also nicht personen- sondern eher ortsgebunden. «300 Euro kostet ein Handy – da ist jeder Barcode-Scanner teurer», sagt Michael Verch, Abteilungsleiter Druck bei Schur Pack Germany. Für eine permanente Inventur will er noch ein einfaches Tablet beschaffen. Dann sind alle Live-Daten bei ihm am Platz verfügbar.



Die Ablage für Verbrauchsmaterial ist an jeder Maschine ebenso getagt.

Der Nutzen der ProductionApp liegt eindeutig in der Lagerstatistik. Für jedes Produkt ist bei Schur Pack Germany die E-Mail-Adresse des jeweiligen Herstellers hinterlegt. Ist der Mindestbestand erreicht, erhält der Einkauf eine Information; und auch der Lieferant kann eine Vorab-Information bekommen, was demnächst geliefert werden muss. «Das ist das Beeindruckende», so Verch. «Denn, welches MIS sagt mir: Hallo, es sind

nur noch 10 kg Farbe im Lager!» Das funktioniert auch bei 100 unterschiedlichen Lieferanten.

Vor- und nachlaufend

Die Laufzeit sowie der Nutzwert jedes Artikels kann bestimmt werden und es ist eine automatische vor- und nachlaufende Chargenverfolgung möglich. Dabei handelt es sich um mehr als eine einfache Zuordnung der Verbrauchsmaterialien, die für die jeweiligen Druckjobs zum Einsatz kamen. Wird beispielsweise in einem Druckwerk von Schwarz auf Gelb gewechselt, befindet sich bei Druckbeginn vom Schwarz noch eine Restmenge in der Maschine. Bei intensiven Farben ist für die nachfolgenden 30.000 Bogen ein Hinweis erforderlich, welche Farbe vorher im Werk gewesen ist. Hierbei ist die Statistik der App deutlich überlegen, weil die Erfassungszeit über mehrere Aufträge laufen kann. Das ist in der ProductionApp simpel einzurichten, über Listen aber kaum zu bewerkstelligen.

Gerade beim Druck von Lebensmittelverpackungen lassen sich dank der ProductionApp auf Knopfdruck exakte Angaben zu verwendeten Farben, Lacken, Hilfsmitteln und weiteren Verbrauchsmaterialien abrufen. Das bietet Sicherheit sowohl für Hersteller und Handel als auch für die Verbraucher.



Gummituchwechsel an einer Rapida 145: Das Tuch ist per App an dem Druckwerk, an dem es zum Einsatz kommt, erfasst und seine Standzeit lässt sich exakt verfolgen und planen.

- www.schur.com
- www.koenig-bauer.com

FLYERALARM NEUE SPARTEN FÜR VIRTUELLE INHALTE UND AUDIO

Dass Flyeralarm nicht nur als Online-Druckerei unterwegs ist und längst auch auf anderen Geschäftsfeldern aktiv ist, stellt das Würzburger Unternehmen aufs Neue unter Beweis. Dabei geht es bei den jüngsten Sparten um virtuelle Inhalte und ein Audio-Angebot.

So will Flyeralarm Augmented Reality (AR) für kleine und mittlere Unternehmen erschließen. Das neue Angebot macht Produkte, Dienstleistungen und sonstige Inhalte über Smartphones und Tablets digital erlebbar und verheißt eine faszinierende Welt voller interessanter Werbemöglichkeiten.

Flyeralarm Augmented Reality richtet sich an Unternehmen, die die neue Technologie für sich nutzen wollen, den Aufwand bislang aber eher gescheut haben. Ob 3D-Visualisierungen, Werbeclips oder Animationen: Die neue Sparte Flyeralarm Augmented Reality erweitert die Werbepalette der Kunden um virtuelle Inhalte, die auf Handys und Tablets angezeigt werden. Werbemedien und Druckprodukte werden so mit AR-Inhalten in der digitalen Sphäre multimedial verlängert und zum Leben erweckt.

Dabei benötigen die Kunden nur drei Dinge, um mit Flyeralarm in die Augmented Reality zu starten: ein reales Objekt beziehungsweise Medium als Auslöser, eine App und digitale Inhalte. Neben den Druckprodukten stellt Flyeralarm auch die App zur Verfügung: über die AR-Funktion in der weit verbreiteten Shazam-App beispielsweise, mit der App der AR-Plattform watchAR – und



Jetzt auch in Sachen Augmented Reality unterwegs: Flyeralarm mit einer eigenen Sparte.

einer eigenen App, die Flyeralarm nach den Wünschen der Kunden entwickelt und gestaltet. Auch die digitalen Inhalte für die AR-Anwendung wie 3D-Visualisierungen, Werbeartikel, Produktclips oder Bildergalerien können von Flyeralarm erstellt werden.

Audio-Angebot

Jüngster Spross des Fullservice-Dienstleisters aus Würzburg ist Flyeralarm Audio mit der Produktion von Radiospots sowie von Telefonansagen für Warteschleifen und professionelle Anrufbeantworter. Die Audio-Produktionen bietet Multimedia-Produzent Flyeralarm standardisiert an – wie nahezu alle seine Produkte. Die laut Flyeralarm kostengünstigen und zugleich qualitativ hochwertigen Audioproduktionen reihen sich jetzt in eine ganze Menge anderer Geschäftsbereiche

ein: Videoproduktion, die Entwicklung von Websites, ein riesiges Werbeartikelsortiment, Suchmaschinenmarketing sowie eine eigene Eventagentur für Klein- und Grossveranstaltungen. Zudem hat die Flyeralarm Gruppe im Frühjahr die Geschäftseinheit Flyeralarm Media gestartet. Das Corporate-Publishing-Team bietet Kunden- und Mitarbeiterma-



Jüngst von Flyeralarm Media realisiert: «Tante Fine – Das Magazin».

gazine sowie weitere Unternehmenspublikationen aus einer Hand – von Profis recherchiert, getextet, layoutet und gedruckt.

› www.flyeralarm.com

TOP SHOP diedruckerei.de darf für ein weiteres Jahr das Siegel «Top Shop» tragen. Vergeben wird es vom Statistikportal Statista in Kooperation mit «Computer Bild». Getestet wurde in einem mehrstufigen Testverfahren anhand von 119 Merkmalen. Auch Test-Kunden wurden in die Prüfung einbezogen. Im Fokus standen unter anderem Usability, Vertrauen und Sicherheit, Payment, Service, Kommunikation sowie Kauf und Lieferung. › www.diedruckerei.de

PRINT-TO-GO Flyeralarm hat den Store in Düsseldorf zu einem Print-to-go-Standort ausgebaut. Seit Ende August können Druckprodukte abgeholt, layoutet, in Auftrag gegeben und ein Teil des Sortiments vor Ort gedruckt und weiterverarbeitet werden. Innerhalb von Minuten lassen sich im Digitaldruck Flyer, Broschüren, Faltblätter, Visitenkarten, Plakate etc. herstellen. Auf den Service der Flyeralarm Stores und die branchenweit einzigartige Multichannel-Strategie setzt das Unternehmen bereits seit 2003. Inzwischen betreibt Flyeralarm in Deutschland elf Stores, europaweit sind es insgesamt 24. › www.flyeralarm.de

EINE MILLION KUNDEN Seit Januar 2017 hat Onlineprinters über 400.000 Kunden neu dazugewonnen und konnte jetzt den millionsten Kunden begrüßen. Onlineprinters beliefert überwiegend Businesskunden in mehr als 30 Ländern Europas. In Deutschland macht das Unternehmen unter der Marke diedruckerei.de etwa 30% seines Gesamtumsatzes. Mit dem Kauf von Solopress, dem Onlinedruckmarktführer in UK und dem Beitreten von LaserTryk in die Onlineprinters Gruppe, der Marktführer in den skandinavischen Ländern ist, gehört Onlineprinters zu den Top 3 Onlinedruckereien in Europa. › www.onlineprinters.com

EINBLICKE Saxoprint begleitet den Entstehungsprozess der Autogrammkarten des Fußball-Zweitligisten Dynamo Dresden für die Saison 2018/19 und gewährt in Videoclips Einblicke in den Entstehungsprozess der Druck-Erzeugnisse. Die Clips zeigen alle Schritte der Entstehung der Sammlerstücke – vom offiziellen Shooting in der Mannschaftskabine, über die Fertigung in Druck und Weiterverarbeitung bei Saxoprint bis hin zum ersten Einsatz bei der Saisonöffnung am



28. Juli 2018 im DDV-Stadion. Mit der Aktion gelingt Saxoprint als «Offizieller Druckpartner» des Traditionsvereins ein Spagat: Die gleichzeitige Ansprache der Fans und der eigenen Kernzielgruppe, der Kreativbranche. Saxoprint unterstützt die SG Dynamo Dresden für zwei weitere Jahre als Dynamo-Partner und beliefert die Schwarzgelben auch zukünftig mit hochwertigen Druck-Erzeugnissen. › www.saxoprint.de



PRESSE-DRUCK ONLINE-PRINTSERVICE FÜR ZEITUNGEN

Als Zeitungsdruckerei für die «Augsburger Allgemeine» und weitere Zeitungen erweitert die Presse-Druck- und Verlags-GmbH unter www.wir-drucken-deine-zeitung.de ihr Serviceangebot durch ein Onlineportal. Die Rotationsdruckerei bekennt sich zu dem Anspruch, sich weiterzuentwickeln und nutzwertige Angebote am Markt zu platzieren: Weil Zeitung mehr ist!

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Zeitung? Nix für uns. Viel zu kompliziert, mit riesigen Auflagen und Herausforderungen beim Vertrieb verbunden – eine völlig andere Welt, von der man nichts versteht. Offensichtlich ein Vorurteil, denn Zeitung geht auch anders als mit riesiger Redaktion, ratlosen An-

zeigenabteilungen oder Newsrooms, in denen News über alle möglichen Kanäle gepusht werden.

Doch Zeitung ist mehr als eine täglich erscheinende Publikation. Und: Zeitung kann inzwischen jeder! Einfach und unkompliziert. Zeitungen lassen sich im Internet konfigurieren, Preise selbst ermitteln, individuelle Druckdaten hochladen und die eigene Zeitung für vergleichsweise wenig Geld bestellen.

Klingt stark nach Online-Print – und ist es auch. Schon ab einer Auflage von 500 Exemplaren ist die Produktion einer «rechten» Zeitung möglich. Was die Augsburger nunmehr anbieten, ist nicht der erste und auch nicht der einzige Versuch Zeitungen online anzubieten. Dabei zeigt Presse-Druck Durchhaltevermögen. Schon Anfang 2016 hatte Presse-Druck (damals noch in Ermangelung eines eigenen Web-Portals) in Kooperation mit dem Online-Portal xposeprint.de den Ver-

such angekündigt, Zeitungen via Online-Shop anzubieten und dies ab Juli 2016 auch realisiert. **Andreas Ullmann**, verantwortlicher Druckereileiter Presse-Druck, begründete das Engagement damals: «Für uns als Druckerei ist es wichtig, die digitale Transformation erfolgreich zu meistern und nicht nur in E-Paper und Content zu denken, sondern auch in Print.»



Mit einem speziellen Online-Portal bietet Presse-Druck ein Serviceangebot für Businesskunden und Druckdienstleister den Druck von Zeitungen an. Das im Portal angebotene Rheinische Vollformat entspricht dem Format einer klassischen Tageszeitung und eignet sich insbesondere im HQP-Verfahren mit hochwertigem Papier für bildstarke Publikationen. Ebenfalls geeignet ist dieses Format als Event-Zeitung für Unternehmens- oder Grossveranstaltungen. Die im Portal bestellbare Musterbox mit einer exklusiven Zeitungskollektion zeigt die verschiedenen Formate sehr anschaulich.



Seit mehr als 70 Jahren produziert Presse-Druck in Augsburg Druckprodukte jeglicher Art. Erfahrene Mitarbeiter arbeiten mit dem Kunden gemeinsam erfolgreich an jedem Zeitungsprojekt – nach dem Credo «Weil Zeitung mehr ist».

Gut so, denn die besondere Haptik einer Zeitung, ihr Aussehen und ihre Gestaltung machen den Print-Klassiker zu einem vertrauten und gleichzeitig Vertrauen schaffenden Medium. Mit dem aktuellen Angebot erschliesst Presse-Druck den Zeitungsdruck neuen Zielgruppen.

Einmalige Bildbrillanz

Die Presse-Druck- und Verlags-GmbH in Augsburg produziert seit mehr als 70 Jahren Druck-Erzeugnisse jeglicher Art. Wöchentlich verlassen bis zu sechs Millionen Exemplare das Haus. Neben klassischen Tageszeitungen werden auch zeitungähnliche Produkte wie Beilagen, Messezeitungen, Kataloge, Vereinsmagazine und Werbebroschüren hergestellt.

Inzwischen hat Presse-Druck seine Prozesse so optimiert, dass auch kleine Zeitungsauflagen angeboten

werden können. Damit haben Unternehmen, Vereine, Veranstalter von Events und Festivals und so weiter die Möglichkeit, Zeitungen ab 500 Exemplaren (und natürlich deutlich darüber) kostengünstig und mit relativ kurzen Produktionszeiten zwischen vier und sieben Arbeitstagen zu nutzen.

