DRUCKMARKT
impressions 128
29. Januar 2019

PDF-Magazin für Print, Medien, Kommunikation und Design

NICHT ALLES AUF EINEN SCHLAG.

Seite 4.

MARKT & ZAHLEN
INNOVATION KANN MAN NICHT KAUFEN. Seite 14

PRINT & FINISHING
LANDAS NANOGRAPHIE IM BETATEST. Seite 26

TERMINKALENDER
TERMINE, BILDUNG & EVENTS Seite 48

Druckmarkt ist Mitglied
der EDP European Digital Press Association
www.edp-awards.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

arcus design 2017 | Foto: lassedesignen, fotolia

MACHT ENTSCHEIDER
ENTSCHEIDUNGSSICHER

mit relevanten Informationen auf der Homepage, mit dem PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹ im Internet und zweimonatlich mit dem gedruckten Magazin.

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

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

INHALT

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

Markt & Zahlen

4 Editorial: Nicht alles auf einen Schlag
6 Medienkonsum: Pro Tag vier Stunden Bewegtbild
7 Nachrichten
7 Geschäftsstimmung auf Talfahrt
8 Masterworks beteiligt sich an Heidelberg
12 50/50-Joint-Venture im Digitaldruck
14 Innovation kann man nicht kaufen
54 Die Pantonische Prophezeiung

Markt & Zahlen | Online-Print

18 Flyeralarm: Das Angebot wächst mit Signs
19 Nachrichten
20 Think global – Print online

Prepress

22 Cloud-basierte Lösungen setzen sich durch
24 Computer-to-Plate: Noch lange nicht ausgereizt
25 Die Maus wurde 50

Digitaldruck

26 Landas Nanographie im Betatest
32 Digitalfolie ›One Solution 4 All‹ – PVC-frei
32 Nachrichten
33 PPS: Steigerung von Qualität und Produktivität

Print & Finishing

36 Automatisierung ist unverzichtbar
40 Zurück mit dem Großplakat
43 LED-UV-Prozess für Onlineprint
44 Nachrichten
45 Subskription: Zeitgemäßes Angebot
46 On Demand und Just In Time

Termine, Bildung & Events

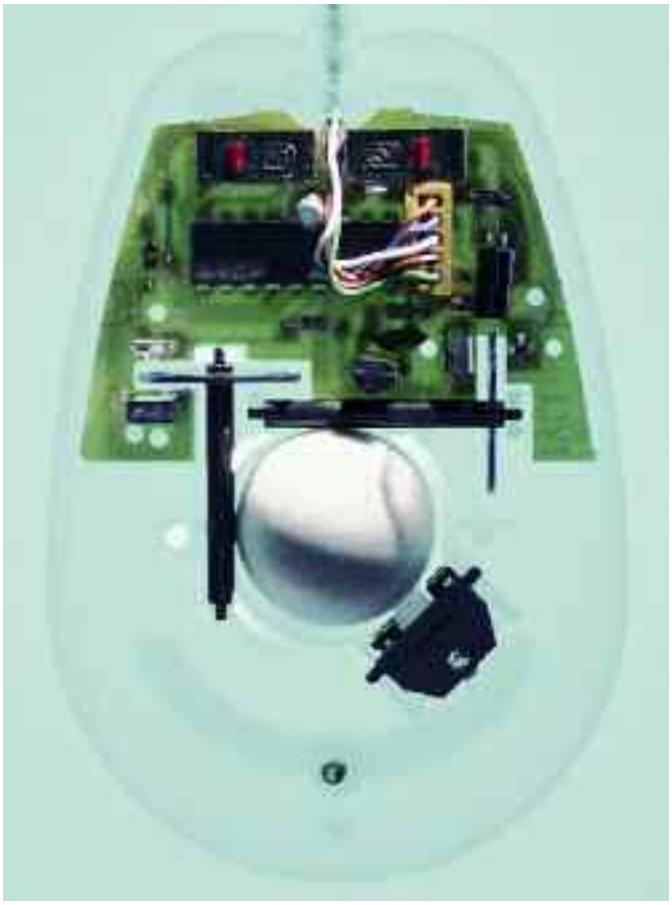
48 Terminkalender
49 Nachrichten
50 ICE: Sonderbereich für Spezialfolien und Extrusion
52 Seminare und sonstige Veranstaltungen

55 Business to Business
55 Impressum

TRENDS

NICHT ALLES AUF EINEN SCHLAG

Man muss kein Hellseher sein, um zu prognostizieren, dass sich die Entwicklungen digitaler Technologien auch in diesem Jahr wieder mit hoher Geschwindigkeit fortsetzen werden. Viele Technologien werden noch enger miteinander vernetzt und sich nicht ohne Fortschritte der jeweils anderen Bereiche weiterentwickeln können. Das Senden und Empfangen von Daten soll mit 5G, der fünften Generation des Mobilfunks, bis zu 100-mal schneller werden als die bisherigen Kommunikationskanäle, Übertragungen in Echtzeit ermöglichen und dem ›Internet der Dinge‹ sowie Print 4.0 noch mehr Schwung geben.



Vielleicht ist unser kurzer Beitrag zum 50. Geburtstag der Maus auf Seite 25 ein treffendes Beispiel dafür, wie sich Techniken entwickeln. Das geht natürlich nicht auf einen Schlag. Auch der Digitaldruck wird erst langsam zu dem, was seit Jahren versprochen wurde (siehe auch den Beitrag über *Landas Nanographie* auf Seite 26). Der Inkjet-Druck wird aber schneller sowie stabiler und schon deshalb ein dominierendes Thema bleiben, von dem neue Impulse ausgehen werden. Doch das Tempo der technischen Entwicklung im Labor und die Umsetzung für die Praxis sind zwei Paar Schuhe.

Gerade beim Digitaldruck gilt es weiterhin zu testen, zu probieren und die passenden Geschäftsmodelle zu finden. Denn um neues Business mit neuen Techniken zu befeuern, müssen auch neue Konzepte her, weil die alten Rezepte nicht mehr funktionieren. Deshalb ist es sinnlos darüber zu diskutieren, ob eine Technik eine andere ablöst. Die entscheidende Frage ist, wo welche Technik für welche Anwendung am sinnvollsten, weil am wirtschaftlichsten oder produktivsten, eingesetzt werden kann. Denn der Offsetdruck wird bleiben, er wird weiter automatisiert, die Rüstzyklen werden durch zusätzliche Automatismen noch kürzer und auch das Finishing schießt sich mehr und mehr auf vernetzte Produktionen ein.

Entsprechende Systeme sind zwar noch immer mit erheblichen Investitionen verbunden, doch das ist eigentlich nur ›Kleinkram‹. Denn das wirklich ›dicke Ding‹ ist die Transformation der Druckbranche zu einer ›smarten‹ Dienstleistungsindustrie, bei der das Drucken nur noch ein Teil des Gesamt-Angebots ist.

Dazu sind in den Druckereien noch enorme Anstrengungen notwendig, um sich weiter zu vernetzen (mit Kunden, Lieferanten und Kollegen-Betrieben) und die verschiedenen Prozesse weiter zu automatisieren. Auch das wird nicht auf einen Schlag gehen.

Die massiven Veränderungen, die offensichtlich auf die Branche zukommen, machen sich auch in unserem redaktionellen Alltag bemerkbar. Es sind zwar nicht grundsätzlich andere Themen als die, die der *Druckmarkt* bisher schon angesprochen hat. Doch die wirklich relevanten Fragen fokussieren sich immer mehr auf die digitale Transformation der Druckereien. Daher darf auch ein Fachmagazin Maschinen, Produkte und Lösungen nicht mehr isoliert betrachten, sondern muss sie einordnen, herauszufinden, wie sie sich in einen automatisierten Workflow integrieren lassen und ob sie Teil einer (digitalen) Strategie sein können. Damit ändert sich auch die Aufgabenstellung für Fachredaktionen. Sie müssen ihre Rolle als Chronisten und Berichterstatter hinter sich lassen und neu konzipiert werden. Das wird auch zu Veränderungen beim *Druckmarkt* führen. Und unser modifiertes Layout ist dabei nur ein erster Schritt. Es geht eben nicht alles auf einen Schlag.

Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

Das Optimum lässt sich jetzt noch steigern

Die Jet Press 720S hat das zuvor übliche Leistungsvermögen von Digitaldruckmaschinen verbessert und neue Maßstäbe für Qualität und Produktivität gesetzt. Unsere neue Jet Press 750S der dritten Generation bietet jetzt eine Geschwindigkeit von 3.600 Bogen pro Stunde und einen gesteigerten Nutzungsgrad bei derselben atemberaubenden Qualität. Im Austausch oder als Ergänzung zu Ihren Offsetdruckmaschinen bringen Sie deshalb mit der Jet Press 750S Ihr Unternehmen im Hinblick auf sich ändernde Marktanforderungen einen großen Schritt nach vorne.

www.imagineinkjet.com/Druckmarkt

FUJIFILM
Value from Innovation

Bildquelle: ocusfocus | 123rf.com

MEDIENKONSUM

PRO TAG VIER STUNDEN BEWEGTBILD

Der Medienkonsum verändert sich weiterhin. Fernsehen und Video gewinnen, doch bleiben Zeitschriften und Zeitungen trotz digitaler Angebote stabile Größen im Medienkonsum der Deutschen. Das Lesen von Büchern erfreut sich dabei weiter großer Beliebtheit.

Drei Stunden und 59 Minuten verbringen deutsche Medienkonsumenten täglich mit der Nutzung von bewegten Bildern. Den größten Anteil davon nimmt mit 87% noch immer TV mit knapp 210 Minuten ein. Europaweit liegt die Nutzungsdauer bei 4 Stunden und 5 Minuten. Sie hat damit im Verlauf der vergangenen 25 Jahre um 56 Minuten zugelegt, wie aus den TV Key Facts hervorgeht, die *RTL Ad Connect* vorgestellt hat. Dabei gehe der Trend zum Video über andere kanäle als TV.

Deloitte-Studie 2018: Print bleibt stabil

Weit interessanter erscheint aber der Media Consumer Survey, den der Wirtschaftsprüfer *Deloitte* alle zwei Jahre vorlegt. Danach bleiben Zeitschriften und Zeitungen trotz digitaler Angebote eine stabile Größen im Medienkonsum der Deutschen. Die Beliebtheit von Büchern wächst sogar. Das Fazit der Analyse: Digitale Angebote wachsen, aber Print bleibt stabil.

Nach der *Deloitte*-Studie 2018, in der 2.000 Konsumenten im Alter zwischen 14 und 75 Jahren befragt wurden, lesen 34% der Deutschen altersübergreifend täglich eine gedruckte Zeitung – vor zwei Jahren lag der Anteil bei 33%. Digitale Nachrichten werden überwiegend werbefinanziert (also kostenlos) oder als E-Paper gelesen. Inzwischen seien aber mehr Nutzer bereit, für einzelne Artikel im Internet zu zahlen.

Auch bei Zeitschriften ist die Popularität seit 2016 unverändert. Für Wachstum sorgen aber laut *Deloitte* die digitalen Angebote: E-Paper und digitale Flatrate-Angebote gewinnen an Bedeutung. Besonders in den mittleren Altersgruppen sei die Verbreitung der E-Papers beachtlich. Die Studie will herausgefunden haben, dass 48% der zwischen 25 und 34 Jahre alten Konsumenten inzwischen mindestens einmal pro Woche das E-Paper einer Zeitschrift lesen.

Wachstum verzeichnete gegenüber der Studie aus dem Jahr 2016 das Segment der gedruckten Bücher. Eine ›digitale Disruption‹ sei im Buchmarkt nicht ansatzweise erkennbar. 47% der Befragten griffen mindestens einmal pro Woche zum gedruckten Buch, ein Anstieg von 4% gegenüber 2016. 20% der Deutschen würden sogar täglich Bücher in Papierform lesen. E-Books entwickelten sich komplementär zu gedruckten Büchern ebenfalls positiv, etwa als handliche Alternative für unterwegs oder im Urlaub. Die meisten E-Book-Leser gibt es in den mittleren Alterssegmenten.

Doch nicht für alle klassischen Medien geben die Studienergebnisse Entwarnung. So habe das lineare Fernsehen in den vergangenen beiden Jahren in fast allen Altersgruppen Zuschauer verloren. Und auch das Radio verzeichne signifikante Rückgänge unter jungen Hörern.

> *www.deloitte.de*

FUSION Zum 1. Februar 2019 wird aus *Walter Digital* das Unternehmen *Walter digitalSolutions* und ein Schwesterunternehmen von *Esser printSolutions* in Bretten. *Walter Digital* produziert mit 50 Mitarbeitern im Rollen- und Bogendigitaldruck und hatte im August 2018 als Teil der *Heer Medien Holding* Insolvenz angemeldet. Im Zuge des Sanierungsprozesses wurde nach einem passenden Investor gesucht. »Wir kennen das Unternehmen *Esser* schon längere Zeit und haben uns als Kollegenbetriebe immer wieder gegenseitig ausgeholfen. Da wir im gleichen Markt tätig, technisch ähnlich aufgestellt sind und Synergien schaffen können, lag es nahe, Gespräche zu einer gemeinsamen Zukunft zu suchen«, sagt Axel Walter. Die *Esser printSolutions GmbH* mit etwa 65 Mitarbeitern ist für ihre Vorreiterrolle im Highspeed-Inkjet bekannt. Markus Esser führt das Unternehmen seit 2001 und hat es als feste Größe im deutschen Digitaldruckmarkt etabliert.

AUSBAU Die *Dr. Wirth Prepress GmbH,* eine Tochter der *Dr. Wirth Gruppe* mit Sitz in Frankfurt, hat bisher den technischen Service für Vorstufenprodukte der *Heidelberger Druckmaschinen AG* für Kunden in der Region Südwest angeboten. Zum 1. Januar übernahm die *Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (HDD)* die Serviceverträge, Kundendaten und Mitarbeiter der *Dr. Wirth Prepress GmbH*. Der Standort des Unternehmens in Rheinstetten (Flexo- und Tiefdruck) bleibt davon unberührt. > *www.heidelberg.com*

MANAGEMENT-BUY-OUT *Eversfrank* hat *ppi Media* zum 1. Januar 2019 an das Management veräußert. Im Rahmen des Management-Buy-outs übernehmen die bisherigen Geschäftsführer Dr. Hauke Berndt und Manuel Scheyda zusammen mit dem Investor Alexander Eck das Softwareunternehmen, das *Eversfrank* 2012 von der *manroland AG* übernommen hatte. *ppi Media* hat über 100 Mitarbeiter an den Standorten Kiel, Hamburg und Chicago und vertreibt seine Lösungen vom medienübergreifenden Redaktionssystem bis zum kompletten Verlagsworkflow in mehr als 20 Ländern. > *www.ppimedia.de*

ZUKAUF Der Rollenoffsetmaschinenhersteller *manroland Goss web systems* hat den niederländischen Spezialisten für gebrauchte Rollenoffsetmaschinen, *GWS Printing Systems,* im Dezember 2018 übernommen. > *www.manroland-web.com*

VDM + VPI = DMPI Der *Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg (vdm)* und der *Verband der Papier, Pappe und Kunststoff verarbeitenden Industrie Baden-Württemberg (vpi),* beide im Haus der Druckindustrie in Ostfildern bei Stuttgart ansässig, bündeln ihre Kräfte und starten unter der Marke *dmpi – Industrieverbände Druck und Medien, Papier- und Kunststoffverarbeitung Baden-Württemberg* ins neue Jahr. Durch den gemeinsamen Auftritt sehen Vorstand und Geschäftsführung die Verbände gegenüber Politik und gesellschaftlichen Gruppen gestärkt. > *www.dmpi-bw.de*

DGUV-VORSCHRIFT Als eine der ersten Druckereien hat die *Badisches Druckhaus Baden-Baden GmbH* von der Kooperation zwischen *S.E.M.* und *Koenig & Bauer* profitiert. Im Rahmen der Durchführung der sogenannten Unfallverhütungsvorschriften der *Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung* (*DGUV*-Vorschrift 3) klappte das Zusammenspiel beider Unternehmen problemlos.

BVDM KONJUNKTURTELEGRAMM

GESCHÄFTSSTIMMUNG AUF TALFAHRT

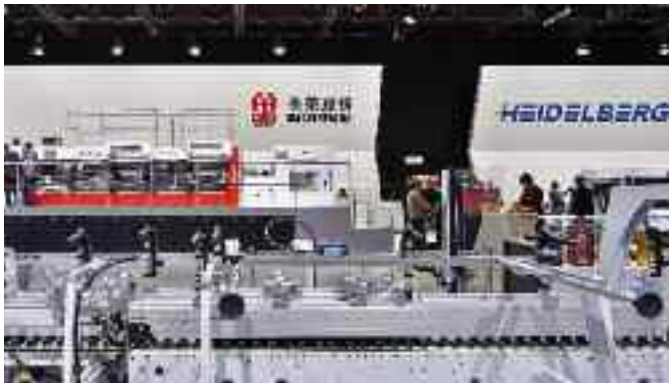
Das Jahr 2018 endet in der deutschen Druck- und Medienindustrie mit einem Stimmungseinbruch. Der vom *bvdm* berechnete Geschäftsklimaindex ist im Dezember gegenüber dem Vorjahresmonat um 7,2% gesunken.

Die vom *ifo Institut* befragten Druck- und Medienunternehmen beurteilten ihre aktuelle Geschäftslage schlechter als in den Monaten zuvor und zeigten sich zugleich hinsichtlich der Geschäftslage in den kommenden sechs Monaten deutlich skeptischer. Die Werte der aktuellen und erwarteten Geschäftslage bestimmen die Entwicklung des Geschäftsklimas, das einen guten Vorlaufindikator für die Produktionsentwicklung der Druck- und Medienindustrie darstellt.

Der saisonbereinigte Index der aktuellen Geschäftslage ist im Dezember 2018 zum Vormonat um 6,4% auf 95,7 Zähler gesunken. Dabei überwogen zum ersten Mal seit Mitte 2016 wieder die negativen Lagebeurteilungen die positiven Meldungen. Gegenüber dem Dezemberwert 2017 ging der Geschäftslageindex um 9,0% zurück. Obwohl die Entwicklung der Nachfrage und der Produktion im Vormonat als einigermaßen gut bewertet wurde, fiel die Beurteilung des aktuellen Auftragsbestandes insbesondere in Bezug auf Auslandsaufträge unbefriedigend aus.

Gleichzeitig zeigten sich die Unternehmen im Dezember 2018 hinsichtlich ihrer Geschäftslage in den kommenden sechs Monaten äußerst skeptisch. Der saisonbereinigte Index der Geschäftslageerwartungen lag zum Vormonat mit 7,8% im Minus. Zugleich sank der Index gegenüber dem Vorjahreswert um 5,3% auf 96,5 Zähler. Nur etwa 8% der Befragten planen mit einer Produktionsausweitung in den kommenden Monaten, knapp 26% erwarten hingegen Produktionsrückgänge. Somit ergibt sich ein negativer Saldo, der bei Produktionsplänen der Druck- und Medienunternehmen im Dezember saisonüblich ist. Allerdings lag das diesjährige Saldoniveau mit über 17 Prozentpunkten stärker im Minus als im Vorjahr (–10%). Angesichts der erwarteten Produktionsrückgänge gehen immer mehr Unternehmen davon aus, dass sie in den nächsten Monaten Personal abbauen müssen: Der Anteil der Meldungen mit Personalabbau überwog den mit Personalaufbau um über 20%.

> *www.bvdm-online.de/kt*



HEIDELBERG UND MASTERWORKS

MASTERWORKS BETEILIGT SICH AN HEIDELBERG

Offiziell heißt es, *Heidelberger* wolle die Marktposition im Verpackungsdruck weiter ausbauen und dazu die langjährige Partnerschaft mit der chinesischen *Masterwork Group* erweitern. Doch das ist nur der Aufhänger.

Der Kern der Nachricht geht weit darüber hinaus: Es geht um eine nennenswerte Beteiligung der chinesischen *Masterwork Group* am Druckmaschinenhersteller. Durch eine geplante Kapitalerhöhung von 8,5% am Grundkapital gewinnt *Heidelberg* einen strategischen Ankeraktionär und kann gleichzeitig sein Eigenkapital stärken. Vorbehaltlich der Zustimmung der relevanten Gremien soll die Maßnahme bis Ende März 2019 umgesetzt werden. Die durch die Kapitalerhöhung fließenden finanziellen Mittel sollen zur beschleunigten Umsetzung der digitalen Agenda und zur allgemeinen Unternehmensfinanzierung verwendet werden.

»Vorstand und Aufsichtsrat von *Heidelberg* begrüßen die Vertiefung der

seit Jahren erfolgreichen Zusammenarbeit mit *Masterwork*. Dadurch erschließen sich uns weitere Potenziale im wachsenden Verpackungsdruck und vor allem im größten Einzelmarkt der Welt, China«, kommentiert **Rainer Hundsdörfer,** Vorstandsvorsitzender des Unternehmens, die Beteiligung. »Wir erwarten eine deutliche Effizienzverbesserung und eine bessere Auslastung unserer Werke weltweit. Ich möchte dabei betonen, dass dies nicht zu einer Schwächung unserer Heimatstandorte in Deutschland führen wird. Wir freuen uns, mit *Masterwork* einen weiteren langfristig orientierten Investor gewinnen zu können, der von der Innovationsstärke, der Strategie und dem Zukunftspotenzial von *Heidelberg* überzeugt ist.«

Heidelberg und die börsennotierte *Masterwork*, die zu den größten chinesischen Anbietern in der Weiterverarbeitung von Verpackungen gehört, verbindet seit einigen Jahren eine enge Partnerschaft im Verpackungsmarkt. *Masterwork* hat 2014 die Postpress-Packaging-Technologien der *Heidelberg Druckmaschinen AG* erworben, die wiederum den weltweiten Vertrieb verantwortet.

»*Heidelberg* ist für uns der ideale Partner, um gemeinsam die Wachstumspotenziale im Verpackungsdruck zu nutzen. Unsere Beteiligung an dem Traditionsunternehmen unterstreicht unsere Absicht zur langfristigen Zusammenarbeit und unsere Überzeugung in Bezug auf die strategische Ausrichtung des Unternehmens«, sagt Li Li, Präsidentin von *Masterwork*.

> *www.heidelberg.com*

PRODUKTVERPACKUNGEN

Orientierung über umweltfreundliche Verpackungen

Verpackungen haben schon länger ein Imageproblem. Derzeit ergießt sich eine Welle der öffentlichen Empörung über die Kunststoffverpackungen. Vor allem die immer stärker zunehmende Verschmutzung der Ozeane und die damit verbundenen Folgen haben Kunststoffverpackung in den Fokus vieler Umweltschützer rücken lassen. Die Politik hat den öffentlichen Druck aufgenommen und beginnt Produkte aus Kunststoffen gezielt zu verbieten. In der Gesellschaft und Politik hat sich scheinbar ein Konsens gebildet: Lösungen ohne Kunststoff sind umweltfreundlicher.

Das zeigt auch die Studie *European Consumer Packaging Perceptions,* die von *Pro Carton* in Auftrag gegeben wurde und an der sich 7.000 Verbraucher in sieben Ländern, darunter 1.000 in Deutschland, beteiligten. Was dabei nicht überrascht: Die europäischen Verbraucher sehen Pappe beziehungsweise Karton als die am besten recycelbare Verpackungsform an. 42% haben ihr den besten Wert gegeben, Glas belegt mit 37% den zweiten Platz. Weitere interessante Ergebnisse in Kurzform:

77% geben an, dass die Umweltauswirkungen von Verpackungen ihre Kaufentscheidungen beeinflusst.
50% haben bereits Marken oder Produkte aufgrund von Bedenken hinsichtlich der verwendeten Verpackung gewechselt.
50% der deutschen Konsumenten verzichten auf den Kauf von Produkten, die in nicht nachhaltigen Materialien verpackt sind.
61% der befragten 19- bis 29-jährigen in Deutschland gaben an, dass sie sich im vergangenen Jahr aufgrund der Verpackung eines Produkts für einen Markenwechsel entschieden haben. Recyclingfähigkeit und unnötige Umverpackung wurden als Hauptgründe genannt.
54% haben die Anzahl der im vergangenen Jahr gekauften in Kunststoff verpackten Produkte reduziert.
79% gaben an, dass sie bereit wären, mehr für Produkte zu zahlen, deren Verpackung der Umwelt nicht schaden.
70% glauben, dass Einzelhändler und Marken nicht genug tun, um umweltfreundlichere Verpackungen auf den Markt zu bringen.
80% der über 50-jährigen in Deutschland gaben an, dass mehr getan werden muss, um umweltfreundliche Verpackungen einzuführen.
88% der deutschen Konsumenten fordern Informationen auf der Verpackung, die verdeutlichen, wie umweltfreundlich das Packmittel ist.
90% der Käufer in Deutschland wünschen, dass Verpackungen leicht recycelbar sind.
90% der Konsumenten würden sich für eine nachhaltige Verpackung entscheiden, wenn sie die Wahl zwischen dem gleichen Produkt verpackt in Karton oder in Kunststoff hätten.

