

DRUCKMARKT impressions 130

24. JUNI 2019

PDF-Magazin für Print, Medien, Kommunikation und Design



MARKT & ZAHLEN KRISENSTIMMUNG IM HIGH-VOLUME- ILLUSTRATIONSDRUCK

Seite 18.

MARKT & ZAHLEN
HEIDELBERG SCHLUCKT CRISPY
MOUNTAIN. Seite 10.


PRINT & FINISHING
HOCHWERTIGER ZEITUNGSDRUCK
ÜBERZEUGT. Seite 32.

TERMINKALENDER
TERMINE, BILDUNG & EVENTS. Seite 50.



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

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



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

WWW.DRUCKKUNST-MUSEUM.DE

Museum
für
Druckkunst
Leipzig

INHALT

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



Markt & Zahlen

- 4 Editorial: Auslaufmodell Rotationsdruck?
- 6 Die Situation ist äußerst angespannt
- 8 Kartellamt untersagt Übernahme
- 9 Nachrichten
- 10 Heidelberg schluckt Crispy Mountain
- 12 Konjunkturelle Risiken verlangsamen Wachstum
- 14 Ein Symbol für die eigene Transformation
- 15 Strategische Ausrichtung fördert Wachstum
- 16 Cewe wächst mit XXL-Druck in Galerie-Qualität
- 18 Krisenstimmung im High-Volume-Illustrationsdruck

Onlineprint

- 22 Druck im Kessel oder eher ein Reset?
- 28 Nahezu doppelte Effizienz
- 30 Zweite dmax für Flyeralarm
- 32 Hochwertiger Zeitungsdruck überzeugt
- 34 3,2 Mrd. produzierte Druckprodukte

Print & Digital Convention

- 36 Wegweiser an den Medienkreuzungen
- 39 Wertstiftender Digitaldruck

Print & Finishing

- 40 Die Stärken von Print nutzen
- 42 Wettbewerb mit globaler Ausrichtung
- 44 Umstieg auf Spezialgebiet Luxusverpackungen
- 45 Nachrichten
- 46 Weitere Commander CT in Aarau

Termine, Bildung & Events

- 50 Terminkalender
- 51 Nachrichten
- 54 Seminare und sonstige Veranstaltungen

Business to Business

- 57 Impressum

PRINT AUSLAUFMODELL ROTATIONSDRUCK?

Bisher waren es vor allem die kleinen Drucker, die am Markt scheiterten, weil sie mit der rasanten technischen Entwicklung und/oder den dynamischen Veränderungen der Märkte nicht mehr Schritt halten konnten – weder finanziell, noch von den eigenen Kapazitäten her, sich in zeitgemäße Unternehmen samt modernen Strukturen zu transformieren. Doch jetzt stecken plötzlich viele Großbetriebe in der gleichen Misere. Möglicherweise sind die »Dickschiffe« unter den Druckereien dem enormen Veränderungs-Tempo noch weit weniger gewachsen als die oft mitleidig belächelten kleinen Druckereien.

Betroffen sind zumindest diejenigen, die an ihren alten Strukturen festhalten – oder aufgrund ihrer eingesetzten Technik möglicherweise auch gar nicht anders können (wie etwa beim Tiefdruck). In der Konsequenz folgen Standortschließungen oder Insolvenzen. Beides ist katastrophal – für die Branche und vor allem für die Mitarbeiter. Aber ganz offensichtlich passen in diesem Markt die Preise, Kosten und Nachfrage nicht mehr zusammen. Mit ihren enormen Produktionskosten sehen sich die Rotationsdrucker einem ruinösen Preiskampf ausgesetzt – den sie möglicherweise selbst angezettelt haben. Dabei ist kein einzelner hervorzuheben, es ist eher der gesamte Teil dieser Teilbranche. Denn aus Angst, die benötigte Auslastung nicht mehr zu erreichen, um wirtschaftlich zu produzieren, scheuen sich Rotationsdrucker, die Preise anzupassen. Mit dieser Politik lassen sich jedoch nur Defizite einfahren.

Selbst bei vorsichtiger Betrachtung muss man feststellen, dass Wachstum im Rotationsdruck der Vergangenheit angehört – auch wenn noch immer eine nicht zu unterschätzende Nachfrage nach Printprodukten besteht. Das zeigen auch die jetzt veröffentlichten Branchenzahlen (siehe den Beitrag auf Seite 6).

Doch anders als früher müssen sich Druckereien aktiv um Aufträge bemühen. Nicht nur im Wettbewerb mit anderen Druckern, sondern auch mit anderen Medien wie dem Internet oder den sozialen Medien. Was hier jedoch fehlt, ist Gattungsmarketing. Die Vorteile des Internets lassen sich praktisch überall in Erfahrung bringen. Wo aber lässt sich herausfinden, welche Vorzüge der Druck gegenüber diesem flüchtigen Medium besitzt?



Und was noch viel mehr fehlt, sind Innovationen. Gerade bei den High-Volume-Druckern hört man dieses Wort kaum mehr. Wenn überhaupt, sind es technischen Neuerungen, die von den Maschinenherstellern kommen. Doch Innovationen im Sinne von Neuschöpfungen, die die Druckprodukte betreffen, die den Kunden einen Zusatznutzen bieten könnten oder die Drucksachen in einem neuen Licht erscheinen lassen, sind im Rollendruck eher Mangelware.

Ausnahmen sind einzig einige Zeitungsdrucker, die kreativ mit ihrem angestammten Medium und ihrer Technik umgehen (siehe auch unseren Beitrag auf Seite 32).

So bleibt »die Gemengelage in diesem Teil der Branche hoch toxisch«, wie es ein Insider formuliert. Es werden im Illustrationsdruck weiterhin riesige Auflagen zu ruinösen Preisen produziert, ohne sich ernsthaft mit den Trends zu beschäftigen, die das Kommunikationsverhalten der Auftraggeber und das Konsumverhalten der Verbraucher bestimmen. Da scheint jeglicher Weitblick zu fehlen.

Denn Millionenaufgaben und das Bedürfnis der Menschen nach mehr Nachhaltigkeit, Individualität und persönlicher Ansprache passen nicht zusammen. Das weiß man aber nicht erst seit heute.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

KOENIG & BAUER

We print
your world



Wir bringen Farben und Substrate zusammen,
damit Zutaten zum Erlebnis werden.

Denn Druck macht unsere Welt aus.

Koenig & Bauer (CH) AG
info@koenig-bauer-ch.com
koenig-bauer.com

we're on it.

BRANCHENZAHLEN 2018

DIE SITUATION IST ÄUSSERST ANGESpanNT

Nach einem leichten Aufschwung setzte in der deutschen Druckindustrie bereits im April 2018 ein Konjunkturabschwung ein. Mit der schwächeren Nachfrage ging auch die Produktion zurück – um 2,2% im Vergleich zum Vorjahr. Bei nur leicht gestiegenen Verkaufspreisen sank der Branchenumsatz nach Berechnungen des *bvdm* um 1,9% auf 20,4 Mrd. Euro.

Von: Klaus-Peter Nicolay

Neu ist die Klage nicht: Die Ertragslage der Druck- und Medienunternehmen ist bereits seit geraumer Zeit angespannt. Allerdings hat sich die Situation im vergangenen Jahr noch einmal spürbar verstärkt – insbesondere durch Kostensteigerungen bei den Verbrauchsmaterialien. Schon in der diesjährigen Branchenbefragung des *Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm)*, die vor wenigen Wochen veröffentlicht wurde, wiesen 93% der 420 befragten Unternehmen auf die gestiegenen Papierpreise (57% beklagten Steigerungen von über 5%), 78% auf Preiserhöhungen für Transport und Logistik und 59% für Druckfarben hin. Nach eigenen Angaben haben zahlreiche Druckereien daraufhin ihre Verkaufspreise angehoben, sodass der vom *bvdm* ermittelte Erzeugerpreisindex für Druckereileistungen gegenüber dem Vorjahr um 0,7% stieg. Die Preise hätten aber wohl deutlich stärker steigen müssen, um ertragsneutral zu wirken. Da die Preise aber seit Jahren vom Markt und nicht von den Druckereien gemacht werden, kommt die Branche aus diesem Teufelskreis kaum heraus. Daran wird wohl auch der neu inszenierte Pricing-Kongress des *bvdm* und seiner Länderorganisationen nichts ändern (wir werden noch gesondert darüber berichten).

Wieder mehr Insolvenzen

Der Kostendruck alleine dürfte aber nicht das Problem sein. Die giftige Mischung aus Ertragsrückgängen und rückläufiger Nachfrage in den wichtigsten Marktsegmenten sorgten 2018 für ein nach Einschätzung des *bvdm* gefährliches Ungleichgewicht, in dessen Folge die Zahl der Insolvenzen von 73 Fällen im Jahr 2017 um 30,1% auf 95 anstieg. Doch Insolvenzen sind die eine Sache, Betriebsschließungen eine ganz andere (siehe auch den Bei-

trag auf Seite 18). Die Zahl der Betriebe in der Branche belief sich Mitte des vergangenen Jahres auf 7.784 und reduzierte sich damit um 213 Unternehmen gegenüber den Zahlen vom September 2018. Doch das ist Schnee von gestern. Denn gerade seit Mitte 2018 häufen sich die Meldungen von Insolvenzen und Betriebsschließungen. Mit durchschnittlich 24 Beschäftigten je Insolvenzfall meldeten schon bisher vergleichsweise größere Unternehmen

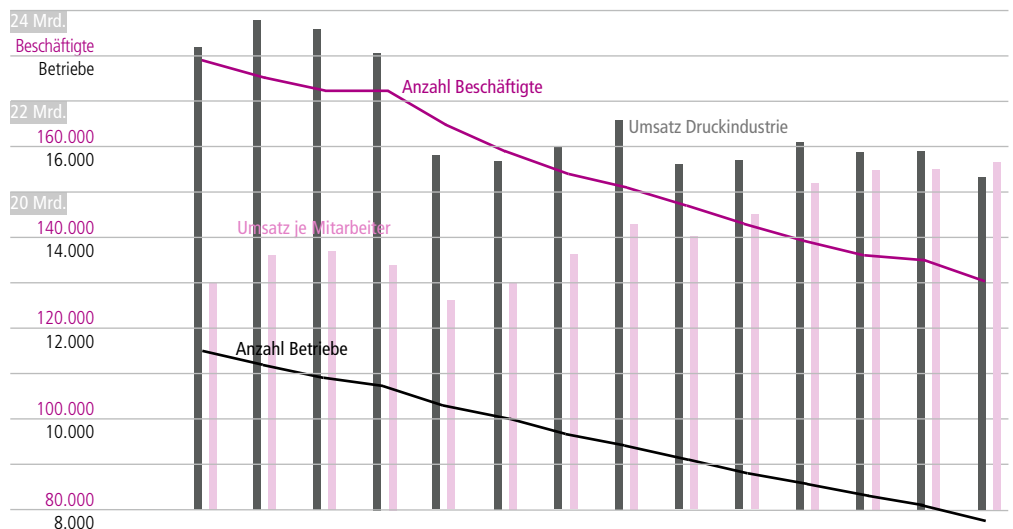
Konkurs an. Natürlich ging dabei auch die Zahl der von der *Bundesagentur für Arbeit* erfassten Beschäftigten 2018 stärker zurück als im Jahr 2017. Die Zahl lag bei 130.291. Sie reduzierte sich um 2,5% (im Vorjahr waren es noch – 1,4%).

Sinkende Produktionswerte

Und für die laufende Periode könnte es noch deutlich schlimmer ausfallen, wenn der Trend anhält, dass die Produktionswerte in den klassischen Print-Segmen-

UMSATZ, BETRIEBE, BESCHÄFTIGTE, PRO-KOPF-UMSATZ

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Umsatz (Mrd. €) ¹	23,2	23,8	23,6	23,1	20,8	20,7	21,0	21,6	20,6	20,7	21,1	20,9	20,9	20,4
Betriebe (Tsd.) ²	11,5	11,2	10,9	10,7	10,3	10,0	9,7	9,4	9,1	8,8	8,6	8,3	8,0	7,8
Beschäftigte (Tsd.) ²	179	175	172	172	165	159	154	151	147	143	139	136	135	130
Umsatz/Kopf (Tsd. €)	130	136	137	134	126	130	136	143	140	145	152	155	155	157



¹ Umsatz Druckindustrie gesamt auf Basis der Umsatzsteuerstatistik. ² Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Quellen: Bundesagentur für Arbeit, *bvdm*. Druckmarkt-Grafik 6/2019.

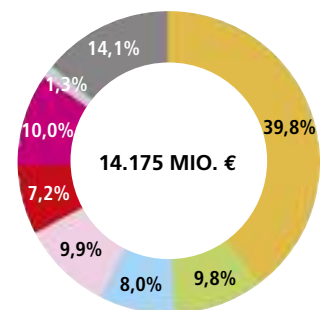
PRODUKTIONSWERTE DEUTSCHE DRUCKINDUSTRIE 2018

	Mio. Euro	Anteil in %	gegenüber 2017
Werbedrucke/Kataloge	4.971	39,8	-3,6%
<i>Kataloge</i>	1.166	9,3	-3,4%
<i>Plakate</i>	480	3,8	+1,8%
<i>Geschäftsberichte</i>	42	0,3	-2,7%
<i>Andere Werbeschriften</i>	3.284	26,3	-4,5%
Geschäftsdrucksachen	1.230	9,8	-0,9%
Zeitschriften	995	8,0	-3,4%
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.232	9,9	-1,1%
<i>Tageszeitungen</i>	866	6,9	-1,0%
<i>Wochenzeitungen</i>	176	1,4	+0,7%
<i>Anzeigenblätter</i>	190	2,5	-2,8%
Bücher/kartografische Erzeugnisse	901	7,2	-1,0%
Bedruckte Etiketten	1.244	10,0	-0,2%
Kalender/Karten	161	1,3	+3,2%
Sonstige Druck-Erzeugnisse	1.756	14,1	+2,2%
Summe Druck-Erzeugnisse	12.491	100,0	-1,7%
<i>Druck- und Mediovorstufe</i>	977	58,0	-1,5%
<i>Druckweiterverarbeitung</i>	707	42,0	-7,5%
Summe Druckleistung	1.684	100,0	-4,1%
Gesamt	14.175		-2,0%

Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten. Quelle: Statistisches Bundesamt (Datenstand 12.04.2019); Berechnungen bvdm. Druckmarkt-Grafik: 6/2019.

ten aufgrund mangelnder Nachfrage weiter sinken. Nicht umsonst sorgen gerade die Unternehmen aus dem High-Volume-Illustrationsdruck derzeit für negative Schlagzeilen. So erscheint es eher wie der Griff zum Rettungsring, wenn der *bvdm* einige eher weniger relevante Bereiche ausgemacht hat, in der die Produktion noch gestiegen ist: etwa bei Plakaten um +1,8% auf 480 Mio. €, bei Wochenzeitungen um +0,7% auf 176 Mio. €, bei Kalendern und Karten (+3,2% auf 161 Mio. €) und bei nicht auf Papier gedruckten Erzeugnissen um +6,8% auf 559 Mio. €. Diese vergleichbar kleinen Segmente konnten den Rückgang der Produktion in den bisher im-

PRODUKTIONSWERTE DEUTSCHE DRUCKINDUSTRIE 2018



Werbedrucke/Kataloge	4.971 Mio. €
Geschäftsdrucksachen	1.230 Mio. €
Zeitschriften	995 Mio. €
Zeitungen/Anzeigenblätter	1.232 Mio. €
Bücher/kartograf. Erzeugnisse	901 Mio. €
Bedruckte Etiketten	1.244 Mio. €
Kalender/Karten	161 Mio. €
sonstige Erzeugnisse	1.756 Mio. €

Quelle: Statistisches Bundesamt; bvdm. Druckmarkt-Grafik 6/2019.

mer starken Bereichen allerdings nicht wettmachen. So nahm die Produktion bei Werbedrucksachen wie Beilagen und Prospekten um -4,5% ab und sank auf 3,3 Mrd. €, bei Zeitschriften ging sie um -3,4% auf 995 Mio. € zurück, bei Anzeigenblättern um -2,8% auf 190 Mio. € und in der Druckweiterverarbeitung um überdurchschnittliche -7,5% auf nur noch 707 Mio. €.