Produktionsbedingt sind im Rotationsdruck jedoch nur das Rheinische Format (350 x 510 mm) oder das halbe Tabloid-Format (255 x 350 mm) unbeschnitten oder beschnitten im Umfang von 8 bis zu 64 Seiten und mit einer Option zur Rückenheftung realisierbar. Dies aber in drei unterschiedlichen Qualitäten, was das Papier und den Druck angeht: Classic (auf 42,5 g/m²), Deluxe (auf 52 g/m²) und Premium (auf 90 g/m² weissem Zeitungspapier).

Hier will sich Presse-Druck mit seinem High-Quality-Paket (HQP) von anderen Anbietern am Markt diffe-

renzieren. HQP ist ein von Presse-Druck entwickeltes Verfahren, bei dem aufgewertete Zeitungspapiere in einer Grammatur von 90 g/m² mit einem 60er Hybridraaster bedruckt werden – verbunden mit der entsprechenden Vorstufenaufbereitung ergibt sich eine Top-Qualität für den Zeitungsdruck, die recht nahe an die des Bogenoffsetdrucks heranreicht. Damit wird eine für den Zeitungsdruck einmalige Bildbrillanz erreicht, die eine Vielzahl von neuen Einsatzmöglichkeiten im Zeitungsformat erschliesst. Auf jeden Fall unterscheidet sich die eigen Zeitung deutlich von anderen Marketing-Materialien.

Ein Produkt für die Sinne

Dies wird den Kunden mit zusätzlich angebotenen Design- und Druckvorlagen, technischen Anleitungen sowie bereits realisierten Projekten schmackhaft gemacht.

Und da eine Zeitung ein haptisches Produkt ist, ein Produkt, das Emotionen weckt, muss man es fühlen, sehen und auch riechen – mit allen Sinnen. Aus diesem Grund hat Presse-Druck eine Musterbox entwickelt, die die verschiedenen Formate, Materialien und Verarbeitungsmöglichkeiten in praktischen Beispielen zeigt.

«Schon jetzt zeichnet sich ab, dass das Rheinische Halbformat besonders bei Werbe- und Gastronomiekunden sehr beliebt ist», so Andreas Ullmann. «Mittlerweile lassen einige Restaurants ihre Speisekarte als Zeitung produzieren – ein Anwendungsfall, der aus der normalen Menükarte etwas Besonderes macht und die der Gast vielleicht sogar gerne als Erinnerung mit nach Hause nimmt.»

➤ www.wir-drucken-deine-zeitung.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





Johannes Thurnher (links) und Pascal König sind sichtlich stolz auf ihr Produkt «The Key – Top of the Classic Car World».

Bildquelle: Druckerei Thurnher GmbH.

DRUCKEREI THURNHER GRÖSSTER EINZELAUFTRAG IN DER FIRMENGESCHICHTE

Anfang 2018 setzte die Vorarlberger Druckerei Thurnher den grössten Einzel-auftrag in der Unternehmensgeschichte um: 40.000 Magazine des Oldtimer-Reports «The Key» mit 168 Seiten. Einer der bedeutendsten Abnehmer ist Lamborghini.

Anfang dieses Jahres hat die Vorarlberger Druckerei Thurnher den grössten und bedeutendsten Einzelauftrag in ihrer Firmengeschichte umgesetzt. Für «The Classic Car Trust», eine Initiative von Fritz Kaiser (ehemaliger Mitinhaber des Formel-1-Rennstalls Sauber) stellte das Unternehmen sein Können unter Beweis. Den Druck des 168-seitigen Magazins «The Key – Top of the Classic Car World» machten etliche Faktoren zu

etwas Besonderem: die grosse Auflage, der knapp bemessene Zeitraum, der Versand in die ganze Welt und der hohe Qualitätsanspruch. Die Auflage von «The Key» beläuft sich auf insgesamt 40.000 Exemplare. Die Druckerei Thurnher schaffte es, diese hohe Stückzahl in weniger als drei Wochen zu produzieren. «Beim Endprodukt handelt es sich um einen Offsetdruck, weil dieser den hohen Qualitätsansprüchen des Kunden gerecht wird. Aufgrund des

geringen Zeitfensters, haben wir uns aber zusätzlich für eine kleinere Vorabauflage im Digitaldruck entschieden. Seit 2017 besitzen wir eine HP Indigo 12.000, die es uns erlaubt, Bücher und Magazine in Offsetqualität in kleinen und mittleren Auflagen schnell und effizient zu produzieren», erklärt Johannes Thurnher, Geschäftsführer der Druckerei.

› www.dth.at

Brendow

INTERAKTIVE PRINTPRODUKTE

Als Megatrends beflügeln Digitalisierung und Web 4.0 auch neue Entwicklungen in der analogen Produktwelt. Jetzt hat Brendow seinen vielseitigen Werbebotschaftern aus Papier den Dialog mit dem Internet der Dinge beigebracht.

Bei Brendow bündeln sich 170 Jahre Unternehmensgeschichte. Die kontinuierliche Weiterentwicklung des Moerser Markenunternehmens reicht von der ur-



Die bessere Alternative zu QR-Codes: Die innovativen NFC-Tags von Brendow verbinden Printprodukte direkt und sicher mit dem Internet der Dinge.

sprünglich klassischen Druckerei zum heute europaweit vernetzten Print- und Medientdienstleister, bekannt auch als einer der führenden Hersteller von Werbekalendern. Zu den innovativen Highlights dieses Jahres zählt der Einsatz spezieller NFC-Tags, seit Mai 2018 mit Gebrauchsmusterschutz eingetragen. Sie verbinden beispielsweise Printmedien mit entsprechender Schnittstelle mit dem Internet der Dinge. Web und Print pflegen bei Brendow schon lange gute Beziehungen. Beispielsweise in Form eines Online-Kreativ-Tools, in dem die Nutzer ihre Kalender und Notizbücher selbst gestalten können. Oder über Shop-Plattformen, die modular beziehungsweise je nach Anforderung individuell erstellt werden.

› www.brendow.de

Finishing First 2018

VIelfalt der Weiterverarbeitung

Der Trend zu individualisierten Produkten und kleinen Auflagen erfordert neue Konzepte in der Weiterverarbeitung. Diese Erkenntnis stand im Mittelpunkt des Branchen-Events Finishing First 2018, zu dem sich vom 18. bis zum 20. September europäische Druckunternehmer in der Horizon Academy trafen. Im Showroom konnten sich die Teilnehmer von der hohen Vielfalt der Horizon Lösungen überzeugen. Ein Highlight bildete die Präsentation des StitchLiner Mark III: Mit der Fertigung rückstichgehefteter Broschüren von 74 x 105 mm bis hin zu 297 x 297 mm erfüllt Horizon Kundenwünsche abseits von Standardformaten. Auf grosses Interesse stiess auch das Beispiel einer Buchproduktion aus im Inkjet bedruckten B2-Bogen: Nach dem Schneiden und Zusammentragen des Buchblocks auf dem SmartStacker wurden die Bücher auf einem 1-Zangen-Klebebinder gebunden und auf dem Dreiseiten-Schneiderroboter HT-30C ins Endformat gebracht. Insbesondere Kleinstauflagen können auf diese Weise wirtschaftlich produziert werden. Im Kontrast dazu stellte Horizon die Weiterverarbeitung hoher Auflagen aus dem Offsetdruck mit der Klebebindestrasse CABS 4000S vor, mit der sich bis zu 4.000 Bücher pro Stunde vollautomatisch fertigen lassen. Auch beim Rollen-Inkjet präsentierte Horizon zusammen mit Hunkeler eine neue Lösung – ein System zur Herstellung variabel gefalzter Flyer.

› www.horizon.de

HOLZER DRUCK UND MEDIEN**INVESTITION IN EFFIZIENZ UND QUALITÄT**

Die Holzer Druck und Medien GmbH in Weiler im Allgäu steigert ihre Produktivität durch den Kauf einer Speedmaster-Achtfarbenmaschine von Heidelberg mit Lackiereinheit (XL106-8P+L). Den Markt-Anforderungen nicht hinterherhecheln, sondern selbst Massstäbe zu setzen, war schon immer der Anspruch des innovativen Traditionsunternehmens. Nach Auswertung ausgiebiger Tests entschied sich Geschäftsführer



Klaus Huber für die Druckmaschine. Mehr als drei Millionen Euro wurden investiert, um auf dem hart umkämpften Markt weiterhin die Nase vorn zu haben.



Die Holzer Druck und Medien in Weiler investiert in eine Speedmaster-Achtfarben mit Lackiereinheit.

Nicht nur die Laufleistung von 18.000 Druckbogen pro Stunde beeindruckt, sondern auch die Geschwindigkeit der Auftragswechsel. Rüstzeiten und Makulaturaufwand reduzieren sich um 20% bis 30%. Der hohe Automatisierungsgrad befreit das Personal von ergonomisch anstrengenden Tätigkeiten. Die Drucker können sich voll und ganz auf ihre Aufgaben konzentrieren, dokumentierbar höchste Qualität in maximaler Geschwindigkeit zu erzielen. Wichtig für Klaus Huber war die Entscheidung, an der konventionell druckenden Achtfarben eine zusätzliche Lackiereinheit zu installieren.

Schutzlackierungen für verbesserten Scheuerschutz und hochwertige Veredelung mit Glanz- oder Matt-Effekten werden ohne zusätzliche Arbeitsschritte möglich. Holzer Druck und Medien verfolgt damit weiterhin die Strategie, höchste Qualität in unterschiedlichsten Auflagenhöhen anzubieten. In früheren Zeiten war der hohe Rüst- und Werkzeugkostenanteil Grund für viele Kunden, in grossen Zeitabständen hohe Auflagen einer Drucksache zu bestellen. Durch die in der Vergangenheit ständig reduzierten Rüstzeiten fällt es den Kunden heute leicht, öfter kleinere Auflagen zu bestellen.

Durch den modernen Maschinenpark und gut ausgebildetes Personal wird Holzer dieser Aufgabe gerecht.

› www.druckerei-holzer.de



DRUCKMARKT
MACHT ENTSCHEIDER
ENTSCHEIDUNGSSICHER

Fogra

AKTUELLE VERSION PSD-HANDBUCH 2018

Seit der Etablierung im Jahr 2011 durch den Arbeitskreis Digitaldruck verfolgt der ProzessStandard Digitaldruck das Ziel, dem Anwender sowohl im klein- als auch im grossformatigen Digitaldruck eine vorhersagbare Druckqualität zu ermöglichen. Die hierfür notwendigen objektiven Prüfmethoden inklusive deren Sollwerte und Toleranzbereiche wurden zusammen mit praktischen Arbeitsanweisungen im PSD-Handbuch veröffentlicht. Als «lebendiger Standard» soll der PSD den aktuellen Stand der Technik reflektieren und wird in regelmässigen Abständen überarbeitet. Mittlerweile ist die ISO/TS 15311-2 publiziert, die die Vorgaben des PSD enthält.

Die wichtigsten Neuerungen in der 2018er Version umfassen vor allem die Vorstellung der neuen Charakterisierungsdatensets Fogra53 und Fogra54 sowie die Aktualisierung der PSD-Toleranzen für die Farbbewertung im Produktionsdruck. Um hier eine klare Abgrenzung zu den vorangegangenen Revisionen zu ermöglichen, werden die PSD-Toleranzen künftig als «PSD-2011», «PSD-2016» und aktuell als «PSD-2018» kommuniziert. Die deutsche und englische Fassung des PSD-Handbuchs 2018 stehen kostenfrei zum Download auf der Fogra-Webseite zur Verfügung.

› www.fogra.org

Haas Printing Systems

PRODUKTION STEIGERN

Was auch immer in kleinen und mittleren Auflagen im Digital- oder Offsetdruck hergestellt hergestellt wird, kann schnell und präzise in einem Produktionsgang auf den Multifinisher-Modellen von dms und Haas weiterverarbeitet werden. Durch frei positionierbare Längsmesser realisieren die Maschinen variable Streifenrausschnitte, bevor das Quermesser das Produkt vollendet. Danach kann quer gerillt oder perforiert, optional längs perforiert und gerillt, angeschlitt oder partiell perforiert werden. Falzen im gleichen Durchgang gehört bei einigen Modellen ebenfalls dazu. Sieben Falztypen können direkt angewählt werden: halber, doppelt halber, zick-zack, abgesetzter zick-zack, Wickelfalz, Fensterfalz, gerillter Fensterfalz. Sechs separate Längsmesser für hohe Variabilität, Schnittmarkenleser und die Kompensation des Papierverzugs erlauben perfekte Kartenherstellung. Die Multifinisher können aufgrund der umfangreichen Auswahl an Perforier- und Rillwerkzeugen in verschiedenen Breiten, Längen und Stärken für jedes Material von 0,1 bis 0,4 mm und bis zum Format 330 x 650 mm/1.100 mm, genutzt werden. Um Aufträge schneller einzurichten und mehrere verschiedene Aufträge nacheinander abzarbeiten, ist ein Barcodeleser verfügbar, der einen an der Bogenvorderkante gedruckten Barcode scannt und das dazugehörige Template vollautomatisch aus dem Speicher der Maschine lädt.

› haas-printfinishing.com
› dmsdigital.de



Sterndruck hat die Digitaldruckmaschine von Kodak mit dem optionalen Langformat-Hochstapelanleger sowie dem Kodak Nexpress Bedruckstoff-Erweiterungs-kit ausgestattet.