Jetzt ist es natürlich so, dass es immer sinnvoll wäre, auch die Fragestellungen solcher Umfragen zu kennen, um einschätzen zu können, inwieweit den Befragten die Antworten in den Mund gelegt wurden. Dennoch dürfte sich aus diesen Zahlen ein Trend ableiten lassen, der pro Karton und Papier ist. *nico*

DIGITALES ZEITALTER
Marktangebot wird umgestellt

Unternehmen in Europa bewerten ihr Marktangebot neu, um mit den Kundenanforderungen Schritt halten zu können. Einer Studie im Auftrag von *Ricoh Europe* zufolge gehen 24% der 3.300 befragten Führungskräfte in KMU aus 23 Ländern davon aus, dass sie in den nächsten fünf Jahren völlig andere Dienstleistungen und Produkte anbieten werden. Angesichts der Veränderungen gaben 59% an, dass Innovation höchste Priorität hat. Das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Nachfrage nach mehr Produktvielfalt und steigende Qualitätsansprüche haben den größten Einfluss darauf, wie Marktangebote relevant bleiben können. Deshalb gehen 91% davon aus, dass sie ihr Angebot zumindest teilweise umstellen werden.
Technologie gilt als unerlässlich für den Innovationsprozess. 45% der Entscheider planen daher, datengestützte Erkenntnisse für die Entwicklung ihres Produktangebots zu nutzen. Es gibt allerdings noch immer Bedenken: 59% wünschen sich Zugang zu besseren Arbeitsplatztechnologien, 42% wollen eindeutigere Informationen zur Finanzierung und 39% sehen komplexe Vorschriften als Herausforderung an.
> *www.ricoh.de*

ATLANTIC ZEISER
Teil der Coesia Gruppe

Atlantic Zeiser, spezialisiert auf Kartenpersonalisierung und Verpackung, gehört nun zur *Coesia Gruppe,* einem Firmenverbund aus 21 Industrie- und Verpackungsunternehmen mit Sitz in Bologna. Im September 2018 wurde die Akquisition der *Atlantic Zeiser*-Geschäftsfelder Kartenpersonalisierung und Verpackung sowie der Mehrheitsbeteiligung an *Tritron,* Hersteller von Spezialtinten für den digitalen Industriedruck, abgeschlossen.
Atlantic Zeiser behält seinen Sitz in Emmingen-Liptingen. Thomas Obitz, bisher kaufmännischer Geschäftsführer von *Atlantic Zeiser,* wird das neue Unternehmen leiten.
Atlantic Zeiser werde sich auf Wachstumssegmente beim Inline-Printing konzentrieren, so Obitz. In der Verpackung seien das vor allem Pharma, Kosmetik und Fast Moving Consumer Goods, im Kartensegment betreffe es ID-, Kredit- und Kundenkarten.
Sämtliche Mitarbeiter der von *Coesia* erworbenen Unternehmensteile wurden übernommen. Nicht Teil der Akquisition sind die Aktivitäten in der Banknotenserialisierung und Individualisierung von Sicherheitsdokumenten. Sie verbleiben in der Züricher *Orell Füssli Gruppe,* die seit 2003 alleiniger Eigentümer ist, und werden in deren Holding als *Zeiser GmbH* weitergeführt.

bvdm-Szenarien
IMPULSE ZUR STRATEGIE-ENTWICKLUNG

Welche Konsequenzen hat die digitale Transformation und wie müssen sich Unternehmen darauf einstellen? Mit dieser Frage setzt sich die *bvdm*-Publikation ›Druckindustrie 4.0 – Impulse zur Strategieentwicklung für Druck- und Mediendienstleister‹ auseinander. Die Veröffentlichung, die zusammen mit dem *Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation* erarbeitet wurde, zeigt branchenspezifische Zukunftsszenarien, Chancen, Risiken und Handlungsoptionen auf. Analysiert werden dabei Geschäftsfelder, Produkte, Produktion sowie Kunden- und Lieferantenbeziehungen.
»Zu häufig wird der Begriff Druckindustrie 4.0 ausschließlich mit der Automatisierung der Produktion assoziiert«, meint Co-Autor *Harry Belz.* »Eine sinnvolle Digitalstrategie umfasst aber alle Unternehmensbereiche – und

Die Publikation ›Druckindustrie 4.0: Impulse zur Strategieentwicklung für Druck- und Mediendienstleister‹ ist als 72-seitige PDF-Datei im Format DIN A4 erschienen und ausschließlich für Mitglieder des Verbandes erhältlich. Sie kann gratis über den bvdm-Shop oder bei den Druck- und Medienverbänden angefordert werden.
Art.-Nr. 85509

ist daher Chefsache. Diesen Aspekt wollten wir herausarbeiten und haben bewusst die Märkte als Ausgangspunkt unserer Überlegungen gewählt. Wenn Digitalisierung Kundenbedürfnisse und Geschäftsmodelle der Zulieferer verändert, müssen auch Druckereien ihre Strategien überprüfen.« Die Bedeutung ganzheitlicher Strategien unterstreichen die drei Beispiele von drei Unternehmen (*Elanders GmbH* in Waiblingen, *BWH GmbH* in Hannover und *Rheinisch Bergische Druckerei* in Düsseldorf), die auf dem Weg ins Industrie-4.0-Zeitalter schon ein gutes Stück vorangeschritten sind.
> *www.bvdm-online.de*

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

DIGITALE WELT
Wichtiges für 2019

In der digitalen Welt gibt es 2019 neue Vorschriften und Rechte für Verbraucher. Der Digitalverband *Bitkom* hat wichtige Neuerungen zusammengetragen.
Seit 2017 gelten in der EU einheitliche Tarife für den mobilen Datenverbrauch im Internet, für Telefongespräche und SMS im EU-Ausland – das sogenannte Roaming. Ab **15. Mai 2019** erhalten auch Telefonate und SMS aus dem Heimatland in ein anderes EU-Land gleiche Preisobergrenzen. Für ein Telefonat per Handy oder Festnetz aus dem Heimatnetz ins EU-Ausland sind maximal 19 Cent zu zahlen, für eine SMS nur 6 Cent.
Ab **14. September 2019** dürfen Bankkunden die sogenannte iTAN-Liste nicht mehr nutzen.
Seit **1. Januar 2019** gelten neue Haftungspflichten für Betreiber von Online-Marktplätzen.
Danach können Betreiber für eine entstandene und nicht abgeführte Umsatzsteuer in Haftung genommen werden, wenn Händler ihren Steuerpflichten nicht nachgekommen. Die Marktplatzbetreiber können der Steuerhaftung entgehen, wenn sie von ihren Händlern einen Nachweis über die steuerliche Registrierung in Deutschland vorlegen können.
> *www.bitkom.org*

Bildquelle: Tower Products

PAPIER UND DRUCKFARBEN

Nächste Runde bei den Preiserhöhungen

Es gibt offensichtlich keine Ruhe bei den Preisen für Verbrauchsmaterialien: Aufgrund der Ankündigungen weiterer Preissteigerungen seitens der Papierindustrie werden die *Papier Union* und *Antalis* ihre Preise Anfang 2019 erneut anpassen. Das ist die dritte Preiserhöhung innerhalb eines Jahres. Sie sollen bis zu 8% betragen und sich auf das gesamte Sortiment beziehen.
Auch der Druckfarbenhersteller *Siegwerk* (Siegburg) hat eine Erhöhung der Preise für alle Verpackungsdruckfarben und -lacke ab dem 1. Februar 2019 angekündigt. Grund seien die gestiegenen Rohstoffpreise für UV-Monomere, Acrylharze, Pigmente, Spezialadditive und Photoinitiatoren.
> *www.antalis.de*
> *www.papierunion.de*
> *www.siegwerk.com*

TOWER PRODUCTS EUROPE

Neuer Hersteller von Druckchemikalien

Das niederländische Handelshaus *Wifac* und der amerikanische Druckchemikalienhersteller *Tower* haben ein Unternehmen unter dem Namen *Tower Products Europe* in Mijdrecht, Niederlande, gegründet. Beide Gesellschaften sind zu je 50% Eigentümer: *Tower* liefert die Rezepturen, *Wifac* das Produktions- und Vertriebsnetz. Zunächst sollen Feuchtmittelzusätze, Waschmittel, Reiniger und Produkte für alkoholfreie Drucktechniken in den Niederlanden hergestellt werden, durch die *Fogra* zertifiziert und auf der Präferenzliste der Druckmaschinenhersteller platziert werden. Im Laufe des Jahres 2019 soll die Produktion dann aufgestockt werden und der Vertrieb vom deutschen Standort Emmerich am Rhein erfolgen.
> *www.wifac.nl*

FELDMUEHLE-INSOLVENZ

Aus für grafische Papiere

Wie gemeldet, ist die *Feldmuehle GmbH*, die im Frühjahr 2018 die insolvente *Feldmuehle Uetersen* übernommen hatte, insolvent. Das Unternehmen sei durch gestiegene Energiekosten, Rohstoffe und unter den Erwartungen liegenden Umsatzerlösen ungeplant belastet worden, heißt es in einer Stellungnahme. Dies hätten auch Preiserhöhungen nicht kompensieren können.
Feldmuehle stellte bisher jährlich rund 250.000 Tonnen Papier für klassische Printprodukte und Verpackungen her. Jetzt soll die Produktion von grafischen Papieren eingestellt und die Papiermaschine 2 stillgelegt werden.
Künftig will sich *Feldmuehle* auf Spezialpapiere wie nass- und laugenfeste Etikettenpapiere sowie Verpackungspapiere konzentrieren.
> *www.feldmuehle-uetersen.com*

HEAVEN 42

Igepa lässt Papier weiter produzieren

Die Stilllegung der Papiermaschine bei der *Feldmuehle* hat auch Konsequenzen für das Premiumpapier *Heaven 42,* das bis zum Jahreswechsel 2017/2018 von der *Papierfabrik Scheufelen* hergestellt wurde. Nach deren Insolvenz im Januar 2018 erwarb die *Igepa group* die Marken- und Vertriebsrechte an *Heaven 42* und ließ das Papier nach Original-Rezeptur bei der *Feldmuehle* herstellen. Nach deren erneuter Insolvenz und der Stilllegung der Papiermaschine für grafische Papiere wird das die Premiummarke nun von einer anderen, nicht näher benannten Papierfabrik hergestellt.
> *www.igepagroup.com*

KEINE RUHE BEIM PAPIER

Arjowiggins beantragt Insolvenz

Der französische Papierkonzern *Sequana* hat verschiedenen Berichten zufolge für sein Tochterunternehmen *Arjowiggins* die Eröffnung eines Schutzschirmverfahrens sowie für drei französische Papierwerke von *Arjowiggins* Insolvenz beantragt. Zuvor war Ende Dezember der geplante Verkauf von *Arjowiggins* gescheitert. In einem Marktumfeld mit historischen Höchstpreisen für Zellstoff und sinkenden Volumen war es dem Unternehmen offenbar nicht gelungen, die Kosten in den Griff zu bekommen. Die Aktie wurde am 7. Januar 2019 aus dem Handel genommen. Inzwischen seien aber auch britische Gesellschaften betroffen, teilt der Branchendienst *Euwid* unter Bezug auf eine Unternehmensmeldung mit: Für *AW UK Holdings, Arjo Wiggins Fine Papers* und einige weitere Unternehmen sei Insolvenz beantragt worden.
Arjowiggins ist Hersteller grafischer Spezialpapiere und neben dem Papiergroßhändler *Antalis* ein weiterer *Sequana*-Geschäftsbereich.
> *www.arjowiggins.com*

SCHEUFELEN

Investoren setzen auf Graspapier

Die *Papierfabrik Scheufelen GmbH* in Lenningen hat weitere Investoren für ihr Graspapier-Konzept gewonnen. Wie es in einer Mitteilung heißt, glauben Investoren an das Potenzial von Papieren aus Grasfaser und hätten daher in die Papierfabrik investiert. Dies habe zu einer »signifikanten Erhöhung des Eigenkapitals« geführt. Nähere Angaben machte das Unternehmen nicht. Das neue Kapital soll für den Ausbau der Graspapier-Produktion eingesetzt werden. Das Papier kann für die Herstellung von Notizblöcken, Büchern und Schreibpapier sowie für Verpackungen (Wellpapp- und Faltschachteln) eingesetzt werden und zu einer Alternative für aus Plastik hergestellten Produkten werden. Bei der Herstellung aus Grasfaser werden nach Angaben von *Scheufelen* 50% weniger Kohlenstoff, Energie und Chemikalien eingesetzt, was im Vergleich zur Papierherstellung mit aus Holz gewonnener Zellulose eine Ersparnis von etwa 6.000 Liter Wasser pro Tonne Fasermaterial bedeute.
> *www.scheufelen.com*

EINKAUFSVERBUND DRUCK

Aktiv auf die Verschärfung im Beschaffungsmarkt reagieren

Von Christian Schaffrath

In einem schrumpfenden Marktumfeld und angesichts des Wandels beim Bedarf an Printprodukten wachsen die Herausforderungen für Druckereien. Gleichzeitig führt die Konsolidierung in Industrie und Handel (Übernahmen, Insolvenzen etc.) zu Einschränkungen der Produktvielfalt. Warben vor 20 Jahren noch gut 30 Papierlieferanten um die Gunst der Kunden, ist die Zahl auf eine Handvoll zurückgegangen; 2019 droht mit der Verschmelzung der *Inapa*-Tochter *Papier Union* und *Papyrus Deutschland* eine weitere Verschärfung. So steuern wir im Papiermarkt auf Angebotsoligopole zu. Zudem ist mit einer deutlichen Papierverknappung zu rechnen. In naher Zukunft könnten über 1,6 Millionen Tonnen grafische Papieren aus dem europäischen Markt verschwinden – nicht zuletzt durch die Neuausrichtung von Papierfabriken auf Verpackungspapiere und -pappen.
Während wir in der vergangenen Zeit von einem Käufermarkt profitierten, sehen wir uns nun mit einem Verkäufermarkt konfrontiert. Die weniger gewordenen Lieferanten und Hersteller werden zusehends stärker, Wahl- sowie Ausweichmöglichkeiten schrumpfen weiter und Lieferzeiten und Servicekosten steigen kontinuierlich an. In Druckereien ist aufgrund der Kostensteigerungen und einer schlechteren Ertragssituation ein Wettlauf um Effizienz und Kostenreduzierung entstanden.
In der Folge nutzen immer mehr Druckereien die Stärken von Einkaufsgemeinschaften. Mit über 50.000 Jahrestonnen in Deutschland und Österreich gehört die *Einkaufsverbund Druck GbR (EVD)* zu den am besten aufgestellten Zusammenschlüssen. Die in der *EVD* kooperierenden Betriebe können dabei das Know-how der gesamten Gruppe nutzen.
Das Angebot geht inzwischen über die Papierbeschaffung und eine Restebörse hinaus: Auch beim Einkauf von Farben und Platten oder bei der Investition in Maschinen bündeln die *EVD*-Mitglieder ihr Know-how und nutzen ihr Gewicht am Markt.
> *www.einkaufsverbunddruck.de*

RAPID TRANS UT
Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung
Neues, dynamisches Design | Höhere Produktivität | Automatische Formatumstellung | Duplex
MKW Graphische Maschinen
www.mkwgmbh.de
MKW Graphische Maschinen GmbH · D-56766 Ulmen · Am Weiher · Telefon +49 (0)2676 93050

KOENIG & BAUER UND DURST

50/50-JOINT-VENTURE IM DIGITALDRUCK

Vollautomatische Single-Pass-Digitaldrucklösungen samt Peripheriesystemen für die Faltschachtel- und Wellpappenindustrie sind das Ziel des 50/50-Joint Ventures zwischen *Koenig & Bauer* und *Durst*.

Das geplante Joint Venture soll seinen Sitz in Deutschland haben und für Entwicklung, Integration, Bau und Vertrieb der wasserbasierten Single-Pass-Digitaldruckanlagen verantwortlich sein. Über das Joint Venture soll auch das Tinten- und Servicegeschäft für die über das globale Netzwerk der beiden Muttergesellschaften vertriebenen Maschinen abgewickelt werden. Bis zur drupa 2020 soll die VariJet für den digitalen Faltschachteldruck fertiggestellt werden. Die hatte *Koenig & Bauer* schon zur *drupa* 2016 mit dem damaligen Kooperations-Partner *Xerox* angekündigt. Dieses Projekt kam aber nie zum Laufen.

Claus Bolza-Schünemann, CEO von *Koenig & Bauer,* sieht im Joint-Venture-Partner *Durst Phototechnik* »aufgrund des vorhandenen Know-hows und der großen Erfahrung im Inkjet sowie der qualitativ hochwertigen Lösungen den idealen Partner für das neue Projekt«. Schließlich bieten die Digitaldruckpioniere aus Südtirol seit 25 Jahren Inkjet-Lösungen, sehen sich als Technologieführer im Bereich des Inkjet-Druckverfahrens und haben in Branchen wie dem Keramik-, Textil- und Wellpappendruck bereits zur digitalen Transformation von Produktionsprozessen beigetragen. So-

wohl in der grafischen Industrie als auch bei der Oberflächendekoration gelten die *Durst*-Druck- systeme als Maßstab für Druckqualität und Produktivität. Für **Christoph Gamper,** CEO der *Durst Phototechnik AG,* ist das Joint Venture »ein ›Perfect Match‹, denn durch die Zusammenführung unserer Stärken werden wir die Digitalisierung in der Verpackungsindustrie vorantreiben. Beide Unternehmen gleichen sich in ihrer Kultur und strategischen Ausrichtung und beide sind Technologieführer in ihren Bereichen. Mit der Partnerschaft empfehlen wir uns noch stärker als Highend-Systemanbieter für die Industrie.«

> *www.koenig-bauer.com*

Für den Faltschachteldruck soll das modulare Konzept der VariJet die Kombination von Inkjet-Druck mit den aus dem Offset bekannten Druck- und Inline-Veredelungsmöglichkeiten ermöglichen.

DIGITALDRUCK-KONGRESS

Konzepte und Anwendungen

Der 4. Digitaldruck-Kongress am 6. Februar 2019 in Düsseldorf beschäftigt sich mit Strategien, Geschäftsmodellen, Instrumenten, Konzepten und Anwendungen im Digitaldruck.
So beschreibt Klaus Busch, Geschäftsführer der *Druckerei Busch GmbH,* wie er den Bogenetikettendruck um Rollenetiketten erweiterte, welche Überlegungen dahinterstecken und warum das neue Standbein ein Zukunftsmarkt für ihn ist.
›Think Big‹ lautet das Motto von Steffen Tomasi, Geschäftsführer der *Flyerline Schweiz AG.* Er zeigt auf, wie das Unternehmen mit LFP-Produkten und Marketing-Aktionen auf sich aufmerksam macht und das Geschäft ausbaut.
Um mehr als digitalen Druck geht es im Vortrag von Thomas Egenolf, *Offsetdruckerei Schwarzach,* aus Österreich. Sein Unternehmen ist auf Verpackungen in kleinen und mittleren Auflagen spezialisiert. Er berichtet von seinen Erfahrungen bei der Einführung einer digitalen Strategie und zeigt, wie Web-to-Packaging-Projekte realisiert werden können.
Darüber hinaus beschäftigt sich Patrick Donner, Geschäftsführer *Traffic Print Online Solutions GmbH,* mit dem Thema ›Digitalisierung – Totengräber der Druckindustrie?‹; Rainer Wilke, Geschäftsführer *Christiansen Print GmbH,* berichtet über die ›Digitale Transformation‹ aus der Praxis und Peter Sommer, Geschäftsführer *Elanders GmbH,* thematisiert den Umstand ›Mit Digitaldruck Geld verdienen‹ zu können.

Das vollständige Programm, Anmeldemöglichkeit und weitere Informationen:
> *www.ddk2019.de*

STEUERPFLICHT

Schweizer Steuer für Versandhändler

Ab 2019 sind ausländische Versandhändler in der Schweiz mehrwertsteuerpflichtig, wenn sie mit Kleinsendungen einen Umsatz von mehr als 100.000 CHF jährlich in der Schweiz generieren.
Kleinsendungen sind Lieferungen in die Schweiz, für die keine Schweizer Einfuhrumsatzsteuer erhoben wird, wenn der Steuerbetrag weniger als 5 Franken beträgt: zum Beispiel für Artikel mit einem Warenwert unter 65 CHF beim regulären Steuersatz von 7,7% und für Artikel mit einem Warenwert kleiner als 200 CHF bei einem reduzierten Steuersatz von 2,5%.
Unternehmen, die einen Umsatz von mindestens 100.000 CHF aus Kleinsendungen erzielen, sind ab Januar 2019 obligatorisch in der Schweiz steuerpflichtig und müssen sich im Schweizer MWST-Register eintragen lassen und die Rechnungen an die Schweizer Kunden mit Schweizer Mehrwertsteuer ausweisen.
> *www.estv.admin.ch*

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 FÖRDER-GESELLSCHAFT. **SCHÖPFEN** SIE AUS DEM WISSENSSPEICHER 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

Innovation kann man nicht kaufen

Es wurde viel über den globalen Wettbewerb, die Stärke des deutschen Maschinenbaus, Technologieführerschaft und den digitalen Transformationsprozess gesprochen. Wenn ein Unternehmen nach zweijähriger Konzeption, Planung und Umsetzung ein Innovationszentrum eröffnet, sind ausschweifende Blicke in die Vergangenheit eben Fehl am Platz. Innovation ist nun einmal zukunftsorientiert.

Text: Klaus-Peter Nicolay | Fotos: Heidelberger Druckmaschinen AG

Mit der Eröffnung eines neuen Innovationszentrums (IVZ) in Wiesloch-Walldorf will die *Heidelberger Druckmaschinen AG* ihren Anspruch auf Technologieführerschaft deutlich machen und zugleich den digitalen Transformationsprozess im eigenen Haus und der Branche vorantreiben. Rund 135 Mio. Euro investiert der Druckmaschinenhersteller jährlich in Forschung und Entwicklung. Nur so sei es gelungen, trotz des jahrelangen Strukturwandels den Schritt in die digitale Zukunft zu gehen.

»Mit seinem Innovationszentrum zeigt *Heidelberg*, wie ein Unternehmen die Zeichen der Zeit für seine Zukunft nutzen kann. *Heidelberg* hat stets Ingenieurskultur mit innovativen Technologien verbunden. Dieser Verzahnung ist es zu verdanken, dass heute die modernste Forschungsstätte für die Druckindustrie eröffnet wird«, sagte Baden-Württembergs Ministerpräsident Winfried Kretschmann anlässlich der Eröffnung am 13. Dezember 2018. Das Innovationszentrum sei ein Leuchtturm des baden-württembergischen Maschinenbaus, so der Ministerpräsident.

›Open for Innovation‹: Gemeinsam eröffnen Baden-Württembergs Ministerpräsident Winfried Kretschmann (2.von links), Heidelberg-CEO Rainer Hundsdörfer (links), Technik-Vorstand Stephan Plenz (Mitte) und Entwicklungschef Frank Kropp vor rund 200 geladenen Gästen das neue Innovationszentrum am Standort Wiesloch-Walldorf.

»Die Stärke des deutschen Maschinenbaus wird weltweit hoch geschätzt – hier sind wir nach wie vor die Nummer eins«, erwiderte Rainer Hundsdörfer, Vorstandsvorsitzender von *Heidelberg*. »Mit unserer neuen Ideenschmiede wollen wir unsere Technologieführerschaft auch in der Digitalisierung der Printmedien-Industrie weiter ausbauen.« Hundsdörfer hatte das Innovationszentrum bei seinem Amtsantritt im November 2016 zur Chefsache erklärt, schließlich sollten nach dem Umzug aller anderen Abteilungen des Konzerns nach Wiesloch-Walldorf neben den Kundenzentren auch Forschung und Entwicklung auf dem Werksgelände konzentriert werden.

Entwicklungsprozess unter einem Dach

»Innovation kann man nicht kaufen – aber die Räume schaffen, wo sie entsteht«, stellte Stephan Plenz, Vorstand Digital Technology, fest. »Die Nähe des IVZ zur Produktion fördert einen agilen und bereichsübergreifenden Entwicklungsprozess.«

Mit der Investition von 50 Mio. Euro in das IVZ bietet *Heidelberg* den rund 1.000 Mitarbeitern eine neue Arbeitswelt und fasst den gesamten Entwicklungsprozess unter einem Dach zusammen. So sei das Innovationszentrum das Herz des Unternehmens und des künftigen High-Tech-Campus, zu dem das Gelände in Wiesloch-Walldorf Schritt für Schritt ausgebaut werden soll, kündigte Plenz an.

>

Ein Schwerpunkt der zahlreichen Entwicklungsprojekte im Heidelberg Innovationszentrum ist der Ausbau des industriellen Digitaldruck-Portfolios – hier ein Versuchsstand mit der Gallus Labelfire.

Das IVZ ist die Zentrale des europäischen Entwicklungsnetzwerks von Heidelberg. Fast 1.000 Experten forschen und entwickeln zu allen relevanten Themen der Printmedien, beispielsweise in der Tintenentwicklung für den Digitaldruck.

»Die Digitalisierung und die Herausforderungen des überall stattfindenden Transformationsprozesses erfordern neue Formen der Zusammenarbeit. In Baden-Württemberg, wo Spitzentechnologie, Präzision und Verlässlichkeit Teil von Geschichte und Kultur sind, ist *Heidelberg* mit seinem IVZ ein Vorbild dafür, wie der digitale Wandel gelingen kann. Durch die konsequente Vernetzung von Arbeitsebenen werden neue Maßstäbe agiler Kommunikation gesetzt«, hob Ministerpräsident Kretschmann hervor.

Und in der Tat geht dem Leitmotiv ›Open for Innovation‹ folgend eine neue Arbeitswelt und Form der Zusammenarbeit an den Start. »Für die Mitarbeiter beginnt ein neues Zeitalter bei der Gestaltung ihrer Arbeitsplätze. Das Konzept zielt darauf, Teamarbeit so einfach wie möglich zu machen«, erläutert Frank Kropp, Leiter Forschung & Entwicklung. So könnten der Software-Entwickler und der Konstrukteur direkt besprechen, was geht – und was nicht.

Dabei kommen modernste Techniken zum Einsatz, die Kommunikation wird gefördert, das Arbeiten an unterschiedlichen Orten und die Kombination aus privatem Arbeitsplatz und Kommunikationszonen sorgt für eine kreative Atmosphäre. Neben persönlichen Arbeitsplätzen gibt es nicht fest zugeordnete Büroumgebungen, Rückzugszonen für ruhiges, ungestörtes Arbeiten und aufgelockerte Arbeitsmöglichkeiten im Freien. Bistros, Kaffeeküchen und Pausenzonen stehen Mitarbeitern und Gästen zur Verfügung.

Einzigartige Entwicklungsumgebung

Der Umbau der ehemaligen Produktionshalle 10, in der einmal Mittelformatmaschinen montiert wurden, in ein Innovationzentrum für über 1.000 Personen ist wohl einmalig. Auf rund 40.000 m² Bruttofläche sind in der völlig entkernten Halle jetzt etwa 26.000 m² Bürofläche und 14.000 m² Fläche für 43 Labore entstanden. Die Bürofläche besteht aus 13 Quartieren für jeweils 80 Mitarbeiter. Für die Labore stehen allein etwa 3.700 m² Fläche zur Verfügung. »Das IVZ ist eine auf Kommunikation und Transparenz beruhende Innovationsplattform und damit Schlüssel und Symbol für den kulturellen Wandel bei Heidelberg«, erläutert Stephan Plenz.