Investitionen steigen

Laut *Statistischem Bundesamt* ging die Investitionssumme der Druckindustrie im Jahr 2017 noch um 16,4% zurück. Für 2018 geht der *bvdm* hingegen wieder von einem Anstieg um 7,2% auf 596 Mio. € aus. 47% der investierenden Unternehmen gaben an, hauptsächlich vorhandene Produktionsanlagen zu erneuern. Die *bvdm*-Branchenbefragung belegt aber auch eine große Bereitschaft der Unternehmen, in Prozesse und Software zu investieren, da die Bedeutung von Prozessinnovationen angesichts der ungünstigen wirtschaftlichen Lage zweifellos zunimmt.

Aussichten eher verhalten

Die aus Sicht des *Bundesverbandes Druck und Medien* negativen Rahmenbedingungen des Vorjahres strahlen offenbar auch auf das Jahr 2019 aus. Nachfragebelebende Impulse seien bisher ausgeblieben und die prognostizierte abkühlende gesamtwirtschaftliche Konjunktur könnte darüber hinaus nachfragehemmend wirken.

Diese Bewertung spiegelt sich auch in der Geschäftseinschätzung der vom *ifo Institut* befragten Druck- und Medienunternehmen wider. Die Geschäftslage wird gegenüber den Vorjahreswerten zum fünften Mal in Folge negativ beurteilt. Im Mai bewerteten die Druckunternehmen ihre aktuelle Geschäftslage noch einmal negativer als im Vormonat. Zudem sind sie hinsichtlich der zukünftigen Geschäftslage skeptisch. Trotz leicht verbesserter Nachfrage im Mai wird der Auftragsbestand als unbefriedigend bezeichnet: 46% nannten ihn schlecht, lediglich 8% gut. Gleichzeitig entwickelten sich die Verkaufspreise schlechter als im Vorjahr.

Die Erwartungen für die nächsten Monate zeigen parallel zur aktuellen Geschäftslage ebenfalls einen negativen Trend. Es wird keine wesentliche Verbesserung der Produktionstätigkeit erwartet und auch die Verkaufspreiserwartungen liegen per Saldo im negativen Bereich. Während 4% der Unternehmen von Verkaufspreiserhöhungen ausgehen, stellen sich 9% auf sinkende Preise ein. Die Mehrheit der Unternehmen (87%) erwartet jedoch stabile Preise. Dabei gehen sie von einem sich verschärfenden Wettbewerbsdruck aus.

> www.bvdm-online.de





Bildquelle: Heidelberg

HEIDELBERG UND MBO KARTELLAMT UNTERSAGT ÜBERNAHME

Offenbar ist es also doch nicht nur eine Floskel, wenn bei der Ankündigung einer Übernahme darauf hingewiesen wird: Vorbehaltlich der Zustimmung der Kartellbehörden. So geschehen Anfang Mai: Das Kartellamt hatte Vorbehalte und untersagte die Übernahme von MBO durch Heidelberg.

Das war zwar nicht unbedingt zu erwarten, denn die meisten Übernahmen (zumindest im grafischen Bereich) wurden in den letzten Jahren durchgewinkt. Doch ist die Entscheidung auch nicht ganz abwegig. Denn wie viele Falzmaschinen-Hersteller haben wir denn überhaupt noch? Nein, es sind nicht die Multifunktionsmaschinen für den Digitaldruck oder Desktop-Falzgeräte fürs Büro gemeint. Es geht um ausgewachsene Falzmaschinen vom Kaliber 50 x 70 cm und größer. Und da war die Auswahl an Anbietern für Druckereien

(von Spezialmaschinenherstellern einmal abgesehen) ohnehin schon recht dürftig.

Anbieter ist hierzulande (und das wird wohl auch erst einmal so bleiben) *Horizon* mit seinem umfangreichen Angebot. *Horizon* ist aber kein deutscher Hersteller. Bleiben wir also bei den wenigen aus dem deutschen Markt – und darum ging es wohl dem Kartellamt.

Heidelberg bietet ein Programm an, das auf dem des ehemaligen Herstellers *Stahl* aufbaut, der seit 1998 Teil von *Heidelberg* ist. Ein weiterer Hersteller ist *GUK*, der *MB Bäuerle* 2017 aus der Insolvenz übernommen hatte und den

Markt damit weiter konsolidierte. blieb noch MBO mit der Tochtergesellschaft *Herzog + Heymann*, die ganz spezielle Falzmaschinen etwa für Direct-Mailings oder den Pharma-Markt anbietet.

Gerade letztere Maschinen und die über das Format 70 x 100 cm hinausgehenden Falzmaschinen hätten das Portfolio von *Heidelberg* perfekt abgerundet. Zudem schien auch der MBO-Produktionsstandort in Portugal interessant.

Doch das ging den Wettbewerbs-hütern wohl zu weit. Denn der Wettbewerb hätte nur noch zwischen *GUK* und *Heidelberg*

stattgefunden. Ein wahrscheinlich ungleicher Wettbewerb. Den hat das Kartellamt jetzt unterbunden – auch wenn *Heidelberg* und



THOMAS HEININGER, CEO der MBO-Gruppe, weiterhin davon überzeugt sind, »dass die Integration des

Angebots den Kundennutzen hinsichtlich eines reibungslosen industriellen Prozesses in der digitalen Zukunft erhöht hätte«. Aber es gibt ja bei gemeinsamen Zielen auch noch andere Formen der Zusammenarbeit.

»Wir nehmen die Entscheidung mit Bedauern zur Kenntnis und gehen unseren Weg, auch wenn wir auf die künftige Marktstellung des kombinierten Unternehmens eine andere Sicht haben«, kom-



mentierte der Vorstandsvorsitzende von *Heidelberg*, **RAINER HUNDSDÖRFER**, den Beschluss.

MIRACLON

Neue Heimat von Kodak Flexcel

Miraclon heißt das neue Unternehmen, das die *Kodak Flexcel* Lösungen für den Verpackungsdruck mit Leben erfüllen soll. *Miraclon* entstand durch den Verkauf der *Flexographic Packaging Division* von *Kodak* an die Private-Equity-Gesellschaft *Montagu* und ist ein Unternehmen mit über 300 Mitarbeitern, einem F&E-Team, Fertigungsbetrieben in den USA und Japan. *Miraclon* wird sich ausschließlich der Entwicklung, Produktion und dem Verkauf der *Kodak Flexcel* Lösungen widmen. CHRIS PAYNE, der die *Flexographic Packaging Division* von *Kodak* seit Januar 2015 leitete, ist CEO des neuen Unternehmens und für die Entwicklung des Flexogeschäfts verantwortlich.

> www.miraclon.com

DRUCKINDUSTRIE

Annahme des Tarifabschlusses

Der *Bundesverband Druck und Medien* sowie die Gewerkschaft *ver.di* haben den Verhandlungsergebnis vom 3. Mai 2019 zugestimmt. Der Tarifabschluss ist somit rechtswirksam. Die Tariflöhne steigen in drei Schritten: um 2,4% rückwirkend zum 1. Mai 2019, um 2,0% ab 1. Juni 2020 sowie um weitere 1,0% zum 1. Mai 2021. Das Lohnabkommen ist zum 31. August 2021 kündbar und hat damit eine Laufzeit von 36 Monaten. Ferner vereinbarten die Parteien, Verhandlungen über eine Reform des Tarifwerks für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie aufzunehmen. Für die Zeit der Verhandlungen wurde der gekündigte Manteltarifvertrag wieder in Kraft gesetzt. Kommt es zu keiner Einigung, endet der Tarifvertrag automatisch zum 30. April 2021.

RICOH

Aktionsmonat Nachhaltigkeit

Erstmals organisiert *Ricoh* den »Global SDGs Action 2019«. Der Aktionsmonat begann am 1. Juni und ruft alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu auf, darüber nachzudenken, wie die Nachhaltigkeitsziele der *Vereinten Nationen* (SDGs, Sustainable Development Goals) erreicht werden können. Die *Ricoh*-Gruppe richtet ihren Fokus auf acht der insgesamt 17 Ziele und möchte durch ihr Handeln einen Beitrag zur Lösung sozialer Herausforderungen leisten. Gefördert werden Initiativen, die zum Erreichen der SDGs beitragen, indem sie mit der Unternehmensphilosophie, den Geschäftsstrategien und dem Umweltmanagement verknüpft werden. Bisher organisierte *Ricoh* jeden Juni einen Umweltaktionsmonat in Verbindung mit dem Weltumwelttag am 5. Juni.

> www.ricoh.de

KOENIG & BAUER

iF Design Award für VariJet 106

»Sie ist hochkomplex und hat zugleich das Zeug zur Ikone.« Mit diesen Worten hat die Jury des *iF Design Awards* die Auszeichnung für die *VariJet 106* an *Koenig & Bauer* begründet. Die Digitaldruckmaschine überzeugte die Juroren durch ihre moderne Formensprache und klaren Farbkontraste. Bei der



Die klar strukturierte *VariJet 106* mit ihrer individuellen und raffinierten Formensprache beeindruckte die internationale Jury des *iF Design Awards*.

Preisverleihung Mitte März 2019 erhielt *Koenig & Bauer* die Auszeichnung »gold winner« in der Disziplin »Produkt«. Die *VariJet 106* soll 2020 erstmals für Kunden zur Verfügung stehen.

> www.koenig-bauer.com

HERMA GRUPPE

Umsatz 2018 auf Rekordhoch

Der Selbstklebespezialist *Herma* Filderstadt erreichte im Geschäftsjahr 2018 einen Rekordumsatz von 361,3 Mio. € mit einem Zuwachs von 5,6%. Die fortgesetzte Expansion aus rein organischem Wachstum. Die Exportquote blieb unverändert bei 60,2%. Das Ergebnis sei »erfreulich« und verschaffe *Herma* die notwendigen Mittel, um den eingeschlagenen Investitions- und Expansionskurs fortzusetzen, teilte die Unternehmensführung mit. Sie erwartet allerdings einen spürbaren Ertragsrückgang im laufenden Jahr. Die Gründe dafür seien hohe Abschreibungen aufgrund von Bauaktivitäten, steigende Personalkosten und galoppierende Rohstoffkosten.

> www.herma.de

RAPID
TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen • Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

**Graphische
Maschinen**

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



TRANSFORMATION HEIDELBERG SCHLUCKT CRISPY MOUNTAIN

Die Heidelberg Druckmaschinen AG hat das Software-Start-up *Crispy Mountain GmbH* aus Mainz übernommen, das mit *Keyline* eine cloudbasierte Managementplattform für Druckereien anbietet. Die Übernahme sei Teil der Strategie, den Ausbau digitaler Geschäftsmodelle weiter voranzutreiben, teilt der Druckmaschinenhersteller mit.

Von Klaus-Peter Nicolay und Bernd Zipper

Keyline ist als Management-Informationssystem (MIS) für die Druckindustrie bereits seit 2015 am Markt, für den Betrieb in der Cloud ausgelegt und bildet mit webbasierten und mobilen Technologien sämtliche Stufen der Wertschöpfungskette von Digital- und Offsetdruckereien ab. Damit können Druckbetriebe signifikant schneller kalkulieren, zuverlässiger produzieren sowie

gleichzeitig Kosten senken und Fehler minimieren. Die Anwendung soll nun mit allen erforderlichen Funktionen für die Marktsegmente Commercial, Label und Packaging ausgebaut werden.

Herkömmliche MIS haben ausgedient

So weit, so gut. Das haben auch andere schon publiziert. Wir haben uns allerdings gefragt, was Heidelberg wirklich mit *Crispy*

Mountain vor hat? Denn ein MIS (so nennen sich ERP-Systeme seltsamerweise in der Druckindustrie) hat Heidelberg mit dem *Prinect Business Manager* bereits. Dieser basiert auf der Technologie des belgischen Softwareherstellers *CERM*, den Heidelberg Anfang 2011 erworben hatte, und dessen Know-how als integriertes MIS innerhalb der *Prinect* Workflow-Lösung etabliert wurde.

Der Business Manager organisiert die Auftragsabwicklung und kaufmännischen Prozesse, ermittelt den günstigsten Produktionsweg und errechnet ein Angebot. Warum also dann ein zweites MIS? Die Antwort ist vergleichsweise einfach: MIS herkömmlicher Art haben ausgedient. Die Zeiten dicker Aufträge mit opulenten

Margen sind weitestgehend vorbei, das Kundenverhalten hat sich verändert, die Nachfrage sinkt, die Kosten steigen – und die Luft wird dünner. Trends wie Digitalisierung und Individualisierung führen zu einer wachsenden Zahl an Aufträgen bei gleichzeitig kleiner werdenden Auflagen – für viele Druckhäuser ein Teufelskreis.

Mit tradierten Prozessen und lieb gewonnenen Abläufen ist dieser Situation allerdings nicht beizukommen, schließlich ist der Verwaltungsaufwand eines Auftrages nicht von dessen Auflage abhängig. Und das Geld wird in Druckereien heute nicht mehr über die Auflage verdient, sondern in den Prozessen vor und nach dem Druck, in Vorstufe, Finishing und Logistik. Druckereien müssen sich also intensiv damit beschäftigen, ihre Aufträge mit höchster Effizienz abzuwickeln.

Das leisten traditionelle Management-Informationssysteme nicht, weil sie mit Funktionen überfrachtet sind, die im Laufe der Zeit als wichtige Anforderung an die klassischen MIS-Anbieter herangetragen wurden. Diese haben auch alles umgesetzt und in ein einziges System gepackt. So sind Software-Kolosse entstanden, die höchst komplex und unglaublich schwer zu bedienen sind. Angesichts der vielen kleinvolumigen Aufträge sind diese MIS aber nicht mehr zeitgemäß und flexibel genug. Und vor allen Dingen mangelt es an Offenheit für die Integration mit anderen Applikationen oder Maschinen – von Lösungen in einer Cloud-Umgebung und browserbasierten Anwendungen ganz zu schweigen.

Ereignis-gesteuerte Prozessketten gestalten

Genau das aber, Offenheit und Integrationsfähigkeit, bietet *Keyline* von *Crispy Mountain*. Es werden aktuelle IT-Technologien wie die Cloud und leistungsfähige



Schnittstellen für mögliche Erweiterungen genutzt. Und das Team um **MATTHIAS PRINZ**, Geschäftsführer von *Crispy Mountain*, verfolgt völlig neue Ansätze: »Wir nähern uns der Thematik von der Produktion her und gehen rückwärts in die Kalkulation, ins Lagermanagement und in die Logistik. *Keyline* ist das Datenrückgrat einer modernen Druckerei – zukunftsfähig durch eine offene Cloud-Architektur und so einfach zu bedienen wie Apps, die wir in der Freizeit nutzen«, beschreibt PRINZ die Charakteristik der Software. *Keyline* sendet ständig Informationen in Form sogenannter »Events«, etwa dann, wenn Objekte angelegt, verändert oder gelöscht werden. Eine App kann diese aufgreifen und Prozesse und Workflows anstoßen. So können Ereignis-gesteuerte Prozessketten gestaltet und Abläufe automatisiert werden. Zudem bietet der *Keyline* AppStore ein wachsendes Angebot von Apps für die einfache und schnelle Integration von *Keyline* mit Applikationen und Maschinen. Diese Integrationsfähigkeit ist eine tragende Säule der *Keyline*-Philosophie.