STERNDRUCK WO DIGITALE VIELSEITIGKEIT TRUMPF IST

Wer bei Sterndruck in Fügen im Zillertal vorbeischaud, dem offenbart sich ein aussergewöhnlich umfangreiches Angebot, das man bei einem Familienbetrieb mit 44 Mitarbeitern nicht unbedingt erwartet. Neben Akzidenzen in allen erdenklichen Ausprägungen umfasst das Leistungsportfolio des 1980 gegründeten Unternehmens Bücher, Verpackungen und grossformatige Werbetechnik-Produkte bis hin zum Direktdruck auf Glas.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Kunden schätzen unser breites Produktionsprogramm, unsere Fachkompetenz und unsere Flexibilität», sagt Michael Höllwarth, Sohn des Gründerehepaars Edeltraud und Jörg Höllwarth und verantwortlich für Druckvorstufe, Workflow, Farbmanagement und Qualitätssicherung.

«Wir drucken alles im eigenen Haus und bis auf Hardcover-Bücher mit Industriefadenheftung werden sämtliche Produkte bei uns endverarbeitet.»

Ebenso facettenreich wie das Produktionsspektrum ist die Drucktechnik. Der Offsetdruck ist mit drei Maschinen, darunter eine Sechsfarben im Format 740 x 1.040 mm mit UV-Lackwerk und eine Fünffarben im Format 375 x 520 mm mit Dispersionslackwerk, vertreten. Im Digital-

druck wird schon seit Mitte der 1990er Jahre produziert. Neben vier Bogen-Digitaldrucksystemen im Format A3(+) stehen fünf unterschiedliche Grossformat Systeme und eine Kodak Nexpress SX3300 in Diensten des Unternehmens.

Schlagkräftiger und flexibler

«Mit der Nexpress hatten wir schon länger geliebäugelt, weil uns ihre Eignung für eine grosse Bandbreite

von Papieren und anderen Substraten sowie die Möglichkeiten, die das fünfte Druckwerk bietet, sehr interessant erschienen. Nachdem wir uns die Maschine genau angeschaut hatten, war die Investition beschlossene Sache», erzählt **Michael Höllwarth.**

Die Nexpress, mit der das Unternehmen seine digitale Druckkapazität deutlich vergrössert hat, wurde be-



Verpackungsdruck auf der Digitaldruckmaschine: Michael Höllwarth (links) und Nexpress Operator David Krismer begutachten einen Kartonbogen, aus dem schliesslich eine Faltschachtel für Sachertorte wird. Fügen im Zillertal, Österreich, ist die Heimat des breit aufgestellten Druckdienstleisters Sterndruck.



reits im April 2017 in Betrieb genommen. Seitdem hat sie sich zu einer unverzichtbaren Produktionsplattform entwickelt. Sterndruck spendierte der Nexpress zusätzlich den Langformat-Hochstapelanleger, der das verarbeitbare Bogenformat von 356 x 520 mm auf 356 x 1.000 mm nahezu verdoppelt.

Aufträge mit bis zu 10.000 Bogen im A3-Format laufen auf der Digitaldruckmaschine. «Ebenso gehen wir auf die Nexpress, wenn wir klebegebundene Bücher produzieren und die Auflagen unterhalb des vierstelligen Bereichs liegen. Denn durch den exemplarweisen Druck sparen wir den Prozess des Zusammentragens für die Weiterverarbeitung ein», erläutert Michael Höllwarth. «Ausserdem nutzen wir die Nexpress wenn es zeitlich eng wird zur Entlastung der Offsetdruckmaschinen, indem wir Aufträge in den Digitaldruck verlagern. Beim Druck auf bestimmten ungestrichenen, saugstarken Papieren bringt das sogar noch eine Qualitätsverbesserung, weil dann das Druckbild auf der Nexpress brillanter herauskommt als im Offset.»

Bedruckstoff-Erweiterungskit

Zu den speziellen Dienstleistungen von Sterndruck zählt die Entwicklung und Produktion von Verpackungen in relativ geringen Mengen zwischen 500 und 10.000 Stück. Dabei handelt es sich zum Beispiel um Faltschachteln für Schmuck, Spirituosen oder

Geschenkartikel. In diesem Segment verzeichnet Sterndruck stetiges Wachstum. Ein klares Indiz dafür ist ein für dieses Jahr geplanter Umbau, der die Betriebsfläche von bisher 4.500 m² erweitert, um mehr Lagerraum für Kartonagen zu schaffen. In der Verpackungsproduktion bringt die SX3300 ihre Fähigkeiten zur Geltung, nachdem sie im Herbst 2017 mit dem Kodak Bedruckstoff-Erweiterungskit aufgerüstet wurde. Ausgestattet mit dieser Option kann die Maschine deutlich dickere Substrate verarbeiten. Sind standardmässig Karton mit 0,45 mm und Kunststoff-Substrate mit bis zu 0,2 mm Stärke das Maximum, schiebt das Erweiterungskit diese Masse bei Karton auf 0,61 mm und bei synthetischen Materialien je nach Typ auf bis zu 0,35 mm nach oben.

«Das Erweiterungskit wollten wir unbedingt haben, hauptsächlich für



Mit dem eigenen Jahreskalender 2018 bringt Sterndruck den Kunden die vielfältigen Inline-Veredelungsmöglichkeiten der Nexpress nahe.

Verpackungen, aber auch für besondere Aufträge, bei denen der Kunde ein dickeres Material wünscht», berichtet Michael Höllwarth. «Wir bedrucken damit zum Beispiel 0,6 Millimeter starken Karton und erzielen exzellente Resultate.»

Inline-Veredelungseffekte

Bei Verpackungen wie auch bei diversen anderen Aufträgen setzt Sterndruck auf verschiedene Inline-Veredelungseffekte, die sich mit dem fünften Druckwerk der Nexpress, realisieren lassen. Neben der Nexpress Light Black HD Dry Ink als fünfte Farbe, mit der die Druckmaschine ab Werk geliefert wird, nutzt das Unternehmen weitere Anwendungslösungen: die Kodak Nexpress Weiss Dry Ink für deckenden Weissdruck auf farbigen oder dunklen Bedruckstoffen; die Gold Dry Ink für die Wiedergabe von Gold und einem breiten Spektrum von Metallic-Farbtönen; die Dimensional Clear Dry Ink, die auf dem Druckbild einen sicht- und fühlbaren dreidimensionalen Effekt aufbaut sowie die Clear Dry Ink für eine vollflächige oder partielle transparente Schutzbeschichtung und das Auftragen von Wasserzeichen als Sicherheitsmerkmal. Da Sterndruck zudem über die Nexpress Hochglanzeinheit verfügt, erhalten Drucke, auf die im fünften Druckwerk Clear Dry Ink aufgetragen wurde, eine spiegelnde Hochglanzveredelung.

«Die speziellen Dry Inks sind wichtig für Veredelungen jeglicher Art. Aller-

dings muss man diese Möglichkeiten zu den Kunden und Designern kommunizieren», betont Andreas Höllwarth. «Zu diesem Zweck haben wir auf der Nexpress einen sehr anspruchsvollen Jahreskalender 2018 produziert, mit dem wir plastisch verdeutlichen, was machbar ist. Effekte wie Spotlack, Hochglanzveredelung oder Dimensional erkennt jeder Kunde sofort und ist begeistert.»

Richtige Entscheidung

Welch hohen Stellenwert die Digitaldruckmaschine von Kodak bei Sterndruck mittlerweile hat, zeigt sich auch daran, dass gleich fünf Mitarbeiter in der Lage sind, sie zu bedienen. «Wir können jetzt einiges digital produzieren, was bisher auf einer Offsetmaschine gedruckt werden musste und sparen somit Rüstzeiten ein. Ausserdem können wir nun auch mit dem fünften Druckwerk Veredelungen auf dickerem Karton und anderen Materialien realisieren, was bei unseren Kunden sehr gut ankommt», versichert Michael Höllwarth. «Wir sind glücklich, dass wir die Nexpress im Haus haben und die zusätzliche Investition in das Bedruckstoff-Erweiterungspaket war absolut richtig.»

› www.kodak.com



Bildquelle: Kapag.

KAPAG EINZIGARTIGE PAPIER- UND KARTONQUALITÄTEN

Bei Kapag Karton + Papier AG können Kunden ein einmaliges Sortiment an kaschierten Kartonsorten beziehen oder auf die technische Umsetzung ihrer eigenen Produktideen vertrauen. Die Papiere werden auf Kundenwunsch zu einem Verbund kombiniert, der aus bis zu sechs Lagen bestehen kann.

EcoBoard White Coated Duo ist die neueste Sorte, die aus der flexiblen Zusammensetzung von Papierrohstoffen entstanden ist. Die Qualität wurde für Spirituosen sowie edle Weine entwickelt. Die hochweisse Oberfläche sorgt für beste Bedruckbarkeit und Veredelungsmöglichkeiten. Der Karton kann in beidseitig doppelt gestrichener, einseitig Silber oder einseitig holzfrei ungestrichener Ausführung bezogen werden.

FibreForm Board und FibreForm Duo (Bild oben) sind eine weitere Neuheit der Kapag Karton + Papier AG. Der Karton besitzt eine extrem hohe Dehn- und Reissfestigkeit und ermöglicht somit aussergewöhnlich tiefe Prägnungen (mehr als das 3-fache der Kartondicke), die unter herkömmlichen Kartonsorten beispiellos sind. Der 3D-Karton schenkt Markenprodukten daher besondere Aufmerksamkeit im Verkaufsergal, schützt vor Verpackungs- oder Produktfä-

schungen und eröffnet Möglichkeiten für ganz neue Anwendungen. FibreForm Board ergänzt das FibreForm Papiersortiment von Billerud-Korsnäs.

Mit von der Partie ist auch Algro Duo. Bei diesem etablierten Zellstoffkarton können Kunden auf dieselbe strahlende Weisse und konstante Oberfläche vertrauen, egal ob sie 450 g/m² oder 1.660 g/m² verwenden. Damit können Produkte im gleichen Look & Feel für fast unendlich viele Einsatzmög-

lichkeiten hergestellt werden. Algro Duo ergänzt das Algro Design Sortiment von Sappi.

Die Popularität von EcoLine spiegelt den internationalen Trend nach nachhaltigen Produkten wider, der selbst im Luxusbereich Fuss fasst. Das grafische Papier besteht aus 100% Recyclingfasern und wird in einzigartige Karten, Designer Geschenkpackungen und Umschläge verwandelt sowie bei Verpackungen für Premierenprodukte eingesetzt. EcoLine und



EcoBoard White Coated Duo ist die neueste Sorte, die aus der flexiblen Zusammensetzung von Papierrohstoffen entstanden ist. Die Qualität wurde eigens für Spirituosen sowie edle Weine, entwickelt.

seine kaschierte Version, EcoLine Duo, sind in braun oder grau erhältlich. Die Flächengewichtsspanne reicht von 90 g/m² bis 440 g/m². Alpha BlackCore ist ein schwarzer Klassiker. Dieser tiefschwarz durchgefärbte Karton wird gerne dort verwendet, wo stilvolles Design zählt. Alle Produkte der Alpha BlackCore-Linie sind säurefrei sowie holzfrei und dadurch bestens geeignet für Bildereinrahmungen in Museen und Archiven. Für Luxusverpackungen ist dieser Karton auch mit Flock oder geprägt verfügbar. Kombinationen mit farbigen Deckschichten oder Mittellagen sowie Selbstklebefolie sind ebenfalls möglich. Es kann eine Materialdicke von 0,5 mm bis 2,5 mm gewählt werden.

› www.kapag.com

Papyrus

DREI NEUE GMUND COLORS QUALITÄTEN

Drei neue Qualitäten von Gmund bieten die sinnliche Inszenierung von Lebensmitteln. Gmund Colors Food ist in zwölf Farben und zwei Oberflächen, Matt und Shine, verfügbar und öffnet den Raum für Food in Form von Schachteln, Tüten und Boxen. Dabei erfüllt es die Vorgaben der EU-Verordnung (EG) 1935/2004 für Produkte mit direktem Lebensmittelkontakt.

Ein echtes Schwergewicht ist Gmund Colors Heavy. Verfügbar in 480 bis 700 g/m², fasziniert das bereits fertig ka-



An der büttenmatten Oberfläche feinfühlig und schön, im Kern stark und belastbar zeigt sich Gmund Colors Volume.

schierete Produkt insbesondere bei reduziertem grafischen Design. Mit einem Körper, der Grösse verleiht, begnet Gmund Colors Volume neuen Herausforderungen. Hochwertige Gmund Colors Papiere umhüllen einen stabilen Kern aus Wellpappe und verbinden damit hohe Papierqualität mit grosser Stabilität.

› www.papyrus.com

Neue Spezialpapiere

BERBERICH-SORTIMENT ERWEITERT

Berberich nimmt zwei neue Qualitäten in sein Sortiment auf. Die holzfreien weissen Bilderdruckpapiere Premium Digital Silk und Premium Digital Gloss sind sowohl im Schwarz-Weiss-Druck als auch im Farbdruck für toner-basierte und HP-Indigo Systeme zertifiziert. Darüber hinaus besitzen beide das Umweltzeichen EU Ecolabel und die FSC-Zertifizierung. Der Papiergrosshändler bietet die Spezialpapiere für den Digitaldruck in Grammaturen von 90 bis 350 g/m² an.