Von der Idee und Patentierung über die Bildung eines digitalen Zwillings bis hin zur Qualifizierung des Gesamtprodukts befindet sich der gesamte Entwicklungsprozess in diesem Gebäude. Damit ist das IVZ auch die Zentrale eines europäischen Entwicklungsnetzwerks, das Heidelberg mit Standorten in Kiel, Ludwigsburg, Weiden und St.Gallen betreibt. Gearbeitet wird an Lösungen für Drucktechnologie, Druckvorstufe und Weiterverarbeitung, an Steuerungen, Antriebssystemen und Software, an Bedienoberflächen sowie Verbrauchsmaterialien mit einem Schwerpunkt in der Tintenentwicklung für den Digitaldruck. Neben dem klassischen Maschinenbau sind Kompetenzen in den unterschiedlichsten Disziplinen wie der Bildverarbeitung, Elektronik, Softwareentwicklung sowie Verfahrenstechnik und Chemie gefragt.

Das Innovationszentrum von Heidelberg in Wiesloch-Walldorf ist das wohl modernste Entwicklungszentrum der Branche. Die Bürofläche in der ehemaligen Produktionshalle ist in 13 Quartiere eingeteilt, die Transparenz und eine Arbeitswelt mit kreativer Atmosphäre schaffen.

Dinge miteinander vernetzen

»Vielleicht haben wir Europäer die erste Halbzeit der Digitalisierung gegen das amerikanische Silicon Valley verloren. Aber wir haben die Dinge, die im Internet of Things miteinander vernetzt werden sollen. Hier müssen wir als HighTech-Standort die Nase vor haben«, forderte Ministerpräsident Winfried Kretschmann.

Erst im Oktober sei eine Analyse des *Weltwirtschaftsforums (WEF)* aus Genf zu dem Ergebnis gekommen, dass Deutschland das innovationsfähigste Land der Welt sei – vor den USA. Und die deutsche Volkswirtschaft sei in Europa mittlerweile die wettbewerbsfähigste. Bislang war das die Schweiz. Weltweit rangiert Deutschland bei der Wettbewerbsfähigkeit auf Rang drei.

> www.heidelberg.com

Bildquelle: Flyeralarm

FLYERALARM

DAS ANGEBOT WÄCHST MIT SIGNS

Flyeralarm hat sein Angebot um eine weitere Werbeform erweitert. *Flyeralarm Signs* steht für die bunte, aufmerksamkeitsstarke Welt der Außenwerbung – von der Beratung über die Gestaltung und Produktion bis zur fachgerechten Montage der Medien und Materialien.

Moderne LED-Lichtreklame, leuchtende Logos und Großbuchstaben, riesige Infoschilder an Baustellen – damit beschäftigt sich der neue Zweig von *Flyeralarm*. Von der Beratung über die Gestaltung und Produktion bis zur fachgerechten Montage der Materialien soll das Spektrum reichen, das sich die inzwischen zum Spezialisten für Markenauftritte gewachsene Online-Druckerei vorgenommen hat.

Reklameagentur übernommen

Dazu hat das Würzburger Unternehmen kürzlich die *Reklameagentur Dresden* übernommen. Sie macht das neue Angebot erst möglich. Mit LED-Technik, innovativen Werkstoffen und modernen Maschinen will *Flyeralarm Signs* in der Außendarstellung für den ›Wow-Effekt‹ sorgen und Aufmerksamkeit für die Kunden erzielen.
Zum Portfolio gehören individuelle Leuchtwerbeanlagen in allen Größen und Ausführungen, auch Einzelbuchstaben ohne Beleuchtung in jeder Größe und Schriftart, die aus verschiedenen Materialien gefertigt werden. Individuelle Buchstaben können nach eigenen Vorstellungen im Onlineshop bestellt werden. Zudem gibt es Kfz-Beschriftungen, Schaufensterbeklebungen sowie Produktion und Verleih von Bauschildern. Der Service von *Flyeralarm Signs* umfasst die Beratung bezüglich Materialien, Größe, Abstand und Wirkung, dazu die Gestaltung, Produktion und Montage durch eigene Fachteams. Hergestellt werden die Produkte im Large-Format-Print, mit CO_2-Laser, CNC-Fräse.

Immer wieder Neues

Flyeralarm ist eines der größten E-Commerce-Unternehmen in Deutschland und gehört zu Europas führenden Online-Druckereien. Kunden erhalten nicht nur Druckprodukte, sondern auch Marketing-Dienstleistungen und Werbemittel aller Art. Über drei Millionen Werbeprodukte bieten alles für den perfekten Markenauftritt.
Jetzt hat *Flyeralarm* einen eigenen Webshop für Werbeartikel eingerichtet: mit Grafikteam, Hotline und Beratern. Neben mehreren Tausend Give-Aways, die im Shop verfügbar sind, können 80.000 Artikel über die persönliche Beratung individuell bestellt werden. Darunter sind Wellness- und Kosmetik-Artikel, alles für den Handwerker-Bedarf und ein umfangreiches Sortiment elektronischer Werbemittel, die mit dem Firmenlogo, einem Slogan etc. bedruckt werden können.
Flyeralarm treibt sein Wachstum durch den steten Ausbau an Services und Produkten voran. So wurden jüngst etwa die Bereiche Augmented Reality, Foto-Dienstleistungen, Webdesign, Radio-Spots und Corporate Publishing eingeführt.

> *flyeralarm-signs.com*
> *flyeralarm-giveaways.com*

IOP
11. Jahreshauptversammlung

Zur 11. Jahreshauptversammlung trafen sich die Mitglieder der *Initiative Online Print e. V. (IOP)* Ende September 2018 in Wiesbaden. Wichtigster Punkt der Tagesordnung waren die Vorstandswahlen. Einstimmig gewählt und im Amt bestätigt wurden Bernd Zipper, *zipcon consulting GmbH,* als Vorsitzender sowie seine beiden Stellvertreter Willi Soll, *Print Planet GmbH,* und Thomas Masselink, *BWH GmbH.* Zur *IOP* zählen derzeit 32 Mitgliedsunternehmen, die zusammen ein Umsatzvolumen von etwa 4,3 Mrd. Euro (ohne die *bvdm*-Einzelunternehmen) erzielen. Die *IOP* ist der einzige Verein von Onlineprintern weltweit (mit Mitgliedern aus der D/A/CH-Region und einigen internationalen Playern) der als Sprachrohr die stetig wachsende Onlineprint-Industrie nach außen vertritt.
Bereits zum zweiten Mal beteiligte sich die *Initiative Onlineprint e. V.* in diesem Jahr als Sponsor an den *Druck & Medien Awards* und zeichnete am 25. Oktober 2018 in Berlin den innovativsten Onlinedrucker des Jahres mit dem *IOP Award* aus. Das Projekt *mymuesli* von Longo überzeugte die 25-köpfige Jury.
> *initiative-online-print.de*

CIMPRESS
Optimierte Druckplanung

Cimpress hat sich für *sPrint One* von *PerfectPattern* entschieden, um die Effizienz der Druckproduktion zu maximieren. *sPrint One* berechnet aus einem Pool unsortierter Druckaufträge dynamisch und in Sekundenschnelle einen kompletten Druckplan einschließlich der Druckform-Layouts als Sammelform. Durch den Einsatz künstlicher Intelligenz berechnet *sPrint One* den jeweils zeit- und kosteneffizientesten Produktionsplan und kombiniert Bogenoptimierung und Kapazitätsplanung. Ausgehend von den Auftragsdaten sowie den Produktions- und Papierkosten wird die günstigste Produktionsmethode ermittelt. Wesentliches Ziel der Berechnung ist die Einhaltung der Produktionstermine für jeden Auftrag, gefolgt von der Minimierung der Produktionskosten und des Materialverbrauchs.
> *www.perfectpattern.de*

DRUCKMARKT
Macht Entscheider
ENTSCHEIDUNGSSICHER

E-COMMERCE
Jeder achte Kauf geht zurück

Nach einer Umfrage des Digitalverbands *Bitkom* unter 1.054 Online-Käufern geht jeder achte Online-Kauf in Deutschland wieder zurück an den Versender. Vor zwei Jahren waren es noch 10%. Die Quoten sind in speziellen Warengruppen wie bei Kleidung enorm hoch und steigen von Jahr zu Jahr. Die Aufbereitung zum Wiederverkauf ist oft jedoch mit viel Aufwand verbunden.
Um die Zahl der Retouren zu reduzieren, bieten viele Online-Shops detailliertere Produktinformationen oder Live-Chats zur Kundenberatung an. Denn je mehr Information es zu einem Artikel gibt, desto besser kann der Kunde das Produkt einschätzen. 360-Grad-Bilder, Nahaufnahmen und Videos können dem Käufer ein Produkt besser vermitteln. Viele Händler fragen zudem aktiv nach Feedback oder belohnen ehrliche Bewertungen mit Vorteilen beim nächsten Einkauf.
Verhindern lassen sich Rückgaben aber kaum. 51% der Online-Shopper geben an, Waren hin und wieder mit der Absicht zu bestellen, sie wieder zurückzuschicken, etwa um Kleidung auszuprobieren. Online bestellte Waren dürfen in den meisten Fällen innerhalb der gesetzlichen Widerrufsfrist binnen 14 Tagen zurückgeschickt werden. Eine Begründung ist nicht notwendig.
> *www.bitkom.org*

NEUER SHOP Im Oktober 2018 eröffnete *Saxoprint* sein nunmehr zehntes Online-Druckportal und bietet Kunden aus Polen sein Produkt- und Dienstleistungs-Portfolio an. Bis auf wenige Ausnahmen wurde das vollständige Sortiment des deutschen Online-Shops übernommen. Dazu zählt auch die Verpackungslösung *Saxoprint easy box,* mit der individuelle Faltschachteln, Boxen und Versandkartons in freien Formaten gestaltet werden können. > *www.saxoprint.de*

PLATTFORMGEDANKE *Unitedprint* lädt auf seiner neuen Corporate Website zu Produktions- und Shop-Partnerschaften ein und rückt damit den Plattformgedanken in den Fokus. *Unitedprint* sucht nach eigenen Angaben laufend leistungsfähige Produzenten, die den qualitativen und quantitativen Ansprüchen des E-Commerce-Unternehmens gerecht werden, um deren Kunden ein größeres Produktportfolio mit schnelleren Lieferzeiten anbieten zu können.
> *www.unitedprint.info*

SPENDE *Onlineprinters* unterstützt den Verein *Refugio,* ein Beratungs- und Behandlungszentrum für traumatisierte Flüchtlinge, erneut mit einer Spende, dieses Jahr in Höhe von insgesamt 5.000 Euro. Neben der Geldspende hat *Onlineprinters* die Herstellung von Ausstellungskatalogen mit Bildern aus der kunsttherapeutischen Arbeit übernommen.
> *www.onlineprinters.com*

FAIRNESS-PREIS *Flyeralarm* hat zum wiederholten Mal den *Deutschen Fairness-Preis* gewonnen. Das Würzburger Unternehmen konnte sich in der Kategorie Online-Druckereien gegen 15 Wettbewerber durchsetzen. Der Preis wird seit 2014 vom Nachrichtensender *n-tv* und dem *Deutschen Institut für Service-Qualität (DISQ)* vergeben. > *www.flyeralarm.de*

HEADQUARTER IN FÜRTH Die Unternehmensgruppe *Onlineprinters* hat offiziell ihr neues Headquarter in der Fürther Uferstadt eröffnet. In der Büroetage, die komplett umgebaut und neugestaltet wurde, sind nun mehr als 85 Mitarbeiter hauptsächlich aus den Bereichen E-Commerce, Onlinemarketing und IT tätig. Mit weiteren Flächen in der Uferstadt beschäftigt das Onlineunternehmen mehr als 150 Mitarbeiter in Fürth. Insgesamt arbeiten 1.400 Mitarbeiter in vier Ländern für Onlineprinters. Die Verlegung des Headquarters hatte vor allem platztechnische Hintergründe und bietet Vorteile bei der Personalgewinnung. Die Produktionsanlagen, auf denen das E-Commerce-Unternehmen mehrere Tausend Aufträge pro Tag produziert, sind weiterhin in Neustadt an der Aisch beheimatet. Dort arbeitet nach wie vor der Hauptteil der deutschen *Onlineprinters*-Belegschaft.
> *www.onlineprinters.com*

7. ONLINE PRINT SYMPOSIUM
THINK GLOBAL – PRINT ONLINE

Die Welt des Onlineprint wird immer internationaler. Erfolgreiche Online-Druckereien sind längst zu hocheffizienten Technologieunternehmen geworden, die nicht nur drucken, sondern die Stärken des E-Business nutzen und erfolgreich anwenden. Was für Drucksachenbesteller heute selbstverständlich erscheint, ist in Wahrheit geballte IT-Kompetenz sowie Effizienz in Produktion und Logistik.

Mit einem exklusiven internationalen Programm, Top-Referenten aus Europa, Asien und den USA sowie vielen Best-Practice-Beispielen bringt das *Online Print Symposium* 2019 wieder Vordenker und Macher zusammen. Das spiegelt sich auch im Programm des Symposiums in München unter dem Claim ›Think Global – Print Online‹ wider. Der 2013 ins Leben gerufene internationale Leitevent für Onlineprint, E-Business Print, Mass Customization und digitale Transformation erwartet am 3. und 4. April 2019 Spitzenreferenten aus aller Welt.

Weltweit adressieren Online-Drucker ein Print-Marktvolumen von über 703 Mrd. € (Bildquelle: Flyeralarm, 2017).

Das Who-is-who der Online-Print-Industrie

Mit Robert Keane *(Cimpress)* eröffnet der CEO des weltweit größten Online-Printers das Symposium. Bereits bei seinem letzten Auftritt auf dem *Online Print Symposium* 2015 setzte Keane mit der Ankündigung seiner Coopetition-Vision einen Meilenstein, der die gesamte Branche veränderte.

Die Sprecher des *7. Online Print Symposiums* lesen sich wie das Who-is-who der internationalen Online-Print-Industrie: Jim Cunliff: Head of Customer Love der englischen *Face Media Group;* Jürgen Geiger: Gründer und CEO *mypromo.com* – einer E-Commerce-Lösung zur Digitalisierung der Werbeartikelwirtschaft; Yasukane Matsumoto: CEO bei *Raksul* und einer der Pioniere im japanischen und asiatischen Online-Print-Markt; Rene de Heij: CEO des niederländischen Online-LFP-Spezialisten *Probo;* Onur Durmus: Gründer des türkischen Onlineprint Start-ups *bi'dolubaski.com;* Paul Adriaans: Executive Vice President von *RPI Europe,* dem niederländischen Spezialisten für personalisierte Onlinedrucke.

Trends und Entwicklungen

»Die Referenten werden den Teilnehmern einen einmaligen Einblick in ihre Strategien und Handlungsweisen geben, einen Blick auf Trends und Entwicklungen werfen und Hintergrundwissen für künftige Geschäftsmodelle und Kooperationen vermitteln«, stellt Bernd Zipper, CEO *zipcon consulting* und Mitorganisator des Symposiums, in Aussicht. »Ein Programm der Extraklasse und damit ein Grund mehr, sich schon jetzt eines der gefragten Tickets in München zu sichern«, so Zipper weiter.

Mehr als 1.100 Unternehmen, Geschäftsführer und Entscheider kamen in den letzten sechs Jahren nach München und genossen die positive Atmosphäre, das spannende Programm und die ausgeprägten Netzwerkmöglichkeiten, aus denen immer wieder Kooperationen entstanden sind. Auch 2019 orientiert sich die Themenauswahl an aktuellen Trends und Marktentwicklungen. Der Mix aus Vorträgen von Start-up-Unternehmen, Nischenanbietern und den großen Online-Printern sowie rechtlichen Themen und aktuellen Studienergebnissen bietet einen Wissensvorsprung im Online-Print für alle, die dabei sein werden.

Im kommenden Jahr zieht es das *Online Print Symposium* zurück nach Unterschleißheim, in das neue Konferenzzentrum des *Infinity Hotel & Conference Resorts Munich,* eine Top-Location und für zwei Tage die Heimat der Online-Drucker aus aller Welt. »Das Symposium 2019 ist der Top-Event der E-Business Print Industrie und erwartet mehr als 300 Teilnehmer. Die Plätze sind jedoch limitiert – also schnell buchen«, sagt Jens Meyer, CEO von *printXmedia Süd GmbH* und Mitorganisator.

> *www.online-print-symposium.de*

Weltpremiere!

Erleben Sie den Überflieger von Ricoh an den Hunkeler **innovation**days 2019 in Luzern.

Besuchen Sie uns in der Halle 2, Stand P2 und buchen Sie eine Demonstration des Ricoh Pro VC70000 Drucksystems.

Erfahren Sie mehr auf events.ricoh.ch/HID19

Ricoh Schweiz AG | Hertistrasse 2 | 8304 Wallisellen | 0844 360 360 | cip@ricoh.ch | www.ricoh.ch

Bildquelle: Heidelberg

SOFTWARE

CLOUD-BASIERTE LÖSUNGEN SETZEN SICH DURCH

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.

Weltweit über 100 Installationen des 2016 eingeführten *Prinect Production Managers* meldet *Heidelberg*, der den Zugriff auf alle Funktionen des Produktionsworkflows ermögliche, ohne dass einzelne Lizenzen zu erwerben seien. Das Modell der Software-Subskription bietet laut *Heidelberg* eine kosteneffiziente Lösung, um eine durchgängige Workflow-Automatisierung zu erreichen. Die wiederum bilde das Rückgrat des von *Heidelberg* propagierten *Smart Print Shops*. Beim Subskriptions-Modell (wir haben schon verschiedentlich darüber berichtet) 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 hinausgehenden Quadratmeter zusammen. Enthalten seien alle Software-Updates und -Upgrades.

Prinect bindet laut *Heidelberg* alle Schritte der Produktion im Akzidenz-, Verpackungs- und Etikettendruck ein: vom Kundenkontakt bis zum fertig verpackten Produkt und zur Rechnungsstellung. Der Hersteller plant, sein Portfolio Cloud-basierter Lösungen weiter auszubauen. Rund 25.000 *Prinect*-Module seien bereits mit der *Heidelberg*-Cloud verbunden. Aus der daraus resultierenden Fülle an Daten sollen weitere Softwarelösungen entwickelt werden.

Fast unabdingbar

Auch auf der europäischen *GUA-Konferenz (Graphic Users Association of Kodak Solutions)*, die jüngst in Lissabon stattfand, wurde festgestellt, dass sich die Cloud-Nutzung in praktisch allen Industrien auf breiter Front durchsetzt und dass der Trend bei Softwareanwendungen zum Subskriptionsmodell gehe, was bei Software-as-a-Service-Lösungen wie der dynamischen Druckplanung oder dem Druckfarben- und Plattenverbrauchsservice für die *Prinergy*-Cloud geradezu unabdingbar sei. *Kodak* hebt in diesem Zusammenhang die Bedeutung von Big Data und Datenanalytik hervor. Das Unternehmen sammelt riesige Datenmengen aus Druckbetrieben, um sie so nutzbar zu machen, dass die Betriebe ›smarter‹ werden. CtP-Systeme, Digitaldruckmaschinen, Software und Server erzeugen immense Datenmengen, die via Analytik und künstlicher Intelligenz verarbeitet und interpretiert werden können, um Druckern hilfreiche Erkenntnisse zu liefern und Einsparpotenziale aufzuspüren. Big Data, künstliche Intelligenz und Datenanalytik sei der Aufbruch in ein Zeitalter der intelligenten Fertigung, stellten die Referenten der Konferenz fest. Das sei die Evolution, die sich heute vollziehe.

> *www.heidelberg.com*
> *www.kodak.com*

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

WWW.QUARKXPRESS.COM

COMPUTER-TO-PLATE

NOCH LANGE NICHT AUSGEREIZT

Druckereien agieren in einem extrem wettbewerbsintensiven Marktumfeld. Sie konkurrieren dabei um Aufträge, die durch kleinere Auflagen und enge Termine gekennzeichnet sind. Um profitabel zu bleiben, müssen sie möglichst viele Kleinauflagen-Jobs zusammenfassen und schnell durch die Produktion schleusen. Dabei wollen und müssen sie in Technologien investieren, die die Kosten auf niedrigem Niveau und die Produktivität hoch halten.

Text und Bild: Kodak

Chris Balls, General Manager für Equipment & Service sowie Vizepräsident der Print Systems Division von *Kodak,* kann das nur bestätigen. »In meinen Gesprächen mit Kunden geht es meist darum, wie höhere Flexibilität und Produktivität erzielt werden kann.« Da die Auflagen sinken und der Bedarf an Versionierungen steigt, nimmt die Zahl der Aufträge zu. Deshalb wird in den Prepress-Abteilungen nach Möglichkeiten gesucht, die Abläufe zu automatisieren, um das größere Arbeitsvolumen zu bewältigen und die Jobs schnell auf die Druckplatten zu bringen.

Welche Rolle spielt dabei die CtP-Automatisierung?

Chris Balls: *Kodak* hat sein CtP-Programm in den letzten Jahren gezielt weiterentwickelt, um Optionen anzubieten, die unsere Kunden mit noch höherer Qualität, Flexibilität, Schnelligkeit und Automatisierung ausstatten. Schon vor 20 Jahren haben wir mit der Autoloader-Option für die *Trendsetter* Automatisierungslösungen eingeführt. Seitdem war *Kodak* bei Automatisierungslösungen immer am Ball.

Wo konkret liegen die Vorteile?

Die Ausstattung der *Kodak Achieve* und *Trendsetter* CtP-Systeme mit mehr Automatisierung bietet Druckereien eine ganze Reihe von Vorteilen. So ermöglicht die neue Mehrkassetteneinheit automatisches Laden und Entladen von bis zu 480 Druckplatten. Damit können Druckereien die manuelle Handhabung reduzieren und ihre Produktivität steigern, es gibt weniger Abfall und Fehlplatten, da die Platten nicht die Schwankungen aufweisen, die sich durch manuelles Plattenhandling ergeben können.

Das ist wohl richtig. Aber sind die Möglichkeiten der Weiterentwicklung bei CtP nicht längst ausgereizt?

Kodak investiert nach wie vor in CtP-Technologie. Dazu zählt auch die Bebilderungstechnologie *Squarespot.* Anwender erhalten damit ein höheres Niveau an Stabilität, Genauigkeit und Zuverlässigkeit. Außerdem bringen wir kontinuierlich neue Funktionen, Verbesserungen und neue Maschinen auf den Markt. Nur ein Beispiel: Die mobile *CtP Control App*, mit der Drucker unabhängig vom Aufenthaltsort bis zu zehn CtP-Systeme überwachen und steuern können.

Viele Druckbetriebe arbeiten mit Plattenbelichtern, die sie vor fünf oder zehn Jahren in Betrieb genommen haben. Da die Maschinen noch funktionieren, warum sollten sie Geld in die Hand nehmen, um auf neuere Technologie aufzurüsten?

Wir sprechen mit vielen Kunden auch über diese Frage – denn es ist wichtig zu erkennen, dass der Wechsel zu einem neuen CtP-System eine schnelle und kosteneffiziente Möglichkeit ist, produktiver, effizienter und wettbewerbsfähiger zu werden. Neue Plattenbelichter verfügen über aktuelle Software, Hardware und Basiskomponenten, sodass Service- und Reparaturkosten sinken. Zudem werden die Sicherheitsrisiken bei der Verwendung veralteter Betriebssysteme sowie Systemausfälle zur unpassenden Zeit vermieden.

Was haben die neuen Modelle denn noch zu bieten?

Neuere Modelle von *Kodak* bieten neben Geschwindigkeits- und Automatisierungsvorteilen auch erhebliche Energieeinsparungen. Die neuesten CtP-Systeme mit Mehrkassetteneinheiten verbrauchen bis zu 80 Prozent weniger Strom als andere Mehrkassettenlösungen. Während der Bebilderung beträgt die Leistungsaufnahme eines *Trendsetter* Plattenbelichters nur 770 Watt und die des *Kodak* Achieve nur 400 Watt. Natürlich sind auch die Stabilität und Genauigkeit der Plattenbebilderung von erheblicher Bedeutung – vor allem im Qualitäts-Bereich oder bei Spezialanwendungen wie dem Sicherheitsdruck. Die *Squarespot*-Bebilderung bietet dabei hohe Präzision und Stabilität.

Und wie steht es um das Bebildern prozessfreier Platten?

Viele Druckereien gehen dazu über, auf ihren CtP-Systemen prozessfreie *Kodak Sonora*-Platten zu bebildern, was die herkömmliche Plattenverarbeitung überflüssig macht. Dies ist eine weitere Möglichkeit zur Steigerung der Produktivität und Reduzierung von Kosten.
Aber neben den prozessfreien Druckplatten investiert *Kodak* weiterhin in die Thermo-CtP-Technologie und die Entwicklung innovativer Funktionen und Lösungen, um Druckbetriebe in die Lage zu versetzen, heute und in Zukunft eine höhere Rentabilität zu erzielen.

DIE MAUS WURDE 50

Das wichtigste Computerzubehör? Sieht man vom Monitor ab, ist es ganz klar die Maus. Mit der Maus begann eine Revolution: Klicken statt tippen. Vor 50 Jahren, am 9. Dezember 1968, stellte der amerikanische Computertechniker Douglas Engelbart seinen ›Positionsindikator‹, das erste Modell einer Computermaus, vor. Sie war aus Holz, besaß ein Rad für die Cursorbewegungen, aber erst eine Taste. 1974 verpasste der Schweizer Jean-Daniel Nicoud der Maus optische Messgeber statt der Regelwiderstände und setzte erstmals eine Kugel ein. Mit dem Heimcomputer Lisa stellte Apple 1983 dann den ersten Rechner vor, der eine grafische Benutzeroberfläche besaß und mit einer Maus bedient wurde. Das revolutionäre Konzept konnte sich aber zunächst nicht durchsetzen. Erst mit dem Apple Macintosh und Microsoft Windows begann der Siegeszug der Computermaus.