Keyline wird dabei kontinuierlich und agil weiterentwickelt. Es gibt nicht alle paar Jahre ein riesiges kostenpflichtiges Release, sondern tägliche Updates. Dabei fließt fortlaufend das Feedback der Kunden ein. Und da *Keyline* eine Cloud-basierte Software ist, stehen die Verbesserungen automatisch allen Nutzern zur Verfügung.

Heidelberg wiederum stellt zurzeit den Verkauf einzelner Softwarelizenzen schrittweise auf ein nutzungsorientiertes Subskriptions-Angebot um. Die Software wird auf Cloud-Technologien und ihre an der Nutzung orientierte Wertschöpfung ausgerichtet. In diesem Zusammenhang bietet *Heidelberg* alle *Prinect*-Module im

Abonnement als Software-as-a-Service an.

Mainz hilft Heidelberg

Und jetzt sollte es eigentlich »Klick« gemacht haben. Schließlich hat das *Heidelberg*-Management bereits mehrfach angedeutet, ein globales und digitales Ökosystem in Form einer eigenen Plattform etablieren zu wollen. »Die Übernahme von *Crispy Mountain* ist für *Heidelberg* ein weiterer Schritt in den Ausbau von cloud- und nutzungsbasiert abzurechnenden digitalen Anwendungen«, wird der *Heidelberg*-Vorstand **PROF.**



DR. ULRICH HERMANN in der Pressemitteilung zur Übernahme des Mainzer

Unternehmens zitiert. »Mit dem qualifizierten Team und den Lösungen von *Crispy Mountain* beschleunigen wir unsere Entwicklungen rund um unsere neue Branchenplattform *HEI.OS*.« Die Plattform (den Namen *HEI.OS* hatte *Heidelberg* übrigens bisher nicht öffentlich gemacht)

soll für alle Hersteller der Druckindustrie offen sein, um Druckereien einen leichten Zugang zu umfassenden Services bei möglichst geringem Verwaltungsaufwand zu ermöglichen. Drittanbieter sollen über die Plattform Angebote für Druckereibetriebe schnüren können und Druckereien sollen über einen App-Store eine Vielzahl von Anwendungen beziehen können.

Wie das im Detail aussehen soll? Wissen wir nicht, wir bleiben aber dran.

Keine Tagesreise

Es hätte uns auch gewundert, wenn *Crispy Mountain* mit seinen innovativen Ideen und seiner agilen Vorgehensweise nicht schnell zum Objekt der Begierde geworden wäre. Zwar ist das Umstellen von klassischen Systemen mit Client-Server-Architektur zu browserbasierten Systemen keine Tagesreise, dafür aber umso wichtiger für die digitale Transformation.

Wenn *Heidelberg* die Übernahme von *Crispy Mountain* als strategischen Schritt auf dem Weg zur digitalen Industriepattform bezeichnet, ist es also mehr als nur die Verstärkung des Teams. *Crispy Mountain* bringt wichtige Kompetenzen und neues Denken bei den Entwicklungsprozessen mit, sodass der ambitionierte Plan eines eigenen Ökosystems durchaus erreichbar scheint. Und ganz nebenbei hat *Heidelberg* jetzt auch einen Fuß beim Transformationsprojekt *OctoBoost* von *Sappi* in der Tür.

> www.crispymtn.com

> www.heidelberg.com

SAZIO
Vinothek, Bar, Ristorante

Seefeldstrasse 27
8008 Zürich
www.sazio.ch

AUS FÜR SCHEUFELN Die insolvente *Papierfabrik Scheufelen* wird wohl abgewickelt. Es habe zwar im Rahmen eines Investorenprozesses Interessenten gegeben, es sei jedoch zu keinem Abschluss gekommen, heißt es. Über die heute unter dem Namen *Scheufelen GmbH* auftretend Papierfabrik wurde am 1. Mai 2019 das Insolvenzverfahren eröffnet.

PAPIERFABRIK WIRD LIQUIDIERT Das französische *Arjowiggins*-Werk für Recyclingpapiere in Bessé-sur-Braye soll liquidiert werden. An dem Standort wurden auf zwei Maschinen grafische Recyclingpapiere und holzfreie gestrichene Spezialitäten sowie laminierte Papiere mit einer Kapazität von 320.000 Jahrestonnen hergestellt.

VIRGINAL PAPER IST INSOLVENT Weniger als ein Jahr nach der Wiedereröffnung hat der belgische Spezialpapierhersteller *Virginal Paper* Konkurs angemeldet. Das Konkursverfahren sei am 6. Mai eröffnet worden. Das früher unter dem Namen *Idempapers* bekannte Unternehmen war erst im Juni letzten Jahres von einer skandinavischen Investorengruppe unter Leitung von TERJE HAGLUND in Kooperation mit der wallonischen Regierung erworben worden. Offenbar fehlt es an Geldmitteln, um die Produktion am Laufen zu halten. *Virginal Paper* produziert Spezialpapiere für Etiketten und flexible Verpackungen.

UPM REDUZIERT KAPAZITÄT Die Konsolidierung der Papierindustrie wird von *UPM* aktiv fortgesetzt. *UPM* plant die Schließung der Papiermaschine *PM 10* im Werk Plattling und damit verbunden die Reduzierung der jährlichen Produktionskapazität für gestrichene Publikationspapiere um etwa 155.000 Tonnen. Die Stilllegung hat Auswirkungen auf 160 Arbeitsplätze. »Die Papiermärkte verzeichnen seit etwa zehn Jahren einen beständigen Nachfragerückgang. Wir sichern durch selektive Kapazitätsanpassungen die Wettbewerbsfähigkeit unseres Geschäfts und konzentrieren uns auf den Betrieb unserer leistungsfähigsten Maschinen«, sagt WINFRIED SCHAUR, Executive Vice President, *UPM Communication Papers*.
> www.upmpaper.com

NEUER INVESTOR FÜR ZANDERS Nachdem *Zanders* im September 2018 Insolvenz anmelden musste, ist jetzt neben dem norwegischen Unternehmer TERJE HAGLUND (siehe *Virginal Paper*) ein neuer Co-Investor bei der *Zanders Paper GmbH* eingestiegen. Die schwedische *Jool Invest AB* ist bereits in Märkten wie Papier, Holzprodukte und Finanzindustrie aktiv und will neben Kapital seine Erfahrungen einbringen. Zu *Jool Invest* gehört unter anderem die schwedische *Lessebo Paper AB* mit ihren ungestrichenen grafischen Spezialpapieren.

HEIDELBERGER DRUCKMASCHINEN AG KONJUNKTURELLE RISIKEN VERLANGSAMEN WACHSTUM

Heidelberg hat im Geschäftsjahr 2018/19 (1. April 2018 bis 31. März 2019) ihre operativen Ziele erreicht. Nach noch nicht testierten Zahlen lag der Konzernumsatz nach Angaben des Unternehmens mit 2.490 Mio. € rund 3% über dem des Vorjahres (2.420 Mio. €).

»Wir haben das Geschäftsjahr 2018/19 wie geplant mit moderatem Umsatz- und Ergebniswachstum abgeschlossen. Das Kerngeschäft entwickelte sich positiv und die digitale Transformation von *Heidelberg* kommt gut voran«,



so der Vorstandsvorsitzende **RAINER HUNDSDÖRFER**.

Heidelberg geht trotz der schwächer werdenden Weltkonjunktur von einer stabilen Entwicklung im Kerngeschäft und von einem Zuwachs beim Subskriptionsmodell aus. Angesichts konjunkturbedingt zurückhaltenderer Investitionsbereitschaft rechnet der Hersteller im Digitaldruck jedoch mit einem konservativeren Hochlauf als ursprünglich geplant. Der Umsatz im Bereich Postpress würde aufgrund der untersagten Übernahme von *MBO* durch die Kartellbehörde geringer wachsen. Zudem falle der Rückgang beim Handel mit Consumables voraussichtlich größer als erwartet aus.

»Diese Entwicklung bestärkt uns darin, den Konzernumbau mit Nachdruck fortzusetzen. Der Ausbau neuer Geschäftsmodelle und der damit deutlich höhere Anteil wiederkehrender Umsätze wird uns weniger an-

fällig für konjunkturelle Schwankungen machen«, so HUNDSDÖRFER.

Die konjunkturelle Abschwächung machte sich nach Angaben von *Heidelberg* schon in den letzten Monaten bei den Maschinenbestellungen bemerkbar. So lag der Auftragszugang nach den Zahlen von *Heidelberg* Ende März 2019 mit 2.559 Mio. € leicht unter dem Wert des Vorjahres. Aufgrund der Verunsicherung auf den Weltmärkten durch den Handelsstreit zwischen den USA und China sowie des Brexits geht *Heidelberg* mit Vorsicht in das neue Geschäftsjahr 2019/20, rechnet bei Umsatz und Profit zwar mit einer stabilen Entwicklung, jedoch verzögerten die konjunkturellen Rahmenbedingungen die mittelfristigen Wachstumsaussichten. So wird auch ein langsamerer Umsatzanstieg als bisher geplant erwartet.

Der von *Heidelberg* eingeschlagene strategische Weg der digitalen Transformation hat sich angesichts der guten Kundenresonanz offenbar als richtig erwiesen. So stoße das Subskriptionsmodell, bei dem *Heidelberg* Produkte, Services und Dienstleistungen in einem mehrjährigen, nutzungsabhängigen Gesamtvertrag offeriert, auf eine wachsende Nachfrage.

Die Zielsetzung von rund 30 Vertragsabschlüssen im Geschäftsjahr 2018/19 habe realisiert werden können. »Die strategische Marschrichtung ist alternativlos. Leider bremsen die konjunkturelle Entwicklung unsere Wachstumsdynamik, auch wenn das Marktpotenzial für die Digitalisierung der Druckindustrie und des digitalen Verpackungsdrucks unverändert groß ist«, so RAINER HUNDSDÖRFER.

Finanzvorstand geht

Der Druckmaschinenbauer muss sich einen neuen Finanzvorstand suchen. Der Aufsichtsrat habe zugestimmt, dass die Vorstandstätigkeit von **DIRK**



KALIEBE zum 30. September ende, teile das Unternehmen mit.

Der 53-Jährige wird seinen im Kalenderjahr 2021 auslaufenden Vertrag damit nicht verlängern, sondern laut Unternehmensangaben ein Sabbatical nehmen und sich anschließend neuen unternehmerischen Zielen widmen. *KALIEBE* ist seit mehr als 20 Jahren bei *Heidelberg*. Seit Oktober 2006 ist er Finanzvorstand des SDax-Unternehmens.

> www.heidelberg.com

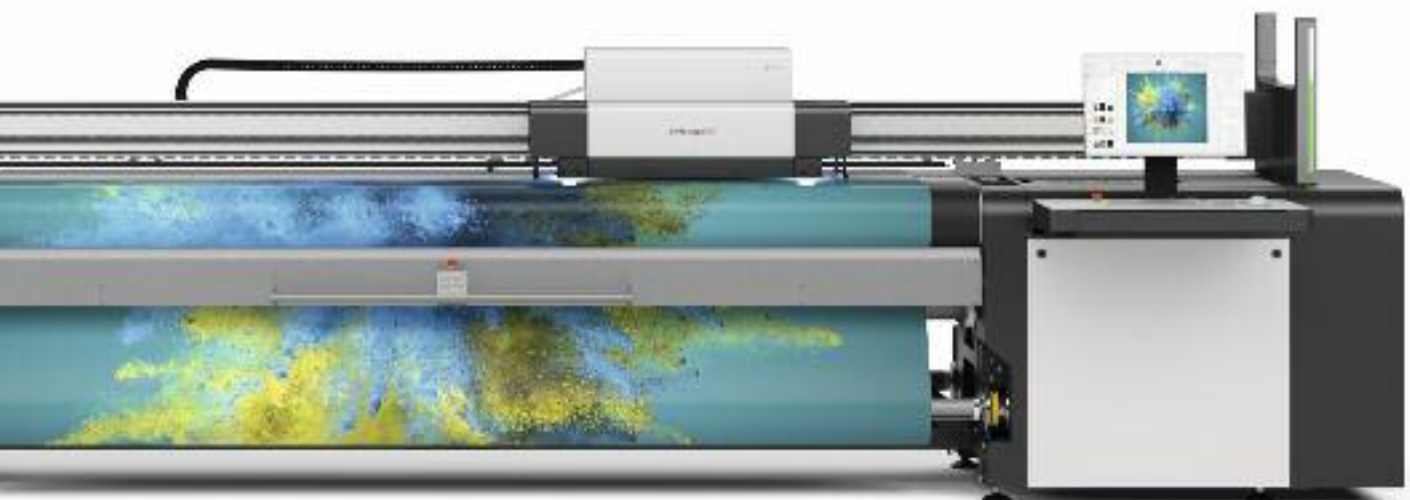
Karibu

Der neue swissQprint-Rollendrucker
mit einzigartigen Features

Ein Plus an Effizienz

Ein Plus an Zuverlässigkeit

Ein Plus an Anwendungen



Kassetten-
System



Light
Box



Tip Switch-
Vakuum



Neues
Tintenset



Mesh
Kit



Bildquelle: Durst

DURST ERÖFFNET NEUE ZENTRALE IN BRIXEN EIN SYMBOL FÜR DIE EIGENE TRANSFORMATION

Durst hat seine neue, futuristische Firmenzentrale mit angeschlossenem Kundenzentrum in Brixen eröffnet. Für das Unternehmen symbolisiert das neue Gebäude den Wendepunkt seiner Transformation hin zu einem integrierten Prozessdienstleister. Zur Eröffnung kamen 1.000 Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner.

Die über 5.700 m² große Firmenzentrale soll sinnbildlich für den Wandel zu einem spezialisierten und integrierten High-Tech-Unternehmen stehen. So ist das Konzept auch in die Gebäudearchitektur eingeflossen, die den neuen Verwaltungstrakt mit den bestehenden Produktionshallen verbindet. Der ikonische Entwurf des Gebäudes mit Turm wurde bereits vor mehr als 50 Jahren präsentiert, aber nie realisiert. Die Architekten von *Monovolume* folgten dem Ursprungsgedanken und gestalteten einen flach schwebenden »Flügel« mit einem sechsstöckigen Turm.

Die pulverbeschichtete Metallfassade weist 850 mehrfarbig leuchtende Fensterelemente auf, die pixelartig angeordnet sind und einen Hinweis auf die Geschäfts-



bereiche des Unternehmens geben sollen. Denn *Durst* bietet digitale Hochleistungs-Drucksysteme – von der Verarbeitung der Bilddaten über den Druck bis zur Veredlung des finalen Produkts – alles aus einer Hand.

Durst beschäftigt mehr als 700 Mitarbeiter in über 20 Niederlassungen weltweit, blickt auf eine über 80-jährige Historie zurück und ist eng mit der Familie OBERRAUCH verbunden, in deren Besitz sich das Unternehmen in 3. Generation befindet. Der Generationenwechsel zwischen CHRISTOF und HARALD OBERRAUCH im Verwaltungsrat ist seit Kurzem vollzogen. Parallel dazu wurde CHRIS-

TOPH GAMPER zum CEO berufen und durch eine Miteigentümerschaft noch stärker an das Traditionsunternehmen gebunden.