Premium Digital Silk mit der



Um sich einen optischen und fühlbaren Eindruck über die Qualitäten zu verschaffen, hat Berberich einen Musterfächer herausgebracht. Dieser beinhaltet Produktangaben, alle Grammaturen sowie Farb- und Weissmuster, die einzeln herausgetrennt werden können.

seidenmatten Oberfläche überzeugt durch eine angenehme Haptik und reflexionsfreie Oberfläche, einen hohen Weissgrad und hohen Druckglanz. Es findet sein Einsatzgebiet unter anderem bei Katalogen, Broschüren, Bildbänden, Postern, Präsentationen und Flyern.

Das glänzend gestrichene Premium Digital Gloss verfügt über einen hohen Glanz und Weissgrad, fotorealistische Bildwiedergabe und exzellente Laufeigenschaften. Es empfiehlt sich für Prospekte, Kalender, Flyer, Kataloge, Broschüren, Poster und Zeitschriften.

› www.berberich.de

Antalis

DIE NEUE CURIOUS COLLECTION

Antalis lanciert 15 Curious Metallics-Farben sowie das neue Premiumpapier Curious Alchemy. Die Curious Metallics-Range mit einer Auswahl an Papier-, Karton- und Umschlagsqualitäten mit metallischer Oberfläche bietet ein umfangreiches Farbspektrum an 30 Farbtönen von der Pastellfarbe Aloe über Aquamarine bis hin zum tiefen Schwarzton Night. Sämtliche Farben wurden in acht in sich stimmigen Farbfamilien aufgeteilt, wodurch eine harmonische Auswahl mehrerer Farbtöne erleichtert wird.



30 Farbtöne sind in acht Farbfamilien geordnet.

Das Highlight ist der Launch von Curious Alchemy: Die Kollektion greift den aktuellen Trend zu Metall auf und erzeugt mittels eines Hammerschlag-Effekts die Optik von verwittertem Metall und Kupfer. Um das Ganze abzurunden, wurden die chemischen Elemente Silver, Titanium, Gold, Copper und Platinium namentlich innerhalb der Farbpalette verewigt. Das gesamte Sortiment umfasst Papiere in 120 und 300 g/m² sowie quadratische Umschläge und ist komplett FSC-zertifiziert.

› www.antalis.de

Zanders Zangrass

UNGESTRICHENES GRASPAPIER

Mit Zangrass stellt Zanders ein ungestrichenes Graspapier mit einer besonderen Haptik vor, das speziell für nachhaltige Verpackungen entwickelt wurde. 20% bis 40% Frischfasern von sonnengetrocknetem Gras werden für die neue Qualität eingesetzt. Der übrige Teil besteht aus gebleichtem Frischfaserzellstoff. Die ungestrichene, leicht strukturierte Oberfläche rundet den natürlichen Charakter von Zangrass optisch und haptisch ab. Zangrass ist für den Einsatz im Bio- und Na-



Zangrass, das neue Graspapier von Zanders, ist für vielfältige Anwendungen geeignet.

turprodukte-Segment geeignet, denn es transportiert nicht nur äusserlich die Botschaft von Natürlichkeit und Nachhaltigkeit, sondern ist auch umweltverträglich produziert und vollständig recycelfähig und kompostierbar. Zanders bietet sein neues Papier derzeit in den Grammaturen 120 g/m² und 150 g/m² an. Eine Erweiterung des Sortiments auf niedrigere und höhere Flächengewichte ist geplant, sodass Zangrass künftig für die unterschiedlichsten Verwendungsmöglichkeiten eingesetzt werden kann.

› www.zanders.com

Suomi

DAS SPIEL VON BERBERICH

«Rücke ein Feld vor: Dir ist ein Rentier entlaufen!». Das neue Würfelspiel von Suomi vermittelt den Spielern einen unmittelbaren Eindruck über die Feinkartonsorte. Denn sämtliche Bestandteile wie Spielbrett, Anleitung, Schuber, Ereignis- und Quizkarten, Figuren und Würfel sind aus unterschiedlichen Grammaturen von Suomi gefertigt. Verschiedene Veredelungstechniken wie partieller UV-Lack, Soft-Touch Lack, Metallic Lack sowie Blindprägung und Volltonfarbdruck erzeugen ein emotionales, seh-



Suomi – das Spiel. Für Finnlandliebhaber. Und die, die es werden wollen. Ein Muss für alle Kartongfans.

und fühlbares, Produkterlebnis.

Beide Feinkartonsorten von Suomi sind mit den Umweltlabels FSC und EU Ecolabel ausgezeichnet. Suomi 1S ist ein einseitig gestrichener Zellstoffkarton mit pigmentierter Rückseite. Suomi 2S ist ein zweiseitig gestrichener Zellstoffkarton. Beide Qualitäten zeichnen sich durch ihren hohen Weissgrad, ihre Glätte sowie ihre Stabilität und Steifigkeit aus. Berberich bietet die Chromsulfatkartonsorten in einer Gewichtsrange von 210 bis 500 g/m² an.

Interessenten können das Suomi-Spiel gegen eine Schutzgebühr von 10 € online anfordern.

› www.berberich.de



Das neue fluorcarbonfreie Barrierepapier Zanbarrier NGR kommt überall dort zum Einsatz, wo fett- und ölbeständiges Papier benötigt wird.

Foto: iStock.com/kabVisio

ZANDERS AUF DER FACHPACK NEUES FLUORCARBONFREIES BARRIEREPAPIER

Zanders präsentierte auf der Fachpack Ende September in Nürnberg sein neues fluorcarbonfreies Barrierepapier Zanbarrier NGR und feierte ausserdem den 60. Geburtstag von Chromolux.

Aufgrund eines speziellen Herstellungsprozesses kann für die Barrierefunktion bei Zanbarrier NGR völlig auf den Einsatz von Fluorcarbon oder anderen Chemikalien verzichtet werden. Die Abkürzung «NGR» steht für «natural grease resistant», also natürlich fettbeständig. In dem speziellen Herstellungsprozess werden die Zellstofffasern in einer sehr intensiven Mahlung über mehrere Refinerstufen sehr fein ge-

mahlen. Dabei wird die Oberfläche stark vergrößert, so dass die Fasern viel Wasser aufnehmen und teilweise gelartig werden – im Fachjargon «schmierig», weil sich die Fasern nach dem Refinieren tatsächlich schmierig anfühlen. Die so behandelten Zellstofffasern bilden im fertigen Papier ein sehr enges und stark miteinander vernetztes Blattgefüge, das eine 100-prozentig natürliche Barriere bildet, ohne dass hierfür der Einsatz von Chemikalien nötig wäre.

Die Einsatzgebiete für das neue Zanbarrier NGR sind identisch mit denen herkömmlicher Barrierepapiere: Alle flexiblen Lebensmittelverpackungen, die öl- und fettbeständige sowie nass-

feste Papiere benötigen. Hierzu zählen unter anderem Fast-Food-Verpackungen wie Döner- und Pommes-frites-Tüten, Butterwickler, Brötchentüten, Banderolen oder auch Pizza- und Confitierkartons.

Chromolux: eine Marke feiert 60. Geburtstag

1958 startete Zanders die Produktion des gussgestrichenen Papiers Chromolux in Bergisch Gladbach. Seit nunmehr 60 Jahren ist die Marke weltweit Synonym für höchstes Papier-Exzellenz: Anfangs

für Kartonqualitäten, dann auch für Etikettenpapier. Markenartikler schätzen Chromolux für seinen einzigartigen Glanz, seine Glätte und sein hohes Volumen – Eigenschaften, die ein brillantes Druckbild und sehr gute Verarbeitung ermöglichen sowie Veredelungen optimal zur Geltung bringen. So eignet es sich vor allem für High-End-Produkte wie exklusive Parfums und Kosmetika, edle Süßwaren, Champagner und Spirituosen, feine Tabakwaren oder andere Luxusartikel. Chromolux ist erhältlich in einer Vielzahl von Grammaturen, unterschiedlichen Farben, mit Perlmutteroberfläche sowie in metallisierten oder geprägten Ausführungen. Ergänzt wird das Portfolio mit Chromolux digital für kleine oder personalisierte Drucke.
» www.zanders.com



Corporate Design Preis RÖMERTURM BRAND- DESIGN-RELAUNCH

Römerturm ist mit dem Corporate Design Preis für das Redesign seiner Marke ausgezeichnet worden. «Das neue Römerturm Corporate Design schlägt eine Brücke zwischen dem Erhalt wertvoller Markensignale und dem mutigen Schritt zu zeitgemässer Eigenständigkeit», so die Begründung der Jury. Der Feinst- und Künstlerpapierspezialist hat seit 2016 sowohl sein Portfolio als auch den Aussenaufrtritt konsequent auf die modernisierte Markenphilosophie und -optik umgestellt. Das



Das neue Logo von Römerturm ist deutlich klarer und dynamischer als das vorherige.

neue Logo wurde von Grey Germany / KW43 Branddesign entwickelt. Es ist deutlich klarer und dynamischer als das vorherige, reiht sich aber dennoch harmonisch in die Logo-Historie seit 1888 ein. Der Corporate Design Preis wurde in diesem Jahr zum 26. Mal vergeben.

Alle Print- und Online-Kommunikationsmedien – vom Geschäftspapier und den Marketing-Materialien über das Verpackungsmaterial bis hin zum Online-Auftritt – sind im neuen Corporate Design gestaltet. «Prägnant, geradlinig, zukunftsorientiert mit erfolgreichem traditionellen Background – die Marke Römerturm verbindet Bewährtes mit Innovation», führt Petra Roß, Marketingleiterin Römerturm Feinstpapier, aus.

› www.roemerturm.de

Papyrus KUNDENMAGAZIN «YPSILON»

Mit einer Auflage von 11.000 Stück informiert Papyrus erneut über Themen, die die Papierbranche aktuell bewegen, über neue Produkte und Services und zeigt die heissesten Trends für Unternehmen, Druckereien und Agenturen. Auf zehn grossformatigen Seiten präsentiert die neue Ypsilon News zu unterschiedlichen Kategorien, von «Produkte und Partner» bis «Know-how und Service». Im Fokus der Ausgabe steht dieses Mal das Papyrus Competence Center (PCC). Bestehend aus zwei Elementen



Das Papyrus Kundenmagazin «Ypsilon» kann ab sofort als Printversion bestellt oder als Online-Blätterkatalog auf der Papyrus Website heruntergeladen werden.

ten – die moderne Räumlichkeit in Köln, deren Eröffnung im März dieses Jahres mit rund 650 internationalen Gästen an zwei Tagen gross gefeiert wurde, zum anderen einem Veranstaltungskonzept, das verschiedene Event-Formate beinhaltet – setzt sich die Marke PCC zusammen.

Daneben bietet die neueste Ausgabe des Kundenmagazins interessante Fakten zu den Papyrus Recyclingqualitäten und liefert überzeugende Argumente für Multi-Business, das Preprint-Papier bei Papyrus, das in niederen wie höheren Grammatoren exzellente Leistung zeigt.

› www.papyrus.com

Graspapier-Etiketten VON DER WIESE AUF DIE PACKUNG

Etiket Schiller erweitert sein Portfolio um Etiketten aus Graspapier. Das neue Material besteht zu 50% aus sonnengetrockneter Grasfaser und zu 50% aus FSC-zertifiziertem Zellstoff. Das Heu stammt von Wiesen der Schwäbischen Alb. Im Vergleich zu Frischfaserzellstoffen ist die CO₂-Emission um 50% kleiner, es wird in der Produktion 50% weniger Wasser verbraucht. Ausserdem halbiert sich der Einsatz von Prozesschemikalien. Die Etiketten sind ISEGA- und FSC-Mix-zertifiziert und eig-



Die angenehme Haptik und die spezielle Optik des Graspapiers können genutzt werden, um die Marken-Identität zu unterstützen und hervorzuheben.

nen sich für das Labelling von Produkten aus der Lebensmittel-, Getränke- und Kosmetik-Branche und darüber hinaus.

Produziert wird das Graspapier aus Heu von Wiesen des Biosphärenreservats Schwäbische Alb. Nur wenige Kilometer von den Wiesen entfernt in Lenningen hat die traditionsreiche Papierfabrik Scheufelen ihren Sitz, die das Graspapier entwickelt hat und in verschiedenen Qualitäten produziert.

Das neue Etiketten-Material lässt sich wie konventionelle Materialien bedrucken und ist für den Einsatz in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie zertifiziert.

› www.etiket-schiller.de

«Gmund Bio Cycle» EINE ÖKOLOGISCHE INNOVATION

Natürliche Ressourcen schonen und umweltbewusst handeln – vor diesem Ziel entstand das neue Sortiment «Gmund Bio Cycle» der Büttenpapierfabrik Gmund, das ab sofort in Deutschland exklusiv über Römerturm verfügbar ist.