Die nächste große Evolutionsstufe: Die Maus wurde drahtlos. Heutige Computermäuse funktionieren meist mit Infrarot-Technik. Als Eingabeinstrument wird die Maus aber inzwischen vom menschlichen Finger überholt. Auf Milliarden von Smartphones und Tablets wird ohne Maus gewischt und getippt. Doch auch wenn Touch- und Spracheingaben wichtiger werden, hat die Maus noch immer ihre Berechtigung am stationären Mac und PC.

Landas Nanographie im Betatest

Nach einer längerer Testphase stellte der Heidenheimer Verpackungsspezialist *Edelmann Group* Ende November 2018 die digitale Bogendruckmaschine *Landa S10* im eigenen Produktionsumfeld vor. Mit dieser Maschine will der Hersteller von Verpackungslösungen die aktuellen Trends nicht nur begleiten, sondern mit individuelleren Verpackungsdesigns und -konzepten selbst die Trends setzen.

Text: Klaus-Peter Nicolay | Fotos: Edelmann Group

Der Hauptsitz der Edelmann Gruppe befindet sich im schwäbischen Heidenheim. Das 1913 gegründete Unternehmen befindet sich zu 100 Prozent in Familienbesitz. Es betreibt 21 Produktionswerke in neun Ländern auf vier Kontinenten. Edelmann ist in den Segmenten Faltschachteln, Packungsbeilagen und Rigid Boxes tätig. Der Konzern bedient Märkte wie Beauty, Consumer Brands und Health Care. Der Jahresumsatz der Gruppe beträgt 300 Millionen Euro.

Verpackungen werden bei *Edelmann* in großen Mengen und ebenso großer Vielfalt hergestellt. Standardlösungen gehören aber eher nicht zum Repertoire. Auf diese Feststellung legt **Oliver Bruns**, seit 2017 CEO der *Edelmann Group*, größten Wert: »Tiefkühlkost ist nicht unser Thema, die Nudel-Verpackung auch nicht – aber wenn es um anspruchsvolle Herausforderungen geht, bekommen wir ganz leuchtende Augen.«

Denn Verpackungen, wie sie *Edelmann* fertigt, seien längst zu Markenbotschaftern und Bestandteil des Produkterlebnisses bei den Kunden geworden. Dabei müssten Verpackungen ständig neuen und wachsenden Anforderungen der Kunden gerecht

werden, die ihrerseits die Erwartungen der Verbraucher am Point-of-Sale erfüllen wollen. Dabei unterstützt der Digitaldruck nach Ansicht von Oliver Bruns insbesondere innovative Konzepte und ermöglicht neue Wege, Marken zu erleben: Personalisierte Verpackungen, Serialisierungen und Kodierungen sowie flexible Lösungen für ›Multiple Mixed Articles‹.

Vor diesem Hintergrund hat das 1913 gegründete und global agierende Familienunternehmen seinen Digitaldruck (insgesamt zehn Digitaldruckmaschinen laufen bereits in der Gruppe) erweitert, »um noch individuellere Verpackungsdesigns zu ermöglichen«, betont Bruns und räumt dem digitalen Druck einen hohen Stellenwert ein: »Die Rolle des Digitaldrucks in der Verpackungswelt ändert sich. Durch unserer Partnerschaft mit *Landa* ist die *Edelmann Group* aktiv an der Gestaltung der Zukunft mitbeteiligt. Wir wollen die Trends aber nicht nur beobachten, sondern selbst Trends setzen. Das geht nur mit Leidenschaft, Offenheit und Agilität, um uns schnell an neue Situationen anpassen zu können und die besten Lösungen für unsere Kunden zu finden« sagt Oliver Bruns.

In diesem Sinne soll die *Nanographie*-Technologie der *Landa S10* verschiedene Digitaldruckkonzepte der *Edelmann-Gruppe* erweitern. Sechseinhalb Jahre nach ihrer Erstvorstellung steht die erste Maschine in Deutschland bei der *Edelmann Group* in Heidenheim.

Rückblick

Mit riesigem Tamtam hatte Benny Landa auf der *drupa* 2012 seine *Nanographie*-Technologie präsentiert. Nicht mehr und nicht weniger als eine Revolution und die nahe Ablösung des Offsetdrucks versprach der Digitaldruckpionier und Gründer von *Indigo*. Schneller sollte der Digitaldruck werden und mit der neuartigen *Nano-Ink* auch besser.

Die Reaktionen auf *Landas* Konzept schwankten zwischen Euphorie und Skepsis, denn in Düsseldorf war damals nicht viel mehr als eine Designstudie zu sehen. Die Maschinen (gleich vier hatte *Landa* angekündigt) kamen auch in den folgenden Jahren nicht zum Laufen, die Skeptiker fühlten sich bestätigt und begannen zu zweifeln, ob *Landa* jemals eine praxisreife Maschine auf den Markt bringen könnte.

Auf der *drupa* 2016 war die *Landa*-Show rund um die *Nanographie*-Idee noch gigantischer, je nach Geschmack sogar völlig überzogen. Dennoch: Aus den Designstudien waren echte Maschinen geworden, aber die Qualität ließ noch immer arg zu wünschen übrig – vom Offsetdruck weit entfernt. Die *Druckmarkt*-Redaktion, von Beginn an gegenüber der neuen Technologie eher zurückhaltend, titelte gar »Eine Überdosis Digitaldruck« und stellte die Frage, wie lange sich Benny Landa dieses Spielchen finanziell noch leisten könne und ob *Landa* auf der Zielgeraden die Luft ausgeht.

Die Antwort gab *Altana:* Bereits im Sommer 2014 hatte sich der Spezialchemiekonzern an *Landa Digital Printing* mit 100 Mio. Euro beteiligt und im Sommer 2018 brachten die Investmentgesellschaft *Skion* und *Altana* (beide befinden sich im Besitz der Unternehmerin Susanne Klatten) eine weitere Finanzspritze in Höhe von 300 Mio. US-Dollar auf den Weg nach Israel.

Vielleicht sollte man sich diese Hintergrundinformationen noch einmal ins Gedächtnis rufen, um die Dimensionen zu verstehen, welche Zeit die Entwicklung einer neu konzipierten Digitaldruckmaschine in Anspruch nimmt und welche gewaltigen finanziellen Ressourcen notwendig sind. Denn auch *Fujifilm* hatte für seine *JetPress* mehr als eine *drupa*-Periode benötigt, um die B2-Inkjet-Druckmaschine im Markt einzuführen. Zumal es beim Inkjet (und auch die *Landa Nanography Technology* arbeitet nach diesem Prinzip) vor allem auf die Tinten in ihrer Wechselwirkung mit den Substraten ankommt. >

Oliver Bruns ist seit 2017 CEO der Edelmann Group und räumt dem Digitaldruck und der Landa S10 einen hohen Stellenwert ein. Edelmann entwickelt, produziert und vertreibt Faltschachteln, Packungsbeilagen, Systemlösungen, Etiketten, Wellkarton-Produkte und Rigid Boxes sowie Print-Elektronik in Deutschland, Frankreich, Polen, Ungarn, Brasilien, China, Indien, Mexiko und den USA für die Märkte Health und Beauty Care (etwa je 40% Anteil) und Consumer Brands (etwa 20% Anteil). Pro Jahr werden über 4,5 Mrd. Faltschachteln und Rigid Boxes sowie mehr als 1 Mrd. Beilagen für Verpackungen produziert.

Die Landa S10 steht bei Edelmann in Heidenheim ohne besondere Kapselung oder Klimatisierung im Drucksaal neben konventionellen Offsetmaschinen. Aktuell läuft die Landa S10 im einseitigen CMYK-Druck als Beta-Maschine bei Edelmann und Graphica Bezalel in Israel und bei der Schelling AG in der Schweiz. In diesem Jahr will auch die Blueprint AG in München die Produktion mit einer Landa S10 aufnehmen. Eine Version für den Schön- und Widerdruck soll zu Mercury Print in den USA und zur Bluetree Group nach England gehen.

Die Landa S10 läuft

»Wir haben uns 2017 mit *Landa* zusammengesetzt und dabei auch die Frage diskutiert, ob die *Nanographie* zukunftsfähig ist«, erklärt Oliver Sattel, Managing Director der *Carl Edelmann GmbH,* dem *Edelmann*-Stammhaus, und in Personalunion technischer Direktor der *Edelmann-Gruppe.* Dabei sei man zu einem klaren ›Ja‹ gekommen. »Markenartikler suchen nach Möglichkeiten zur Straffung ihrer Betriebsprozesse, um die Abläufe schlank und effizient zu halten – ohne Kompromisse in puncto Produktqualität oder Preis. Wir sind sicher, dass sich das mit der *Nanographie*-Technologie umsetzen lässt«, sagte er nach Abschluss der Verhandlungen. Die *Landa S10* wurde im März 2018 in Heidenheim an der Brenz angeliefert und montiert. Im April startete der Betatest, begleitet von permanenten Upgrades. Und der Test wird nach den Aussagen von Oliver Sattel auch noch unbestimmte Zeit andauern. »Denn es kommen ständig Neuigkeiten und Erweiterungen dazu. Wir arbeiten intensiv mit *Landa* zusammen«, sagt Sattel, »und wir testen, was das Zeug hält.« Zurzeit kämpfe man noch mit Downtimes, also nicht planbaren Ausfallzeiten, doch soll die Maschine in Kürze »vernünftig ausgelastet« werden können. Dann soll sie fünf Tage in der Woche 24 Stunden am Tag laufen.

Technik vom Feinsten

Technisch gesehen ist die Bogendruckmaschine *Landa S10* ein 22 Tonnen schweres, knapp 20 m langes und 5 m breites Monster für den Geradeaus-Betrieb ohne Wendung. Der japanische Druckmaschinenbauer *Komori* liefert den Unterbau mit allen Komponenten für die Bogenführung, vom Anleger bis zum Ausleger. Für die Bebilderung hat *Landa* die *Samba*-Inkjet-Köpfe von *Fujifilm* verbaut: Die gleichen, die auch in anderen Inkjet-Drucksystemen (etwa der *Primefire 106* von *Heidelberg*) eingesetzt werden. Aufgrund der Druckbreite des Digitaldrucksystems (Bogenformat 750 x 1.050 mm, Druckformat 730 x 1.032 mm) sind pro Farbreihe je 24 Druckköpfe mit je 2.400 Düsen angebracht. Die leicht überlappend angeordneten *Samba*-Köpfe liefern eine Auflösung von 1.200 dpi. Gedruckt wird im klassischen AM- oder FM-Raster. Der Workflow kommt von *EFI* und für die Inline-Qualitätskontrolle arbeitet *Landa* mit der Closed-Loop-Technologie von *AVT (Advanced Vision Technology)*.
Konzpiert wurde die Technologie für kleine und mittlere Auflagen auf allen gängigen Bedruckstoffen. Die Geschwindigkeit liegt momentan bei 6.500 Bogen brutto unter Verwendung der 4c-Farbpalette, wobei die Maschine bei *Edelmann* im Frühjahr 2019 auf den siebenfarbigen Druck CMYK + OBG (Orange, Blau, Grün) erweitert werden soll. Dann sollen 95% aller Pantone-Farben abgedeckt werden können.

Kleingedrucktes oder die Dimensionen der Nanographie

Das herausragende Merkmal der *Landa*-Maschine sieht Oliver Sattel ohnehin in den *Nano*-Tinten. Er spricht von deutlich kleineren und einer höheren Anzahl von Farbpartikeln, was zu einem »extrem intensiven Farbeindruck« führe. Die Größe der Partikel liegt bei den *Landa*-Tinten im Nanometerbereich: 1 Nanometer (nm) entspricht 1 milliardstel Meter. Nur einmal zum Vergleich: Ein menschliches Haar ist etwa 10.000 nm dick. Und ein Nanometer verhält sich zu einem Meter wie ein Fußball zum Planeten Erde.
Doch Oliver Sattel zieht andere Dimensionen für den Vergleich heran: Während die Farbschichtdicke eines xerografischen Systems oder bei UV-

härtenden Tinten rund 5 Mikrometer betrage, sei sie bei der *Nanographie* um das Zehnfache geringer. Der Farbfilm messe nur etwa 0,5 Mikrometer (also 500 nm).

Das Erzeugen dieses Farbfilms ist zudem das besondere Unterscheidungsmerkmal der *Nanographie* gegenüber anderen Inkjet-Verfahren: Das Druckbild wird nicht direkt, sondern über ein Transferband auf den Bedruckstoff übertragen. Dazu nutzt *Landa* ein spezielles, insgesamt etwa 11 m langes Gummituch. Die bildgebenden Tintentröpfchen treffen zunächst auf dieses Tuch, werden dort getrocknet und gelangen erst danach als klebriger Film auf das Substrat. Dieser indirekte Druck verhindert das Eindringen der wasserbasierten Tinten in die Papierfasern. Dies macht Primer überflüssig, eliminiert ein Ausbluten der Tinten und bildet Rasterpunkte mit hoher Randschärfe auch auf ungestrichenen Papieren.

»Wir haben noch kein Material gefunden, das wir nicht bedrucken konnten«, schwärmt Oliver Sattel. Es bestehe die Möglichkeit, auf nahezu jedes Material zu drucken, sei es Papier (auch außergewöhnliche Substrate wie Graspapier), Karton oder Folie. Da beim Druck mit der *Landa S10* kein Primer benötigt wird (was bei anderen Digitaldruckverfahren schon zu Problemen führen kann), bleibe eine Lackaussparung eine Lackaussparung, in der sich kein Primer befinde, der nachfolgende Verarbeitungsschritte behindern könnte. Die Drucke aus dem *Landa*-System lassen sich prägen, kaschieren und funktionierten wie lackierte Drucke aus dem Offsetdruck. Nein, man müsse nicht lackieren, sagt Sattel, man mache es aber dennoch, weil der Lack die Widerstandsfähigkeit der Drucke erhöhe.

Dabei sei auch das Deinking der bedruckten Bogen aufgrund der geringen Schichtdicke kein Problem. Die wasserbasierenden Tinten mit Polymer-Anteil dringen nicht in die Substrate ein und ließen sich im Recycling-Prozess daher sogar leichter entfernen als andere Tinten.

Industrielle Fertigung

Aus dem indirekten Druck auf das Transferband, das elf Druckformen aufnehmen kann, resultiert laut Oliver Sattel die schnelle Trocknung und hohe Produktivität der *Landa S10:* »Aufgrund der hohen Druckgeschwindigkeit ist sie für eine industrielle Fertigung, wie wir sie anstreben, geeignet – und bietet darüber hinaus noch eine Vielzahl zusätzlicher Möglichkeiten.« Denn die *S10* ist eine reinrassige digitale Druckmaschine, die auch den variablen Datendruck möglich macht. Doch besonders wichtig ist für *Edelmann* die Leistung der Maschine mit 6.500 Bogen pro Stunde, während sich andere Digitaldruckmaschinen im Bereich von zum Teil unter 3.000 Bogen pro Stunde bewegen.

Wir üben noch

Parallel zum Betatest und zu den Weiterentwicklungen im Drucksaal hat das Team um Wolfram Hahn, Director Commercial Development bei *Edelmann*, fünf Anwendungs-Szenarien skizziert, die zurzeit mit den Kunden diskutiert werden (siehe auch folgende Seite).

Edelmann will den Einsatz der *Landa*-Maschine jedoch nicht nur auf diese fünf Konzepte und Verpackungen limiteren. Man denke auch an Plakate, Displays, Geschenkpapiere etc. für Flagstores großer Kunden nach. >

Zertifizierung

Inzwischen meldet das Fogra Forschungsinstitut für Medientechnologien, dass die Landa S10 Nanographic Printing Press erfolgreich mit dem FograCert Validation Printing System gemäß ISO 12647-8 zertifiziert wurde. Sie erfülle mit ihrem auf EFI Fiery basierenden Front End in den getesteten Kombinationen alle Voraussetzungen, um ISO-konforme Validation Prints zu erstellen. Zusätzlich sei die Maschine bei Landa im israelischen Rehovot mit einem weiteren Test auf den Prüfstand gestellt worden: Eine neue ›Kombi-Zertifizierung‹ erweitert das etablierte FograCert VPS, dessen Anwendungsbereich sich nur auf den Druck von Einzelexemplaren erstreckt, um den von der Praxis lange geforderten Test der Auflagenstabilität. Dieser FograCert Print Check wurde für die Landa S10 laut Fogra ebenfalls erfolgreich durchgeführt. Somit werden von der Fogra beide Siegel für EFI und Landa ausgestellt.

VERMARKTUNGSSTRATEGIEN

① **LATE STAGE CUSTOMIZATION** ist ein Begriff, dessen Interpretation zum Teil kontroverse Ausmaße annimmt. Es geht aber in jedem Fall darum, Kosten in Druck und Bevorratung von Verpackungsmaterialien zu sparen und kurzfristig auf veränderte Marktbedürfnisse reagieren zu können. Im Klartext: Druckbögen werden erst in einer späten Phase der Produktion individualisiert. Das kann der Eindruck eines Ablaufdatums, einer fortlaufenden Nummer (siehe auch Serialisierung und Kodierung) auf einem vorgedruckten Bogen sein – muss es aber nicht. Statt Verpackungen fertig zu produzieren, einzulagern und bei Bedarf abzurufen, startet der Verpackungsdruck erst dann, wenn alle Fakten zum Produkt vorliegen: Bestellmenge, Farbigkeit, Motiv etc. So lassen sich dann auch kleine Auflagen, saisonbedingte Sonderserien oder personalisierte Produkte wirtschaftlich produzieren.

② **SERIALISIERUNG UND KODIERUNG** erfüllt eigentlich die gleiche Funktion wie Late Stage Customization, bezieht sich aber vor allem auf Kodierungen, QR- und andere Codes, die auf die Verpackungen gedruckt werden. Kunden können diese Codes via Smartphone einscannen, werden auf Internetseiten geleitet, wo sie mehr über ein Produkt erfahren können – eine typische Brückentechnologie von der analogen in die digitale Welt. Edelmann stellt damit aber auch Lösungen zur Umsetzung der internationalen Serialisierungsanforderungen zur Verfügung. So sollen bis 2020 etwa 70% aller Arzneimittelverpackungen weltweit serialisiert sein.

③ **MOCKUPS** sind Muster oder Vorführmodelle, die bei der Verpackungsentwicklung zum Einsatz kommen. Diese Modelle werden genutzt, um das Design oder die Funktionalität eines geplanten oder bereits eingeführten Produktes zu demonstrieren. So können Markenartikler bei *Edelmann* vor Ort Änderungen an den Designs vornehmen, danach wird das neue Verpackungsmuster digital gedruckt und kann zur weiteren Abstimmung, Freigabe oder in kleinen Mengen für Tests genutzt werden.

④ **KLEIN- UND SONDERSERIEN** können im Digitaldruck wirtschaftlich hergestellt werden. Kleinserien siedelt *Edelmann* im Bereich 800 bis 1.000 Exemplare an. Mit Klein- und Sonderserien können bestimmte Zielgruppen noch genauer angesprochen werden. Dabei werden die üblichen Massenauflagen durch Designveränderungen gesplittet oder anlässlich saisonaler Ereignisse speziell aufgelegt.

⑤ **MULTIPLE MIXED ARTICLES** sind Designs, die sich von einer Verpackung zur anderen nur minimal verändern – trotzdem gleicht kein Exemplar dem anderen. Dabei wird das Sujet auf jeder Verpackung hinsichtlich Farbe oder Form so verändert, dass Unikate entstehen. Der Verbraucher bekommt ein individuelles Exemplar, ohne dass die Form der Verpackung verändert wird. Solche Lösungen sind nur im Digitaldruck möglich und typische Anwendungen nach dem Prinzip Auflage 1, ohne dass das Produkt gezielt für einen bestimmte Person personalisiert wird.

Auch dafür eigne sich die *Landa S10* ausgezeichnet, erläutert Hahn.

»Wir üben noch und sammeln gemeinsam mit unseren Kunden Ideen«, sagt Hahn. Denn viele Kunden beschäftigten sich erst jetzt intensiver mit dem Digitaldruck und befänden sich noch in einer gewissen Lernphase. »In jedem Fall wird 2019 für uns extrem wichtig im Bereich Digital«, räumt er ein. Dabei schließt er nicht aus, dass *Edelmann* dem Beispiel anderer Verpackungshersteller folgen und bestimmte Produkte auch im Web anbieten könnte. Doch für weitere Details sei es noch zu früh.

In jedem Fall nimmt der Digitaldruck bei *Edelmann* erheblich an Bedeutung zu. So ist die *Landa S10* in der Strategie von *Edelmann* zwar nur eine von mehreren Szenarien, doch Wolfram Hahn zeigt sich überzeugt: »Die Reise wird digital.«

Noch keine Revolution

Trotz aller Fortschritte durch und mit dem Digitaldruck könne von einer Revolution im Faltschachtel-Markt allerdings noch keine Rede sein, stellt Oliver Sattel fest. Schließlich stünden im Faltschachteldruck den rund 1,4 Mrd. digital gedruckten Kartonbögen etwa 50 Mrd. Bögen gegenüber, die noch immer konventionell im Offset gedruckt werden. Das sind gerade mal 2,8%. Doch steige die Anzahl digital gedruckter Bögen seit Jahren an und *Edelmann* will sich mit der neuen Druckmaschine an der Fortsetzung dieses Trends beteiligen.

Qualitativ spricht jedenfalls nichts dagegen. Die Drucke sind bestechend gut – vor allem vor dem Hintergrund, dass die bei *Edelmann* installierte *Landa S10* zurzeit noch eine Vierfarb-Version ist, die im kommenden Frühjahr zur Siebenfarben-Version aufgerüstet werden soll. Wie sich die Maschine in Heidenheim wirtschaftlich in den Betrieb eingliedert, war aber leider ebensowenig zu erfahren wie Aussagen zum Tintenverbrauch, zur Energieaufnahme, zur Wechselhäufigkeit des Gummituchs oder zu Preisangaben.

Bei *Edelmann* jedenfalls ist man zufrieden. »Wir erleben eine hohe, dem Offset ähnliche Druckgeschwindigkeit – ohne Druckplatten und Makulatur. Inzwischen nutzen wir die Maschine auch für erste kommerzielle Aufträge. Und wir werden die Entwicklung mit *Landa* weiter vorantreiben«, fasst Oliver Sattel zusammen.

> www.edelmann-group.com

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebelfisch umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und passenden, zeitgemäßen Texten.

Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm. Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.

arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel • Telefon: 0 26 71 - 38 36, Telefax: 0 26 71 - 38 50
oder im Druckmarkt-Shop www.druckmarkt.com

Die MPI 1405 Easy Apply RS von Avery Dennison eignet sich für Fahrzeugverklebungen als auch für strukturierte Gebäudeoberflächen.

Bildquelle: Avery Dennison

AVERY DENNISON

DIGITALFOLIE ›ONE SOLUTION 4 ALL‹ – PVC-FREI

Zu den Innovationen bei den Materialwissenschaften von *Avery Dennison Graphics Solutions* gehört eine neue PVC-freie Beklebungsfolie für eine Vielzahl von Anwendungen.

Die neue Folie *MPI 1405 Easy Apply RS* wurde für lebendige Farben und hohe Verformbarkeit entwickelt. Sie eignet sich für Anwendungen von Fahrzeugbeklebungen bis hin zu anspruchsvollen strukturierten Gebäudeoberflächen, einschließlich Ziegel- und Betonsteinen. Oliver Guenther, Senior Director Marketing and Channel Strategy bei *Avery Dennison*, erklärt, eine einzige Folie für so viele unterschiedliche Anwendungen mache Verklebespezialisten das Leben leichter: »Die Druckleistung und Dehnbarkeit dieses PVC-freien Materials macht es zu einer einfachen Wahl für Anwendungen, bei denen das Aussehen wirklich wichtig ist und bei denen unregelmäßige Wölbungen eine Herausforderung darstellen. Haltbarkeit und Dimensionsstabilität sind hervorragend und es kann auf Latex-Druckern, UV- und Lösungsmittel/Öko-Lösungsmittel-Tinten verdruckt werden. Wir empfehlen dafür ein klares PVC-freies Laminat.« *Easy Apply RS*-Klebetechnik bietet eine einfache Repositionierbarkeit und Verschiebbarkeit für eine schnellere Verklebung.

Die MPI 1405 Easy Apply RS eignet sich auch für strukturierte Gebäudeoberflächen.

> *www.averydennison.com*

PARTNERSCHAFT

Hexis und das Renault Sport F1 Team kooperieren

Hexis und das *Renault Sport Formula One Team* bestätigen eine technische Zusammenarbeit, die in der Bereitstellung von Klebefolien zur Umsetzung des Corporate Designs auf den Rennstrecken als auch am Firmensitz des französischen Racing-Teams besteht. *Hexis* stellt dem Rennstall seine Plotter- und Digitaldruckproduktreihe für die stetige Erneuerung der Beschilderungen zur Verfügung. Dazu gehört auch die optische Gestaltung der 16 Hospitality Trucks sowie sämtliche Beschilderungssysteme für Veranstaltungen rund um den Globus. Aufgabe von *Hexis* wird es sein, maßgeschneiderte Produkte für das Team zu entwickeln, die den exklusiven High-Tech-Anforderungen der Formel 1 entsprechen.

> *www.hexis-graphics.com*

CANON
›Future Promotion Forum‹

Ende September fand in Poing am Produktions- und Forschungsstandort von *Canon* bei *Océ Technologies* zum ersten Mal das Future Promotion Forum statt. Das Fazit von Canon: Moderner Digitaldruck hat noch unglaublich viel Potenzial. Eine Botschaft, die vor allem der Zielgruppe Werbe-, Direktmarketing- und Promotion-Agenturen nähergebracht werden sollte. Auch Gäste aus der Druckindustrie hatten Gelegenheit, die neuesten Maschinen vor Ort in Aktion zu erleben.
Um die Möglichkeiten des modernen Digitaldrucks besonders eindrucksvoll zu präsentieren, zeigte *Canon* an einem ›echten‹ Beispiel, was möglich ist. Das Coffeetable-Fotobuch ›Speed‹, produziert auf der *Canon Océ ProStream* 1.000, und die dazugehörigen Promotionsmaterialien wie Poster, Flyer und Postkarten leisteten Überzeugungsarbeit dafür, dass Digitaldruck mit der Qualität des Offsetdrucks mithalten kann.