»Das ist ein sehr stolzer Tag in

der Geschichte von *Durst*«, sagte GAMPER zu den Gästen. »Wir haben keine Angst vor der Zukunft. Wir



sind hier, um die Zukunft zu gestalten. In unserem Hauptsitz in Südtirol schließen sich die Dinge mit dem Lebensraum in den Bergen und mit dem Ziel, sich nicht nur auf die Maschinen zu konzentrieren, sondern auch auf die Menschen, die dahinter stehen. Dabei geht es nicht um Schein, sondern um Sein, um den Transport der Idee nach außen, um einen Raum für Innovation, um Begegnungen von Menschen, die sich einer Vision verschrieben haben: Neues zu schaffen, zu inspirieren und sich immer die nächste Frage zu stellen.«

> www.durst-group.com





KOENIG & BAUER AG STRATEGISCHE AUSRICHTUNG FÖRDERT WACHSTUM

Die gute Geschäftsentwicklung mit dem 2018 erreichten höchsten EBIT in der 201-jährigen Firmengeschichte, Innovationen, das Digitalisierungskonzept *Koenig & Bauer 4.0* sowie die Unternehmensziele sorgten bei den Aktionären in Würzburg für gute Stimmung.

Auf Basis der Auftrags- und Projektlage mit der konzernweit vollen Kapazitätsauslastung sowie der weiteren Fortschritte bei den Konzernprojekten im Service und zur Kostensenkung ist der Vorstand der *Koenig & Bauer AG* zuversichtlich, 2019 einen organischen Umsatzanstieg im Konzern von rund 4% und eine EBIT-Marge von rund 6% zu erreichen. Mit allen Initiativen und Projekten strebt der Vorstand bis 2023 eine Steigerung des Konzernumsatzes auf rund 1,5 Mrd. € mit einer EBIT-Marge zwischen 7% und 10% an.

»Der mit der *Duran*-Akquisition erfolgte Eintritt in den Markt für Faltschachtelklebmaschinen und das Joint Venture mit dem Inkjet-Pionier *Durst* im digitalen Faltschachtel- und Wellpappendruck sind wesentliche strategische Meilensteine. Nach der kartellrechtlichen Freigabe für das Joint Venture *Koenig & Bauer Durst* sind wir überzeugt, dass das Unternehmen vom Spirit beider Gesellschaften profitieren wird und hier etwas ganz Besonderes



entsteht«, führte der Vorstandsvorsitzende **CLAUS BOLZA-SCHÜNEMANN** bei der Aktionärsversammlung aus. Mit der Übernahme der schwedischen *All-Print Holding* durch die Tochtergesellschaft *Koenig & Bauer Coding* werde die Marktstellung im Kennzeichnungsdruck zusätzlich gestärkt.

Guter Start ins Geschäftsjahr

Die *Koenig & Bauer-Gruppe* ist mit einem gegenüber dem Vorjahresquartal zweistellig auf 276,4 Mio. € gestiegenen Auftragseingang in das Geschäftsjahr 2019 gestartet. Dazu haben deutlich mehr Serviceaufträge und Bestellungen für den Faltschachtel-, Glasdirekt- und Wertpapierdruck beigetragen. Der Umsatz übertraf mit 230,7 Mio. € den Vorjahreswert um 6,2%.

Höhere Maschinenbestellungen für den Verpackungsdruck führten zu einem Zuwachs des Auftragseingangs bei Sheetfed um 12,4% auf 173,5 Mio. €. Mit 1,8% legte der Umsatz leicht auf 113,0 Mio. € zu. Der gute Auftragsbestand von 250,5 Mio. € sorgt für eine hohe Auslastung.

Der Umsatz bei Digital & Web lag mit 32,4 Mio. € trotz weniger Maschinenaufträgen für den flexiblen Verpackungs- und Zeitungsdruck auf Vorjahres-Niveau. Im Dekordruck bestehen mit der *RotaJet*-Digitaldruckplattform große Umsatz- und Ertragspotenziale.

Mehr Maschinenbestellungen im Wertpapier- und Glasdirektdruck steigerten das Neugeschäft im Segment Special um 37,7% auf 80,0 Mio. €. Der Umsatz legte um 20,8% auf 92,8 Mio. € zu. Der Auftragsbestand war Ende März um 6,2% höher als vor zwölf Monaten.

> www.koenig-bauer.com

HERMA Neues Werk für Etikettierer

Es ist weltweit die wohl modernste Fertigung für Etikettierer und Etikettiermaschinen, die *Herma* jetzt am Hauptsitz in Filderstadt in Betrieb genommen hat. Nach 13-monatiger Bauzeit und Investitionen in Höhe von

optimiert. Alle Produktionslinien für Etikettierer und komplette Etikettieranlagen sind auf einer Ebene angeordnet, auf der sich auch das Teilelager befindet. Die quadratische Fläche der Produktionsebene bietet von allen Seiten einen optimalen Zugang. Deutlich vergrößerte Flächen für Warenein- und -ausgang ver-



Am Hauptsitz in Filderstadt hat *Herma* jetzt eine hochmoderne Fertigung von Etikettierern und Etikettieranlagen in Betrieb genommen. (Bild: BFK Architekten, Stuttgart.)

rund 20 Millionen Euro ist der Geschäftsbereich Etikettiermaschinen von seinem alten Standort im 20 Kilometer entfernten Deizisau umgezogen, nachdem die Kapazitäten dort nach der raschen Expansion der letzten Jahre nahezu erschöpft waren.

Das neue Werk wurde von Anfang an auf die speziellen Anforderungen hin geplant und realisiert. Alles ist hinsichtlich der Kommunikationsbedingungen, Durchlaufzeiten und Fertigungsexzellenz

einfachen das Handling. Im Warenausgang zum Beispiel sind die Rampen so gestaltet, dass Etikettieranlagen mit einer Länge von bis zu sechs Metern an einem Stück quer auf den Lkw geladen werden können. Zudem steht ein Technikum zur Verfügung, in dem *Herma* spezielle Kundenanforderungen testet und neue Lösungen entwickelt. Im Showroom auf 230 m² wird ein breites Spektrum an Etikettierlösungen präsentiert.

> www.herma.de



Kürzeste Durchlaufzeiten und höchste Fertigungsexzellenz: Im neuen Etikettierer-Werk sind alle Produktionslinien auf einer einzigen Ebene angeordnet. Hier ein Blick in die neue Fertigung.

1,7 MRD. DOLLAR FÜR EFI Der US-amerikanische Hersteller der *Fiery*-RIPs, von Workflow-Software und Großformat- sowie Textildrucksystemen soll von einer Tochtergesellschaft der *Siris Capital Group*, New York, übernommen werden. Wie *EFI* bekannt gab, haben beide Seiten eine entsprechende Vereinbarung getroffen. Die Transaktion soll sich auf gut 1,7 Mrd. US-Dollar belaufen. *Siris Capital* ist eine Private-Equity-Gesellschaft, die sich auf Investitionen und den Ausbau von Technologiefirmen spezialisiert hat.

EFI ÜBERNIMMT *EFI* übernimmt die türkische *BDR Boya Kimya San. Tic.* Das Unternehmen ist Hersteller von Reaktivtinten für den industriellen Textildruck und wird in das *EFI*-Tochterunternehmen *Reggiani* integriert, das zu den Weltmarktführern bei Textildruckern zählt. Über die finanziellen Details der Übernahme wurde Stillschweigen vereinbart, sie dürften aber keine wesentlichen Auswirkungen auf die Geschäftsergebnisse von *EFI* haben. > www.efi.com

UMSATZSTEIGERUNG Die *technotrans SE* hat das Geschäftsjahr durch Ausbau der Diversifizierung und Ausrichtung auf Wachstumsmärkte erfolgreich abgeschlossen. Das Unternehmen steigerte den Umsatz um 5,5% auf 216,3 Mio. Euro, während der operative Gewinn (EBIT) mit 17,4 Mio. Euro auf dem Vorjahresniveau verblieb. Für 2019 rechnet der Vorstand mit einer Fortsetzung des Wachstums. > www.technotrans.de

MEHRHEITSBETEILIGUNG *BST eltromat International*, Hersteller von Qualitätssicherungssystemen für bahnverarbeitende Industrien mit Sitz in Bielefeld, hat über seine Muttergesellschaft *elaxis AG* seine Beteiligung an der *Nyquist Systems GmbH*, Landsberg am Lech, aufgestockt und verfügt jetzt über eine Mehrheitsbeteiligung an dem Unternehmen für Inspektionssysteme in schmalbahnigen Druckprozessen. Anfang 2018 wurde eine erste Beteiligung an *Nyquist Systems* erworben. > www.bst.group

NEUE TOCHTERFIRMA *swissQprint* hat eine neue Tochterfirma: *swissQprint Spain*. Mit dem Vorhaben, den spanischen Markt fortan intensiver zu bearbeiten, hat die neu geschaffene Gesellschaft die Vertriebs- und Serviceaktivitäten des bisherigen Partners vollumfänglich übernommen. Sitz der neuen Gesellschaft ist Badalona, Barcelona. > www.swissqprint.com

NEUE GRUPPE Nach dem Erwerb der *Harland Simon* im Zuge der Insolvenz des Unternehmens im Oktober 2018 hat *manroland Goss web systems* jetzt die *Prima Controls Group* gegründet, die sich auf Steuerungs- und Antriebserweiterungen und Remote Support-Systeme für alle Zeitungsdruckmarken spezialisiert. > www.manrolandgoss.com



WHITEWALL-ÜBERNAHME CEWE WÄCHST MIT XXL-DRUCK IN GALERIE-QUALITÄT

Der Fotodienstleister und Onlinedrucker *Cewe* expandiert weiter. Wie das Unternehmen Ende April 2019 mitteilte, wurde die in Berlin und Frechen bei Köln ansässige *WhiteWall Media GmbH* übernommen. Verkäufer ist die *Avenso GmbH*.

Kerngeschäft von *WhiteWall* sind großformatige Fotos, vor allem als gerahmte Wandbilder in Galeriequalität, die nach Angaben des Unternehmens bei Profi- und Hobbyfotografen durch »die überragende Produktqualität einen hervorragenden Ruf« genießen. Deshalb,



so der *Cewe*-Vorstandsvorsitzende **DR. CHRISTIAN FRIEGE** »passt

die Akquisition hervorragend zu unserem Markenportfolio und Premium-Anspruch.«

WhiteWall ist seit etwa zehn Jahren in Deutschland, einigen europäischen Ländern und den USA aktiv. Eigene Stores gibt es in den Metropolen Hamburg, Düsseldorf, Berlin und München sowie in Wien, Zürich, Paris und New York. Diese will *Cewe* ebenso übernehmen wie den Geschäftsbetrieb in Berlin und den Produk-

tions-Standort in Frechen sowie die rund 170 *WhiteWall*-Mitarbeiter.

Nicht zum Übernahmepaket gehört die 2003 gegründete *Avenso*-Sparte *Lumas* mit ihren Galerien und kuratierten Kunstwandbildern in Kleinserien, mit der *Cewe* kooperieren will und deren Bilder weiterhin in Frechen gefertigt werden sollen. Auch die Shop-in-Shop-Präsenzen von *WhiteWall* in den *Lumas*-Galerien in New York, Wien, Zürich, Köln, Frankfurt und Paris sollen bestehen bleiben. Für *WhiteWall* ist die Zugehörigkeit zu *Cewe* offenbar eine Möglichkeit, seine selbstständige Stellung am Markt zu bewahren. Schließlich bringt das Unternehmen eigenen Angaben zufolge über 237.000 Kunden, darunter 21.500 Profi-Fotografen, Künstler, Galeristen und Sammler mit. Und eine App, mit deren Hilfe (Augmented Reality) Fotos virtuell an der Wand betrachtet und

auf die Inneneinrichtung abgestimmt werden können. Dabei können die Bilder mit Passepartouts, Rahmen und in verschiedenen Größenoptionen simuliert werden.

Finanziell dürfte der Zukauf (etwa 30 Mio. €) für *Cewe* kein besonderer Kraftakt sein. Das Unternehmen erzielte mit den Sparten Foto und Onlineprint im Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz von 653 Mio. € (ein Plus von 9% gegenüber dem Vorjahr). Dabei stieg das operative Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) von 49 auf fast 54 Mio. €. Für das laufende Jahr hat sich *Cewe* weiteres Wachstum auf die Fahne geschrieben: Der Umsatz soll (nicht zuletzt durch die Akquisition) auf 655 bis 690 Mio. € ansteigen.

> www.cewe.de

EXKLUSIV FÜR RESELLER
UNSERE GÜNSTIGSTEN PREISE

WWW.SAXOPRINT.PRO



Unsere günstigsten Preise



Persönlicher Ansprechpartner



Bequem per Rechnung bezahlen

5.000 FLYER

DIN A6 | 2 Seiten
135 g/m² Bilderdruckpapier matt

24,⁹⁰ €

2.000 FOLDER

DIN lang | 6 Seiten | Wickelfalz
135 g/m² Bilderdruckpapier matt

44,⁹⁰ €

1.000 BROSCHÜREN

DIN A4 | 16 Seiten | Klammerheftung
135 g/m² Bilderdruckpapier matt

249,⁹⁰ €

Alle Preise inkl. Versand, exkl. MwSt.

SAXOPRINT.PRO



Bildquelle: zefart | 123rf.com

GROSSDRUCKEREIEN KRISENSTIMMUNG IM HIGH-VOLUME-ILLUSTRATIONSDRUCK

Noch vor wenigen Monaten kursierten Prognosen, nach denen insbesondere kleinere und mittelständische Druckereien zum Tode verurteilt seien, weil die großen Player und High-Volume-Drucker die bessere Performance hätten. Jetzt sieht die Welt auf einmal ganz anders aus. Krisenstimmung nun auch bei den großen Druckereien.

Text: Klaus-Peter Nicolay und Bernd Zipper

Nach den aktuellen Zahlen des Bundesverbandes *Druck und Medien (bvdm)* ging der Umsatz der Branche im letzten Jahr gegenüber 2017 um 1,9% zurück (siehe Seite 6). Könnte man als konjunkturelle Schwankung abtun, wenn der Branchenumsatz nicht erodiert. Doch die Branche ist gleichzeitig mit weiter steigenden Kosten konfrontiert. Wenn dabei 42% der Betriebe Einbußen

beim Umsatz und 45% beim Gewinn melden, ist das nicht gerade überraschend. Beunruhigend dagegen ist jedoch, dass die Einbußen umso krasser ausfallen, je größer die Unternehmen sind. Und was sind das für Unternehmen? Die großen Onlinedrucker sind es nicht – die haben im letzten Jahr wieder an Umsatz zugelegt. Es sind die Drucker, die sich mit großen Kapazitäten im Segment Kataloge und Werbebeila-

gen tummeln. Bei denen gingen auch die Gewinne überproportional zurück.

Seit Jahren angespannt

Die Situation im Rollendruck und besonders im Illustrations-Tiefdruck ist trotz vereinzelter Hurra-Meldungen schon seit mehr als einem Jahrzehnt angespannt, da die Nachfrage nach tiefdrucktypischen Produkten in hohen Auf-

lagen deutlich zurückgegangen ist. Bei kleineren Auflagen haben Tiefdruckereien (alleine schon wegen der aufwendigen Zylinder-Herstellung in der Druckvorstufe) gegenüber dem Rollenoffset die schlechteren Karten, weshalb etliche Aufträge in den Rollenoffsetdruck abgefließen sind. Dies führte im Tiefdruck zu Überkapazitäten, einem heftigen Wettbe-

werb mit Rollenoffsetdruckereien und Preiskämpfen, die darin resultieren, dass sich Rollen- wie Tiefdrucker in einer geradezu tödlichen Abwärtsspirale befinden. Dazu kommt noch, dass der Rollenoffsetdruck seinerseits Aufträge an den Bogenoffsetdruck verloren hat – ebenfalls wegen rückläufiger Auflagen und andererseits aufgrund der enormen Effektivitäts-Steigerung der Bogenmaschinen.

Doch zurück zu Rollenoffset und Tiefdruck. Dass dieser mörderische Wettbewerb früher oder später zum Kollaps führen musste, war abzusehen. Da braute sich seit längerer Zeit schon ordentlich was zusammen – und jetzt scheint das Unwetter losgebrochen zu sein.