Mit «Gmund Bio Cycle» bietet Römerturm eine Alternative zu herkömmlichen (Alt-)Papieren an. Die fünf Produkte der Kollektion bestehen zu 50% aus FSC-zertifiziertem Zellstoff und einem zweiten, schnell wachsenden und umweltschonenden Inhaltsstoff



Die Papiere sind je nach Ausführung in den Grammatoren 100, 120, 300 und 600 g/m² verfügbar. «Gmund Bio Cycle» eignet sich für alle gängigen Drucktechniken und ist vielfältig einsetzbar.

(Gras, Stroh, Hanf, Baumwolle, Recyclingzellstoff). Allen Papieren gemein ist die hervorragende Ökobilanz und höchste Qualität. Aufgrund der individuellen Zusammensetzung bietet das Papier einen spürbaren Nutzen hinsichtlich Design und Haptik.

Gmund und Römerturm setzen so ein Statement für ökologisches Handeln. Darüber hinaus können auch Unternehmen ein klares Zeichen pro Umweltfreundlichkeit setzen, indem sie ihre Materialien mit dem ökologischen «Gmund Bio Cycle» produzieren.

› www.gmund.com

› www.roemerturm.de

Better with Less ALTERNATIVE ZUR LUFTPOLSTERFOLIE

Der Sieger des internationalen Verpackungsdesign-Wettbewerbs «Better with Less – Design Challenge» steht fest. Die Einreichungen überzeugten durch eine herausragende Qualität. Die Jury bewertete das Siegerkonzept «Stretching Inner Part» von Iiro Numminen als besonders ansprechend, vielseitig, anpassungsfähig und einfach in der Anwendung.

«Stretching Inner Part» wurde in der Kategorie E-Commerce eingereicht. Es han-



«Das Siegerkonzept ermöglicht den Verzicht auf Luftpolsterfolieneinsätze aus thermogeformtem Kunststoff. Die Ausgewogenheit zwischen der Materialsteifigkeit und der nötigen Festigkeit ist durchdacht. Dieses Design ist extrem ansprechend, vielseitig, skalierbar und anpassungsfähig für eine Vielzahl von Anwendungen», bescheinigt der Vorsitzende der Wettbewerbsjury, Cyril Drouet, Design & Innovation Director bei Metsä Board.

delt sich um einen Einsatz für Wellpappe-Kartons, der beim Verpacken unterschiedlich grosser Produkte eine Luftpolsterfolie überflüssig macht. Das vielseitige Produkt eignet sich auch zum Verpacken mehrerer Einzelteile und sorgt beim Transport für einen festen Sitz. Numminen erhält für sein Konzept den mit 10.000 € dotierten Hauptpreis.

› www.betterwithless.org



Bildquelle: HP

AQUA D'OR 3,2 MILLIONEN EINZIGARTIGE WASSERFLASCHEN

Danone verkauft 3,2 Millionen Wasserflaschen mit einzigartigen Etiketten, die für die dänische Mineralwassermarke Aqua d'Or produziert wurden. Folienprint Rako GmbH, ein Unternehmen der All4Labels Group, produzierte die Etiketten-Kampagne in zwei Wochen mit einer HP Indigo 20000.

Die Flaschenetiketten für die Kampagne «Flow Your Way» von Aqua d'Or zeigen einzigartige Designs des dänischen Künstlers Emil Kozak, die Natur und Individualität zum Ausdruck bringen sollen. Die Unikate wurden für den dänischen und schwedischen Markt produziert. «Die Etiketten zeigen Designele-

mente wie Tropfen, Wellen und den Himmel. Damit spielen sie die Geschichte des natürlichen Mineralwassers Aqua d'Or wieder, das seit 300 Jahren durch die unberührte dänische Natur fließt», sagt Line Jorgensen, Brand Manager bei Aqua d'Or. «Dank der Zusammenarbeit mit Folienprint, dem

dänischen Künstler Emil Kozak und HP Indigo konnten wir diese 3,2 Millionen unverwechselbaren und kreativen Etiketten herstellen.» Elf Designmuster, die auf den Story-Elementen von Aqua d'Or basieren, wurden von der HP SmartStream Mosaic Individualisierungssoftware automatisch in einzigartige Kreationen umgesetzt. Aqua d'Or präsentierte die Sonderedition am 30. August bei einer Veranstaltung im Zentrum von Kopenhagen, wo die Wasserflaschen in

einer Kunstgalerie ausgestellt wurden. Dabei wurden für die 200 Gäste Poster von Emil Kozaks Designs auf HP Latexdruckern vor Ort gedruckt und vom Künstler signiert.

Die Etiketten wurden auf einer HP Indigo 20000 Digital Press gedruckt. Mit einer Bahnbreite bis zu 760 mm und einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 42 m/Min. ermöglicht dieser Maschinentyp die Herstellung hochvolumiger, grossformatiger Etiketten auf einer Vielzahl von Materialien. HP SmartStream Mosaic ist ein Algorithmus, der automatisch eine grosse Anzahl einzigartiger grafischer Muster aus einem Ursprungsmuster erzeugt. Für die 3,2 Millionen druckfertigen PDFs verwendete Folienprint den HP PrintOS Composer, eine Cloud-basierte Anwendung auf Basis zentraler Hochleistungs-

ver, zur Erstellung von Druckdateien aus variablen Daten.

«Dank der Cloud-fähigen PrintOS Composer-Anwendung konnten wir auf unserer HP Indigo 20000 schnell eine grosse Stückzahl einzigartiger Druckdateien produzieren und innerhalb von nur zwei Wochen ein Produkt für eine wichtige Zielgruppe liefern», sagt Michel Koch, Head of Pre Press Digital von All4Labels.

PrintOS Composer erstellt kompakte PDF-Dateien für eine optimierte schnelle Verarbeitung auf HP DFEs und ist damit deutlich schneller als herkömmliche Non-Cloud-Tools. Die Möglichkeit, PrintOS Composer bei Bedarf auch ohne Hardware-Installation zu verwenden, vereinfachte und beschleunigte die Produktion bei Folienprint.

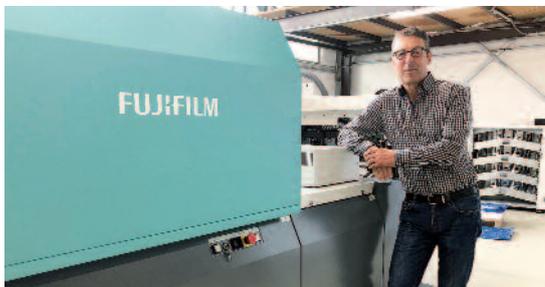
› www.hp.com



Gallus Smartfire

DRUCKKÖPFE VON MEMJET

Mit der Smartfire präsentierte Gallus Ende Juni ein Einsteigermodell für den Etikettendruck auf der Schmalbahn. Damit erweitert der Schweizer Druckmaschinenhersteller mit Schwerpunkt Etikettenproduktion sein Produkt-Portfolio um eine weitere Digitaldruckmaschine. Mit der Gallus Smartfire wendet sich Gallus an neue Zielgruppen, die den Einstieg in den digitalen Etikettendruck suchen. Eingesetzt werden bei der neuen Maschine für maximale Bahnbreiten von 240 mm Druckköpfe von Memjet, die mit einer Qualität von bis zu 1.600 x 1.600 dpi und wasserbasierter Tinte drucken und den Investitionsrahmen auf relativ niedrigem Niveau halten. Der maximale Druck-



Gerhard Worch, Managing Director bei KL Druck, mit der neuen Jet Press 720S.

output liegt bei 238 m²/h. Die Maschine produziert fertig gestanzte Etiketten auf der Rolle in einem Arbeitsgang. Dazu ist eine Finishing-Einheit angegliedert, auf der die Etiketten laminiert und entweder mit Schneideplotter konturenge-
 › www.gallus-group.com
 › www.memjet.com

KL Druck

FUJIFILM JET PRESS 720S

KL Druck aus Bergisch Gladbach kann auf eine mehr als 120-jährige Tradition verweisen. Grosse internationale Marken wie Audi, Adidas, Lindt und Primark umsor-
 › www.fujifilm.eu

Aktionen strahlen lässt, bieten wir aus einer Hand. Doch bei kleineren Formaten in kleineren Auflagen stiessen wir bisher an Grenzen – unrentabel im Offsetdruck, da blieb nur die Fremdvergabe», erklärt Gerhard Worch, Geschäftsführer von KL Druck. «Doch die Jet Press macht Schluss damit. Vom Banner bis zum Flyer agieren wir als flexibler One-Stop-Shop – schnell, wirtschaftlich und qualitätsorientiert.»

› www.fujifilm.eu

Kodak und C.P. Bourg

INLINE-DRUCKWEITERVERARBEITUNG

Kodak demonstrierte die Kodak Nexpress ZX Digitaldruckmaschine und die neueste Inline-Unterstützung für das neue Bourg BPM (Bourg Sheet Preparation Module) beim Open House von C.P. Bourg Mitte Mai in Ottignies bei Brüssel, Belgien. Die erweiterten Inline-Druckweiterverarbeitungs-lösungen umfassen die komplette Reihe der Bourg Broschürenautomaten und Klebebinder, die bei Aufträgen, die diese Weiterverarbeitungsfunktionen erfordern, für höhere Produktivität und einen schnelleren Durchlauf sorgen. Diese neuen Möglichkeiten ergänzen die bestehenden Nearline-Weiterverarbeitungsoptionen für Kodak Nexpress und Kodak Nexfinity Druckmaschinen sowie digitale Kodak Digimaster Produktionssysteme.

Das Bourg Sheet Preparation Module ist ein Bogenverarbeitungssystem, das inline zwischen Druckmaschinen- und Weiterverarbeitungseinheiten angeordnet wird und mit dem Anwender grossformatige Druckbogen automatisch bei Prozessgeschwindigkeit in Zwischen-, An-schnitt- oder Endformate aufteilen können. Diese einfache Lösung senkt die Druckkosten pro Seite drastisch, da Anwender mehrere Seiten eines Dokuments auf grosse Bogen drucken können und die ineffiziente und teure manuelle Arbeit des Schneidens dieser grossen Bogen in kleinere Formate auf einem Planschneider vor der Weiterverarbeitung entfällt.

› www.cpbourg.com

› www.kodak.com

Ricoh

FARBDRUCKSYSTEM PRO C7200SL

Ricoh hat die Markteinführung des neuen digitalen Bogen-Farbdrucksystems Ricoh Pro C7200sl bekannt gegeben. Das leistungsfähige Farbdrucksystem ist für den Einsatz in On-Demand-Umgebungen konzipiert und bietet eine laut Hersteller effiziente Produktion. Das Modell ist zudem mit einer Reihe professioneller Finishing-Optionen ausgestattet. Die Pro C7200sl basiert auf der Pro C7100 von Ricoh. Zu den neuen Features gehören eine verbesserte Registerhaltigkeit, eine gesteigerte Produktivität von 85 Seiten pro Minute und eine automatische Duplex-Langbogenproduktion von bis zu 700 mm und im Simplex-Modus bis zu 1.260 mm. Ein breites Spektrum von Medien bis zu



Andreas Dürrschmidt, Geschäftsführer der Bosch-Druck GmbH, vor der HP Indigo 12000 Digital Press.

360 g/m² kann laut Ricoh bedruckt werden. Ein intuitives 17-Zoll-Bedienfeld erhöhe zudem die Benutzerfreundlichkeit. Für den Einsatz ist eine Reihe von digitalen Frontend-Optionen mit einem integrierten EFI E-35A Fiery und dem GWNX-Druckserver von Ricoh erhältlich.
 › www.ricoh.de

Bosch-Druck

NEUE HP INDIGO 12000 DIGITAL PRESS

Die Bosch-Druck GmbH erweitert ihren Maschinenpark um eine HP Indigo 12000 Digital Press. Das Unternehmen liefert Druck-Erzeugnisse für die Automobilindustrie, für Marketing, Onlineshops und Verlage. Von der neuen Digital Press verspricht sich Bosch-Druck die Verlagerung kleiner Offsetdruckvolumina auf den Digitaldruck und damit auch das Erschliessen neuer Märkte. Bereits seit dem Jahr 2000 vertraut die Bosch-Druck GmbH auf die HP Indigo-Technologie. Nach der 3000-, 5000-, 5600- (S2) und 7800-Serie, ist die HP Indigo 12000 Digital Press bereits die fünfte HP Indigo Druckmaschine, die die Bosch-Druck GmbH installiert. Mit der Digitaldruckmaschine im

B2-Format (50 x 70 cm) werden neue Anwendungen möglich, die auf den kleineren Maschinen bisher nicht realisierbar waren – zum Beispiel Poster, Verpackungen oder Buchumschläge.
 › www.hp.com

META-ANALYSE DIE RENAISSANCE DES ANALOGEN

«Nullen und Einsen haben die Marketingwelt revolutioniert. Doch entgegen einiger Voraussagen löst sich die Welt nicht komplett in Pixel auf. Im Gegenteil: Der digitale Wandel sorgt derzeit für eine Renaissance des Analogen.» So ist es gleich im ersten Kapitel der Meta-Analyse nachzulesen, die das Multisense Institut für sensorisches Marketing im Auftrag der Creatura-Brancheninitiative aus über 300 internationalen Studien zur Werbewirkung von Print und Printveredelung erstellt hat. Dabei werden in der rund 140 Seiten starken Abhandlung praktische Handlungsempfehlungen für den Einsatz von Print im digitalen Zeitalter abgeleitet.