Sogar für Fotografen, die qualitativ hochwertige Fotobücher in Kleinauflagen für eigene Werbezwecke produzieren wollen, bietet sich laut *Canon* eine vielversprechende Lösung.
Das Fotobuch ›Speed‹, im *soda-Verlag* für 39 Euro erhältlich, dokumentiert die Reisen des Londoner Fotografen Horst A. Friedrichs durch britische Subkulturen: Mods, Rocker, Radfahrer, Motorräder und Oldtimer. Eine handverlesene Auswahl selten gesehener Bilder Friedrichs zeigt seine besten Bilder aus dem letzten Jahrzehnt.
Das *Future Promotion Forum* hatte *Canon* in Anlehnung an das erfolgreich laufende *Future Book Forum* initiiert: Was sich in der Verleger-Szene bereits als bedeutende Veranstaltung etabliert hat, soll nun auch der Agentur- und Werbebranche geboten werden. »Wir bringen hier die kreative Szene mit Druckdienstleistern zusammen und zeigen, was mit modernem Digitaldruck möglich ist. Kreativdienstleister können sich inspirieren lassen und wiederum ihre Kunden mit neuen Erkenntnissen und Ideen überraschen«, sagt Mathieu Peeters, B2B Marketing Director bei *Canon Deutschland.*
> *www.canon.de*

PPS
STEIGERUNG VON QUALITÄT UND PRODUKTIVITÄT

Seit der Investition in eine *Inca Digital Onset X2* von *Fujifilm* profitiert *PPS* von einer erheblichen Steigerung der Produktivität, einer Verkürzung der Lieferzeiten und einer Verbesserung der Qualität.

Mit sieben Standorten in Europa ist *PPS* eine der größten Großformatdruckereien auf dem Kontinent und beliefert einen großen Kundenstamm aus Einzelhandel, Agenturen und Messen sowie globale Markenartikler. Die am Berliner Standort des Unternehmens installierte *Onset X2* mit sechs Farbkanälen und Dreiviertel-Automatisierung hat offenbar einen so großen Eindruck hinterlassen, dass das Unternehmen Anfang 2019 in ein weiteres System investieren will.
»Unsere Kunden haben hohe Erwartungen, was Qualität und schnelle Lieferungen angeht«, sagt Steffen Hufnagel, Produktionsleiter bei *PPS* in Berlin. *PPS* produziert in den verschiedenen Niederlassungen eine breite Palette von Produkten, darunter Wellpappe-Displays, POS- und OOH-Produkte, Banner und vieles mehr. Qualität ist dabei von zentraler Bedeutung und die Kunden erwarten diese immer schneller.
»Wir wollten zwei ältere Maschinen modernisieren und schauten uns die aktuelle auf dem Markt erhältliche Technologie genau an. Wir wollten aber nicht nur Showrooms besuchen, wo man nur die vom Hersteller und Zulieferer ausgewählten Dinge zu sehen bekommt, sondern wollten mit Kollegen sprechen, die die Maschinen, mit denen wir liebäugelten, bereits einsetzen. Der Besuch bei einem *Onset X2*-Kunden in Frankreich überzeugte uns schlussendlich davon, dass dies die perfekte Maschine für unsere Anforderungen an Geschwindigkeit ohne Kompromisse bei der Qualität ist.«
Im April 2018 ersetzte die *Onset X2* eine ältere Maschine. »Anfang 2019 wollen wir unsere andere Maschine durch eine weitere *Onset X2* ebenfalls mit sechs Farben und Dreiviertel-Automatisierung ersetzen. Seit der Installation haben wir festgestellt, dass wir nicht nur Folgeaufträge für unsere Stammkunden schneller und mit höheren Stückzahlen als mit unserer alten Maschine liefern können, sondern dass wir auch unsere Qualität verbessern konnten. Die Plattform erweist sich bereits jetzt als ein äußerst wertvolles Werkzeug, um bei den Markttrends und den sich ändernden Kundenanforderungen nicht nur reagieren, sondern auch agieren zu können. Die Vielseitigkeit der *Onset X*-Plattform hat uns stets beeindruckt«, fährt Hufnagel fort. »Ich bin zuversichtlich, dass wir uns durch diese Investition stark positionieren können und damit auf Markttrends wie kleinere Auflagen, schnellerer Lieferzeiten und eine höhere Nachfrage nach Personalisierung eingehen können. Übrigens: Auch der Installationsprozess verlief unglaublich reibungslos.«

Steffen Hufnagel, Produktionsleiter bei PPS: »Ich kann diese Druckmaschine ohne zu zögern weiterempfehlen. Ich glaube, dass die Onset X2 derzeit das leistungsfähigste Angebot auf dem Markt ist. Ihre Kombination aus Geschwindigkeit und Qualität ist konkurrenzlos.«

> *www.fujifilm.eu*

Highspeed-Inkjet

RICOH KÜNDIGT ROLLENDIGITALDRUCKMASCHINE PRO VC70000 AN

Ricoh hat als neues Modell die *Pro VC70000* angekündigt, die auf den *Hunkeler Innovationdays* Ende Februar 2019 erstmals vorgestellt werden soll. Mit der Maschine lassen sich nach Angaben von *Ricoh* Drucksachen produzieren, die traditionell im Offset hergestellt werden. Hierzu zählt der Hersteller Kataloge und Magazine. Dabei sorgten die von *Ricoh* entwickelten Tinten für große Medienvielfalt: gestrichene Offsetpapiere, unbehandelte Papiere etc. Die Maschine ergänzt die drei Rollenmodelle *VC60000, VC40000* und *V20000,* verfügt über eine neue Engine, hohe Trocknungskapazität sowie neue Einzugs- und Ausgabemodule. Die Maschine soll mit einer Geschwindigkeit von bis zu 150 m/Min. drucken und mit Drop-on-Demand-Piezo-Druckköpfen von *Ricoh* fast 130.000 A4-Drucke pro Stunde in einer Auflösung bis 1.200 x 1.200 dpi produzieren. Die neuen Inkjet-Tinten sind laut *Ricoh* dafür konzipiert, die Produktion vielseitiger und wirtschaftlicher zu gestalten und den Farbraum zu erweitern.

Mit der neuen Pro VC70000 will Ricoh Druckereien vom Offset- auf den Digitaldruck umstellen.

Inzwischen hat die niederländische Druckerei *Zalsman*, die bereits seit drei Jahren mit einer *Pro VC 60000* produziert, das neue Modell bestellt und wird darüber hinaus eine *Tecnau*-Anlage anschaffen, um die beiden Maschinen im Finishing zu ergänzen.
> *www.ricoh.de*

EINE ANDERE LIGA Im Rahmen ständiger Prozessoptimierung hat das österreichische Unternehmen *Sandler print&packaging* seine in die Jahre gekommenen Sammelhefter durch zwei *Primera MC* von *Müller Martini* ersetzt. Mit einer Leistung von 14.000 Takten/Stunde gelang so der Vorstoß in eine andere Produktivitäts-Liga. Die Vernetzung im Sinne von Finishing 4.0 erlaubt, den Status des *Primera MC* auf einer Handy-App zu verfolgen. Die neuen Sammelhefter sind unterschiedlich konfiguriert. Für kleinere und mittlere Auflagen wurde einer mit zwei Umschlag- und acht Vertikalstapelanlegern ausgestattet. Der andere verfügt über einen Umschlaganleger sowie fünf mit *Streamfeedern* versehene Flachstapelanleger und bewältigt damit Auflagen, die weit über eine Million Exemplare hinausgehen. > *www.mullermartini.com*

NACHHALTIG *HP* präsentierte auf der *FachPack* erstmals in Europa voll recyclingfähige flexible Verpackungen, die mit *HP Indigo 20000* Digitaldruckmaschinen auf 100% kompostierbaren Substraten und speziellen Drucklacken produziert wurden (*Ebeam Overprint Varnish* by *Kala*). *HP* reagiert damit auf die gestiegene Nachfrage nach umweltfreundlichen Verpackungen. Des Weiteren wurden digital gedruckte Retort-Beutel präsentiert, die mit der Systemlösung *Pack Ready Coating* von *Immer Digital* (Lettland) beziehungsweise *UniPackaging* (Frankreich) hergestellt wurden. > *www.hp.com*

GENERATIONSWECHSEL Einige Fliesenhersteller, die ihre Produkte im Digitaldruck dekorieren, setzen auf die Druckerreihe *Cretaprint* von *EFI*, teilte das Unternehmen mit. Unlängst wurde die 5. Generation dieser Plattform mit dem neuen Druckkopf *EFI e-D5* eingeführt, der die Druckleistung optimiert. Zwei weitere Modelle der 5. Generation, *C5* und *D5*, hat *EFI* angekündigt. > *www.efi.com*

DIGITALISIERUNG

Ein Jahr Heidelberg Assistant

Vor rund einem Jahr führte *Heidelberg* in den Pilotmärkten USA, Kanada, Deutschland und der Schweiz die digitale Plattform *Heidelberg Assistant* mit dem Ziel einer neuen Kundenkommunikation ein. Mittlerweile ist die Lösung in diesen Ländern bei mehr als 400 Druckereien mit über 700 Nutzern im Einsatz –mit rasch steigender Tendenz, wie *Heidelberg* meldet. Zudem hat auch der Roll-out in Japan, Polen und Österreich begonnen.
»Das Thema Digitalisierung nimmt in vielen Druckereien Fahrt auf. Unsere Kunden schätzen die digitalen Serviceangebote, die wir rund um die Uhr zur Verfügung stellen«, stellt Prof. Dr. Ulrich Hermann, Vorstand und Chief Digital Officer bei *Heidelberg* fest. Der Druckmaschinenhersteller sieht in der Digitalisierungslösung eine Schlüsseltechnologie im Rahmen der digitalen Transformation, einen transparenten Ablauf ihrer Prozesse und eine Voraussetzung für den Aufbau neuer Geschäftsmodelle.
> *www.heidelberg.com*

MEHR INFOS

DRUCKMARKT
HEFT 114, SEITE 12 ff.
HEFT 118, SEITE 18 ff.
www.druckmarkt.com

K&L WALL ART

Xeikon Wall Decoration Suite

Mit computergeschnittenen Wandtattos fing es an. Heute, nach elf Jahren, zählt *K&L Wall Art* zu den führenden E-Commerce-Plattformen für individuelle Wandgestaltungen. Produziert werden die Wohnaccessoires in der 1.500 m² großen Produktion in Berlin Marienfelde ausschließlich digital, bisher über Latex-Drucker. Der jüngste Neuzugang im Maschinenpark ist die *Wall Decoration Suite* von *Xeikon* mit einer One-Pass-Duplex-Digitaldruckmaschine *Xeikon 8500.* Geschäftsführer Alexander Kunze hat errechnet, dass er mit der neuen *Xeikon*-Anlage und ihrem digitalen Frontend fünf mal schneller druckt als mit zwei oder drei Latex-Druckern. Das soll der digitalen Tapetenproduktion einen gewaltigen Schub geben. Denn die *Xeikon*-Tapetenlinie verfügt über alle Verarbeitungsgeräte: einen Jumbo-Abwickler und einen speziellen Tapeten-Aufwickler mit Schneidvorrichtung und Resteabfuhr. So kann in einem Arbeitsgang eine fertige Tapetenrolle produziert werden. Die Suite wird von dem *X-800*-Frontend angesteuert, das Funktionen zur Steigerung der Produktivität und zum Farbmanagement bietet, die Stabilität der Farben und eine hohe Reproduzierbarkeit gewährleisten.
> *www.wall-art.de*
> *www.xeikon.com*

MEILENSTEIN
swissQprint bringt Rollendrucker

Anlässlich eines Treffens seiner Tochtergesellschaften und Vertriebspartner aus rund 30 Ländern Ende November hat *swissQprint* ein neues Maschinenkonzept angekündigt. *swissQprint* wird zur *Fespa* im Mai 2019 in München einen reinen Rollendrucker vorstellen – eine interessante Ergänzung zu den Flachbettdruckern, für die der Schweizer Hersteller bekannt ist. »Es steht ein großer Meilenstein bevor«, freut sich Reto Eicher, CEO von swissQprint. »Mit diesem Drucker wollen wir aktuellen Trends gerecht werden und Anwendern mit einzigartigen Features ein

effizientes Arbeitsmittel in die Hand geben.«
Die technischen Spezifikationen des neuen Produktes wird *swissQprint* bei der Erstvorstellung im Mai bekannt geben.
So viel steht allerdings schon fest: Es wird ein UV-Rollendrucker mit dem klingenden Namen *Karibu* sein, der das Flachbettsortiment ergänz.
> *www.swissqprint.com*

TECNAU
Revolution 50 Serie

Tecnau hat die neue Serie *Revolution 50* für Hochleistungs-Inkjet-Druckmaschinen vorgestellt. Die neue Produktfamilie bietet laut Hersteller eine Leistung von 200 m/Min. bei hoher Medienflexibilität, wie dies in anspruchsvollen Digitaldruckumgebungen verlangt wird.
Neu ist dabei das *Stack 5250 System,* das den Output von Inkjet-Rollenmaschinen mit dem Doppelschnittmodul *Cutter c52* schneidet und stapelt.
Zudem verweist *Tecnau* auf *Stack 1010* als Schneid- und Stapellösung für den Output von Bogen-Digitaldrucksystemen. Sie eigne sich für die Verarbeitung von Kontoauszügen, Briefen, Büchern sowie Broschüren, führe den Längs-, Quer- und seitlichen Randbeschnitt aus, entferne herausgeschnittene Stege samt Beschnitt und stapele das geschnittene Papier. Mit *Stack 1010* könnten Anwender Bogen mit mehreren Nutzen auf kostengünstige Weise verarbeiten und die manuelle Handhabung von Druckbogen reduzieren.
> *www.tecnau.com*

DATAMANAGER 4.0 Wer die Effizienz seiner Produktion steigern will, kommt an Konzepten wie Finishing 4.0 nicht vorbei. Rüstzeitverkürzung, reduzierte Stillstandzeiten und Vernetzung gehen dabei Hand in Hand. Dazu hat *MBO* den *Datamanager 4.0* zur Produktionsplanung und -analyse entwickelt. Durch ihre offene Schnittstelle kann die Software an unterschiedliche Management-Informations-Systeme (MIS) angebunden werden. Notwendig ist laut *MBO* eine Datenbank, in die kunden- und auftragsspezifische Daten wie etwa Materialien, Bogengrößen, Falzarten etc. eingespeist werden. Der *Datamanager 4.0* übergibt der Falzmaschine alle nötigen Informationen, um den Einstellprozess zu optimieren. Im Gegenzug erhält er alle produktionsspezifischen Daten von der Falzmaschine zurück. > *www.mbo-folder.com*

AUTOMATISCH BELADEN Mit dem *Transomat TR 4 BL 150-5* hat *Polar* sein Angebot für Belader im 5er Format ausgebaut. Der Belader ist für Schnellschneider *Polar 137* oder größer und für Bogenformate bis 1.260 x 890 mm konzipiert. Mit dem *Transomat* soll der Arbeitsfluss optimiert, das Beladen der Schnellschneider erleichtert und die Ergonomie verbessert werden. Dabei nimmt der *Transomat* Schneidgut bis zur vollen Einsatzhöhe vom Stapel, ermöglicht aber auch eine blattgenaue Abnahme, und schiebt die Schneidlage auf den Hintertisch. Während des Entladens der Schneidemaschine kann bereits eine neue Schneidlage auf den Tisch transportiert werden. Dabei kann eine bis zu 100% höhere Produktivität erreicht werden.
> *www.polar-mohr.com*

Memjet und MGI
STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT FÜR ALPHAJET-DRUCK- UND VEREDELUNGSMASCHINE

MGI Digital Technology hat die *DuraLink*-Technologie von *Memjet* in seine neue Inkjet-Druck- und Veredelungsmaschine *AlphaJet* für das B1-Format integriert. Es handelt sich um das erste Fünffarb-Digitaldrucksystem, in das Inline-Veredelungseinheiten für zwei- und dreidimensionale UV-Struktureffekte und variable Folienprägungen integriert sind. Bisher getrennt voneinander ablaufende Produktionsschritte wie das Vorbehandeln mit Primern, der Druck und die Veredelung sind in einem Gerät integriert. Dadurch ist eine durchgängige ›All-in-One‹-Industriedruckmaschine entstanden. In der *AlphaJet* kommen die neuen Tinten, Module und Druckköpfe der *DuraLink*-Reihe von *Memjet* für CMYK-Drucke mit einer Auflösung von 1.600 dpi zum Einsatz. Mithilfe der UV-Inkjet-Technologie können mit Weiß und Klarlack faszinierende Druck- und Veredelungsergebnisse erzielt werden. Die *AlphaJet* ermöglicht sowohl das Bedrucken als auch das Veredeln von Wellpappe, Papier, Kunststoff und synthetischen Substraten bei einem Durchsatz von 1.800 B1-Bogen/h im Format 70,7 x 100 cm.
> *www.memjet.com*
> *www.mgi-fr.com*

Eef de Ridder kam 2008 als Vice President Commercial Print Industry zu *Ricoh* und war für die Entwicklung und operative Implementierung der Vertriebs- und Marketingstrategie für die Akzidenzdruckmaschinen von *Ricoh* auf den Märkten in Europa, im Mittleren Osten und in Afrika verantwortlich. Seit April 2017 ist er Director of Commercial Printing EMEA für *Ricoh Europe* und Vice President. Vor seiner Tätigkeit bei *Ricoh* hatte der studierte Wirtschaftswissenschafler eine eigene Beratungsgesellschaft und war zuvor mehr als 20 Jahre bei *Xerox* tätig.

Automatisierung ist unverzichtbar

Dass der Digitaldruck wächst, in unbestritten. Was aber sind die Treiber und welche Technologien haben welches Potenzial? Wir haben darüber mit Eef de Ridder gesprochen. Dabei lässt er keinen Zweifel daran, dass die aktuellen Herausforderungen der Branche nur durch Automatisierung des gesamten Workflows und auf lange Sicht durch den Digitaldruck zu lösen sind.

Text: Klaus-Peter Nicolay | Foto: Ricoh

Herr de Ridder, Sie sind bei Ricoh für alle Produktionsdrucklösungen verantwortlich. Was muss man sich darunter vorstellen?
Zu meinen Aufgaben gehört, dass ich vor allem einen möglichst engen Kontakt zu unseren Kunden und meinen Länderorganisationen halte, um die jeweiligen Märkte besser zu verstehen und sicherzustellen, dass unsere Strategie deren Anforderungen stets optimal berücksichtigt. Dazu gehört auch, gemeinsam mit meinem Team Produkteinführungsstrategien zu entwickeln und umzusetzen. Dabei geht es darum, eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen und dazu beizutragen, dass die Geschäfte unserer Kunden wachsen.

Und was macht dabei am meisten Spaß?
Es ist der direkte Kontakt mit den Kunden und die Gespräche über Herausforderungen und Chancen des Marktes sowie darüber, wie wir es unseren Kunden ermöglichen können, angemessen darauf zu reagieren und ihr Geschäft auszubauen.

Dann kennen Sie durch die Gespräche mit ihren Kunden auch die aktuellen Trends in der Druckbranche?
Es sind ja im Grunde genommen keine neuen Trends, sie setzen sich aber weiter fort und nehmen in der Praxis einen immer bedeutenderen Platz ein. Da sind einmal die immer kleiner werdenden Auflagen. Um diese auch wirtschaftlich zu bewältigen, ist Automatisierung unverzichtbar. Das schließt die Software-Automatisierung des gesamten Workflows vom Entwurf über die weitere Bearbeitung des Auftrags bis zu Versand und Rechnungsstellung mit möglichst wenig manuellen Eingriffen ein.
Daneben wirkt sich die veränderte Mediennutzung auf das Druckgeschäft aus. Das heißt im Extremfall die Verdrängung des Drucks durch digitale Medien. Allerdings scheint dieser Trend an Tempo zu verlieren, da der Druck weit stärker als bisher in Multimedia-Kampagnen integriert wird. Ein Beispiel dafür ist die Nutzung von Brückentechnologien, die den Leser von Print zu einem Online-Angebot führen, wie es beim *Clickable Paper* von *Ricoh* der Fall ist.

Darf ich kurz dazwischenfragen, was Clickable Paper ist?
Bei *Clickable Paper* handelt es sich um einen nicht sichtbaren Code im Druckbild oder auf einer gedruckten Seite, der den Nutzer via Smartphone zu weiterführenden Informationen bringt. Die Bilderkennungssoftware verknüpft Print mit digitalen Inhalten. Dabei können bis zu sechs Verknüpfungen auf einen oder mehrere Hotspots eingerichtet werden und jedem Link Websites, Video- und E-Commerce-Portalen zugewiesen werden. Sie können auch Mobilgeräte so einbinden, dass Sie Anrufe tätigen, Straßenkarten öffnen oder E-Mails versenden.

Sehen Sie vergleichbare Trends auch bei Buch und Zeitung?
Was die Mediennutzung und eine mögliche Verdrängung durch digitale Lösungen angeht, sind die Print-Märkte sehr unterschiedlich betroffen. Wir glauben nicht, dass es bei Büchern genauso sein wird, wie bei klassischen Drucksachen, da wir bei den E-Books in Europa und Amerika ein nur langsames Wachstum erkennen. Das gedruckte Buch hat also noch immer einen großen Stellenwert. Zeitungen dagegen stehen allerdings unter einem viel größeren Druck.

In praktisch allen Segmenten des Druckens ist der Digitaldruck ein seit Jahren omnipräsenter Trend. Dennoch macht er erst wenige Prozentanteile am gesamten Druckvolumen aus. Welche Entwicklungen sehen Sie und was kann man vom Inkjet-Druck erwarten?
Europa steht vor großen Herausforderungen, da die Printauflagen weiter abnehmen werden. So übernimmt der Inkjet-Druck als Non-Impact-Technologie Schritt für Schritt immer mehr Volumen vom Offsetdruck.

>

Die Analyse ›The Future of Inkjet Printing to 2023‹ stellt fest, dass der weltweite Inkjet-Druckmarkt in den nächsten fünf Jahren jährlich um 9,4 Prozent wachsen und bis 2023 ein Volumen von fast 110 Milliarden US-Dollar erreichen wird. 2018 hatte der Gesamtwert des Inkjet-Drucks bei Druck- und Verpackungsanwendungen noch ein Volumen von 69,6 Milliarden Dollar. Das gesamte Druckvolumen lag bei 749 Milliarden A4-Bögen und soll auf 1,4 Billionen anwachsen. Der Digitaldruck wird sich also zur führenden Technologie entwickeln. Dabei profitiert er von zwei Haupttreibern: Zum einen vom variablen Datendruck und zum anderen von der besseren Wirtschaftlichkeit.

Über Prognosen könnten wir jetzt sehr ausführlich und lange diskutieren: Welche Segmente sind gemeint, welche Produkte, ab welcher Auflage und so weiter. Aber lassen wir das. Prognosen lagen in den letzten Jahrzehnten immer daneben. Unbestritten ist jedoch, dass der Digitaldruck immer relevanter wird. Deshalb interessiert mich sehr viel mehr, welche Rolle Ricoh in diesem Wachstumsmarkt spielen will?

Ricoh kann auf eine langjährige und sehr intensive Forschung und Entwicklung verweisen, die Ausdruck unseres Engagements ist, Druckdienstleistern eine rentable Produktion zu ermöglichen. Da unser F&E-Geschäftsbereich stets die kommenden Trends im Blick hat, ist es uns gelungen, erschwingliche Druckmaschinen zu entwickeln. Auch haben wir unsere *TotalFlow*-Softwarelösungen weiterentwickelt, um den Workflow nahtlos zu automatisieren, die digitale Produktion in den Offsetdruck zu integrieren und die täglichen Betriebsabläufe zu optimieren. In ihrer Gesamtheit haben diese Bemühungen zu sehr konkreten Geschäftsvorteilen geführt, die den Druckereien helfen, ihre Produktivität zu maximieren.

Dennoch hat man gelegentlich den Eindruck, dass sich nur wenig bewegt. Woran liegt das?

Der Eindruck mag täuschen. Denn *Ricoh* ist unablässig auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, sein Portfolio zu optimieren. So druckt die neue *Pro C9200 Series* mit verbesserter Bildqualität und herausragenden Registerhaltigkeit bei niedrigeren Betriebskosten noch profitabler. Die automatische Farbdiagnose *ACD* gewährleistet dabei eine hohe Farbbeständigkeit und Stabilität, da selbst kleine Farbveränderungen während des Drucks erkannt und kompensiert werden.
Das ebenfalls neue Fünffarbdrucksystem *Pro C7200x* bietet die wirtschaftliche Möglichkeit, sich im Produktionsdruck zu differenzieren und Vorteile zu verschaffen. Gegenüber der Plattform *Pro C7100x* gewährleistet dieses Produkt unter anderem aufgrund der automatischen Kalibrierung mit Inline-Sensoren eine verbesserte Farbstabilität und mithilfe der automatischen Registereinstellung eine exaktere Passergenauigkeit. Darüber hinaus erweitert die fünfte Farbstation das Spektrum an wertschöpfenden Druckanwendungen, da Weiß plus CMYK in einem einzigen Durchlauf gedruckt werden können.

> *„Automatisierung schließt auch die Software-Automatisierung des gesamten Workflows vom Entwurf über die weitere Bearbeitung des Auftrags bis zu Versand und Rechnungsstellung mit möglichst wenig manuellen Eingriffen ein."*
>
> Eef de Ridder

Ich denke, dass beim Bogendigitaldruck im Format A3+ am Markt nur wenig Überzeugungsarbeit zu leisten ist. Wie sieht es aber mit den Rollensystemen aus?

Auch hier verfolgt *Ricoh* das Ziel, mit einem wachsenden Inkjet-Portfolio bei den zweifellos höchst unterschiedlichen Print-Anwendungen und Anforderungen zu punkten. Aus diesem Angebot ist der *Pro VC60000* wahrscheinlich am bekanntesten. Des Weiteren haben wir den *Ricoh Pro VC40000*, das Schwarz-Weiß-System *Pro V20000* und als jüngsten Neuzugang das Spitzensystem *Ricoh Pro VC70000* vorgestellt. Die neue, von *Ricoh* entwickelte Trocknungstechnologie sowie die ebenfalls eigenentwickelten Tinten für den *Pro VC70000* sorgen für eine außergewöhnliche Qualität und eine Produktivität, die seinesgleichen sucht.