Schließungen und Insolvenzen wie bei *Prinovis* oder der *Circle Media Group (CMG)* sprechen nicht gerade von einem erfolg-

spricht von einem Gewinnrückgang von etwa 9%.

Tiefdruck neu aufgestellt

Erst vor wenigen Wochen hat die *Bertelsmann Printing Group* die Schließung ihrer Tiefdruckerei in Nürnberg für das Jahr 2021 angekündigt.

Bis Ende letzten Jahres noch hatte die Druckerei den *Otto*-Katalog in Millionenaufgabe hergestellt. Der letzte Hauptkatalog mit 656 Seiten ging im November 2018 in Druck (siehe auch *Druckmarkt* Heft 119, »Ich bin dann mal weg«). Das wurde von Insidern schon zum Jahreswechsel als Indiz für die wohl unausweichliche Schließung dieses Tiefdruck-Standorts gewertet. Davon sind nun etwa 670 Beschäftigte in Druckerei und Weiterverarbeitung betroffen sowie 250 Personen im Rahmen von Leih-, Zeit- und Werkverträgen.

Zeitgleich mit der Schließung der Druckerei will *Bertelsmann* jetzt sein Druckgeschäft organisatorisch neu aufstellen und wechselt zugleich das komplette Management aus.

»Megatrends wie die Digitalisierung und Individualisierung sowie die zunehmende Konvergenz von Tief- und Offsetdruck stellen unsere Druckereien vor erhebliche Herausforderungen«, kommen-



tiert **THOMAS RABE**, Vorstandsvorsitzender von *Bertelsmann*, und analysiert, dass die Papierpreis-

steigerungen zu einer Zurückhaltung bei vielen Kunden geführt hätten. »Auf diese Entwicklungen antworten wir jetzt mit einer noch stärkeren Integration unserer Druckgeschäfte.«

Prinovis ist seit 2015 Teil der *Bertelsmann Printing Group*. Zuvor zählten der *Springer-Verlag* sowie *Gruner + Jahr* zu den Gesellschaftern. Schon in dieser Zeit wurden die Kapazitäten mehrfach zurückgefahren: 2008 wurde der Standort in Darmstadt, 2014 die Druckerei in Itzehoe stillgelegt. Nach der Schließung der Druckerei in Nürnberg verbleiben noch die zwei deutschen Standorte Dresden und Ahrensburg bei Hamburg (nicht zu verwechseln mit der dort ebenfalls ansässigen Zeitungsdruckerei) und die Illustrationstiefdruckerei in Liverpool.

CMG-Konzern zerbröckelt

Noch heftiger eingeschlagen hat es aufgrund der strukturellen Umwälzungen in einigen Nachbarländern. Mitte April 2019 hat *CMG* in Amsterdam Insolvenzantrag für die *Roto Smeets BV*, die Holding seiner holländischen Druckunternehmen, gestellt. >



Und um den Shift in Print noch deutlicher zu machen: Der Bogenoffsetdruck sieht sich seinerseits von Highspeed-Inkjet-Rollenmaschinen attackiert, die für ordentlich Druck im Markt sorgen – nachzulesen in *Druckmarkt* Heft 120 im Beitrag über Highspeed-Inkjet »Wann sind wir endlich da?«.

Der Tiefdruck ist dem Rollenoffsetdruck wegen seiner kostspieligen und zeitaufwendigen Druckformenherstellung nicht gewachsen und verliert bei vergleichsweise kleinen Auflagen gegen den Rollenoffset.

reichen Geschäftsverlauf. Und auch die britische *Walstead Group*, die europaweit 65 Rollenoffset- und Tiefdruckmaschinen betreibt,





Saubere Luft

für uns und unsere Erde

www.filtracon.com

Der CMG-Konzern war erst im Frühjahr 2017 entstanden, als die *Circle Printers Holding* alle Anteile an der *Roto Smeets Group* und kurz später noch *Corelio Printing* in Belgien übernommen hatte.

Die *Circle Media Group* erzielte nach der Übernahme von *Roto Smeets* und vor der *CPI*-Übernahme mit 2.700 Mitarbeitern bereits einen jährlichen Umsatz von rund 550 Mio. €. Mit dem Erwerb von *CPI* im Juli 2018 wuchs CMG auf etwa 900 Mio. €, hatte mehr als 5.000 Mitarbeiter und 26 Produktionsstätte in zehn europäischen Ländern sowie in den Vereinigten Staaten. Denn *CPI* beschäftigte zum Zeitpunkt der Übernahme 2.500 Mitarbeiter an 16 Standorten in fünf Ländern (Frankreich, Großbritannien, Deutschland, Spanien und Tschechien) und erzielte einen Jahresumsatz in Höhe von 360 Mio. €. Damit produzierte CMG in Summe auf 135 Druckmaschinen, davon 29 digitale Einheiten.

Jetzt sind die *Roto Smeets Deventer* (vier Tiefdruckmaschinen), *Roto Smeets Weert* und *Senefelder Misset* in Doetinchem (insgesamt sieben 16- bis 72-Seiten-Rollenoffsetmaschinen und zwei Bogenoffsetmaschinen) mit ihren jeweiligen Tochterfirmen insolvent.

Die Schuld haben andere

Die Konkurse seien das Ergebnis der Marktgegebenheiten in der europäischen Druckindustrie, teilte CMG mit. Nach einem akzeptablen Jahr 2017 habe man 2018 einen starken Verfall des Marktes erlebt. Die Papierpreise seien um bis zu 20% gestiegen, während die Druckvolumina doppelt so schnell zurückgegangen seien wie im bisherigen Durchschnitt. Daneben kritisiert das Unternehmens-Management das holländische Kündigungsgesetz, das es erschwere, den Personalbestand in sozial verträglicher Weise zu reduzieren.

Die Insolvenz betreffe nicht die belgische *Corelio Printing* oder andere Druckereien in Österreich, Deutschland, Spanien und Ungarn – hieß es noch Mitte April. CMG hatte sich in den Wochen zuvor jedoch bereits von seiner Tiefdruckerei *Helprint* in Finnland sowie der in mehreren europäischen Ländern aktiven Bücherdruck-Gruppe *CPI* getrennt. Und die CMG-Tiefdruckerei *Helio Charleroi* in Belgien wurde nach einer Insolvenz des Betriebes schon Anfang 2019 geschlossen.

Undurchsichtiger Konzern

Geht es da mit rechten Dingen zu? Im Zusammenhang mit der Insolvenz von *Helio Charleroi* hatte sich die Gewerkschafts-Vereinigung *Uni Europa Grafik & Verpackung* Ende Februar 2019 bereits kritisch gegenüber der »undurchsichtigen Investorengruppe« CMG geäußert: »Chronische Liquiditätsprobleme führen dazu, dass in Spanien Lohnzahlungen ausbleiben. Die Investorengruppe weigert sich, ihre Geschäftsverbindungen offenzulegen, handelt unter dem Stichwort ›Konsolidierung‹ mit Insolvenzen, sodass auch wirtschaftlich starke Standorte so schnell in die Gefahrenzone geraten können«, warnte *Uni Europa Grafik & Verpackung*. Aus der Luft gegriffen waren die Befürchtungen der Gewerkschaft offenbar nicht. Nur knapp zehn Tage, nachdem die *Circle Media Group* das Aus für *Roto Smeets* besiegelte, gab die CMG-Konzernführung am 25. April bekannt,

dass sie aufgrund des starken Mengenrückgangs ihr Druckgeschäft neu strukturieren wird und stellte in diesem Zusammenhang weitere Druckereien zur Disposition.

Die Druckaktivitäten in Österreich (*Oberndorfer Druckerei*) wurden via Konkurs eingestellt und für die Druckgeschäfte in Belgien (*Corelio Printing*), Deutschland (*Körner Druck* und *J. Fink Druckerei*) sowie Spanien neue Eigentümer gesucht. Inzwischen sind die beiden deutschen Druckereien dem Vernehmen nach an die finnische Tiefdruckerei *Helprint Oy* verkauft worden. Die hatte CMG im März 2019 an die *Printers Group Oy* in Helsinki verkauft.

Strategie oder Naivität?

»Wir wollten eine führende Rolle bei der notwendigen Konsolidierung der europäischen Druckindustrie spielen. Wir müssen jetzt feststellen, dass wir nicht mehr in der Lage sind, unsere Ziele zu verwirklichen«, sagt PETER ANDREOU, Executive Chairman and CEO of *Circle Media Group*. Wirklich überzeugend klingt das nicht und wirft gleich die Frage auf: War das wirklich Strategie oder haben sich die Konzernlenker nur verzockt?

In jedem Fall war es eine verhängnisvolle Fehleinschätzung, die auf dem Rücken der Mitarbeiter ausgetragen wird.

Wer kurze Zeit nach einer Übernahme sagt, der Markt habe sich in nur wenigen Monaten verändert, war entweder naiv oder nur

wenig vertraut mit der Branche und ihrer Situation.

Es passte nicht

Denn ähnlich kleinlaut klang ANDREOU auch, als CMG Anfang April 2019 die erst im Juli 2018 erworbene *CPI*-Gruppe im Rahmen einer privaten Transaktion an das Privatvermögensverwaltungsbüro *RHWO* verkaufte: »Einer der Gründe für die Übernahme der *CPI* war ihr Spektrum an digitalen Druckanlagen und Supply-Chain-Lösungen. Wir haben jedoch feststellen müssen, dass sich die *CPI* und unsere Geschäftseinheiten im Werbedruck nicht im gleichen Tempo entwickelten.«

Mit jährlich 450 Mio. Büchern gilt *CPI* als einer der größten europäischen Bücherdrucker. *CPI*, zu der auch *Clausen & Bosse* und *Spiegel & Ebner* in Ulm gehören, beliefert große Verlage, Industriegruppen und öffentliche Verwaltungen mit Werken aus Wissenschaft und Technik. Die 1996 gegründete *CPI Gruppe* ist nach eigener Aussage die erste europäische Druckerei-Gruppe, die in den Inkjet-Digitaldruck investierte und Angebote wie On-Demand-Druck, automatische Bestandsauffüllung, Management ohne Lagerhaltung, Vertrieb und Web-to-Print umfasste.

Diese innovativen Lösungen passen nicht in die Struktur der auf Großauflagen ausgelegten Massenproduktion von CMG. Offenbar hat sich CMG aber auch nicht zugetraut, dass in *CPI* gesehene Wachstumspotenzial inklusive der Weiterentwicklungen neuer digitaler Konzepte samt der dazu notwendigen Investments selbst zu stemmen.

Bleibt als Fazit Fassungslosigkeit über die Unflexibilität einiger Manager. Die Branche verändert sich nun einmal. Da helfen alte Konzepte nicht weiter; sie führen nur ins Chaos.



LED-Normlicht für alle ...

LED-Normlicht Tischlampe SLS-Entry
Mehr Informationen im Web: highcri.de

[Lacunasolutions.com] A. Demmler 08685/778665

Technische Änderungen vorbehalten.

**Profitieren
Sie jetzt von
attraktiven
Preisen!**

www.diedruckerei.de

**MARGE:
STIMMT.**

Handwerk ist unsere Basis,
smarte Lösungen sind unser
Konzept: Wir drucken vom Flyer
bis zum Plakat alles, was Ihre
Kunden brauchen. Kostengünstig,
in exzellenter Qualität und
vor allem: **mit Leidenschaft.**

**TIMING:
STIMMT.**

**QUALITÄT:
STIMMT.**

 **DIEDRUCKEREI.DE**

DER BESTE EINDRUCK BLEIBT

Druck im Kessel oder eher ein Reset?

Was war denn da los? Eine Frau im Taucheranzug, ein Kerl im Astronauten-Look, ein anderer als Chemiker – und das alles im Fahrstuhl! Nannte sich Partner-Session und war eine überaus gelungene Form von Unternehmenspräsentation im Interview-Stil. Originell, wirklich witzig und unterhaltsam. Doch zwischen diesen ›Werbeplocks‹ ging es beim 7. *Online Print Symposium (OPS)* heftig zur Sache.

Text: Klaus-Peter Nicolay und Bernd Zipper | Fotos: Nadja von Prümmer

So machte *Cimpress*-CEO ROBERT KEANE in seiner Keynote zum Symposium deutlich, dass die Preise für Drucksachen zur Freude der Kunden zwar seit Jahren immer weiter sinken, für die Onlinedrucker der Wettbewerb jedoch zunehme und die Kosten für Papier sowie die Kunden-Akquise im Internet gleichzeitig nahezu ins Uferlose steigen. Das war schon einmal ein Statement. Direkt danach prangerte BERND ZIPPER, CEO *zipcon consulting*, mangelnde Qualität und Services bei den Onlinedruckern an und am Ende des ersten Veranstaltungstags kam auch noch ein 20-jähriger YouTuber zu Wort, der seine Merchandising-Artikel selbst druckt.

Krisenstimmung beim Münchner *Online Print Symposium*, das bisher immer als Nabelschau des Onlineprint-

Erfolgs galt? Nein, ganz im Gegenteil. Es war einfach nur clever inszeniert. Denn ein OPS (so die Erfahrung vor allem der ›Wiederholungstäter‹, die auch dieses Jahr wieder in Scharen gekommen waren) kann nur der beurteilen, der auch den abschließenden Vortrag noch gehört hat. Dann erst schließt sich der Kreis, oder um ein anderes Bild zu bemühen: Jeder Vortrag ist ein Mosaikstein – und erst der Letzte vervollständigt das Bild.

So war auch das diesjährige *Online Print Symposium* unter dem Motto ›Think Global – Print Online‹ für die 290 Teilnehmer wieder eine runde Sache, vielseitig, informativ und mit viel aufschlussreichem Wissen, das jeder beim persönlichen Gespräch und Netzwerken noch vertiefen konnte.



290 Teilnehmer aus 18 Nationen (alleine 18 Besucher aus Asien) rund um den Globus erlebten ein spannendes und zugleich abwechslungsreiches *Online Print Symposium* in München.

HÄRTER WERDENDE ZEITEN

Und über allem schwebte das, was wir in Deutschland Industrie 4.0 nennen. Denn ROBERT KEANE beklagte ja nicht die Wettbewerbsbedingungen an sich, sondern stellte sie nur an den Anfang seines Vortrags, um zu verdeutlichen, wie wichtig es für Onlineprint noch werden wird, in einer Phase weiterer und anhaltender Automatisierung Themen wie die digitale Transformation und Technologien wie Big Data, Robotik und Künstliche Intelligenz in die strategischen Überlegungen und Pläne mit einzubeziehen und umzusetzen.

Als Gründer von *Cimpress* kennt KEANE die Szene seit 1995, war Vorreiter des Onlineprint-Business und will es bleiben. In diesem Zusammenhang erläuterte er die langfristig angelegte Strategie der kundenindividuellen Massenproduktion, mit der es möglich ist, die Produktion kleiner oder einzelner Aufträge mit nahezu der gleichen Effizienz herzustellen wie in einer Mas-

senanfertigung. Dazu bedarf es aber neuer und intelligenter Techniken. ROBERT KEANE machte das an einem Logo deutlich, von dem der Kunde erwartet, dass es in einer gedruckten Zeitschrift genauso aussieht, wie auf einem Kugelschreiber, einem Poloshirt oder in einer gestickten Variante auf einer Tasche. Zurzeit sei dafür noch viel zu viel manuelle Arbeit (Artwork) notwendig. Es gibt also (beispielsweise) in Prepress noch enormes Potenzial für neue und automatisierte Technologien und -prozesse. Das gelte auch für andere Bereiche, denn Prozessoptimierung sei gerade im Kontext mit den härter werdenden Zeiten im Onlineprint unumgänglich. »Die gesamte Web-to-Print Branche sieht sich einem verlangsamten Wachstum gegenüber und wir sind in eine Phase eines sehr harten Wettbewerbs eingetreten, der die langfristigen Gewinner von allen anderen trennen wird«, mahnte ROBERT KEANE.