Von KLAUS-PETER NICOLAY

Dabei ist die Rückkehr zu analogen, real anfassbaren Dingen ja nicht einfach nur eine Behauptung. Denn trotz der vermeintlichen Übermacht des Digitalen in den Online-Medien liegt Offline wieder im Trend. Es werden mehr Bücher gekauft denn je, Internet-Riesen wie Amazon oder Zalando eröffnen Ladengeschäfte, um näher an den Kunden zu sein, Facebook publiziert ein eigenes Kundenmagazin (auf richtigem Papier!) und selbst bei den eingefleischtesten Onlinern liegen Moleskine-Notizbücher neben den Laptops. In einer flirrenden, digitalen Welt sehnen sich die Menschen eben nach konkreten Erfahrungen und sinnlichem Erleben. Print spielt dabei eine ganz wichtige Rolle und ergänzt High Tech um «High Touch».

Gedrucktes ist durch seine multisensorischen Qualitäten gehirngerecht – das ist eine zentrale Erkenntnis der Neurowissenschaften. Und das wird in der Analyse «The Power of Print» mit zahlreichen Beispielen belegt.

Dabei bietet Print durch neue Druck- und Veredelungstechnologien mehr Möglichkeiten denn je. Allerdings ist die Annahme, dass Softtouch, Glanz oder allerlei andere Veredelungen automatisch zu mehr Verkäufen führen, ein ebenso grosser Trugschluss wie die Gleichung «Millionen Klicks = Millionen Umsätze».

In der Meta-Analyse «The Power of Print» vermitteln der Marketingexperte Olaf Hartmann und der Konsumentenpsychologe Sebastian Haupt auf verständliche Weise den aktuellen Stand der Forschung und geben praktische Impulse, wie Marketers die Werbewirkung von Print optimieren. Gleichzeitig beantwortet das Werk grundlegende Fragen: Was wissen wir über die Werbewirkung von Print in digitalen Zeiten? Warum spielt Print im Media-Mix immer noch eine einzigartige Rolle beim Aufbau von Markenvertrauen? Welchen Einfluss hat Print auf die Aufmerksamkeit? Wie steigert Print die Erinnerung an Werbung und die Glaubwürdigkeit von Marken? Wie beeinflusst Print die Wertwahrnehmung und die Kaufbereitschaft am Point of Sale?

«Praktiker wissen aus Erfahrung um die Möglichkeiten von Print, doch bislang gab es keinen wissenschaftlich fundierten Wissenspool. Wir haben mit unserem Kompendium nicht nur einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand geschaffen, sondern geben damit auch die nötige Orientierung, wie man die Werbewirkung von Print und die vielfältigen Veredelungsmöglichkeiten optimal nutzt», erklärt Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f.m.p. und Mitinitiator der Creatura-Brancheninitiative.

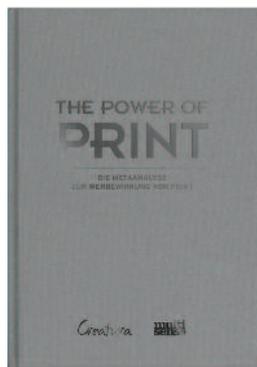
Die Lektüre des Kompendiums hat mich aufgewühlt und zugleich darin bestärkt, dass es noch längst nicht zu spät ist, das Thema Print und mit ihm die gesamte Branche neu zu denken und den Techniken (auch wenn sie noch so interessant sind) den Platz einzuräumen, der ihnen gebührt. Sie sind Mittel zum Zweck und nicht der Mittelpunkt.

In der Konsequenz heisst das, dass es in Zeiten fortschreitender Digitalisierung, digitaler Transformation und eines veränderten Konsum-Verhaltens der Verbraucher immer weniger sinnvoll erscheint, Print nur an den verschiedenen Verfahrenstechnologien festmachen zu wollen. Jede Drucktechnik kann bei ganzheitlicher Betrachtung nur ein Teilaspekt des Mediums Print sein und sollte auch als solche betrachtet werden. So ist etwa der Digitaldruck nichts anderes als eine «Enabler»-Technologie für Individualisierungen und als «Möglichmacher» damit eine Facette von dem, was wir künftig «Interactive Print» nennen werden. Interactive Print ist das Zusammenspiel von Technik und Materialität zur Animation aller Sinne durch gedruckte Kommunikation. Dabei

wird Print mit Elementen angereichert, die den Nutzer mit Gedrucktem interagieren lassen und neue Wege der visuellen und haptischen Kommunikation öffnen.

Print muss heute noch aus einem anderen Grund neu betrachtet werden. Befeuert durch neue Techniken hat Print die zweite Dimension (vulgo: Papierformat in Höhe x Breite) längst verlassen. Haptik, fühlbare Veredelungen, Stanzungen und dreidimensionale Erlebnisse gehören inzwischen zum Standard zeitgemässer Druckproduktionen. Und längst wird nicht mehr nur Papier bedruckt (wie es im Large-Format-Printing längst an der Tagesordnung ist).

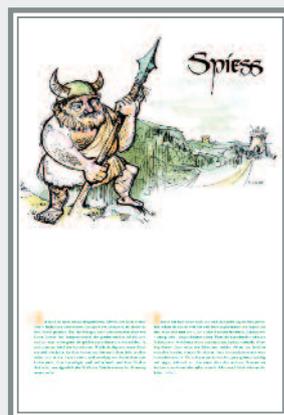
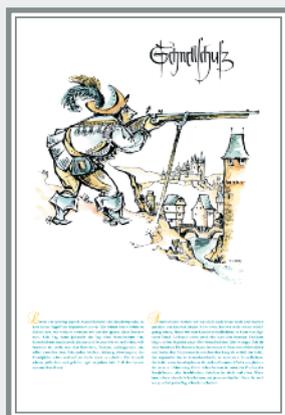
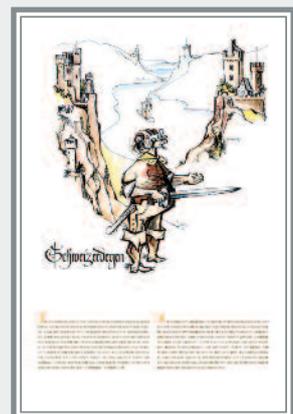
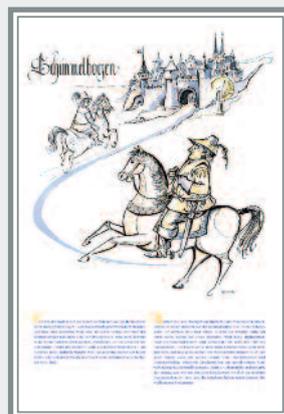
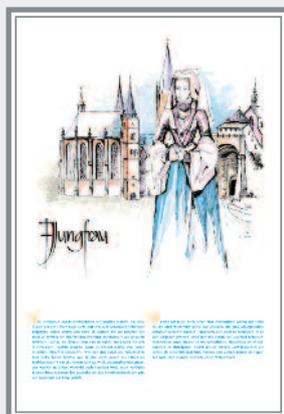
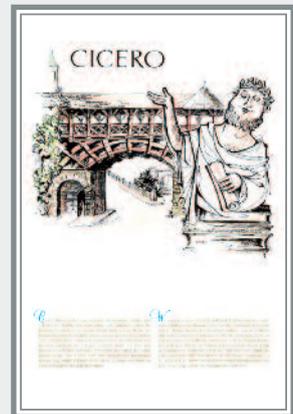
Daran werden wir uns in den kommenden Ausgaben weit stärker als bisher orientieren. Damit werden wir, wie man so schön sagt, ein «ganz dickes Brett bohren», von dem wir uns aber versprechen, dass es die Branche bei ihren Aktivitäten im Medienmix unterstützt.



Die Meta-Analyse erscheint Ende September 2018 und kann von allen Interessierten gegen eine Gebühr von 499 € (f.m.p.-Mitglieder zu Sonderkonditionen) beim Fachverband Medienproduktion e. V. bezogen werden. Bestellungen (deutsche oder englische Version) der Creatura Meta-Analyse sind bereits jetzt möglich.

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



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

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

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





INTERNATIONALE MESSEN & EVENTS

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
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
12. 03. – 14. 03. 2019	CCE International 2019	München	 > www.cce-international.de
12. 03. – 14. 03. 2019	ICE Europe	München	 > www.ice-x.de
21. 03. – 22. 03. 2019	13. Deutscher Verpackungskongress	Berlin	 > www.verpackungskongress.de
26. 03. – 29. 03. 2019	Graphispag 2019	Barcelona	 > www.graphispag.com
03. 04. – 04. 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
24. 09. – 26. 09. 2019	FachPack	Nürnberg	 > www.fachpack.de
12. 11. – 14. 11. 2019	InPrint	München	 > www.inprintshow.com

22. OKT. UND 24. OKT.

Medienproduktion **EIN BLICK IN DIE ZUKUNFT**

Wie sieht die Medienproduktion der Zukunft aus? Diese Frage beantwortet der Fachverband Medienproduktion e. V. in Kooperation mit Johnen Druck in der neuen Crossmedia-Roadshow, die in Frankfurt (22. Oktober) und Hamburg (24. Oktober) Station machen wird.

Eine gute Customer Experience entsteht durch die richtige Kombination aus Kundenwissen, Kreativität und Relevanz. Es gilt, den Kunden zur richtigen Zeit auf dem richtigen Medium in der richtigen Sprache zu erreichen. Das ist nicht so ganz einfach. Kundendaten und -informationen müssen gesammelt, ausgewertet und für die automatisierte Medienproduktion aufbereitet werden. Das betrifft sowohl die Interessen der Zielgruppen als auch die Wirkweise und Nutzen der einzelnen Medien in Bezug zur Zielgruppe.

Auf der Crossmedia-Roadshow des f.mp. gibt es für diese Aufgaben Unterstützung durch Experten für die crossmediale Steuerung der gesamten Medienproduktion. Die Teilnehmer erhalten im bewährten Konzept aus Fachvorträgen und Praxisbeispielen wertvolle Tipps, wie sie eine automatisierte Marketingkommunikation etablieren können, um die Kunden mit Mehrwert, mit einer Customer Experience und einem guten Storytelling zu gewinnen und zu überzeugen.

› www.f-mp.de

› www.mdz-roadshow.de

AB 24. OKT.

Verpackungsgesetz 2019 **ROADSHOW INFOKOMPAKT**

Das «Gesetz über das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die hochwertige Verwertung von Verpackungen» – kurz: Verpackungsgesetz (VerpackG) tritt am 1. Januar 2019 vollumfänglich in Kraft und löst die bisher geltende Verpackungsverordnung ab. Es gilt auch für Druckereien, denn bereits die Versandverpackung für Flyer, Visitenkarten oder Broschüren ist in der Regel lizenzierungspflichtig. Und die Kontrollen werden schärfer.

Unter dem Titel «infoKompakt: Das Verpackungsgesetz 2019» bieten die Verbände Druck und Medien ab dem 24. Oktober bundesweit neuen Informationsveranstaltungen an (Hannover 24. Oktober, Berlin 25. Oktober, Hamburg 25. Oktober, Leipzig 29. Oktober, Oldenburg 30. Oktober, Frankfurt 30. Oktober, Düsseldorf 5. November, Stuttgart 5. November und Aschheim bei München 6. November). Aus erster Hand erhalten Druck- und Mediendienstleister umfassende Informationen über die neuen Regelungen. Von den Experten der Verbände sowie des Systembetreibers interseroh erfahren die Teilnehmer praxisnah und anhand anschaulicher Beispiele, welche juristischen Pflichten ihr Unternehmen betreffen, was mit dem Begriff Endverbraucher gemeint ist, wie das Registrierungsverfahren abläuft und wie Verpackungen recyclinggerecht gestaltet werden können.

› www.bvdm-online.de

AB 25. OKT.

Weiterbildung **WACHSTUMSMARKT DIGITALDRUCK**

Mit der Weiterbildung zum geprüften Digitaldruck Professional bieten die Verbände Druck und Medien (Nord-West, Baden-Württemberg und Bayern) eine einzigartige Qualifizierungsmöglichkeit an. Das bundesweit einmalige Schulungskonzept macht Fachkräfte aus der Medienproduktion in kurzer Zeit fit für den Digitaldruck. Am 25. Oktober 2018 (Modul 1, Stuttgart/Ostfildern) geht das erfolgreiche Weiterbildungsformat in die bereits sechste Runde.

Der Digitaldruck bietet nach wie vor ein enormes Geschäftspotenzial für Unternehmen. Die modular aufgebaute Weiterbildung zum «Geprüften Digitaldruck Professional nach VDM» unterstützt Unternehmer und ihre Mitarbeiter dabei, von diesem Wachstumsmarkt zu profitieren. In dem neuntägigen Lehrgang lernen die Teilnehmer von der Personalisierung und Datenprüfung über den Workflow und Druck bis hin zur Veredelung und Weiterverarbeitung alles wichtige, um in der Produktion und Kundenberatung souverän agieren zu können. Im Rahmen der Qualifizierung erfahren die Teilnehmer, mit welchen Geschäftsmodellen der Digitaldruck erfolgreich sein kann, welche Ergänzungen er zum klassischen Offsetdruck bietet und wie sie Kundenanfragen zielgerichtet bedienen. Die Weiterbildung erhält von den Absolventen ein sehr positives Feedback.