Das werde ich mir noch genau ansehen. Aber eine andere Frage: Welchen Einfluss haben eigentlich die von Ihnen genannten Trends bei Ihren Gesprächen mit den Kunden?

Das größte Problem ist der Preisdruck auf dem Markt, der sowohl die Druckereien als auch die Maschinenbauer und Zulieferer vor große Herausforderungen stellt. *Ricoh* legt Wert auf die Entwicklung von Systemen, die eine höhere Qualität, Produktivität und Funktionalität ermöglichen, um den Druckereien zu helfen, auf diesem anspruchsvollen Markt einen reaktionsschnellen Service zu gewährleisten. Dabei konzentrieren wir uns auf die Qualität der Leistung und wie diese den Druckdienstleistern zugutekommt.

Das beziehlt sich auf die etablierten und existierenden Märkte. Die haben Sie als kritisch beschrieben. Wie steht es also mit neuen Modellen?

Natürlich möchten unsere Kunden auch zeitgemäße und profitable Geschäftsmodelle entwickeln, sie möchten zudem neue Einnahmequellen erschließen, um ihre Geschäftsgrundlage zu erweitern und die Risiken weitestgehend zu minimieren. *Ricoh* kann dabei helfen, da wir den Schwerpunkt darauf legen, gemeinsam eine rentable Zukunft aufzubauen und eine Neuausrichtung des Geschäfts zu fördern. Es gibt noch viele Chancen mit neuen Anwendungen, neuen Dienstleistungen und dies auch in neuen Marktsegmenten.

Wenn Sie den Kunden eine gewisse Beratung bieten: Was ist der wichtigste unternehmerische Ratschlag, den Sie jemals erhalten haben?

Halte immer einen möglichst engen Kontakt zu deinen Kunden, um deren Geschäft und deren Herausforderungen zu verstehen, anstatt zu versuchen, aus der Perspektive der Firmenzentrale heraus Anweisungen zu geben.

Herr de Ridder, vielen Dank für das Gespräch.

> www.ricoh-europe.com

DIE RICHTIGE TECHNOLOGIE VERLEIHT FLÜGEL.

TECHNOLOGISCHER VORSPRUNG des eingesetzten Produktionsequipments bedeutet für viele Unternehmen immer auch einen Wettbewerbsvorteil. Für die Wahl der richtigen Produktionsmittel sind die EDP Awards ein verlässlicher Ratgeber. Denn wenn die **E**uropean **D**igital **P**ress Association, in der sich 21 führende europäische Fachmagazine für digitale Produktionstechniken zusammengeschlossen haben, ihre begehrten Awards vergibt, werden die Produkte nach strengen Kriterien wie Leistung, Qualität und Kosten ausgewählt. Deshalb bieten die **EDP Awards** Orientierung und geben eine neutrale Empfehlung für Ihre Kaufentscheidungen.

Der Wettbewerb für die **EDP Awards 2019** läuft bereits. Reichen Sie Ihre Bewerbung ein und werden Sie Gewinner einer der begehrten Awards 2019. Einsendeschluss ist **1. März 2019**.

DRUCKMARKT
Printmediamagazin

ist Mitglied der European Digital Press Association.

www.edp-awards.org

Bildquelle: J.E. Wolfensberger

Zurück mit dem Großplakat

Die Headline drückt die Realität nicht ganz korrekt aus. Die *J.E. Wolfensberger AG* war ja nie weg vom Plakat. Doch die Digitalisierung des Drucks hat auch bei der Traditionsdruckerei ihre Spuren hinterlassen. Denn mit der Investition in eine 3,20 m breite *Agfa Anapurna LED* öffnet *Wolfensberger* jetzt ein neues Kapitel in der über 110-jährigen Firmengeschichte.

Text: Klaus-Peter Nicolay | Fotos: Jean-Paul Thalmann, J.E. Wolfensberger AG

In der Schweiz muss die Druckerei *J.E. Wolfensberger* nicht vorgestellt werden. Sie ist eine Institution, ein Ort, wo Kunst, traditionelle Herstellungsverfahren und moderne Drucktechniken aufeinandertreffen. Selbst in Übersee ist der Name der 1902 gegründeten Druckerei ein Begriff. Und dies nicht nur aufgrund der Plakate, die Anfang des 20. Jahrhunderts mit ihrem damals schier unvorstellbaren Format von 90,5 x 128 cm als sogenanntes ›Weltformat‹ Geschichte geschrieben haben. Unvorstellbar auch deshalb, da die Plakate dieser Dimension im Steindruck in bis zu zwölf Farben lithografiert und auf riesigen Steindruck-Pressen gedruckt wurden. Die Steine selbst konnten kaum von einer Person alleine bewegt werden.
Das alles ist eben nicht längst Geschichte, sondern lebt im Hause *Wolfensberger* weiter. Damit ist *Wolfensberger* eines der ganz

Zwischen diesen beiden Bildern liegen Welten – und gut 100 Jahre Druckgeschichte. Ab 1911 wurde bei J.E. Wolfensberger an der Bederstrasse in Zürich das sogenannte ›Weltformat‹ (90,5 x 128 cm) im Steindruck gedruckt. Durch die Weiterentwicklung der Flachdrucktechnik hin zum produktiveren Offsetdruck hat sich das Steindruckatelier Wolfensberger ab Anfang der 1960er Jahre zum reinen Künstlerdruckatelier gewandelt, das von Thomi Wolfensberger an der Eglistrasse in Zürich geleitet wird.

Heute stellt die J.E. Wolfensberger AG im LED-UV-Inkjet auf der neuen Agfa Anapurna Drucke in einer Breite von bis zu 3,20 m her. Mit diesem Large-Format-Printer kann das Unternehmen kleine Auflagen in deutlich größeren Formaten und kürzerer Zeit als bisher produzieren.

wenigen Unternehmen, die noch heute mit altehrwürdigen Verfahren arbeiten, welche die Tradition des Hauses aufrecht erhalten und mit denen außergewöhnliche Effekte erzielt werden können. Gemeint sind sowohl der Steindruck als auch das Bronzieren mit Gold- und Silberpulver, das die *J.E. Wolfensberger AG* in der Schweiz als Exklusivität anbietet. Als einzige Druckerei sind die Spezialisten in Birmensdorf mit einer der ältesten Druckveredelungstechniken und den damit verbundenen Anforderungen vertraut. Bronzieren ist eine klassische Druckveredelung, mit der brillante und hochwertige Effekte erzielt werden. Der Lüster (franz. Lustre = Oberflächenglanz) einer Bronzierung wird von keinem anderen Veredelungsverfahren erreicht und verleiht den Druckprodukten einen ausgesprochen exklusiven Charakter.

Vom Steindruck zum Offset

Ohne Zweifel ist die *Druckerei J.E. Wolfensberger* der gedruckten Kunst verbunden, was jeder feststellt, der erst einmal das Gebäude in Birmensdorf unweit von Zürich betritt und in den Belegen jüngster Drucksachen blättert. Doch *J.E. Wolfensberger* ist zugleich eine völlig normale Offsetdruckerei mit einem völlig normalen Maschinenpark und den völlig normalen Sorgen, die Druckereien nun einmal haben. Nicht nur wegen der Auftragslage, sondern auch wegen der Investitionen.

Seit Februar 2011 produziert *Wolfensberger* auf einer *Roland 700 HiPrint.* Die Sechsfarbenmaschine mit Lackwerk war schon damals für Nachrüstungen mit optionalen Bausteinen konzipiert. 2016 hat sich Benni Wolfensberger, Geschäftsführer der *J.E. Wolfensberger AG*, dazu entschlossen, auf den UV-Druck umzusteigen, und ließ die Bogenoffsetmaschine für den LED-UV-Druck umrüsten. »Der eigentliche Grund ist vor allem der Zeitdruck, denn heute sind etwa 75 Prozent aller Aufträge bei uns zeitkritisch.« Da kommen ihm die Vorteile der LED-UV-Trocknung entgegen. Denn die Bogen kommen quasi komplett durchgehärtet in die Auslage der Druckmaschine und können sofort weiterverarbeitet werden.

Farbnebel deutlich reduziert

Allerdings hat sich bei hohen Produktionsgeschwindigkeiten der unerwünschte Effekt des Farbnebelns eingestellt. Dem begegnet *Wolfensberger* nun mit einer speziellen Farbnebelabsaugung, die von der *FiltraCon GmbH* konzipiert, konstruiert und installiert wurde – mit unglaublichen Verbesserungen der Umgebungsluft im Drucksaal und einer um das 30-fache reduzierten Konzentration an lungengängigen und gesundheitsgefährdenden Partikeln (wir werden darüber noch im Detail berichten). Gerade durch die im Oktober 2018 erfolgte Investition in das Absaugsystem sieht Wolfensberger in der LED-UV-Trocknung keinen Widerspruch zum nachhaltigen Handeln des Unternehmens. >

Er hält diese Technologie, wird sie gewissenhaft angewendet, alleine schon aus drucktechnischen und praktischen Erwägungen für überaus sinnvoll.

Große Zukunft für das Plakat

Nach dem LED-UV-Offsetdruck setzt *Wolfensberger* diese Technologie für das Härten der Farben nun auch im Large-Format ein. Damit setzt Benni Wolfensberger die Tradition des Hauses in Sachen Plakatdruck mit aktueller Digitaldrucktechnik fort.

Denn er sieht für das gedruckte Plakat nach wie vor eine große Zukunft. »Alles Digitale auf Screens oder Monitoren ist flüchtig – auch beim Plakat«, argumentiert er. »Das gedruckte Plakat ist im Media-Mix immer noch essenziell und in der Bevölkerung gut akzeptiert. Auch in Zukunft wird das Straßenplakat nicht wegzudenken sein«, ist sich Wolfensberger sicher.

Dieser Überzeugung folgend, hat er mit der Investition in ein Large-Format-Digitaldrucksystem das Angebot der *J.E. Wolfensberger AG* im Plakat- und Posterdruck verstärkt. Die *Agfa Anapurna RTR3200i LED* ist ein auf hohe Leistung ausgerichteter und 3,20 m breiter UV-LED-Inkjet-Rollendrucker, der hochwertige Drucke für den Innen- und Aussenbereich mit einer Leistung von bis zu 127 m²/Stunde (im Entwurfsmodus) herstellt.

Der Betrachtungsabstand ist entscheidend

Daher spricht Benni Wolfensberger bei der Produktivität lieber von 82 m²/Stunde im Expressmodus, da er die Anwendungen für seine Kunden eher in diesem Bereich sieht. »Ab dieser Leistung wird es für uns interessant. Dabei muss man sich immer vor Augen halten, welchen Zweck der Druck erfüllen soll. Ist es ein Straßenplakat für einen Betrachtungsabstand von etwa fünf Metern, reicht eine geringere Auflösung des Drucks, also der Expressmodus. Der Drucker liefert in der High Definition Quality aber auch Ergebnisse, die einem Betrachtungsabstand von wenigen Zentimetern, also dem klassischen Leseabstand, standhalten. Damit sind sogar Schriften in vier Punkt noch lesbar. Dann verringert sich die Leistung des Druckers jedoch nochmals erheblich«, so Wolfensberger.

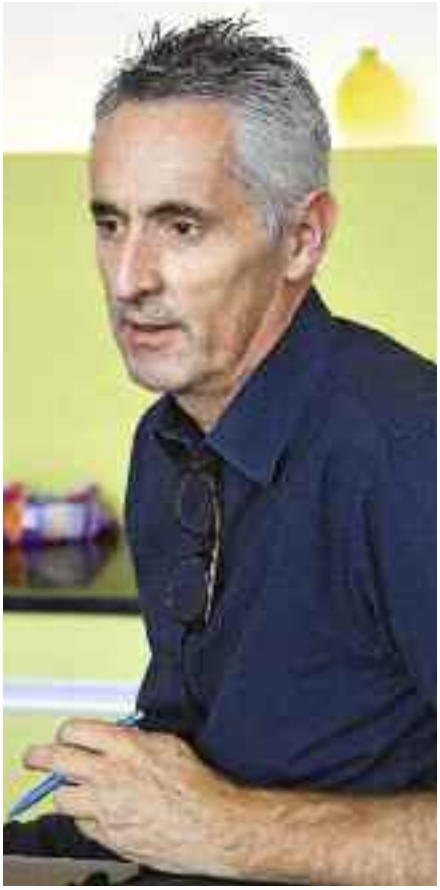
Was ihm an dem Drucker von *Agfa* besonders gefällt, sind die Flexibilität und die Brillanz der Tinten. »Für uns ganz wesentlich ist zudem die Stabilität der Tinten. Schließlich produzieren wir auch Straßenplakate, die üblicherweise mit einem Kleister auf den Untergrund aufgebracht werden. Wenn sich die Tinte dann schon auflöst, ist alle Mühe umsonst gewesen«, stellt Wolfensberger fest.

Zudem müssen die Haltbarkeit der Bilder und eine hohe Außenbeständigkeit gewährleistet sein. Diese Kriterien sieht Benni Wolfensberger bei den *Agfa*-Tinten erfüllt, wie er in zahlreichen Tests vor der Investition festgestellt hat.

Kostensparendes Gesamtpaket

Die Tinten von *Agfa Graphics* bieten einen großen Farbraum und ermöglichen das Drucken auf einer Vielzahl von flexiblen Materialien wie Textilien, Leinwand, selbstklebendem Vinyl, Kunststofffolien, Papier und Polyester sowie zu 100% umweltfreundlichem PE.

Natürlich spielen beim Large-Format-Print auch wirtschaftliche Fragen eine Rolle. »Durch die hohe Pigmentierung der Tinten dürfte der Tintenverbrauch pro Quadratmeter der niedrigste auf dem Markt sein. Im Gesamtpaket wirken sie sich also kostensparend aus«, sagt Wolfensberger. Denn er weiß auch: »Es hat niemand am Markt auf uns gewartet. Und der Wettbewerb ist groß. Aber ich bin davon überzeugt, dass wir mit unserer Kompetenz in Sachen Plakat am Markt überzeugen können.«



Benni Wolfensberger hält mit der jüngst erfolgten Investition in einen Großformatdrucker die Tradition des Großplakates im Hause J.E. Wolfensberger aufrecht.

> www.wolfensberger-ag.ch
> www.steindruckerei-wolfensberger.ch

FLYERALARM

LED-UV-PROZESS FÜR ONLINEPRINT

»Rüsten, rüsten, rüsten«, umschreibt Geschäftsführer Ulrich Stetter seine Forderungen an die *Rapida 106* mit acht Druckwerken, die seit April 2018 im *Druckhaus Mainfranken* in Marktheidenfeld produziert. »Verfügbarkeit und Performance« fügt Michael Deml, Geschäftsführer *Flyeralarm Industrial Print*, hinzu.

Anwenderbericht: Koenig & Bauer AG

Die *Rapida 106* mit Bogenwendung für die 4-über-4-Produktion ist für Leistungen bis 18.000 Bogen/h und durch das Höhersetzen um 225 mm exakt auf die Bedürfnisse der Online-Druckerei zugeschnitten. Innerhalb von knapp 40 Sekunden sind die acht Druckplatten an der *Rapida* simultan gewechselt. Schnelle Job- und Plattenwechsel, das simultane Waschen von Druckzylindern, Gummitüchern und Walzen sowie Registereinstellung sorgen für die hohen Produktionsleistungen, wie sie im Onlineprint-Geschäft erforderlich sind. Schließlich ist das Business von kleineren Auflagen, hoher Qualität und kurzen Lieferzeiten getrieben. 9.000 bis 10.000 Plattenwechsel im Monat zeigen, in welchem Marktsegment die *Rapida* zu Hause ist. Bei Druckjobs mit 100 bis etwa 5.000 Bogen ist die Anzahl der in den ersten Produktionsmonaten gedruckten Bogen relativ unspektakulär. 60% bis 70% der Produktionszeit nehmen Jobwechsel in Anspruch. Dennoch ist das Management von *Flyeralarm Industrial Print* beeindruckt, wie schnell die Maschine auf gute Performance-Werte kam.

Schnelle Weiterverarbeitung

Dazu trägt auch die Ausstattung mit LED-UV-Trocknern bei. Die 4/4-farbig bedruckten Bogen lassen sich sofort weiterverarbeiten, wenn sie aus der Maschine kommen. Lagerflächen entfallen und die Durchlaufzeiten sinken. Durch den deutlich verringerten Pudereinsatz reduzieren sich auch die Reinigungszyklen in der Weiterverarbeitung.

Mit dem UV-Druck haben die Fachleute in der *Flyeralarm*-Produktion langjährige Erfahrungen: vom klassischen Verfahren über HR- bis hin zu LED-UV. Sie bieten Sicherheit, dass trockene Produkte verarbeitet und geliefert werden – ohne Lackauftrag. Und es gibt kein Scheuern oder Ablegen beim Transport.

Auf der *Rapida 106* werden zu 50% Natur- und Recyclingpapiere bedruckt. Dazu kommen matte Bilderdruckpapiere, kritische Substrate und ungestrichener Karton. Alles anspruchsvolle Bedruckstoffe, die der Markt stark nachfragt.

In Abhängigkeit von Auftrag und Lieferzeit entscheidet die Produktionsplanung, ob im konventionellen oder LED-UV-Prozess gedruckt wird. Dank abgestimmter Farbprofile erreicht das Unternehmen unabhängig von Prozess, Bediener und Wochentag identische Druckprodukte – auch bei Wiederholproduktionen über unterschiedlichen Prozesse hinweg.

Hoch automatisierte Produktion

Schnelle Mess- und Regeltechnik überwacht die Produktion. *QualiTronic ColorControl* misst und regelt die Farbdichten auf Bogenvorder- und -rückseiten. Eine intelligente Jobreihenfolge, abhängig von Bedruckstoff und Farbigkeit, trägt zusätzlich dazu bei, Rüstzeiten zu verkürzen und Makulatur zu reduzieren. Durch besonders kleine Messstreifen (nur 3 mm hoch) lässt sich die Fläche optimal ausnutzen; es gibt kaum Schneidabfälle. Hinzu kommen Funktionen wie *LiveView* und Inline-Registersteuerung. Mit *Logo Tronic Professional* verfügt die *Rapida 106* über eine Produktionsplanungs- und Steuerungssoftware mit integrierter JDF-Schnittstelle für den Datenaustausch mit MIS und Vorstufe. Die automatische Farbversorgung befreit die Bediener von weiteren Routinetätigkeiten.

Mittelformat-Anlagen gehören eher zu den Ausnahmen im Maschinenpark der *Flyeralarm*-Produktion. »Mit Achtfarbenmaschinen im Format 7 lässt sich Papier am effizientesten bedrucken«, erläutert Ulrich Stetter. »Mit Blick auf den Gesamtprozess bietet das Mittelformat jedoch bei manchen Produkten deutliche Vorteile.« Jetzt verfügt das *Druckhaus Mainfranken* für jedes Produkt über die richtige Technik und kann entscheiden, in welchem Format am wirtschaftlichsten produziert werden kann. Web-to-Print wird in den kommenden Jahren weiter wachsen, sind Ulrich Stetter und Michael Deml sicher. So stehen bei *Flyeralarm* alle Zeichen auf Wachstum.

Die Rapida 106 produziert seit April 2018 im Druckhaus Mainfranken. Ulrich Stetter (von links), Geschäftsführer Druckhaus Mainfranken, und Michael Deml, Geschäftsführer von Flyeralarm Industrial Print, hier mit Christofer Hugel, Koenig & Bauer (DE), sind zufrieden mit der neuen Anlage

> *www.flyeralarm.com*
> *www.koenig-bauer.com*

NEUE SECHSFARBEN Seit Anfang Oktober ergänzt eine neue *Heidelberg Speedmaster XL106-6+Lack* mit Inline-Farbmessung den Maschinenpark von *Langebartels & Jürgens.* Das Hamburger Druck- und Medienhaus unterstreicht mit der Neuanschaffung seinen hohen Qualitätsanspruch. Mit der neuen *Speedmaster,* die eine Fünffarbmaschine ersetzt, steht jetzt eine zweite Maschine für den hochpigmentierten Sechsfarbdruck zur Verfügung. Anfang 2018 hatten die Hamburger mit *Finest Coated Printing* ein eigenes Verfahren zur Farbraum-Erweiterung im Offsetdruck vorgestellt. *> www.langebartelsdruck.de*

STEP BY STEP Nach der Inbetriebnahme eines Klebebinders *Pantera* baute das *Medienhaus Plump* den Softcover-Bereich zur Komplettlinie aus. Das Baukastensystem der *Müller Martini*-Anlagen bildete die Basis für das Unternehmen in Rheinbreitbach, um die Kaufoption Step by Step zu verfolgen. Als sich die Auftragslage beim 2015 angeschafften *Pantera* positiv entwickelte, investierte Geschäftsführer Bernd Plump 2017 in eine Zusammentragmaschine mit *Asir 3* und komplettierte 2018 die Softcover-Linie mit einem Dreischneider *Granit* und einem Kreuzleger *Uno*. Die Upgrades in der Klebebindung veranlassten das Medienhaus mit seinen 65 Mitarbeitern auch zu einer Investition in der Sammelheftung. So soll der seit 2008 betriebene *Presto E90* demnächst durch einen *Presto II* ersetzt werden. Da dieser ebenfalls über die Bogenartenkontrolle *Asir 3* sowie eine Schnittstelle für die JDF/JMF-Anbindung verfügt, erwartet das Unternehmen auch in der Sammelheftung positive Auswirkungen auf die Rüstzeit und die Produktqualität. *> www.mullermartini.com*

RAPIDA MIT DOPPELLACK *Rehms Druck* in Borken hat im Dezember 2018 eine *Rapida 106* mit Doppellack und Kombinationstrockner IR/TL-UV von *Koenig & Bauer* zur Produktion von Faltschachteln installiert. Die mit einer dreifachen Auslageverlängerung, Logistiksystem und Inline-Inspektionssystemen ausgestattete Bogenoffset-Anlage wurde vom *Systemhaus Steuber* konfiguriert. Die High-End-Version *RA 106-6+LTTL FAPC ALV3* bietet Inlinemessung in Verbindung mit *PrintCheck* und PDF-Kontrolle. Doppellack in Verbindung mit Kombinationstrocknern für Dispersions- und UV-Lack sowie zwei Zwischentrockner ermöglichen flexible Veredelungsmöglichkeiten. *> www.koenig-bauer.com > www.rehmsdruck.de*

RICHTLINIE Mit der neuen *bvdm/Fogra*-Richtlinie ›Technische Prüfung von Bogendrucksystemen mit elektrofotografischer Druckbildübertragung‹ können Anbieter und Anwender wichtige Qualitätseigenschaften von Digitaldrucksystemen ermitteln, vereinbaren und überprüfen. Erstmals liegt damit ein Regelwerk vor, das eine objektive Bewertung der Leistungsfähigkeit von Digitaldrucksystemen anhand standardisierter Qualitätskriterien und Prüfverfahren beschreibt. *> www.bvdm-online.de*

FLEXLINER SCHLIESST LÜCKE Nach der Installation des Einstecksystems *FlexLiner* von *Müller Martini* kann das Traditionsunternehmen *Fr. Ant. Niedermayr* in Regensburg das Einstecken nun inhouse erledigen und gewinnt so planerischen und finanziellen Spielraum. Der *FlexLiner* rundet beim Großvolumen-Drucker für Direktwerbung den Produktionsprozess ab und fügt sich in den Maschinenpark ein, in dem eine Bogenoffset- und vier Rollenoffset-Druckmaschinen produzieren. *Niedermayr* verarbeitet auf dem *FlexLiner* Produkte von 8 bis 112 Seiten und beansprucht ihn in der Regel mit der Maximalleistung von 30.000 Takten/Stunde.
> www.mullermartini.com

RECYCLINGPAPIER Der jüngste Gang eines Herstellers von Recyclingpapieren in die Insolvenz stellt die Papierbranche vor eine nicht leicht zu nehmende Herausforderung. Der Papiergroßhändler *Papyrus Deutschland* zeigt sich jedoch entspannt. Die enge Partnerschaft mit *Lenzing Papier* sichere dem Markt weiterhin eine Versorgung mit Recyclingpapieren, teilt der Papierhändler mit. *> www.papyrus.com*

KOENIG & BAUER
Compacta 818 für Belgien

Mit der Investition in eine zweite *Compacta 818* von *Koenig & Bauer* wächst die Druckerei *T'Hooft* weiter. Ab Frühjahr 2019 wird neben einer *Compacta 106* und einer *818* die dritte

Compacta 818 für die Druckerei T'Hooft aus Belgien.

Anlage von *Koenig & Bauer* ihre Produktion im belgischen Aalter aufnehmen. Die Rotation wird mit einem Zylinderumfang von 1.156 mm bei einer maximalen Bahnbreite von 2.270 mm geliefert. Bis zu 45.000 Exemplare mit maximal 80 Seiten können pro Stunde gedruckt werden. Ausgestattet ist die Maschine mit automatischer Papierrollenzuführung, Rollenwechsler, pneumatischen Walzenschlössern, vier Druckeinheiten mit automatisierten Plattenwechslern, einem Trockner von *Contiweb* mit integrierter Nachverbrennung sowie einem Punkturfalzapparat für die Produktion stehender Seiten und zur Herstellung von Deltafalz-Produkten. Ein Inline-Farbmess- und Regelsystem gewährleistet hohe Prozessstabilität. Für den digitalen Fluss von Auftrags- und Voreinstelldaten, Produktionsüberwachung sowie Auswertung sorgt das Management-System *LogoTronic*.
> www.koenig-bauer.com

MEHRLAGENETIKETT
Viel Text elegant verpackt

Besonders bei Kosmetikprodukten, Chemikalien und Medikamenten hat der Gesetzgeber die Anbieter verpflichtet, die Anwender umfassend zu informieren. Auf klassischen Flaschen, Dosen oder Röhren ist dafür aber nur sehr begrenzt Platz. Die Hersteller greifen dann meist auf eine teure Umverpackungen und Beipackzettel zurück.