Robert Keane, CEO Cimpres, bei seiner Keynote zur digitalen Transformation im Onlineprint. Er sieht die Branche in einer Phase sehr harten Wettbewerbs, weshalb Prozessoptimierungen zwingend angeraten sind.

EIN WERT FÜR DIE GESELLSCHAFT

Düstere Aussichten also? Nicht unbedingt. »Print ist ein echter Wert für unsere Gesellschaft ... wenn man es richtig macht.« BERND ZIPPER, CEO zipcon consulting GmbH und Mitorganisator des Online Print Symposiums, stellte diese Kernaussage an den Anfang seiner Ausführungen zu den Trends und Entwicklungen in Onlineprint. Aber leider habe sich der Gedanke der »Good-Enough-Qualität« eingeschlichen. Natürlich gebe es Druck als Gebrauchsgut (Commodity) mit nur geringer Nutzungs- und Lebensdauer, aber es gebe vor allem auch Drucksachen mit hohem Wert und ebenso großer Wertschätzung (Esteem). Denn »Print ist die einzige Manifestation von Wissen im digitalen Zeitalter«, führte ZIPPER aus.

Er ließ aber keine philosophischen Betrachtungen des Gedruckten folgen, sondern klare Fakten, mit denen er deutlich machte, welche Bedeutung Print in den Gesellschaften rund um den Globus hat: 2.695 Mrd. \$ (also knapp 2,7 Billionen Dollar) groß sei der weltweite Druckmarkt – und damit mehr als doppelt so groß wie die Pharma-Industrie. Alleine die grafische Kommunikation bewegt 700 Mrd. \$, der Verpackungsdruck etwa 400 Mrd. \$ und der Etikettenmarkt weitere 114 Mrd. \$. Dazu kommen noch der funktionale Druck und das gesamte industrielle Umfeld mit Druck-Erzeugnissen im Wert von knapp 1.000 Mrd. \$. Ist das etwa nichts? Und gibt es in diesem Umfeld nicht auch noch weitere attraktive Möglichkeiten für den Onlinedruck?

DAS WACHSTUM BLEIBT

Diese Chancen gibt es in der Tat – und der Markt belohnt sie auch. Ein Plus von 8,3% auf 3,25 Mrd. Euro erreichten die Open-Shops im B2C-Bereich 2018 und waren damit erfolgreicher als noch vor einem Jahr angenommen. Von diesem Kuchen haben sich die Top 5 der Onlinedrucker einen Batzen von 1,54 Mrd. € abgeschnitten. Diese sind durch Akquisitionen gewachsen, aber auch durch eine Ausweitung ihres Angebotes. Da-

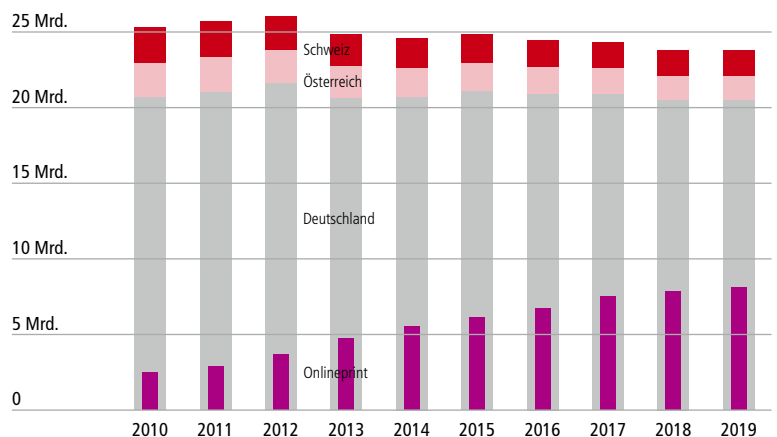
bei will BERND ZIPPER festgestellt haben, dass sich die Verbraucher nicht mehr nur am Preis, sondern an der Qualität orientieren, woraus er folgerte, dass für reine »Discounter« schwere Zeiten angebrochen seien.

Auch Business-to-Business (hier vor allem die sogenannten Closed Shops) ist nach den Zahlen ZIPPERs 2018 wieder um 2,2% auf 4,60 Mrd. € gewachsen. Für diesen Markt erwartet er einen erneuten Anstieg um 2,2% im laufenden Jahr. Zusammen mit dem Marktwachstum von 4,6% der Open Shops könnte Onlineprint in der Region Deutschland, Österreich und Schweiz 2019 auf einen Umsatz von 8,1 Mrd. € kommen. Damit kommt Onlineprint in der D/A/CH-Region auf gut ein Drittel des Branchenumsatzes (2018 voraussichtlich 23,7 Mrd. €; siehe Grafik unten) und ist weltweit der größte Onlineprint-Markt einer Sprachregion.

Dennoch stellt sich die Frage, ob die Zeiten zweistelligen Wachstums vorbei sind? >

UMSATZ DRUCKINDUSTRIE D/A/CH

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Deutschland	20,70	21,05	21,60	20,64	20,70	21,10	20,90	20,90	20,50	20,50
Österreich	2,25	2,24	2,21	2,10	1,98	1,86	1,79	1,67	1,59	1,50
Schweiz	2,38	2,38	2,22	2,10	1,93	1,88	1,77	1,71	1,70	1,70
total	25,33	25,67	26,03	24,84	24,61	24,84	24,46	24,28	23,79	23,70
Onlineprint	2,50	2,90	3,70	4,70	5,50	6,10	6,70	7,50	7,85	8,10



Quellen: Bundesverband Druck und Medien, bvdm; Wirtschaftskammer Österreich, Bundesamt für Statistik (Schweiz), Statista; zipcon consulting (Onlineprint). Zahlen für 2018 und 2019 sind Schätzungen. Druckmarkt-Grafik: 4/2019.



Online-Experte Bernd Zipper, CEO zipcon consulting, begeisterte mit seiner Brandrede pro Print. »Print ist die einzige Manifestation von Wissen im digitalen Zeitalter«, führte er aus.

Vielleicht ja, es scheint sich nämlich eine Umverteilung im Markt einzustellen, bei der die großen Onlineprinter zugunsten der kleineren Anbieter Geschäftskunden verlieren. Doch auch wenn der Markt nicht mehr so schnell und stark wachsen sollte – Wachstum ist noch immer da und »Onlineprint ist eines der erfolgreichsten Business-Modelle der Druckindustrie weltweit«, so BERND ZIPPER.

TRANSFORMATIONSWILLIG SEIN

Nicht unumstritten waren ZIPPERS Aussagen zu den Gründen für die Umverteilung. Er nannte drei Fehler, die derzeit gemacht würden:

1. Die Qualität lässt bei fast allen Anbietern zu wünschen übrig.
2. Auch der Service, insbesondere das Reklamationshandling, stimmt nicht.
3. Die Funktionalität im E-Commerce reicht nicht aus. Es zeige sich in der Praxis, dass Preis und Geschwindigkeit Eigenschaften wie Zuverlässigkeit, Qualität und Service gegenüberstünden, wobei das Pendel in der Kundengunst derzeit gegen Speed und Kampfpreise ausschlage.



Podiumsdiskussion »Ende des rasanten Wachstums im Onlineprint?« mit (von links) Bernd Zipper, zipcon consulting; Kees Arends, Cimpress; Dr. Michael Fries, Onlineprinters; Willi Soll, Initiative Online Print; und Jens Meyer, printXmedia Süd.

Doch trotz der Kritik – oder nennen wir es doch lieber Anregungen und Tipps für das Onlineprint-Tagesgeschäft, an denen gearbeitet werden muss, stellte BERND ZIPPER fest: »Print ist einer der mächtigsten Kanäle im Kommunikations-Kanon der digitalen Welt. Und Onlineprint ist Teil dieser Welt.« Vorausgesetzt, die Unternehmen machen ihre Hausaufgaben im E-Commerce, in den Märkten, im Service und in der Produktion, so ZIPPER. Weitere Herausforderungen seien Plattformen für Mass-Customization sowie Künstliche Intelligenz in Print. Erste Ansätze sind bereits da – erkennbar an Software für das automatische Erstellen von Sammelformen samt dynamischer Termin- und Produktionsplanung sowie beim autonomen Drucken.

»Die digitale Transformation, neue Wege zum Kunden, neue Technologien und Produktionsprozesse insbesondere bei der Verzahnung von Online und Print stellen Unternehmen im Onlineprint vor neue Aufgaben«, räumte BERND ZIPPER ein. Dabei hätten diejenigen gute Chancen, die sich »transformationswillig« zeigen, die Nischen nutzen, die sich als Spezialisten profilieren, die spezielle Zielgruppen genau adressieren und lokale Märkte mit besseren Services bedienen können.

DRUCK IM KESSEL

Die Ausführungen von ROBERT KEANE und BERND ZIPPER zum Auftakt des Symposiums hatten offenbar für ordentlichen Diskussionsbedarf gesorgt. Deshalb hatten die Moderatoren JENS MEYER, CEO der *printXmedia Süd GmbH* und Mitorganisator, und BERND ZIPPER eine kurze Diskussionsrunde organisiert.

Ob denn eine Delle beim Wachstum des Marktführers *Cimpress* wirklich so schlimm sei, dass gleich eine Welt zusammenbreche, wollten die Teilnehmer wissen. »Bei nahezu zweistelligem Wachstum sollten wir nicht von Krise sprechen«, mahnte DR. MICHAEL FRIES, CEO der *Onlineprinters*. »International haben wir noch immer einen Anstieg und selbst in Deutschland sehen wir noch Wachstum.« Dass der Wettbewerb zunehme, sei jedoch richtig. KEES ARENDS, *Cimpress*, hält Hektik für unangemessen: »Ich sehe eher ein Reset. Früher hat man die Angel ins Wasser gehalten und die Fische haben sofort angebissen. Heute muss man eben ein bisschen länger warten. Deutschland und die Niederlande waren die First Mover im Onlineprint. Deshalb wird hier auch mehr erwartet.« Und WILLI SOLL, Vorstand der *Initiative Online Print*, ergänzte: »Ja, es ist Druck im Kessel. ROBERT KEANE hat ja gesagt, er müsse besser werden. Das ist doch ein Signal in den Markt.« Weiterentwicklung hat also Priorität in den nächsten Jahren. »Wir müssen der Kundenzufriedenheit größte Aufmerksamkeit widmen. Dahinter verbirgt sich Effizienz in allen Bereichen – alleine wegen der Preise schon«, führte DR. FRIES aus. »Wir alle müssen den Kunden beweisen, dass Onlineprint 7 x 24 Stunden funktioniert – und das professioneller als bei *Amazon*«, forderte KEES ARENDS die Onlineprint-Gemeinde auf. >



**WWW.WIR-
DRUCKEN-DEINE-
ZEITUNG.DE**

**COOPETITION -
ZEITUNG, AUCH FÜR IHRE KUNDEN.**

SCHNELL / GÜNSTIG / ONLINE



Nicht ganz unbeteiligt an der Diskussion um die Zukunft von Onlineprint war die 2. Ausgabe von *beyondprint unplugged*, in der die aktuelle Situation von Cimpres ausführlich dargestellt ist. Daneben fanden die Inhalte der Zeitung große Beachtung.

EVOLUTION STATT DISRUPTION

Genau darum ging es in dem Beitrag zum Werbemittel-Markt, der hierzulande in der E-Commerce-Landschaft bisher noch ein weißer Fleck war. Der Markt für Werbeartikel ist in Deutschland rund 3,6 Mrd. € schwer, in D/A/CH über 4,5 Mrd. € und in Europa über 15,0 €. Da sollte man doch annehmen, dafür gäbe es längst eine geeignete Plattform im Internet. Dem war aber bisher nicht so. JÜRGEN GEIGER, Vorstand der Geiger-Notes AG und Vorstandsmitglied im *Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft (GWW)*, sah die Chance, mit dem Aufbau eines geeigneten Marktplatzes die Vakanz zu schließen und den traditionell offline betriebenen Markt mit Online-Geschäftsmodellen zu verknüpfen. Schließlich beschäftigen sich in Deutschland 3.500 Berater und Händler sowie 500 Hersteller und Importeure mit Werbeartikeln.

Der Werbemittel-Marktplatz *mypromo*, der im 2. Quartal 2019 live geht, wird Kunden, Händler und Hersteller miteinander verbinden und die Player im Markt von der analogen in die digitale Welt heben, ohne deren Geschäftsmodelle zu ersetzen. Das Spannende an *mypromo* ist, dass ein Netzwerk über die gesamte Bran-

che gespannt wird – und zwar als Plattform, die selbst nichts verkauft, sondern White-Label-Shops zur Verfügung stellt und kuratierte Werbeartikel- und Lifestyleseiten mit relevantem Content bietet.

Und so funktioniert *mypromo*: Der Abnehmer generiert seine Druckdaten im Händlershop – über Upload oder Editor. Die Daten werden in Echtzeit geprüft, optimiert und für die Druckfreigabe visuell in 3D aufbereitet. Er füllt den Warenkorb und löst seine Bestellung beim Händler aus. Diese schlägt bei *mypromo* auf und wird samt Druckdaten sofort an den Hersteller weitergeleitet. Beide importieren die kaufmännischen Daten über Schnittstellen in ihre eigenen IT-Systeme. Der Hersteller produziert, liefert via Drop-Shipping an den Abnehmer und fakturiert an den Händler. *mypromo* ist lediglich Plattformbetreiber und tritt an keiner Stelle optisch oder als Vertragspartner in Erscheinung.

»Die Vertrags-Lieferanten stellen ihre Artikel ins System ein, *mypromo* übernimmt das Templating für die Druckdaten: einfach für den Anwender und die Hersteller. Und das im Digitaldruck, Offset, Flexo, Inkjet, Siebdruck, Tampondruck, Prägung, Gravur, Ätzung, um nur die Wichtigsten zu nennen – und zwar auf zig verschiedenen Oberflächen. Eine ganz besondere Herausforderung für jede Daten-Engine«, erläuterte JÜRGEN GEIGER. Doch die größte Herausforderung beim Aufbau von *mypromo* sei das rechtssichere Definieren der AGBs, der Verträge für Handel und Lieferanten sowie der Guidelines zwischen den am Marktplatz Beteiligten gewesen.

Die Plattform ist quasi ein Start-up mit einem Team von fünf Leuten, das sich bis Ende des Jahres verdoppeln dürfte. Die müssen aber auch bezahlt werden und dazu muss *mypromo* Geld verdienen, stellte JÜRGEN GEIGER fest: »Das Finanzierungsmodell besteht aus einer überschaubaren Monatsgebühr für das Bereitstellen des Systems und einer Umsatzprovision im Skontobereich, die von Handel und Lieferanten entrichtet werden. Damit wird die Plattform paritätisch finanziert.« Mit seinem Vortrag zeigte JÜRGEN GEIGER beispielhaftes strategisches Vorgehen auf und die Dimensionen, die mit dem Aufbau einer solchen Plattform verbunden sind. Das macht man nicht mal eben so nebenbei.

WELTREISE IN ZWÖLF STUNDEN

In zwei Tagen einmal rund um den Globus hatte das diesjährige *Online Print Symposium* versprochen und Wort gehalten. Den 290 Teilnehmern wurden Eindrücke aus dem internationalen Onlinedruck geboten. Referenten aus den Niederlanden, England, Japan, Israel oder der Türkei boten interessante Einblicke in die jeweiligen Regionen mit ihren typischen Eigenheiten. Auch wissenschaftlich fundiertes wie etwa die Keynote des zweiten Veranstaltungstages, bei der sich DR. HOLGER SCHMIDT, Netzökonom an der *TU Darmstadt*, mit Plattformen als überlegenes Geschäftsmodell in digitalen Märkten beschäftigte, bot das Symposium.