› digitaldruck-professional.de

26. OKT.

DOXNET Tag in München **WAS BRINGT DIE ZUKUNFT?**

Zunehmende Digitalisierung, Automatisierung, Outsourcing sowie das Zusammenwachsen unterschiedlichster Produktionsbereiche für Dokumente haben DOXNET dazu bewogen, das Thema Nachverarbeitung in den Vordergrund zu stellen. Beim DOXNET Tag am 26. Oktober 2018 in München wird dieses Thema aus Kundensicht mit zwei spannenden Vorträgen aufgegriffen.

Die Datev eG wird ihre Erfahrungen zum Thema «Online Kuvertierung – Von der Rolle direkt ins Kuvert» darstellen. In einem zweiten Vortrag wird die Dataform Paper Processing GmbH aus Gross-ebersdorf/Wien unter dem Titel «Wachstums-Markt Buchdruck on demand beziehungsweise Kleinauflagen» vorstellen, wie sie ihr Produktportfolio zusätzlich zum Transaktionsdruck erweitern konnte.

Zusätzlich werden namhafte Hersteller wie Böwe, Horizon, Hunkeler, Kern, Müller Apparatebau, MB Bäuerle und Tecna aus dem Nähkästchen plaudern, was die Zukunft zu den Themen Kuvertierung, Online- und Offline Nachverarbeitung bis hin zu Heft- und Klebebindesysteme bringen wird.

Zielgruppe sind alle Anwender, die im Transaktionsdruck wissen wollen, was die nahe Zukunft an Nachverarbeitungssystemen bringen wird, beziehungsweise die sich inspirieren lassen wollen, wie über sinnvolle Ergänzungen zu ihrem Tagesgeschäft die Wertschöpfungskette erweitert werden kann.

› www.doxnet.eu

7. NOV.

VDM Nord-West **VERTRIEBSKONGRESS FÜR DEN MITTELSTAND**

Eine erfolgreiche und passgenaue Vertriebsstrategie wird immer wichtiger, um sich im hartumkämpften Markt durchzusetzen. Das gilt ganz besonders für kleine und mittlere Unternehmen. Am 7. November dreht sich in Düsseldorf deshalb alles um den Vertrieb im Mittelstand. Der VDM Nord-West veranstaltet den Vertriebskongress bereits zum vierten Mal – die vergangenen drei Kongresse waren jeweils ausverkauft. Mit der Umbenennung in «Vertriebskongress für den Mittelstand» wird in diesem Jahr der Entwicklung Rechnung getragen, sich über Branchen hinweg auszutauschen und vom Erfolgswissen anderer zu profitieren. Redner und Praxisbeispiele aus der Druck- und Medienbranche behalten ihren festen Platz im Kongressprogramm.

Auch 2018 bietet der Kongress ein spannendes Programm. Unter anderem «Vertrieb ist nichts für Jammerlappen!» (Verkaufstrainer Martin Limbeck), «Welche Tipps und Kniffe die Umsatzstärksten beherzigen und wie es gelingt, den Umsatz zu verdoppeln» (Speaker, Trainer, Coach und Bestseller-Autor Roger Rankel), «Innovative Mailingkampagnen und responsestarke Kundenansprache» (Vinzenz Schmidt, Wirtz Druck GmbH), «Kreativität im Vertrieb zahlt sich aus!» (Stefan Klinsky, Geschäftsführer der Kolbe-Coloco Spezialdruck GmbH) und weitere spannende Redner, Themen sowie wertvolle Impulse und Tipps für die Vertriebsarbeit!

› www.vdmnw.de

7. NOV. **BIS** **8. NOV.**

Fogra Jubiläumssymposium

ANWENDERFORUM UV-DRUCK

Die Fogra lädt zum Jubiläumssymposium nach München: Am 7. und 8. November 2018 veranstaltet das Forschungsinstitut bereits zum 10. Mal sein Anwenderforum UV-Druck.

Das diesjährige Anwenderforum der Fogra wird in einer Retrospektive aufzeigen, wie sich die Leistungsfähigkeit der auf dem Markt befindlichen Druckmaschinen, Strahler und Verbrauchsmaterialien verbessert hat und wo der aktuelle Stand der Technik ist.

Mit diesem Anwenderforum wird praxisnah Hilfestellung für die sachgerechte Auswahl und Abstimmung von Materialien auf die vorhandene beziehungsweise anzuschaffende Maschinengeneration gegeben. Dazu werden sowohl die Vorträge und anschließenden Diskussionen als auch die Gespräche mit den Fachleuten in der begleitenden Ausstellung dienen. Der Forumsteilnehmer erhält somit die neuesten Trends und Ansprüche im UV-Druck vermittelt und wird Kollegen und Experten aus allen Bereichen der Wertschöpfungskette treffen. Dazu lassen sich in den Symposiumspausen Bekanntschaften und Netzwerke vertiefen, wozu auch der bayrische Abend in einer Münchner Privatbrauerei dient.

› www.fogra.org

14. NOV.

VDMB

UNTERNEHMENS-NACHFOLGE REGELN

In den kommenden Jahren rollt eine Nachfolgewelle über den Mittelstand hinweg. Bis zum Jahr 2022 planen über eine halbe Million Inhaber von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) eine Unternehmensnachfolge, darunter auch viele Betriebe der Druck- und Medienbranche. Eine jüngste IHK-Umfrage zeigt zudem, dass immer weniger Unternehmerkinder bereit sind, das elterliche Familienunternehmen zu übernehmen.

Der Verband Druck und Medien Bayern (VDMB) und der Verband Druck und Medien Baden-Württemberg greifen daher mit einem speziell auf die deutsche Druckindustrie zugeschnittenen Schwerpunkttag am 14. November 2018 in Aschheim bei München das Thema auf.

«Unternehmensnachfolge: Übergabe oder Verkauf?» beleuchtet das Thema aus verschiedenen Perspektiven: von der familieninternen Nachfolge bis hin zum Verkauf in den unterschiedlichsten Facetten. Die Veranstaltung ermöglicht es Unternehmern, das Thema umfassend kennenzulernen. Dabei kommen steuerliche und rechtliche Aspekte ebenso zur Sprache wie die Herausforderung, wenn zwei Generationen im Prozess der Übergabe im Unternehmen aktiv sind. Aber auch die Möglichkeit eines Verkaufs birgt sowohl Chancen als auch Risiken, die es frühzeitig zu erkennen gilt.

› www.vdmb.de

20. NOV. **BIS** **22. NOV.**

InPrint Italy

ALLES UNTER EINEM DACH

Es sind noch wenige Wochen bis zur zweiten Ausgabe der InPrint Italy, die vom 20. bis 22. November 2018 im Mailänder Messe- und Kongresszentrum MiCo stattfindet.

Die meiste Ausstellungsfläche ist bereits belegt, sowohl von den Grossen der Branche als auch von kleinen und mittleren Unternehmen, die – vereint durch ihren starken Innovationsgeist – in Mailand zusammenkommen. Ein guter Start also für die InPrint Italy, der führenden Fachmesse für industrielle Drucktechnologie, organisiert von Mack Brooks Exhibitions, einer der wichtigsten Veranstalter für Industrie-Fachmessen seit 1965.

InPrint Italy ist die einzige Fachmesse, die sich exklusiv mit Drucktechnologien für den Einsatz in der industriellen Fertigung beschäftigt und dabei hochspezialisierte Anbieter, Hersteller, Lieferanten und zugehörige Unternehmen an einem Ort zusammenbringt. Zielgruppe der Fachveranstaltung sind Entscheidungsträger, denen in Mailand neue Technologielösungen für ihre spezifischen Produktionsprobleme geboten werden.

Mehr als 100 Aussteller haben ihre Messeteilnahme bereits angemeldet. Alle drei Anwendungsbereiche (funktionaler Druck, dekorativer Druck und Verpackungsdruck) sind dabei vertreten, wobei der Hauptfokus auf Technologielösungen für den italienischen Fertigungssektor liegt.

› www.inprintitaly.com

26. NOV.

3. Workshop

WORKSHOP PDFX-READY

Infolge grosser Nachfrage findet am 26. November 2018 in der Schule für Gestaltung Aargau (Schweiz) ein 3. Workshop PDFX-ready für Berufsbildnerinnen und Berufsbildner.

Im Workshop wird mit den vom Verein erarbeiteten Profilen für die Erstellung von PDF/X-4 konformen Dateien gearbeitet. Zur Prüfung der Daten werden die PDFX-ready Preflight-Profile eingesetzt. Dabei gilt es, die Farbgrundeinstellungen für Programme und Dokumente korrekt vorzunehmen und auch die Grafiken für die Verwendung im Layout verfahrensangepasst aufzubereiten. Als Grundlage für den Workshop wird neben dem aktuellen PDFXready-Leitfaden auch das speziell für die Grundbildung erstellte Workbook «In sieben Schritten zum perfekten Druck-PDF» vom Referenten erläutert. Als Abschluss des Workshops bietet der Verein allen Teilnehmern eine persönliche «PDFX-ready Creator-Zertifizierung» an. Mit diesem Zertifikat beweisen sie, dass sie ein einwandfreies PDF/X-Dokument nach den Spezifikationen von PDFX-ready erstellen können.

› www.pdfx-ready.ch

28. NOV. **BIS** **30. NOV.**

Tiefdruck zum Anfassen

HOCHSCHULE DER MEDIEN IN STUTTGART

Eine Einführung in die Tiefdruck-Formherstellung und den Tiefdruck mit Demonstrationen und praktischen Übungen findet vom 28. bis 30. November 2018 an der Hochschule der Medien in Stuttgart statt.

Diese ist europaweit die einzige Hochschule, die eine komplette Tiefdrucklinie von der Formherstellung bis zu einer Rollenrotations-Tiefdruckmaschine betreibt. Die Abteilungen Tiefdruck-Formherstellung und Tiefdruck sind damit in der europäischen Hochschullandschaft einzigartig.

An der HdM können alle Aspekte des Tiefdrucks hautnah praktisch erfahren und erprobt sowie die Qualität aller Produktionsschritte mit spezieller Messtechnik überwacht werden.

Die hier angebotene Einführung in Theorie und Praxis des Tiefdrucks reicht von der Galvanik zur Aufkupferung von Tiefdruckzylindern, der Oberflächenbearbeitung über die Erstellung eines Layouts und der anschließenden elektromechanischen Gravur der Tiefdruckform bis zum Druck auf verschiedenen Papieren mit unterschiedlichen Farbrezepturen.

Neben der elektromechanischen Gravur werden natürlich auch die Prozessabläufe anderer moderner Formherstellungsverfahren erläutert. Alle Arbeitsschritte werden an den Geräten und Maschinen im Tiefdruck-Formherstellungslabor und im Tiefdruck praktisch erprobt.

› www.era.eu.org

6. DEZ. BIS 7. DEZ.

Dresdner Verpackungstagung

VERPACKUNG IN DER DISKUSSION

Auf der 28. Dresdner Verpackungstagung am 6. und 7. Dezember 2018 treffen sich Ingenieure, Techniker, Kaufleute, Wissenschaftler, Entwickler und Entscheider zum Jahresend-Treffen der Branche. Die vom Deutschen Verpackungsinstitut e. V. (dvi) organisierte Tagung steht 2018 unter dem Motto «Verpackung in der Diskussion – Widersprüche als Antrieb für Innovationen». Neben den Fachinhalten und -diskussionen ermöglicht das Netzwerktreffen den Erstkontakt mit Studierenden aus dem gesamten Bundesgebiet. Wie lässt sich der Widerspruch von Ideen und Ressourcen erfolgreich auflösen? Ergänzen sich Digitalisierung und Nachhaltigkeit oder stehen sie in einem Widerspruch? Und wie können effiziente und erfolgreiche Lösungen im Spannungsfeld von funktionaler Barriere und Recyclingfähigkeit aussehen? «Auf diese und andere Fragen wollen wir gemeinsam mit führenden Playern aus Handel, Industrie und Wissenschaft sowie Markenartiklern Antworten finden», sagt Winfried Batzke, Geschäftsführer des dvi und Moderator der Tagung. Zu den Programmpunkten der Veranstaltung gehört ausserdem eine «Roadshow Abpackprozess». Unter der Überschrift «Verpackungen ganzheitlich betrachten – aber Details beherrschen» werden die Aspekte Kleben, Siegeln, Messen, Umreifen und Druckprozess auf den Prüfstand gestellt.

› www.verpackungstagung.de

8. JAN. BIS 10. JAN. 2019

viscom

AUSRICHTUNG UND TERMIN VERÄNDERT

Die viscom, Fachmesse für visuelle Kommunikation, findet künftig jährlich in Düsseldorf statt. Bisher wechselte sie im Jahresturnus zwischen Düsseldorf und Frankfurt. Zudem findet die viscom künftig im Januar statt und wird ab 2019 parallel zur PSI veranstaltet, der Europäischen Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft. Der Besuch der PSI bleibt weiterhin PSI-Mitgliedern und zertifizierten Agenturen vorbehalten. Auftakt ist vom 8. bis 10. Januar 2019. Im Zuge des Rhythmus-Wechsels findet 2018 keine viscom statt. Mit der Neukonzeption entsteht – gegliedert in eigenständige Veranstaltungen – der europaweit grösste Verbund von Messen zum Thema Werben und Verkaufen. Rechnerisch zählen die Messen zusammen mehr als 1.200 Aussteller und rund 28.000 Fachbesucher aus 80 Nationen. «Sie bilden damit das gesamte Spektrum der visuellen, textilen und haptischen Werbung ab», sagt Hans-Joachim Erbel, CEO Reed Exhibitions Deutschland. Schwerpunkte bilden die Themen Promotion, Sales, Signmaking, Print sowie Textile und Soft Signage.