Repeel-, Wickel- und Booklet-Etiketten von Etiket Schiller.

Mehrlagenetiketten sind eine Alternative dazu, die auch *Etiket Schiller* anbietet: Booklet-, Wickel- und Repeeletiketten lassen sich auf fast jedes Material aufspenden und bieten eine große Vielfalt an Gestaltungsmöglichkeiten. Unternehmen kommen damit nicht nur ihrer Informationspflicht nach, Mehrlagenetiketten sind auch als Werbeträger und Cross-Selling-Element einsetzbar. Prinzipiell sind ihrem Einsatzgebiet aber keine Grenzen gesetzt.
> www.etiket-schiller.de

GÖRRES DRUCKEREI

SUBSKRITION: ZEITGEMÄSSES ANGEBOT

Um das weitere Wachstum besser gestalten zu können, setzt die *Görres-Druckerei und Verlag GmbH* in Neuwied auf die Digitalisierung aller Prozesse und deren Kombination mit kreativen Printlösungen. Dazu soll ein Subskriptionsvertrag mit *Heidelberg* beitragen.

Die *Görres-Druckerei* ist ein Allrounder im Offset- und Digitaldruck und produziert neben Akzidenzen Faltschachteln, Displays und Mailings in hohen sechsstelligen Druckauflagen sowie individualisierte Kleinstauflagen. *Görres* betrachtet Produktlösungen und Vertrieb als die eigentlichen Kompetenzen des Unternehmens. Dafür soll *Heidelberg Subscription Görres* den Rücken frei halten: »Als Druck-Dienstleister müssen wir uns umfassend mit der Betreuung unserer Kunden und deren Produkten sowie der Weiterentwicklung unseres Unternehmens mit neuen Lösungen beschäftigen. Deshalb wollen wir weniger Zeit für die Optimierung von Produktionsmitteln und -prozessen, Beschaffung und Tests von Verbrauchsmaterialien, Software, Abstimmung von Service und Wartung sowie der Planung von Schulungsmaßnahmen aufwenden. Hier sehen wir künftig unseren Partner *Heidelberg* in der Pflicht«, sagt *Görres-Druck*-Geschäftsführer Marc Spitzlei. Als Vorteil des Subskriptionsangebots hat er die gleichlaufenden Interessen seines Unternehmens und *Heidelberg* ausgemacht: Die Erhöhung der Produktivität und Kosteneffizienz. »Werden die Ziele erreicht oder übertroffen, gewinnen beide. So haben wir eine planbare betriebswirtschaftliche Grundlage, die zudem eine Performancesteigerung anstrebt«, so Spitzlei.

Die Görres-Druckerei setzt auf Heidelberg Subscription (von links): Marc und Arnd Spitzlei, Geschäftsführer Görres-Druckerei, Dr. David Schmedding, Leiter Customer Segment Management & Subscription Business bei Heidelberg, Andreas Lang, Geschäftsführer Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (HDD) sowie Alexander Schuster, Mitglied der Geschäftsleitung der HDD.

Mit der Entscheidung für den Subskriptionsvertrag stieß *Görres* verschiedene erst für die Jahre 2019 und 2020 geplante Investitionen auf einmal an. Ziel war, möglichst viele Bedürfnisse in ein Paket zu schnüren. Daher wurden eine neue *Speedmaster XL 106* mit LE-UV-Technologie, das Digitaldrucksystem *Versafire EP,* ein CtP-Plattenbelichter *Suprasetter 106* sowie ein individuelles Beratungskonzept in einem ›Pay-per-Use‹-Vertrag zusammengefasst. Die Erwartungen bei *Görres* sind hoch: »Wir gehen davon aus, dass wir mit *Heidelberg Subscription* die Verwaltungsaufwände um bis zu 80 Prozent senken können und gleichzeitig mehr Performance und Qualität erzielen. So legen wir einen Grundstein für unser weiteres Wachstum«, sagt Spitzlei. Auch für den bestehenden Maschinenpark hat *Görres* Versorgungsverträge für Verbrauchsmaterialien abgeschlossen, um den gesamten Verbrauch an Materialien automatisch über den *Heidelberg Assistant* disponieren und überwachen zu können. »Wir müssen komplexe Prozesse effizienter gestalten und die Bedürfnisse unserer Kunden genau kennen. Daher müssen sich die Geschäftsmodelle der Druckereien und die der Maschinenhersteller weg vom Produkt hin zum Nutzen verändern. *Heidelberg* hat das verstanden und mit dem Subskriptionsangebot eine innovative und zeitgemäße Lösung präsentiert«, zieht Marc Spitzlei Bilanz.

> *www.goerres-druckerei.de*
> *www.heidelberg-subscription.com*

KURZ & BÜNDIG | Mitte Oktober 2018 rollte das 1.000. Druckwerk einer *Roland 700 Evolution* bei ***Manroland Sheetfed*** in Offenbach vom Band. • Nach der Installation einer *Colorman e:line* Zeitungsrotation, die 2014 in Betrieb ging, hat ***Weiss Druck*** nun die zweite baugleiche Maschine bei ***manroland Goss web systems*** geordert. • In Kürze geht bei der ***Xian Jun Long Color Printing*** in Shenzhen eine digitale Lackiermaschine *dmax* von ***Steinemann*** für das B1-Bogenformat inklusive digitaler UV-Folienprägetechnik *dfoil* in Betrieb. • ***SIB Imprimerie*** *(Société d Impression du Boulonnais)* investiert in eine *Compacta 818* von ***Koenig & Bauer***. Ab dem Frühjahr 2019 wird die Anlage neben zwei *Compacta 318* ihre Produktion im Norden von Frankreich aufnehmen. • ***Bradford & Bigelow,*** die für ihr weit gefächertes Portfolio bekannte Spezialdruckerei in Neuengland (USA), hat eine Vierfarb-*Lithoman* für 48 Seiten bei ***manroland Goss web systems*** bestellt. • Der belgische Verpackungsdrucker ***Imprepack***, der sich auf Schokoladenverpackungen spezialisiert hat, investierte in eine *Roland 705 LV Evolution* von ***Manroland Sheetfed.*** • Das Druckhaus ***Le Roux*** in Erbach, nahe Ulm, hat eine zweite *Roland 704 Evolution* von ***Manroland Sheetfed*** in Betrieb genommen. • ***BST eltromat International,*** Hersteller von Qualitätssicherungssystemen für bahnverarbeitende Industrien, und Kooperationspartner ***Nyquist Systems,*** Hersteller des *TubeScan*-Produktportfolios für die 100%-Inspektion und Bahnbeobachtung für Schmalbahnen, haben das 1.000. System verkauft. • Zwei Sammelhefter *Primera MC* von ***Müller Martini*** sorgen beim österreichischen Unternehmen ***Sandler print&packaging*** für das nötige Gleichgewicht in der Produktion, nachdem zwei in die Jahre gekommene Systeme ausgetauscht wurden. • Das bisher als ***All American Label*** bekannte Unternehmen aus Dublin, Kalifornien, installierte kürzlich drei Maschinen von ***Heidelberg,*** um sein Angebot um Verpackungsdienstleistungen zu erweitern. Der neue Name ist nun ***All American Label and Packaging.*** Dafür wurde in einen CtP-Belichter *Suprasetter A 106,* eine *Speedmaster CD 102*-Sechsfarben mit Lackierwerk und eine Bogenstanze *Easymatrix 106 CS* investiert. • Kürzlich bestellte ***Hubei Guangcai Printing*** bei ***Koenig & Bauer*** eine *Rapida 106* mit neun Farbwerken, Lackturm und Ausstattung für den UV-Mischbetrieb. Sie soll im Januar in der zentralchinesischen Provinz Hubei geliefert werden und im April die Produktion von Faltschachteln und Zigarettenverpackungen aufnehmen.

DOCUMENTEAM
ON DEMAND UND JUST IN TIME

Wo immer möglich, setzt die *documenteam GmbH* aus Bielefeld auf Automatisierung. Digitalisierung und aktuelle Maschinentechnik bieten heute zwar kurze Produktionszeiten, die große Herausforderung aus Sicht von *documenteam*-Chef Torsten Bischof ist es jedoch, sich immer wieder auf veränderte Kundenwünsche einzustellen und dafür zu sorgen, dass die vorhandenen Kapazitäten kontinuierlich ausgelastet sind.

Anwenderbericht: Horizon

Als Torsten Bischof 1996 in die Verlagsbranche wechselte, waren Produktionszeiten von drei Monaten für einen Auftrag üblich. »Zehn Jahre später mussten vergleichbar große Auflagen schon nach drei Wochen fertig sein«, erinnert er sich, »und heute geht es allenfalls um wenige Tage.«
Ohne Spezialisierung und gute Kundenbindung wäre dies aber kaum möglich, stellt

Torsten Bischof fest. Spezialisierung war schon die Basis, als *documenteam* vor etwa 15 Jahren als Ausgründung eines Bielefelder Verlags den Betrieb aufnahm. Das Geschäft konzentrierte sich auf die Herstellung gedruckter Schulungsunterlagen, die aber aufgrund digitaler Alternativen an Bedeutung verloren. Der Verlag wurde umstrukturiert, Produktion, Logistik und Maschinen auf die *documenteam GmbH & Co. KG* mit Torsten Bischof an der Spitze übertragen.

Flexibler Maschinenpark

Zur Ausstattung zählten seinerzeit bereits Systeme von *Horizon*: Ein Klebebinder und eine Zusammentragmaschine. Bischof nennt vor allem die hohe Variabilität der Maschinen, die den Aufträgen der Kunden entgegenkommt. Wegen der variablen Einsatzmöglichkeiten, den kurzen Rüstzeiten und dem hohen Automatisierungsgrad setzt das Bielefelder Unternehmen bei Erneuerungen oder dem Ausbau der Weiterverarbeitung in erster Linie auf *Horizon*. Neben einer Broschürenstraße sind inzwischen auch zwei Dreiseitenschneider, eine Rill-, Perforier- und Falzmaschine sowie eine vollautomatische 6-Taschen-Falzmaschine in den Workflow eingebunden. Und seit wenigen Wochen auch ein Vierzangen-Klebebinder *BQ-480*.
Der verarbeitet Bücher zwischen 1 mm und 65 mm Stärke sowie Rückenlängen von 145 mm bis 320 mm. Block- und Umschlagmaße sowie Umschlagstand werden am Touchscreen eingegeben: danach stellt sich der Klebebinder innerhalb von Sekunden vollautomatisch ein – von der Fräse über den Leimauftrag und die Anpressung bis zur Rillung. Über individuell eingerichtete Templates werden sämtliche Einstellungen für die jeweilige Buchblockdicke ohne manuelle Feinjustage automatisch angepasst. So können bei Variationen individueller Buchdicken rund 800 Bücher in der Stunde hergestellt werden. Der *BQ-480* bildet damit die Basis der Produktion kleiner Auflagen bis zu Einzelstücken. »Die Maschine trägt wesentlich dazu bei, dass sich unser Tagesgeschäft auch wirklich rentiert«, begründet Bischof die Investition.

Vorlagen aus der Datenbank

Bei *documenteam* sind schnelle Wechsel zwischen Rückstich-, Klammer- und Blockheftung sowie Klebebindung an der Tagesordnung. Und von Ausnahmen abgesehen, werden die Dokumente nur noch selten in großer Auflage hergestellt. Gefragt ist vielmehr eine individuelle Bereitstellung on demand. Einige Produkte werden zwar im eigenen Lager vorgehalten, ansonsten stehen die vom Kunden in digitaler Form gelieferten Vorlagen auf Datenservern bereit. Meist rufen die Kunden nur eine Handvoll Exemplare ab: Dass eine Druckmaschine mehrere Stunden nur mit einem einzigen Auftrag belegt ist, kommt eher selten vor. Eine Vorstufe im klassischen Sinn gibt es in der Bielefelder Druckerei schon lange nicht mehr. Und die letzte verbliebene Offsetmaschine hat Torsten Bischof Ende 2017 ausgemustert. Gedruckt wird auf Digitaldruckmaschinen mit Trockentonertechnologie und vor gut zwei Jahren wurde eine Farb-Inkjet-Bogendruckmaschine *Océ VarioPrint i300* installiert.

Gut vorbereitet

Angesichts des hohen Automatisierungsgrades sieht Torsten Bischof sein Unternehmen bestens aufgestellt für die Herausforderungen, die Szenarien wie Industrie 4.0 mit sich bringen werden. Ein praktisches Beispiel hat er schon zu bieten: Für einen Baumaschinenhersteller liefert *documenteam* technische Dokumentationen in Papierform on demand und just in time. Kurz vor dem Auslieferungstermin für eine neue Maschine werden die maßgeschneiderten Unterlagen automatisch aus dem *SAP*-System des Kunden nach Bielefeld übertragen. Damit die Druckmaschine die Daten unmittelbar verarbeiten kann, entwickelte Bischof eine passende Schnittstelle. Die fertig gedruckte Dokumentation geht noch am selben Tag per Kurier zum gut 300 km entfernten Kunden.

Ein neuer Markt?

Druckaufträge dieser Art wurden bisher meist in den Hausdruckereien großer Unternehmen abgewickelt. Mangels Rentabilität stehen solche Services aber vielerorts zur Disposition. Als Spezialist für technische Dokumentationen und Schulungsunterlagen eröffnen sich für *documenteam* möglicherweise neue Märkte.

> *www.horizon.de*

SCHON DREI MAL KALIBRIERT.
FARBE STIMMT IMMER NOCH NICHT.

cleverprinting®

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 Colormanagemement- 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.

RICHTIG

GEDRUCKT

WUSSTEN SIE,

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

FALSCH

GEDRUCKT

WUSSTEN 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: rclassenlayouts | 123rf.com

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
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
19. 03. – 21. 03. 2019	LOPEC 2019	München	› www.lopec.com
21. 03. – 22. 03. 2019	14. Deutscher Verpackungskongress	Berlin	› www.verpackungskongress.de
26. 03. – 28. 03. 2019	Xeikon Café 2019	Antwerpen	› www.xeikoncafe.com
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
03. 04. – 05. 04. 2019	Bobst, Expertentage 2019	Meerbusch	› www.bobst.com
10. 04. – 11. 04. 2019	Bitkom, Big-Data.AI-Summit	Berlin	› www.big-data.ai
10. 04. – 11. 04. 2019	Branchentreff Verpackung	Zürich	› www.verpackung-schweiz.ch
07. 05. – 08. 05. 2019	PRINT & DIGITAL CONVENTION	Düsseldorf	› www.printdigitalconvention.de
13. 05. – 16. 05. 2019	IST Metz, UV Days	Nürtingen	› www.ist-uv.de
24. 06. – 26. 06. 2019	DOXNET, 21. Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	› www.doxnet.de
12. 09. – 13. 09. 2019	ZLV, Verpackungssymposium 2019	Kempten	› www.zlv.de
24. 09. – 26. 09. 2019	FachPack	Nürnberg	› www.fachpack.de
24. 09. – 27. 09. 2019	Labelexpo Europe	Brüssel	› www.labelexpo-europe.com
08. 10. – 10. 10. 2019	IFRA World Publishing Expo und DCX	Berlin	› www.ifra-expo.com
08. 10. – 10. 10. 2019	Xfair	Wien	› www.xfair.at
23. 10. – 24. 10. 2019	Pure Digital, The Digital Print Show	Eindhoven	› www.puredigitalshow.com
07. 11. – 08. 11. 2019	bvdm, Treffpunkt Innovation	Berlin	› www.bvdm-online.de
12. 11. – 14. 11. 2019	InPrint	München	› www.inprintshow.com

VERTRIEBSKONGRESS
So geht Vertrieb heute

Volles Haus beim Vertriebskongress für den Mittelstand: Gut 230 Gäste kamen am 7. November 2018 nach Düsseldorf, um vom Vertriebswissen der Top-Speaker und Praktiker zu profitieren. Unter dem Motto ›So geht Vertrieb heute‹ nahmen Vertriebsverantwortliche Impulse für ihr Unternehmen mit. Der Kongress war – wie in den vergangenen Jahren – ausverkauft.
»Wir haben in diesem Jahr Mittelständler unterschiedlicher Wirtschaftszweige eingeladen. Damit möchten wir einen Blick über den Tellerrand ermöglichen. Aus ›Vertriebskongress für die Druck- und Medienbranche‹ ist deshalb ›Vertriebskongress für den Mittelstand‹ geworden«, begrüßte Oliver Curdt, Geschäftsführer des *VDM Nord-West*, die Teilnehmer. Das erweiterte Spektrum des Kongresses kam an: »Das Veranstaltungsformat, die Speaker-Auswahl und der Themenmix waren spannend und hochwertig – tolle Insights aus unterschiedlichen Blickwinkeln!«, lautete das positive Feedback von Vertrieblern, Unternehmern und Geschäftsführern während des Kongresses.
Der Vertriebskongress 2019 findet am 5. November 2019 in Düsseldorf statt.
> *www.vdmnw.de*

FIT FÜR DIE ZUKUNFT
Heidelbergs Zukunftswerkstatt

Die fortschreitende digitale Transformation der *Heidelberger Druckmaschinen AG* stellt auch an die berufliche Bildung des Unternehmens hohe Anforderungen. Um den technologischen und gesellschaftlichen Wandel leichter gestalten zu können, hat *Heidelberg* für seine Auszubildenden eine Zukunftswerkstatt am Standort Wiesloch-Walldorf eröffnet und bindet damit die Auszubildenden von Beginn an in die Digitalisierungsstrategie des Unternehmens ein. In der Zukunftswerkstatt werden Auszubildende früh mit dem Einsatz neuester digitaler Arbeitsmethoden wie Augmented beziehungsweise Virtual Reality (VR) oder auch Utility Filmen vertraut gemacht. So können sich beispielsweise die angehenden Mechatroniker unter Einsatz von Virtual Reality das Innenleben einer Druckmaschine erschließen. Mittels einer speziellen VR-Brille werden die Auszubildenden in die Lage versetzt, sich in einer virtuellen Umgebung zu bewegen und dabei Montage-, Wartungs- und Reparaturarbeiten zu simulieren. Das Produkt wird dadurch gläsern und für Auszubildenden leichter verständlich.
»Wir machen unseren Nachwuchs fit für die Herausforderungen der digitalen Zukunft«, sagte Rainer Hundsdörfer, Vorstandsvorsitzender, anlässlich des Startschusses der Zukunftswerkstatt.
»Dazu investieren wir weiter stark in das Thema moderne Ausbildung. Denn wir benötigen motivierte und dynamische Mitarbeiter, die mithilfe modernster digitaler Technologien die digitale Transformation von *Heidelberg* aktiv vorantreiben.«

Rainer Hundsdörfer (rechts), Vorstandvorsitzender von Heidelberg, eröffnet zusammen mit Führungskräften und Mitarbeitern der beruflichen Bildung die Zukunftswerkstatt am Standort Wiesloch-Walldorf.

In der Zukunftswerkstatt montieren Auszubildende zudem mithilfe dieser Methoden Produkte für Start-up Unternehmen, wie beispielsweise den Karlsruher Anbieter von 3D-Druckern *Apium*, denen *Heidelberg* im Rahmen seines High-Tech-Campus Konzepts Entwicklungs- und Produktionskapazitäten am Standort Wiesloch-Walldorf zur Verfügung stellt.
»Unser Ziel ist es, nachhaltig handlungsfähige Mitarbeiter zu entwickeln, die besonders in einer von Dynamik und Veränderung geprägten Kultur offen und mutig für Neues sind, gerne Verantwortung übernehmen und Entscheidungen treffen«, sagt Rainer Haus, zuständig für die deutschen Ausbildungsbereiche des Unternehmens.
> *wwwheidelberg.com*

KOENIG & BAUER
118 Schüler auf Entdecker-Tour

Bereits zum zehnten Mal bot *Koenig & Bauer* am schulfreien Buß- und Bettag eine Betreuungsmöglichkeit für 118 Kinder von Mitarbeitern an. Gemeinsam mit der *awo life-balance* konnten die 6- bis 14-jährigen Teilnehmer einen spannenden Tag im Stammwerk des ältesten Druckmaschinenherstellers der Welt verbringen. *Koenig & Bauer* unterstützt mit diesem Angebot seine Beschäftigten bei der Vereinbarung von Familie und Beruf. Etliche Mitarbeiter nahmen sich Zeit und standen den Kindern beim Werken, bei Spielen sowie den vielfältigen Bewegungs- und Kreativangeboten zur Seite.
> *www.koenig-bauer.com*

Große Augen machten die Kinder, als in der Gießerei von Koenig & Bauer die Funken flogen.

PRO CARTON
Young Designers Awards

Pro Carton verleiht auch in 2019 wieder die *Young Designers Awards*. Auch die neunte Edition präsentiert wieder die innovativen und spannenden Designmöglichkeiten, die Kartonverpackungen bieten. Die Gewinner erhalten die Gelegenheit nach Schweden zu reisen und Stora Enso, Forstunternehmen und Verpackungsmittelhersteller zu besuchen.
Die Awards umfassen dieses Jahr vier Kategorien: ›Creative Cartonboard Packaging for All Non-Food Product‹, ›Creative Cartonboard Packaging for Food & Drink‹, ›Save the Planet‹ und ›Creative Cartonboard Ideas‹.
Der erstmals im letzten Jahr verliehene Award Save the Planet war ein Riesenerfolg und wird auch 2019 wieder verliehen, da die Sorgen über Umweltschäden zunehmen, die von nicht nachhaltigen Materialien und exzessiv verpackten Produkten verursacht werden. Einsendeschluss für die *Young Designers Awards* ist Mitte Mai 2019.
> *www.procarton.com*

CREATURA INSIGHTS
More Power with Print

Nach dem großen Erfolg der preisgekrönten *Creatura*-Roadshow ›The Power of Print‹, geht die *Creatura*-Initiative im Februar und März 2019 mit einem neuen Veranstaltungsformat erneut auf Deutschlandtour.
In den neuen ›*Creatura* Insights‹-Veranstaltungen vermitteln führende Experten aktuelle Erkenntnisse aus der ersten Metaanalyse von über 300 internationalen Studien zur Werbewirkung von Print sowie aus vielen Best-Practise-Cases.
Alle Werbe- und Marketingentscheider sowie alle Kreative, die nicht ›Effekthascherei‹ betreiben wollen, sondern sich eine nachhaltige Werbewirkung wünschen, erfahren in diesem einzigartigen Format, wie sie die Kraft von Print effektiv und effizient für ihren Erfolg nutzen.
Über das Vortragsprogramm hinaus erwartet die Gäste ein Inspirationsboulevard mit 15 Ausstellern, zahlreichen Exponaten und persönlichen Gesprächen mit den *Creatura*-Experten.
Die ›*Creatura* Insights‹ können Marketer und Kreative am 19. Februar 2019 in München (*BMW-Welt*), am 20. Februar 2019 in Frankfurt (*Klassikstadt*), am 12. März 2019 in Düsseldorf (*Classic Remise*) und am 13. März 2019 in Hamburg (*Kai 10*) erleben.
> *www.creatura.de*

BRANCHENTREFF
Hunkeler Innovationdays

Es ist wieder soweit. In der 13. Auflage der *Hunkeler Innovationdays* erwarten Besucher vom 25. bis 28. Februar erneut wegweisende Innovationen und Weltpremieren rund um den digitalen Hochleistungsdruck in Luzern. Unter dem Motto ›Successful with automation‹ präsentieren mehr als 100 führende Anbieter aus den Bereichen Prepress, Digitaldruck und Finishing, Bedruckstoffe, Verbrauchs- und Veredelungsmaterial sowie Software ihre neusten Produkte und Lösungen. Einige von ihnen werden den exklusiven Rahmen der *Hunkeler Innovationdays* wiederum für Welt- und Europapremieren nutzen.
In zwei modernen Messehallen finden Besucher über 40 praxisorientierte Produktionslösungen. Abgerundet werden die *Innovationdays* mit der *DOXNET* (*The Document X-perts Network*), welche zu spannenden Fachvorträgen und Diskussionen am 27. Februar 2019 einlädt.
> *www.innovationdays.com*

ICE EUROPE 2019
SONDERBEREICH FÜR SPEZIALFOLIEN UND EXTRUSION

Die *ICE Europe* als Marktplatz für innovative Converting-Technologien zeigt sich 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.

In etwas weniger als zwei Monaten findet die 11. Internationale Leitmesse für die Veredelung und Verarbeitung von Papier, Film, Folie und Vliesstoffen statt. Vom 12. bis 14. März 2019 können sich Fachbesucher aus der internationalen Converting-Industrie über die aktuellsten Technologietrends sowie innovative Produktions- und Verarbeitungsprozesse auf der *ICE Europe* in München informieren.
Themen wie die Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Individualisierung sowie effiziente Maschinen und Lösungen gehören zu den wichtigsten Trends.
Aufgrund des wachsenden Recycling-Trends und einer steigenden Nachfrage nach nachhaltigen Produkten erlebt die Converting-Branche seit geraumer Zeit einen Wandel.
Der Einsatz von Biomaterialien ist somit wichtiger denn je. Gleichzeitig wird immer mehr Wert auf individualisierte und hochwertige Produkte sowie Verpackungen gelegt.
Dies erfordert innovative Beschichtungs- und Veredelungsverfahren.
»Beide Themen in Einklang zu bringen und damit einen effizienten und ressourcenschonenden Einsatz von Materialien sowie Maschinen zu gewährleisten, ist eine Herausforderung. Auf der *ICE Europe* 2019 finden Besucher konkrete Produktionsansätze, eine Vielfalt an Maschinen sowie diverse Materialien, die den Herausforderungen Rechnung tragen«, erklärt Liljana Goszdziewski, Messedirektorin der *ICE Europe*, im Namen des Veranstalters *Mack Brooks Exhibitions*.
Ein weiterer wichtiger Trend im Converting ist nach wie vor die Digitalisierung und damit zusammenhängend smarte Produkte und Verpackungen. Hier bieten Spezialfolien (Batterie-Separator-Folien, Biopolymerfolien, Hochbarriere-Folien, optische Folien, witterungsbeständige Folien und sonstige Spezialfolien) Funktionen, die den Einsatz in unterschiedlichsten Bereichen ermöglichen. Die *ICE Europe* 2019 widmet dem Zukunftsthema der Spezialfolien zum ersten Mal einen eigenen Sonderbereich, die ›Special Film & Extrusion Area‹, auf dem sich Fachbesucher über Maschinen und Zubehör für die Extrusion sowie über Spezialfolien informieren können. Der Bereich der Extrusion deckt Extrusionsanlagen für Blasfolien, Extrusionsanlagen für Flachfolien und Platten, Extrusions-Schweißmaschinen und Kalander ab.
Rund 430 Aussteller aus 25 Ländern haben bisher ihre Standfläche auf der *ICE Europe* 2019 gebucht und belegen 11.500 m² Netto-Ausstellungsfläche und damit bereits jetzt schon mehr als im Vorjahr.
Als spezialisierte Fachmesse beinhaltet das Messeprofil der *ICE Europe* alle Hauptbereiche und Verarbeitungsprozesse des Converting von bahnförmigen Materialien wie Papier, Film, Folie und Vliesstoffe. Die Messe umfasst Materialien, Beschichtung/Kaschierung, Trocknung/Härtung, (Vor-)Behandlung, Maschinenzubehör, Schneide-/Wickeltechnik, Flexo-/Tiefdruck, Konfektionierung, Fabrikmanagement/Abfallbeseitigung/-verwertung, Retrofitting/Runderneuerung von Anlagen, Lohnveredelung/-verarbeitung, Kontroll-, Mess- & Prüfsysteme, Steuerung von Produktionsprozessen, Dienstleistungen, Information & Kommunikation sowie Halbzeuge und Fertigprodukte.
Parallel zur *ICE* wird auch 2019 wieder Europas einzige spezialisierte Fachmesse für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie, die 4. *CCE International*, durchgeführt.