Intensiver Gedankenaustausch und Netzwerken mit Kollegen, Kunden und Herstellern gehören beim *Online Print Symposium* genauso dazu wie das Diskutieren über die Vorträge in den Pausen.

WIE TEUER WIRD DIE ZUKUNFT?

Nach dem Vortrag von DR. SCHMIDT sollte jeder verstanden haben, wie Plattformen funktionieren. Was sie dabei anrichten, ist damit aber noch nicht geklärt. Damit setzte sich JÖRG SCHIEB, IT- und Onlineexperte für den WDR und Digitalexperte der ARD, auseinander. Er gilt als solider Analyst und ist seit ihren Ursprüngen Beobachter der Online-Industrie. Er hinterfragt aber nicht nur bestehende Systeme wie *Google, Amazon, Facebook* und Co., sondern macht sich auch Gedanken über die Weiterentwicklung der Infrastruktur Internet und setzt sich dabei kritisch mit den Trends auseinander – insbesondere mit dem Blick auf die gesellschaftlichen Folgen. »Wir müssen weg von diesem Gratis-Irrsinn«, forderte SCHIEB und erläuterte seine Vision vom Internet der Zukunft. Denn die Formel »Alles ist kostenlos – dafür bekomme ich Deine Daten« werde zunehmend problematischer. »Wir haben das Ende der Privatsphäre erreicht«, stellte SCHIEB fest. »Es gibt zwei krass auseinanderstehende Denkprinzipien«, erläuterte JÖRG SCHIEB. »Einmal: Alles ist kostenlos ohne Werbung und Kommerz – dann wird aber auch wirklich nichts bezahlt. Das wäre das sozialistische Internet«, so SCHIEB.

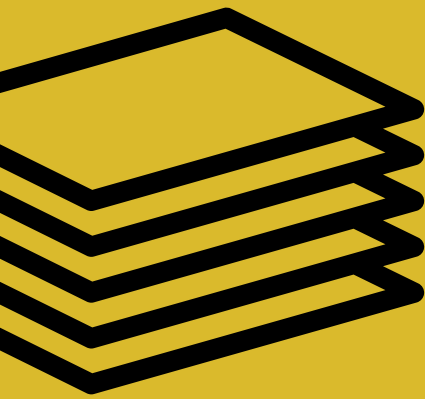


»Und dann gibt es das kapitalistische Internet, in dem jeder bezahlen muss. Jeder bekommt Geld für seine Leistungen – auch die User für Postings, Fotos, Likes und Retweets. Alles hat einen transparenten Preis.« Ideal wäre das Beste aus beiden Welten, so SCHIEB. Völlige Transparenz und Kontrolle für die User. Daten haben einen Wert, von dem nicht nur Konzerne profitieren.

Der ARD-Digital-experte Jörg Schieb teilte in einem Vortrag seine Sorgen und Vision der Zukunft des Internets. Dabei betrachtete er die gesellschaftlichen Folgen, die es mit sich bringt.

Den vollständigen Beitrag lesen Sie in Druckmarkt 120.

> www.online-print-symposium.de



Die Platte, auf die Sie gewartet haben

Die neue prozessfreie SONORA X Platte kann so gut wie alles drucken. Ihre Auflagenbeständigkeit, Bebilderungsgeschwindigkeit und Handhabungseigenschaften entsprechen Platten mit konventioneller Verarbeitung.

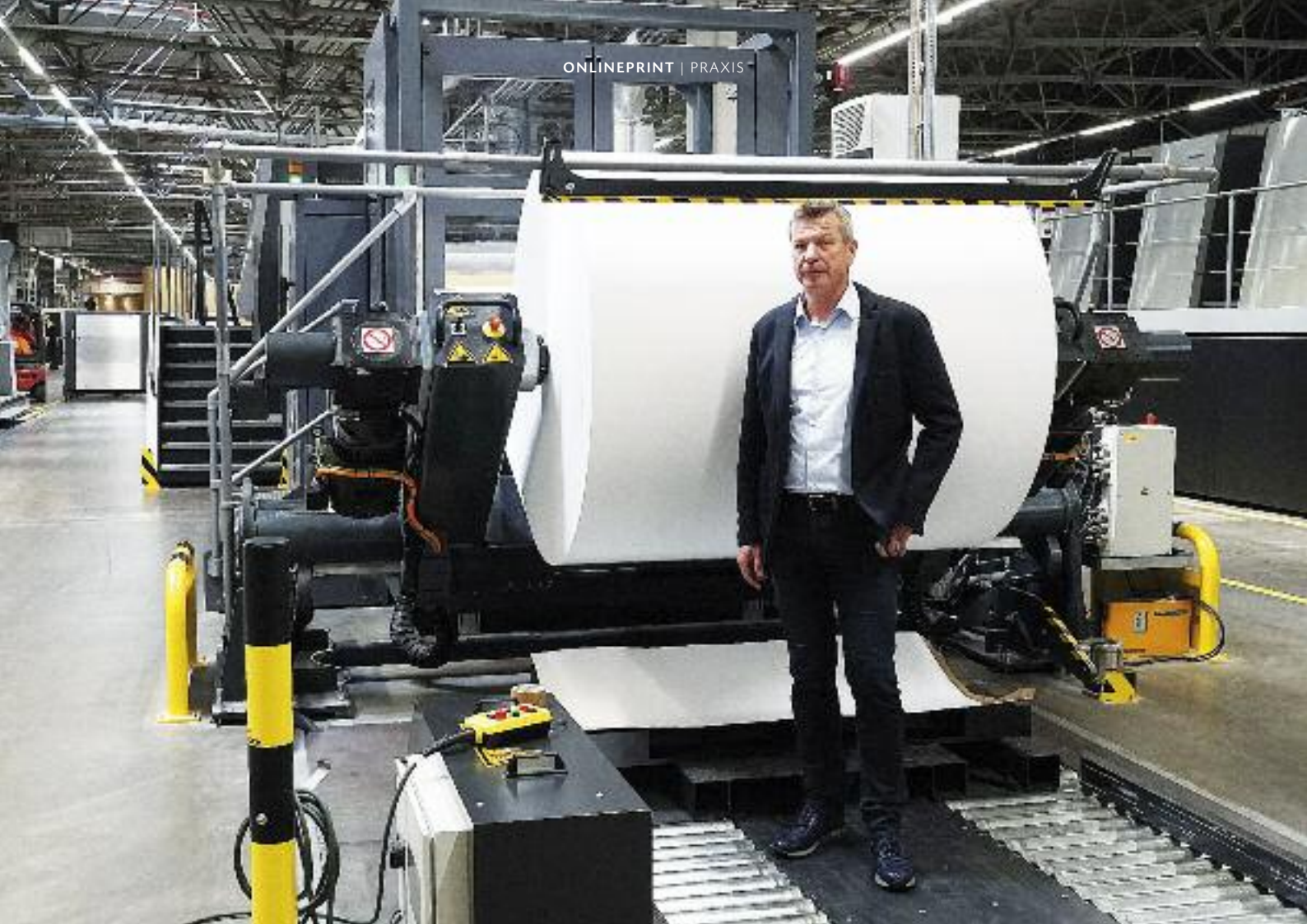
Kostengünstiger für Sie, grüner für die Umwelt.

80 % aller Offsetdrucker könnten auf der Stelle mit der SONORA X Platte prozessfrei produzieren. Ganz gleich, ob Sie im Verpackungsoffset, im Heatset- oder Coldset-Rollenoffset, im traditionellen oder LE-UV-Hochqualitäts-Bogenoffset oder im hochvolumigen Zeitungsoffset drucken, steigern Sie Ihre Leistung und Ihren Gewinn mit der SONORA X.

Entdecken Sie das ganze Potenzial unter kodak.com/go/sonora

Lassen Sie uns das Drucken weiterentwickeln. Gemeinsam.

SONORA!
CAN PRINT THAT.



SAXOPRINT NAHEZU DOPPELTE EFFIZIENZ

Die Online-Druckerei *Saxoprint* investiert in eine neue Großformatmaschine von *Heidelberg* und erzielt damit eine deutliche Steigerung der Produktivität. Die *Speedmaster XL 162* ist mit einem auf dieses Format angepassten Rollenquerschneider *CutStar* ausgestattet und erreicht in dieser Kombination nahezu doppelte Effizienz.

Text und Bild: Heidelberg

S*axoprint* in Dresden hat im kommerziellen Onlinedruck innerhalb der *Cewe*-Gruppe in den letzten Jahren jeweils zweistellige Umsatzzuwächse erzielt und erwirtschaftete im letzten Jahr über 100 Mio. € Umsatz. Standarddrucksachen wie Flyer, Poster, Kataloge und Broschüren im Akzidenzbereich sind mit 80% nach wie vor der Schwerpunkt, doch Verpackungen und Veredelungen wachsen beachtlich.

»Unser Geschäftsmodell basiert auf Kostenführerschaft«, erklärt Geschäftsführer KLAUS SAUER. Mit speziellen Algorithmen werden die Aufträge, die über den Web-Shop eintreffen, in Samelformen gebündelt und auf die jeweiligen Maschinen verteilt. »Bei uns ist jeder Auftrag individuell. Wichtig sind neben einem guten Preis Liefertreue und Schnelligkeit«, bestätigt SAUER. Kunden aus ganz Europa bestellen bei *Saxoprint*, seien es Privatpersonen, Geschäftskunden,

Agenturen oder Reseller, die inzwischen einen nicht unerheblichen Anteil ausmachen. Betreut werden internationale Kunden von einem Callcenter mit Muttersprachlern in London. Laut *Saxoprint* liegt die Annahmequote, das heißt wie schnell Telefonanrufe angenommen werden, bei 98% und die Wiederbestellrate bei über 80%. Wichtig sind dabei eine hohe Effizienz und Schnelligkeit. Im Dreischicht-Betrieb werden bis zu 5.000 Aufträge täglich produziert. Dies ist nur mit industrialisierten

Prozessen und modernstem Equipment möglich. Dazu wurden in den letzten sieben Jahren über 70 Mio. € in neue Lösungen investiert. Die jüngste Anschaffung im Drucksaal hat es mit 50 m Länge in sich: eine *Speedmaster XL 162* Achtfarben-Wendemaschine mit dem weltweit ersten Rollenquerschneider *CutStar* in dieser Formatklasse. *CutStar* in anderen Formaten wie etwa 50 x 70 oder 70 x 100 gibt es bei *Heidelberg* bereits seit vielen Jahren. Damit

ist auch im Format 7B die volle Flexibilität zur Verwendung von Bogen- oder Rollenware gegeben. Vor allem werden die Rüstzeiten reduziert. Inzwischen stehen acht Druckmaschinen mit 36 Druckwerken von *Heidelberg* bei *Saxoprint*: Fünf Großformatmaschinen *Speedmaster XL 162*, eine *XL 145* und zwei *XL 106*, die beide mit dem Rollenquerschneider *CutStar* ausgestattet sind. »Die Vorteile haben uns überzeugt und so stiegen wir 2016 in Verhandlungen mit *Heidelberg* ein, damit auch die Großformatmaschine mit *CutStar* gebaut wird«, erinnert sich SAUER.

Nahezu doppelte Effizienz

Über zwei Jahre entwickelten die Experten von *Heidelberg* und *BW Papersystems Stuttgart GmbH* den *CutStar*. Seit Januar dieses Jahres produziert die *Speedmaster XL 162* mit dem *CutStar* und KLAUS SAUER ist überzeugter denn je. Die bisher erzielten Erfahrungen mit dem *CutStar* sprechen für sich: Mit nur einem Rollenwechsel wird die gleiche Bogenanzahl zugeführt wie sonst mit drei bis vier Papierpaletten. Durch weniger Rüst- und Stoppzeiten sowie störungsfreier Laufstabilität ist die *Speedmaster XL 162* bei *Saxoprint* nahezu doppelt so effizient. Die Schneidgüte des *CutStar* hat eine Toleranz von kleiner als 0,3 mm und ist damit präziser als industriell gefertigte Papierstapel. Der bisherige Prozess des Rüttelns auf gerade Kanten entfällt komplett. Ein weiterer Pluspunkt ist laut

Heidelberg die Doppelgreifertechnologie in der Maschinenauslage. Mit der kontrollierten Führung an Vorder- und Hinterkante werde der Bogen sicher auf den Auslegerstapel geführt. Dadurch entfielen die druckfreien Korridore und die bisher benötigten Bogenbremsen. Die Druckfläche kann optimal ausgenutzt werden. Dies bedeutet, dass auf einem einzigen Papierbogen mit einer Breite von 162 cm gleichzeitig ein Dutzend unterschiedliche Jobs oder 400 verschiedene Visitenkarten gedruckt werden können. »Wir haben es geschafft, durch Innovationen und gesteigerte Effizienz die zehnpromtente Preiserhöhung beim Papier zu kompensieren. Dies ist umso bedeutender, da Papier einen Anteil von bis zu 30 Prozent an unseren Kosten hat«, freut sich KLAUS SAUER. Hinzu kommt, dass Rollenpapier um etwa 6% günstiger ist als Bogenware. »Die Entwicklung des *CutStar* ist eine tolle Leistung«, zeigt sich SAUER zufrieden. Und die Zusammenarbeit mit *Heidelberg* geht weiter – zurzeit läuft ein auf drei Jahre angelegtes Integrationsprojekt, das mit dem *Prinect Workflow* zum autonomen Drucken führen soll.

Ausbau des Verpackungsangebotes

Gegründet wurde *Saxoprint* 1999 mit 22 Mitarbeitern. 2006 startete *meindruckportal.de*. 2011 wurde die erste Maschine von *Heidelberg* installiert und löste Wettbe-

werbsmaschinen ab. Seit 2012 gehört *Saxoprint* zur *Cewe Stiftung & Co. KGaA* mit Sitz in Oldenburg. Europas führender Fotodienstleister setzt damit neben seinem Digitaldruck mit Schwerpunkt Fotobuch auch auf die Stärken des Offsetdrucks. Heute beschäftigt *Saxoprint* 550 Mitarbeiter und wurde letztes Jahr von der *Industrie- und Handelskammer (IHK)* als vorbildlicher Ausbildungsbetrieb ausgezeichnet. Pro Jahr werden 20 junge Menschen ausgebildet. »Wir benötigen vor allem Facharbeiter, die unsere Investitionen in Maschinen in Millionenhöhe effizient bedienen können«, erklärt KLAUS SAUER. Als Bekenntnis zum Standort kaufte *Cewe* 2018 das gesamte Betriebsgelände in Dresden mit über 70.000 m². Die Hälfte davon belegt *Saxoprint*, die andere Hälfte ist vermietet. Weiteres Wachstum ist also problemlos möglich. Die vollstufige Druckerei kann mit Superlativen aufwarten: Pro Jahr werden über 25.000 Tonnen Papier und 1,2 Mio. m² Druckplatten verarbeitet, wovon 2018 bereits 700.000 m² prozessfrei (ohne Chemie und Wasser) gefertigt wurden. In der Vorstufe steht ein neuer *SupraSetter* im Großformat und in der Weiterverarbeitung eine ganze Phalanx an *Stahlfolder* Falzmaschinen, die den hohen Ausstoß der Druckmaschinen für die Sammelhefter und Klebebinder vorbereiten. Nach der Installation der neuen

Speedmaster XL 162 wird dieses Jahr die letzte Maschine des Wettbewerbs abgebaut. »An den Maschinen von *Heidelberg* schätze ich neben der hohen Automatisierung und Bedienungs-freundlichkeit vor allem die hohe technische Verfügbarkeit. Bei den Rüstzeiten liegen wir bei den *Speedmaster XL 106* konstant bei unter zwei Minuten«, erklärt KLAUS SAUER. Die Makulatur liege bei 20 bis 40 Bogen und zahlt in die umweltfreundliche Produktion ein. Laut SAUER haben die CO₂-Emissionen in den vergangenen Jahren dramatisch abgenommen. Über 10% der Kunden bestellen zudem klimaneutrale Druckprodukte. Derzeit wird das Geschäftsfeld mit Verpackungen ausgebaut – hier wurde die *Saxoprint easy box* entwickelt. Mittels dieser neuartigen Produktlösung können unterschiedlichste Verpackungstypen bequem online in frei wählbaren Formaten und in einem 3D-Designer individualisiert und ab Auflage eins bestellt werden. Zielgruppe ist jeder, der sein Produkt durch eine individuelle Verpackung aufwerten möchte – und dies ab kleinster Auflage und zu günstigen Preisen. »Der Wind ist zwar rau, aber unser Geschäft läuft gut und wir kennen die Stellschrauben, um langfristig erfolgreich zu sein«, resümiert KLAUS SAUER.