› www.viscom-messe.com

ICE EUROPE 2019 SONDERBEREICH FÜR SPEZIALFOLIEN UND EXTRUSION

Die ICE Europe als Marktplatz für innovative Converting-Technologien zeigt sich zu ihrer nächsten Ausgabe vom 12. bis 14. März 2019 in München als wichtiges Trendbarometer. Mit einer gesonderten «Special Film & Extrusion Area» setzt sie auf das Wachstumspotenzial im Bereich der Spezialfolien.

Durch neue Herstellungs- und Verarbeitungsverfahren werden Spezialfolien heute mit Funktionen versehen, die einen Einsatz in unterschiedlichsten Bereichen ermöglichen. Der Bedarf an Spezialfolien steigt vor allem durch die zunehmende Digitalisierung und den Trend zu smarten Produkten und Verpackungen. Verwendung finden solche Folien beispielsweise in der Medizintechnik, der Smartphone-Fertigung, zu Sicherheitszwecken, für die Herstellung von Batterie-Elektroden, zum Hygiene-Schutz oder in der Gebäudetechnik.

«Für die Converting-Industrie bieten die vielfältigen Einsatzbereiche von Spezialfolien grosses Geschäftspotenzial in völlig neuen Märkten. Neben den bestehenden Trends in der Papier-, Film- und Folienverarbeitung, wie zunehmende Individualisierung und Funktionalisierung von Produkten sowie die steigende Verwendung von biologisch abbaubaren Materialien, sehen wir im Bereich Spezialfolien einen wichtigen Zukunftsimpuls. Deshalb haben wir zur kommenden Messe einen Sonderbereich geschaffen, auf dem sich Anbieter von Maschinen und Zubehör für die Extrusion sowie Spezialfolienhersteller präsentieren können. Damit aktualisieren

wir das Messeportfolio der ICE Europe um einen wichtigen Innovationsbereich», erklärt Liljana Goszdziewski, Messedirektorin der ICE Europe, im Namen des Veranstalters Mack Brooks Exhibitions.

Als spezialisierte Fachmesse beinhaltet das Messeprofil der ICE Europe alle Hauptbereiche und Verarbeitungsprozesse des Converting von bahnförmigen Materialien wie Papier, Film, Folie und Vliesstoffen. Die Messe umfasst Materialien, Beschichtung und Kaschierung, Trocknung und Härtung, Schneide- und Wickeltechnik, Flexo- und Tiefdruck, Konfektionierung, Lohnveredelung, Kontroll-, Mess- & Prüfsysteme, Steuerung von Produktionsprozessen, Dienstleistungen sowie Halbzeuge und Fertigprodukte.

Die «Special Film & Extrusion Area» deckt die Ausstellungskategorien Spezialfolien (Batterie-Separator-Folien, Biopolymerfolien, Hochbarriere-Folien, optische Folien, witterungsbeständige Folien und sonstige Spezialfolien) sowie den Bereich Extrusion (Extrusionsanlagen für Blasfolien, Extrusionsanlagen für Flachfolien und Platten, Extrusions-Schweissmaschinen und Kalander) ab.

Durch den weltweit weiter steigenden Bedarf an Produkten aus unterschiedlichen bahnförmigen Materialien ist

die Branchenkonjunktur derzeit durchweg positiv. Die Digitalisierung sowie innovative Beschichtungs- und Veredelungsverfahren ermöglichen eine zunehmend kosteneffiziente und flexible Herstellung von hochwertigen und spezialisierten Produkten aus Papier, Film, Folie und Vliesstoff. Die Endprodukte finden Verwendung in Industriezweigen wie Verpackung, Kunststoffe, Druck, Maschinenbau, Textil, Chemie, Automobil, Nahrungsmittel, Elektronik, Arzneimittel, Baugewerbe, Luftfahrt, Möbel und Zellstoff.

Die Nachfrage nach Standfläche auf der ICE Europe 2019 hat im Zuge der positiven Branchenkonjunktur sehr frühzeitig begonnen. Ein gutes Jahr vor der Veranstaltung war bereits knapp 90% der Nettoausstellungsfläche der vergangenen Messe gebucht und reserviert. Insgesamt 429 Aussteller aus 28 Ländern hatten auf der ICE Europe 2017 insgesamt 11.000 m² Nettofläche belegt und ihre Produkte und Dienstleistungen den 6.850 Fachbesuchern aus 70 Ländern präsentiert.

› www.ice-x.de

SEMINARE UND SONSTIGE VERANSTALTUNGEN

Termine 2018	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
15. 10.	Fogra, Vorbereitung zur Zertifizierung nach ProzessStandard Digitaldruck (PSD)	Aschheim	› www.fogra.org
15. 10.	VDMB, Intensiv-Trainings für Adobe InDesign – Fortgeschritten: Tipps und Tricks	Aschheim	› www.vdmb.de
15. 10.	VDMB, Neue Kunden gewinnen – bestehende Kunden neu begeistern	Aschheim	› www.vdmb.de
15. 10. – 16. 10.	Cleverprinting, Zweitägige Weiterbildung zum Cleverprinting-Digitaldruck-Operator	München	› www.cleverprinting.de
15. 10. – 17. 10.	VDMB, Adobe Photoshop – Einsteiger	Aschheim	› www.vdmb.de
15. 10. – 19. 10.	Akademie der Deutschen Medien, Online-Marketing Manager	München	› www.medien-akademie.de
16. 10.	Printplus Akademie, IVIS – Der Mehrwert der Adresse	Kriessern	› www.printplus.ch
16. 10.	VDMB, Moderne Bildbearbeitung mit Photoshop – Fortgeschritten: Tipps und Tricks	Aschheim	› www.vdmb.de
16. 10.	ZLV, Lieferanten- und Verpackungs-Audits für Lebensmittelhersteller	Kempten	› www.zlv.de
16. 10. – 17. 10.	Fogra, Farbmanagement – Grundlagen	Aschheim	› www.fogra.org
16. 10. – 18. 10.	Heidelberg, Falzen mit der Stahlfolder KH 82 – Modul 1	Ludwigsburg	› www.heidelberg.com
17. 10.	Cleverprinting, Next Generation Publishing mit Adobe Photoshop	München	› www.cleverprinting.de
17. 10.	Cleverprinting, Responsive Webdesign mit WordPress	München	› www.cleverprinting.de
17. 10.	Printplus Akademie, Vorkalkulation – Beilagen, Broschüren, Bücher	Kriessern	› www.printplus.ch
17. 10.	VDMB, Modernes Umwelt-Management – Nachhaltige Druckproduktion	Aschheim	› www.vdmb.de
17. 10. – 18. 10.	Cleverprinting, Zweitägige Weiterbildung zum Next Generation Publisher	München	› www.cleverprinting.de
18. 10.	Cleverprinting, Next Generation Publishing mit Adobe InDesign	München	› www.cleverprinting.de
18. 10.	Fogra, Farbmanagement im Digitaldruck	Aschheim	› www.fogra.org
18. 10.	Printplus Akademie, Auftragsverwaltung – Schneller durch Ordnung	Kriessern	› www.printplus.ch
19. 10.	Cleverprinting, PDF first – Digitale Dokumente für PC, Tablet, mobile Endgeräte	München	› www.cleverprinting.de
19. 10.	Fogra, Farbmanagement für Druckeinkäufer	Aschheim	› www.fogra.org
19. 10.	Printplus Akademie, Materialwirtschaft – Produktion ohne Störung	Kriessern	› www.printplus.ch
19. 10. – 20. 10.	Typographische Gesellschaft München, Mikro- und Makrotypografie mit InDesign	München	› www.tgm-online.de
22. 10.	Cleverprinting, Next Generation Publishing mit Adobe Photoshop	Hamburg	› www.cleverprinting.de
22. 10.	Fogra, Prozesskontrolle im Offsetdruck	Aschheim	› www.fogra.org
22. 10. – 23. 10.	Cleverprinting, Zweitägige Weiterbildung zum Next Generation Publisher	Hamburg	› www.cleverprinting.de
22. 10. – 23. 10.	Polar, Kurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	› www.polar-mohr.com
22. 10. – 23. 10.	PTS, Modul 1 «Faserrohstoffe der Papierindustrie, Faserstoffherzeugung und -aufbereitung»	Heidenau	› www.ptspaper.de
22. 10. – 24. 10.	VDMB, Adobe InDesign – Einsteiger	Aschheim	› www.vdmb.de
22. 10. – 26. 10.	Akademie der Deutschen Medien, Produktentwicklung Digital/Mobil	München	› www.medien-akademie.de
23. 10.	Akademie der Deutschen Medien, E-Mail- und Newsletter-Marketing	München	› www.medien-akademie.de
23. 10.	Cleverprinting, Next Generation Publishing mit Adobe InDesign	Hamburg	› www.cleverprinting.de
23. 10.	VDMB, 3D-Druck mit Photoshop CC	Aschheim	› www.vdmb.de
23. 10. – 24. 10.	Innoform Coaching, Spezifikationen sinnvoll erstellen und anwenden	Osnabrück	› www.innoform-coaching.de
23. 10. – 24. 10.	Printplus Akademie, Einführungskurs neue Kalkulation – Produkte im Fokus	Kriessern	› www.printplus.ch
23. 10. – 24. 10.	PTS, Modul 2 «Papierherzeugung» – Modul 2: «Konstantteil und Papiermaschine»	Heidenau	› www.ptspaper.de
23. 10. – 24. 10.	VDMB, Verkaufen will gelernt sein! – Modul 3	Aschheim	› www.vdmb.de
23. 10. – 25. 10.	Fogra, Fehler an Druck-Erzeugnissen	Aschheim	› www.fogra.org
24. 10.	Cleverprinting, Kompaktkurs PDF/X und Colormanagement für Grafik und Druck	Hamburg	› www.cleverprinting.de
24. 10.	VDMB, Kompaktrainings Personal – Zeitmanagement für Führungskräfte	Nürnberg	› www.vdmb.de
24. 10. – 25. 10.	PTS, Modul 3 «Wirkung und optimaler Einsatz chemischer Additive»	Heidenau	› www.ptspaper.de
24. 10. – 25. 10.	VDMB, Tablet- und Mobile-Publishing – Einstieg in Dreamweaver	Aschheim	› www.vdmb.de
25. 10.	Cleverprinting, Vektorgrafik mit InDesign und Illustrator	München	› www.cleverprinting.de
25. 10.	VDMB, Kompaktrainings Personal – Personalentwicklung leicht gemacht	Aschheim	› www.vdmb.de
25. 10. – 26. 10.	Cleverprinting, Zweitägige Weiterbildung zum Cleverprinting-Digitaldruck-Operator	Hamburg	› www.cleverprinting.de
25. 10. – 26. 10.	Cleverprinting, Zweitägige Weiterbildung zum Vektorgrafik-Experten	München	› www.cleverprinting.de
25. 10. – 26. 10.	Printplus Akademie, Neue Kalkulation – Leistungskatalog und Beschreibungen anpassen	Kriessern	› www.printplus.ch
25. 10. – 26. 10.	PTS, Modul 4 «Streichen, Streichtechnologie, Streichfarben»	Heidenau	› www.ptspaper.de
26. 10.	Cleverprinting, Illustrator Epertentag – fortgeschrittene Techniken	München	› www.cleverprinting.de

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de

WEITERVERARBEITUNG

BEORDA
Direktwerbung



Couvertieren, Folieren...
ein Fall für uns!

www.beorda.ch

Empfehlungsanzeigen auch
für das schmale Budget
im Druckmarkt und im Internet
im PDF-Magazin «Druckmarkt
impressions».
Telefon +41 44 380 53 03

VERSCHIEDENES

GÜTESIEGEL.



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
thalmann@druckmarkt-schweiz.ch
T +41 44 380 53 03
M +41 79 405 60 77

Redaktion

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

Druckmarkt im Internet:

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



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

wir freuen uns über Ihren
Besuch:

www.xyz.ch

Stefi Thalman



oberdorfstrasse 13 - 8001 zürich - www.stefitalman.ch

WERBUNG

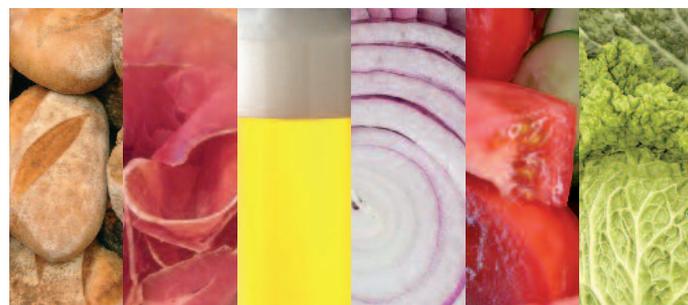
BEORDA
Direktwerbung



Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!

www.beorda.ch

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





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