› *www.ice-x.de*

CCE INTERNATIONAL
Gute Wachstumsprognosen

Die Internationale Fachmesse für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie, *CCE International*, profitiert von der positiven Entwicklung, die die Branche derzeit erlebt. Die hohe Nachfrage nach umweltfreundlichen Produkten, der boomende Online-Handel und vorherrschende Trends, wie die Individualisierung und die Verfolgbarkeit der Lieferketten, bescheren der Wellpappen- und Faltschachtelindustrie gute Absatzzahlen und eine Vielzahl neuer Marktchancen in diversen Bereichen. Auf der vergangenen *CCE International* standen bereits Anwendungen mit hohem Zukunftspotenzial, wie Digitaldruck oder hochwertige Veredelungstechniken von Wellpappe und Faltschachteln, im Fokus der Messe. Die große Nachfrage nach Standfläche für die kommende *CCE International*, die vom 12. bis 14. März 2019 auf dem Münchener Messegelände stattfindet, zeigt, dass die Branche auf diese Zukunftstechnologien setzt, um sich Marktanteile in neuen Produktsparten zu sichern.
Auf der vergangenen Veranstaltung belegten 150 Ausstellerfirmen aus 23 Ländern 4.700 m² Nettoausstellungsfläche. Insgesamt 2.130 Fachbesucher aus 67 Ländern waren zur Messe gekommen.
> *www.cce-international.de*

NETZWERKGIPFEL
Deutscher Verpackungskongress

Das *Deutsche Verpackungsinstitut e. V.* (*dvi*) lädt Führungskräfte und Entscheider der Wertschöpfungskette am 21./22. März 2019 in Berlin zum 14. *Deutschen Verpackungskongress* ein. Unter dem Motto ›Image der Verpackung – Zwischen Ruf und Wirklichkeit‹ thematisiert der Netzwerkgipfel globale Umweltprobleme und nachhaltige Lösungswege. Neben prominenten Fachvorträgen und einer exklusiven Abendveranstaltung bietet der Kongress am zweiten Tag eine Reihe spannender Workshops und Exkursionen. Der *Deutsche Verpackungskongress* ist das jährliche Forum für Unternehmer, Geschäftsführer und Verantwortliche aus Industrie und Handel sowie Markenartikler. Auf der Agenda stehen 2019 Fragen wie: Wo verläuft die Grenze zwischen Image und Wirklichkeit? Wie lässt sich die aktuelle Problematik des Kunststoffs in den Meeren kurz- und mittelfristig lösen? Welche Alternativen gibt es? Wann sind sie wirklich sinnvoll und wo enden sie? Wie reagieren Hersteller, Handel und Marken? Was bringt das nationale Verpackungsgesetz und wie sieht die Roadmap der EU aus? Und wo gibt es globale Hebel für sinnvolle Lösungen?
> *verpackungskongress.de*

XEIKON CAFÉ
Ausstellung, Konferenz, Akademie

Das *Xeikon Café Europe*, das vom 26. bis 28. März 2019 in Antwerpen stattfindende herstellerunabhängige Treffen für die Fortbildung und den Wissensaustausch, ist dabei, sich zum führenden Event der Etiketten- und Verpackungsbranche des Jahres zu entwickeln. An den drei Tagen ist jeweils vormittags eine Konferenz geplant, der nachmittags dann das Akademie-Programm folgt. Im Ausstellungsbereich, in dem jeden Tag kreative Etiketten- und Verpackungsanwendungen vor Ort produziert werden, können die Besucher renommierte Zulieferer treffen.
> *www.xeikoncafe.com*

BOBST MEERBUSCH
Expertentage 2019

Für den 3. bis 5. April lädt *Bobst* Meerbusch die Verpackungsbranche aus Deutschland und den Benelux-Ländern zu den Expertentagen 2019 in sein Competence Center Meerbusch ein. In diesem Jahr fokussiert sich die Hausmesse auf die Maschinen der Master-Technologie von *Bobst*, also auf die Spitzenmodelle der Produktlinien des Unternehmens. Darüber hinaus spricht das Programm der Expertentage 2019 erstmals an allen drei Veranstaltungstagen gleichzeitig sowohl die Faltschachtel- als auch die Wellpappenbranche an. Ansonsten bleibt es bei dem bewährten, kurzweiligen Mix aus Maschinendemonstrationen, Vorträgen und Hands-on-Sessions beziehungsweise individuellen Maschinenbesichtigungen, der bei Besuchern der Hausmessen von *Bobst* Meerbusch traditionell sehr gut ankommt. Bei den Vorträgen liegt der Fokus in diesem Jahr auf Service-Themen. Dabei werden die Besucher unter anderem über die neuen Angebote von *Bobst* rund um die Digitalisierung der Produktionsprozesse, die innovativen Connected Services und die von *Bobst* Meerbusch in Zusammenarbeit mit Kunden neu entwickelten Ausbildungsprogramme speziell für Maschinenführer informiert, mit denen das Unternehmen dem Fachkräftemangel begegnet.
> *www.bobst.com*

KARTÄUSERWALL
Staatlich geprüfter Techniker

Seit Anfang 2007 bietet das *Berufskolleg Kartäuserwall* eine berufsbegleitende, studiengebührenfreie Weiterbildung für Berufstätige in der Druck- und Medienbranche an: die Fachschule für Druck- und Medientechnik. Diese vierjährige Teilzeitschulform endet mit der staatlich anerkannten Prüfung zum Druck- und Medientechniker. Die fachlich sehr breit angelegte Ausbildung qualifiziert Teilnehmer für den Bereich der mittleren Führungsebene in Betrieben der Druck- und Medienbranche, so beispielsweise im Bereich der Steuerung und Kontrolle der Produktion oder der Kundenberatung. Die an zwei Wochentagen abends und an Samstagen stattfindende Qualifizierung bietet den Berufstätigen in der Druck- und Medienbranche eine gute Alternative zu Vollzeitstudien und kostenintensiven Fortbildungsseminaren freier Bildungsträger. Für die Qualität der Lehre am staatlichen Berufskolleg Kartäuserwall stehen die jahrzehntelange Erfahrung in der Ausbildung verschiedener Berufe der Druck- und Medienbranche, der stetige Kontakt zu unzähligen Ausbildungsbetrieben und die motivierten und engagierten Lehrkräfte.
Die neue Fachschulklasse startet voraussichtlich ab dem 31. August 2019.
› *www.bk-kartaeuserwall.de*

Termine	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
29. 01. – 31. 01.	Akademie der Deutschen Medien, Social Media Manager	Berlin	medien-akademie.de
30. 01.	Innoform Coaching, Einstieg in die Folienverpackungen für Lebensmittel	Kempten	innoform-coaching.de
30. 01.	ZLV, Einstieg in die Folienverpackungen für Lebensmittel	Kempten	zlv.de
30. 01. – 31. 01.	Polar, Kurs für Polar Compucut	Hofheim	polar-mohr.com
04. 02.	VDMBW, Intensiv-Training für Adobe InDesign – InDesign Secrets	Kemnat	verband-druck-bw.de
04. 02. – 06. 02.	Heidelberger Druckmaschinen, Versafire Prod. Training Prof. Level	Wiesloch	heidelberg.com
04. 02. – 06. 02.	VDMBW, Bildbearbeitung mit Photoshop – Professionelle Bildbearbeitung	Kemnat	verband-druck-bw.de
04. 02. – 06. 02.	VDMH, Moderne Bildbearbeitung mit Photoshop – Professionelle Bildbearbeitung	Frankfurt	vdmh.de
04. 02. – 08. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Online Marketing Manager	München	medien-akademie.de
05. 02.	VDMBW, Publishing – Buch- & Zeitschriftenproduktion mit InDesign	Kemnat	verband-druck-bw.de
06. 02.	tgm, Texten für Konzepte	München	tgm-online.de
06. 02.	VDMBW, Intensiv-Training für Adobe InDesign – Reinzeichnung & Druckvorbereitung	Kemnat	verband-druck-bw.de
06. 02. – 07. 02.	Innoform Coaching, Elektrostatik bei Folienherstellung, -verarbeitung und -nutzung	Osnabrück	innoform-coaching.de
06. 02. – 08. 02.	VDMB, Intensiv-Training für Adobe InDesign – Layouterstellung	Aschheim	vdmb.de
07. 02.	VDMBW, Bildbearbeitung mit Photoshop – Profi-Retusche und Bildcomposings	Kemnat	verband-druck-bw.de
07. 02. – 08. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Produktentwicklung von digitalen Medien	München	medien-akademie.de
08. 02.	VDMB, Grundlagen für die standardisierte Produktion – PSO in der Druckvorstufe	Aschheim	vdmb.de
11. 02. – 12. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Produktmanagement in Fachverlagen	München	medien-akademie.de
11. 02. – 13. 02.	VDMB, Adobe InDesign für Fortgeschrittene	Aschheim	vdmb.de
11. 02. – 15. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Projektmanager Digitale Medien	München	medien-akademie.de
12. 02.	Printplus, IVIS – Der Mehrwert der Adresse	CH-Kriessern	printplus.ch
12. 02.	VDMH, Colormanagement Grundlagen	Frankfurt	vdmh.de
12. 02.	VDMH, Intensiv-Training für Adobe InDesign – InDesign Secrets	Frankfurt	vdmh.de
12. 02. – 15. 02.	Printplus, Printplus Druck richtig anwenden	CH-Kriessern	printplus.ch
13. 02.	Printplus, Vorkalkulation – Beilagen, Broschüren, Bücher	CH-Kriessern	printplus.ch
13. 02. – 14. 02.	Innoform Coaching, 17. Inno-Meeting – Neustart	Osnabrück	innoform-coaching.de
13. 02. – 15. 02.	VDMB, Moderne Bildbearbeitung mit Photoshop – Professionelle Bildbearbeitung	Aschheim	vdmb.de
14. 02.	Printplus, Auftragsverwaltung – Schneller durch Ordnung	CH-Kriessern	printplus.ch
14. 02.	VDMH, Intensiv-Training für Adobe InDesign – Reinzeichnung und Druckvorbereitung	Frankfurt	vdmh.de
14. 02. – 15. 02.	VDMB, Workflow-Automatisierung mit Enfocus PitStop und Switch	Aschheim	vdmb.de
15. 02.	Printplus, Materialwirtschaft – Produktion ohne Störung	CH-Kriessern	printplus.ch
15. 02. – 16. 02.	tgm, System und Gestaltungsraster	München	tgm-online.de
16. 02. – 17. 02.	tgm, Selbstvermarktung für Designer	München	tgm-online.de
18. 02.	VDMB, Colormanagement Grundlagen	Aschheim	vdmb.de
18. 02. – 22. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Manager Digitale Medienproduktion	München	medien-akademie.de
19. 02. – 20. 02.	VDMBW, PDF-Erstellung und -Bearbeitung	Kemnat	verband-druck-bw.de
20. 02. – 21. 02.	Innoform Coaching, Migrationsprüfungen richtig auswählen und beurteilen	Osnabrück	innoform-coaching.de
20. 02. – 21. 02.	Verpackungsakademie, Packstoffe und Packmittel	Berlin	verpackungsakademie.de
20. 02. – 22. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Social Media Manager	München	medien-akademie.de
21. 02. – 22. 02.	Akademie der Deutschen Medien, Crashkurs Kunden- und Mitarbeitermagazin	München	medien-akademie.de
21. 02. – 22. 02.	Printplus, Neue Kalkulation Teil 3, Intensivierungskurs – Einführung im Unternehmen	CH-Kriessern	printplus.ch
23. 02.	tgm, Effizienter arbeiten in InDesign	München	tgm-online.de
25. 02. – 26. 02.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus und N Plus	Hofheim	polar-mohr.com
25. 02. – 27. 02.	VDMB, Adobe Photoshop für Fortgeschrittene	Aschheim	vdmb.de
25. 02. – 01. 03.	Akademie der Deutschen Medien, E-Commerce-Manager	München	medien-akademie.de
26. 02. – 27. 02.	Innoform Coaching, Lebensmittel haltbar und optimal verpacken	Osnabrück	innoform-coaching.de
28. 02. – 01. 03.	VDMB, Illustrator kompakt	Aschheim	vdmb.de
05. 03.	Printplus, IVIS – Der Mehrwert der Adresse	CH-Kriessern	printplus.ch

Termine	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
05. 03. – 08. 03.	Printplus, Printplus Druck richtig anwenden	CH-Kriessern	printplus.ch
06. 03.	Printplus, Vorkalkulation – Beilagen, Broschüren, Bücher	CH-Kriessern	printplus.ch
06. 03.	VDMH, Adobe Creative Cloud: Update	Frankfurt	vdmh.de
06. 03. – 07. 03.	Innoform Coaching, Erfolgreich auditieren in der Verpackungsindustrie	Osnabrück	innoform-coaching.de
07. 03.	Printplus, Auftragsverwaltung – Schneller durch Ordnung	CH-Kriessern	printplus.ch
08. 03.	Printplus, Materialwirtschaft – Produktion ohne Störung	CH-Kriessern	printplus.ch
11. 03. – 12. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Buchgestaltung in der Praxis	München	medien-akademie.de
11. 03. – 12. 03.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	polar-mohr.com
11. 03. – 13. 03.	VDMB, Adobe Illustrator für Fortgeschrittene	Aschheim	vdmb.de
12. 03.	VDMH, Bildbearbeitung mit Photoshop – Profi-Retusche und Bildcomposings	Frankfurt	vdmh.de
12. 03. – 13. 03.	Innoform Coaching, Lebensmittelrecht der EU in der Kunststoff-Verpackungsindustrie	Osnabrück	innoform-coaching.de
12. 03. – 13. 03.	Printplus, Neue Kalkulation Teil 1, Einstiegskurs – Produkte im Fokus	CH-Kriessern	printplus.ch
13. 03.	Verpackungsakademie, Design4Recycling – Recyclingfähigkeit von Verpackungen	Köln	verpackungsakademie.de
13. 03.	VDMH, Publishing – Moderne E-Books mit InDesign	Frankfurt	vdmh.de
13. 03. – 14. 03.	Polar, Kurs für Polar Compucut	Hofheim	polar-mohr.com
13. 03. – 15. 03.	VDMBW, Illustrator kompakt	Kemnat	verband-druck-bw.de
13. 03. – 15. 03.	VDMBW, Intensiv-Training für Adobe InDesign – Layouterstellung	Kemnat	verband-druck-bw.de
14. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Augmented & Virtual Reality und 360°-Videos	München	medien-akademie.de
16. 03.	Akademie für Textilveredelung, Siebdruck in der Praxis	Köln	aka-tex.de
18. 03.	VDMBW, Moderne Bildbearbeitung mit Photoshop – Photoshop Secrets	Kemnat	verband-druck-bw.de
18. 03.	VDMB, Grundlagen für die standardisierte Produktion – PSO im Druck	Aschheim	vdmb.de
19. 03.	VDMB, Colormanagement Praxis	Aschheim	vdmb.de
18. 03. – 20. 03.	Heidelberg Druckmaschinen, Versafire Prod. Training Prof. Level	Wiesloch	heidelberg.com
18. 03. – 20. 03.	VDMBW, Illustrator kompakt	Kemnat	verband-druck-bw.de
18. 03. – 22. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Corporate Publishing Manager	München	medien-akademie.de
20. 03.	tgm, Veredelung – Kunst, Kür und Nervenkitzel	München	tgm-online.de
20. 03.	VDMB, Print-Know-how – Druckvorstufe	Aschheim	vdmb.de
20. 03. – 21. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Customer Journey	München	medien-akademie.de
20. 03. – 21. 03.	Printplus, Neue Kalkulation Teil 2, Aufbaukurs – Leistungskatalog anpassen	CH-Kriessern	printplus.ch
26. 03. – 27. 03.	Innoform Coaching, Grundlagen der Kunststoff-Verpackungsfolien	Osnabrück	innoform-coaching.de
26. 03. – 27. 03.	Verpackungsakademie, Basiswissen Verpackung	Leipzig	verpackungsakademie.de
26. 03. – 27. 03.	VDMB, PDF-Erstellung und -Bearbeitung	Aschheim	vdmb.de
28. 03. – 29. 03.	Akademie der Deutschen Medien, Kompaktseminar E-Books	München	medien-akademie.de
01. 04.	VDMBW, Colormanagement Grundlagen	Kemnat	verband-druck-bw.de
01. 04. – 03. 04.	Akademie der Deutschen Medien, Social Media Manager	München	medien-akademie.de
02. 04.	Printplus, IVIS – Der Mehrwert der Adresse	CH-Kriessern	printplus.ch

Printplus AKADEMIE - Ausbildung sichert Ihren Erfolg!

Ausgebildete Mitarbeiter erledigen Ihre Aufgaben sicher und schnell. Lassen Sie Ihre Mitarbeiter an der Printplus AKADEMIE ausbilden und nutzen Sie das Wissen für Ihr Unternehmen.

Gute Ausbildung dank der Printplus AKADEMIE
» www.printplus.ch

PRINTPLUS
Software, die begeistert.

FARBE DES JAHRES 2019

DIE PANTONISCHE PROPHEZEIUNG

Früher musste man schon mindestens Seher oder Prophet sein, um Weissagungen verkünden zu können. Heute reicht die Zugehörigkeit zu einem Institut, um zu orakeln, welche Farbkübel sich im neuen Jahr öffnen werden. Wo andere Schwarz sehen, vielleicht auch etwas Rosiges, erahnen die Pantone-Experten ganz konkrete Farbtöne, die sich hinter einem kryptischen Farb-Code verstecken und denen dann blumige Namen verpasst werden.

Text: Klaus-Peter Nicolay | Bildquellen: Pantone, Adobe Stock

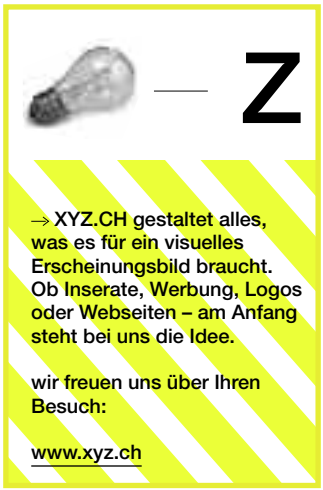
Im Dezember war es wieder so weit. Experten des *Pantone Color Institute* haben die Trendfarbe des Jahres 2019 erkoren: *Pantone* 16-1546 – Living Coral. Es sei ein anregendes und lebensbejahendes Orange mit goldenem Unterton, charakterisieren es die Farbspezialisten: »Die Natur spendet Energie – und so, wie Korallenriffe Meeresbewohnern als Zufluchtsort und Nahrungsquelle dienen, schenkt uns das kräftige, aber dennoch dezente Living Coral Wärme, damit wir uns mit Elan durch unsere sich ständig verändernde Umwelt bewegen können.«
Living Coral spiegele den aktuellen Zeitgeist wider und sei behaglich. »Farbe ist die ausgleichende Linse, durch die wir die natürliche und digitale Realität wahrnehmen. Dies gilt auch für Living Coral«, so Leatrice Eiseman, Executive Director des *Pantone Color Institute.* »In einer Welt, in der sich Verbraucher zunehmend nach Interaktion und gesellschaftlicher Verbindung sehnen, schlagen die motivierenden Eigenschaften des freudigen *Pantone* Living Coral einfach die richtige Saite an.«
Noch Fragen?

Diese Interpretationen setzen schon einiges an Fantasie voraus. Oder sie haben etwas mit Farbpsychologie zu tun. Doch darin kommt Orange, auch das helle Rot mit Tendenz zum Orange, gar nicht so gut weg. Orange ist nach Braun die unbeliebteste Farbe der Deutschen, ist in der europäischen Kultur immer nur eine untergeordnete Mischfarbe und symbolisiert eher etwas Unsympathisches, Billiges, Aufdringliches, Extrovertiertes, in jedem Fall das Modische, Laute, aber auch Energie, Aktivität und Aufregung. Dennoch wirkt Orange für uns billig, weil vieles, was orange, aus Plastik ist. Von Früchten abgesehen, gibt es kaum Naturmaterialien in dieser Farbe, daher signalisiert Orange Künstlichkeit. Orange hat aber auch etwas Stimulierendes, ist eine der Farben des Siebenfarben-Farbsatzes, der das Zeug dazu hat, Sonderfarben wie die *Pantone*-Skalen aus dem Drucksaal zu verbannen. Aber Living Coral stammt ja ohnehin aus einem Farbfächer für Textilien, Innendesign und Mode. Und der hat bisher relativ wenig mit den konkreten Trends im Druck zu tun.

Pantone ist nicht das einzige Unternehmen, das alljährlich die eigenen Farbexperten auf Trendsuche schickt. Andere wie etwa die New York Times oder das Modemagazin Vogue erkennen völlig andere Farbtrends. Allerdings scheint die Natur immer auch das modische Vorbild zu sein.

Wer Koralle nicht mag, muss also keine Angst haben, im nächsten Jahr modisch daneben zu liegen. Er kann sich aus einer Vielzahl anderer Trendeinschätzungen bedienen. So etwa bei den meist verwendeten Bildmotiven des letzten Jahres, die zeigen, dass Pantone nicht immer richtig liegt.

DESIGN & TYPOGRAFIE



DRUCKEREIBEDARF

WEITERVERARBEITUNG

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

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

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

WEITERVERARBEITUNG

VEREDELUNG

VERSCHIEDENES

IMPRESSUM ›Druckmarkt‹ ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Druck- und Medienindustrie und erscheint im 23. Jahrgang sechs mal jährlich. Daneben erscheinen weitere Publikationen wie ›Druckmarkt impressions‹ als PDF-Magazin und ›Druckmarkt Collection‹ in loser Reihenfolge. Alle Angaben in den Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet und recherchiert. Für die Vollständigkeit oder Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.
© by Druckmarkt 2019

Druckmarkt-Jahres-Abo:
6 Ausgaben pro Jahr: 60,00 € (Inland) und 76,00 € (Ausland) inkl. Porto und Versandkosten.

Heft-Einzelverkauf:
12,00 Euro plus Versandkosten.

Verlag:
›Druckmarkt‹ ist eine Publikation der arcus design & verlag oHG,
Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel.
Geschäftsführer: Petra und Klaus-Peter Nicolay.

Redaktion:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay (Chefredakteur)
nico@druckmarkt.com
Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36

Julius Nicolay (Redakteur)
julius@druckmarkt.com

Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel

Anzeigen:
Klaus-Peter Nicolay
nico@druckmarkt.com
Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36

Internet:
www.druckmarkt.com

Die Schwesterzeitschrift ›Druckmarkt Schweiz‹ erscheint im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH.
www.druckmarkt.ch

Druckmarkt ist Mitglied der EDP European Digital Press Association
www.edp-net.org

Druckmarkt ist Partner von DOXNET – The Document X-perts Network e. V. www.doxnet.eu

Druckmarkt ist Partner des f:mp. Fachverband Medienproduktion e. V.
www.f-mp.de

Druckmarkt ist offizielles Organ von PRINT digital!, einer Initiative des f:mp.
www.print-digital.biz

LUST AUF PRINT

Print hat längst neue Dimensionen erreicht. Drucken ist multimedial, multidimensional und multisensorisch. Gedrucktes ist so verwandlungsfähig, erlebnisreich und qualitativ hochstehend wie kein anderes Medium. Print ist Impulsgeber in der Kommunikation und eine unantastbare Grösse im Medienmix. Agenturen, Verlage, Drucker, Buchbinder und ihre Auftraggeber können beim ‹Swiss Print Award› mit ihren Druck-Erzeugnissen beweisen, wie kreativ, ideenreich, erfolgreich und kommunikativ bedrucktes Papier sein kann.

Abbildungen: Eingereichte Arbeiten für den ‹Swiss Print Award› 2018.

EINSENDEN BIS 28. FEBRUAR 2019

↘ Für den Wettbewerb ‹Swiss Print Award 2019› kann alles eingereicht werden, was gedruckt wurde: Imagewerbung, Broschüren, Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Bücher, Mailings, auch vernetzte Printprodukte und crossmediale Arbeiten, Etiketten, Verpackungen, POS-Materialien wie Displays sowie Aussenwerbung, Plakate etc.

↘ Die Arbeiten müssen im zurückliegenden Jahr oder bis zum Einsendeschluss am 28. Februar 2019 aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.

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

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

↘ Mehr über den ‹Swiss Print Award›, die Träger und die Wettbewerbsbedingungen auf www.swiss-print-award.ch

SWISS PRINT AWARD 2019

asw DRUCKMARKT PAPYRUS viscom