> www.heidelberg.com

> www.saxoprint.de



Die Zukunft ist variabel.

Individualisierte, personalisierte und variable Printprodukte.
www.mullermartini.com/finishing4-0

Your strong partner.

MÜLLER MARTINI

DIGITALES LACKIEREN UND METALLISIEREN ZWEITE DMAX FÜR FLYERALARM

Die Kombination der Techniken von *Steinemann*, *Schmid Rhyner* und *Leonhard Kurz* ergibt für *Flyeralarm* im *Druckhaus Mainfranken* in Marktheidenfeld bei Würzburg eine leistungsstarke Lösung für das industrielle digitale Lackieren und Metallisieren. Jetzt verdoppelt das zu den führenden Online-Druckereien Europas zählende Unternehmen seine Kapazitäten mit einer zweiten *dmax* mit *dfoil* von *Steinemann*.

Text und Bild: Flyeralarm

Mit einer zweiten Hochleistungsmaschine *dmax 106* von *Steinemann* inklusive der digitalen UV-Metallisierungstechnik *dfoil* verdoppelt das *Druckhaus Mainfranken* seine Kapazität im digitalen Lackieren und Metallisieren. Die B1-Maschine mit einer Leistung von bis zu 10.000 Bogen je Stunde (abhängig vom Bogenformat) wird voraussichtlich Ende des zweiten Quartals 2019 in Betrieb genommen.

Die hier bereits installierte *dmax 106* mit *dfoil* ist praktisch rund um die Uhr ausgelastet. Das erfordert den Ausbau der Kapazität sowie ein Back-up für den Fall der Fälle. Dank der kurzen Rüstzeiten bei zugleich günstigen Betriebskosten kann das *Druckhaus Mainfranken* mit der Technik auch kleinste Auflagen unter anderem für das Onlineprint-Geschäft rentabel veredeln und binnen kürzester Zeit ausliefern.

Mit *dfoil* ausgestattete *dmax*-Maschinen sind derzeit die einzigen Produktionssysteme, die digitale Lackierung und Metallisierung in einem Arbeitsgang realisieren können. »Die Technik von *Steinemann* spielt in idealer Weise mit den Lacken und Klebstoffen von *Schmid Rhyner* sowie den Folien von *Leonhard Kurz* zusammen. Aus unserer Sicht ergibt die Kombination der Systeme dieser drei Hersteller die marktführende Lösung für die industrielle High-End-Veredelung grafischer Produkte. Die



Mit einer zweiten *dmax* mit *dfoil* von *Steinemann* verdoppelt das *Druckhaus Mainfranken* seine Kapazität im digitalen Lackieren und Metallisieren. Geschäftsführer Ulrich Stetter (links) und Sebastian Liebler, Abteilungsleitung Druckveredelung und Produktmanager Druckveredelung, an der bereits bestehenden *dmax* mit *dfoil*.

Technik beweist in unserem Haus seit Jahren unter anspruchsvollen Bedingungen ihre Leistungsstärke und Zuverlässigkeit. In unserem Produktionsprozess arbeiten wir Druckaufträge binnen weniger

Stunden ab. Entsprechend brauchen wir Technik, die kürzeste Durchlaufzeiten ermöglicht«, erklärt ULRICH STETTER, Geschäftsführer des *Druckhaus Mainfranken*. Der Druckdienstleister war 2014 als Pionier und Entwicklungspartner von *Steinemann* in die digitale Druckveredelung eingestiegen. Seither veredelt das *Druckhaus Mainfranken* mit der *dmax* unterschiedliche Druckprodukte mit haptischen Lackeffekten. 2017 wurde die *dmax* um *dfoil* für das digitale Metallisieren erweitert. Auch hierbei handelte es sich um eine Pilotinstallation. Inzwischen wurden mit der *dmax* insgesamt mehr als 8 Mio. Bogen veredelt. Wachstum für das Lackieren und Folienprägen sieht STETTER bei Druckprodukten, die bislang noch auf andere Weise veredelt wurden. So hat das *Druckhaus Main-*

franken den Prozess inzwischen so ausgerichtet, dass er die Vorteile des großen Bogenformats der *dmax* durchgängig ausschöpfen kann.

Aus Sicht von ULRICH STETTER erreicht die *dmax* schon bei geringen Lack-Schichtdicken eine hohe Veredelungsqualität. Diese verdankt die Maschine der Auflösung von 600 dpi der Inkjet-Lackiereinheit und den speziell dafür entwickelten *diVar*-Lacken. Damit lassen sich sowohl hohe Schichtdicken als auch feinste Linien und Strukturen mit flachen oder erhabenen Matt-/Glanzlackeffekten darstellen – ohne dafür Druckformen zu benötigen. Mit *dfoil* veredelt das *Druckhaus Mainfranken* Druck-Erzeugnisse zusätzlich mit Metallisierungen und versieht diese bei Bedarf mit Prägeeffekten. Je nach Druck-Erzeugnis geschieht das in einem Durchgang mit dem Lackieren. »Die *dmax* ist schnell gerüstet, verbraucht wenig Lack, produziert kaum Makulatur und erfordert nur geringen Wartungsaufwand«, lobt STETTER die *dmax*, die in zwei Varianten als *dmax 106* für Bogen bis 1.080 x 780 mm und als *dmax 76* für schmalere Bogenformate bis 760 x 760 mm lieferbar ist.

> www.flyeralarm.de
> www.steinemann.com
> www.schmid-rhyner.com
> www.kurz.de



DRUCKMARKT
MACHT ENTSCHEIDER
ENTSCHEIDUNGSSICHER

Onlineprint lässt sich nun einmal nicht in 10 Sekunden erklären.

Dafür gibt es
beyondprint unplugged,
die Zeitung für Print, Transformation und E-Commerce.
Fachexpertise kompetent, praxisnah
und entkrampft.



Das Abo und weitere Informationen:
www.druckmarkt.com oder www.arcusverlag.de



Bildquelle: Presse-Druck Augsburg

PRESSE-DRUCK AUGSBURG HOCHWERTIGER ZEITUNGSDRUCK ÜBERZEUGT

beyondprint unplugged, die seit Februar 2019 erscheinende neue Fachpublikation für Print, Transformation und E-Commerce, präsentiert sich im Zeitungsformat – produziert von der *Presse-Druck- und Verlags GmbH* in Augsburg. Die hat sich zum Ziel gesetzt, das Medium Zeitung über die Tageszeitung hinaus zu kultivieren, kreative Einsatzmöglichkeiten zu schaffen und neue Zielgruppen anzusprechen.

Nahezu jedes Fachmagazin bietet heute digitale Angebote und sucht seine Zielgruppe auf dem Online-Weg. Da ist es umso verblüffender, dass Publikationen ganz bewusst auf einen altbewährten Kanal setzen: die Zeitung. Sie lebt als vielseitiges Printprodukt neu auf und bietet völlig neue Einsatzmöglichkeiten – etwa als Event-Zeitung, als aufmerksamkeitsstarkes Medium in

der Unternehmenskommunikation oder eben als außergewöhnliche Publikationsform als Fachzeitung für eine eng definierte Zielgruppe.

Dabei ist das zeitlos moderne Erfolgsmedium kostengünstig, es überzeugt mit kurzen Produktionszeiten, hoher Qualität, inzwischen auch kleinen Auflagen und lässt sich über das Portal www.wir-drucken-deine-zeitung.de online bestellen.

Das waren auch die Gründe, warum sich Herausgeber und Redaktion von *beyondprint unplugged* für das Zeitungsformat entschieden haben. »Die Produktion von *beyondprint unplugged* im Zeitungsdruck soll ein Signal setzen: Das Medium Zeitung lebt! Und eine



Zeitung ist nachweisbar das vertrauenswürdigste aller Medien«, sagt **BERND ZIPPER**, CEO *zipcon*

und Herausgeber von *beyondprint unplugged*. »Zudem erhalten wir heute im Zeitungsdruck eine Qualität, die nahe an den Bogenoffset herankommt. Und das über den DIN-A4-Bereich hinausgehende Format symbolisiert unsere Überzeugung, dass die Betriebe der Druck- und Medienbranche über ihr bisheriges Format hinaus aktiv werden müssen.«

Mehr als nur Tageszeitung

Schon seit Langem vertritt die *Presse-Druck- und Verlags GmbH* den Standpunkt, dass Zeitung mehr ist als »nur« Tageszeitung und hat dieser Überzeugung in den letzten zwei Jahren Taten folgen lassen.

So bietet *Presse-Druck Augsburg* Zeitungen in Highend-Druckqualität, ist mit dem eigens entwickelten *HQP-Verfahren (High-Quality-Package)* bahnbrechende Wege im Zeitungsdruck gegangen und überzeugt so auch die letzten Kritiker.

»Diese Zeitungsqualität kann über das Geschäftskunden-Portal www.wir-drucken-deine-zeitung.de online bestellt werden. Hier lassen sich Zeitungen in verschiedenen Formaten und Ausführungen auswählen, konfigurieren und kalkulieren, die Druckdaten des individuellen Zeitungsobjektes



hochladen und bestellen«, erläutert **ANDREAS ULLMANN**, gesamtverantwortlicher Druckereileiter

der *Presse-Druck Augsburg*. »Mit unserem Portal bieten wir die Möglichkeit, Zeitungen für alle denkbaren Anlässe kostengünstig zu produzieren. Wir ermöglichen sogar Kleinauflagen ab 500 Exemplaren und schaffen so Anreize für neue und kreative Ideen und Einsatzmöglichkeiten.« Das Portal bietet alle Details für das Datenhandling sowie die Produktion. Zudem überzeugt die Lieferzeit von vier bis sieben Tagen. »Für uns als Druckerei ist es wichtig, die digitale Transformation erfolgreich zu meistern und nicht nur in E-Paper und Content zu denken, sondern auch in Print«, sagt ULLMANN.

Natürlich wieder online

Inzwischen ist die dritte Ausgabe von *beyondprint unplugged* erschienen – und die 64-seitige Publikation wurde natürlich wieder über



Die Publikation beyondprint unplugged, die neben dem Druckmarkt im arcus-verlag erscheint, beschäftigt sich in ihrer dritten Ausgabe schwerpunktmäßig mit Onlineprint, greift aber auch Themen zur Transformation der Branche auf.

das Portal online geordert und im hochwertigen *HQP-Verfahren* gedruckt.

»Ich hatte anfangs schon gehörigen Respekt vor der für mich ungewohnten Produktionsweise einer Zeitung«, erläutert *beyondprint unplugged*-Chefredakteur KLAUS-PETER NICOLAY. »Magazine und Zeitungen unterscheiden sich eben nicht nur im Format, sondern vor allem bei der Datenaufbereitung. Doch das Team rund um ANDREAS ULLMANN hat uns professionell beraten und betreut.«

Dabei zeigt er sich überzeugt, dass er diesen Support auch weiterhin erhalten wird, wenn *beyondprint unplugged* mit neuen Features ausgestattet werden soll. Und da ist einiges in Planung.

»Wenn wir schon kritisch über die Druck-Szene berichten und von den Druckereien mehr Kreativität bei der Gestaltung und Konzeption von Printprodukten einfordern, wollen wir auch mit denjenigen zusammenarbeiten, die entsprechend innovative Druckprodukte anbieten«, so NICOLAY. Mit dem aktuellen Angebot jedenfalls erschließt *Presse-Druck* dem Zeitungsdruck neue Zielgruppen.

> www.presse-druck.de



KEEP CALM AND PRINT ON

TALKING ABOUT PRINT • TRANSFORMATION • E-COMMERCE

BEYONDPRINT uncovered



REKORD IM JUBILÄUMSJAHR

3,2 MRD. PRODUZIERTE DRUCKPRODUKTE

Ihren 15. Geburtstag feiert die *Onlineprinters*-Gruppe mit einem Rekord: Das Unternehmen stellte im letzten Geschäftsjahr mehr als 3,2 Mrd. Druckprodukte her und setzte mehr als 200 Mio. € um. Über eine Million Kunden kauften bei dem Unternehmen seit Gründung ein.

»Zu Beginn waren wir eine Druckerei, die E-Commerce machte, heute sind wir ein E-Commerce-Unternehmen, das druckt«, so beschreibt



DR. MICHAEL FRIES, CEO von *Onlineprinters*, den

Transformationsprozess des Unternehmens. »*Onlineprinters* war einer der ersten Onlineshops für Drucksachen in Europa, und aus einem handwerklich orientierten Druckbetrieb entstanden. Dabei haben wir einen harten Paradigmenwechsel vollzogen: von null auf hundert Prozent online.« In diesem Zeitraum ist der Onlinedrucker stets gewachsen und hat heute einen Mitarbeiterstamm von 1.500 Personen. Seit 2008 werden unter der Marke *Onlineprinters* Druckprodukte in 30 Ländern geliefert.

2017 übernahm *Onlineprinters* die britische *Solo-press*, im Januar 2018 erfolgte die Akquisition des dänischen Onlinedruckers *Laser Tryk*. »Dank dieser Internationalisierungsstrategie gehören wir heute zu den Top 3 der Onlinedruckereien in Europa und sind bestens aufgestellt«,



sagt **CHRISTIAN WÜRST**, CCO der *Onlineprinters*-Gruppe.

Die disruptive Kraft der Digitalisierung wurde erfolgreich genutzt, betonen FRIES und WÜRST. »Wir haben den Struktur- und Kulturwandel im Unternehmen aktiv vorangetrieben und damit unsere Wettbewerbsfähigkeit gesichert. Wir beschäftigen uns ständig mit Innovationen, analysieren Märkte und erproben neue Technologien. Hierdurch können wir Kunden gezielt erreichen.

Wichtiger Teil dieses Verbesserungsprozesses ist der Weg vom produktzentrierten zum konsumentenfokussierten Geschäftsmodell. »Ein Webshop, der nur als digitaler Vertriebskanal genutzt wird, hat ausgedient«, betont DR. MICHAEL FRIES. »Gerade im B2B-Bereich müssen Kunden einen Zusatznutzen über den reinen Produktkauf hinaus bekommen.« Die Entwicklung bei *Onlineprinters* geht deshalb aktuell vom Shop zur digitalen Plattform. Dank intelligent verknüpfter Daten erhalten Kunden passgenaue Vorschläge für weitere Produkte und Services. »Wir binden im Sinne des One-Stop Shoppings immer mehr Produkte in unser Portfolio ein, damit sind wir ein Komplettanbieter für Print-Werbung«, so CCO CHRISTIAN WÜRST.

> www.onlineprinters.com

HELLOPRINT Millionen-Finanzierung

Das Rotterdamer Onlineprint-Unternehmen *Helloprint* expandiert weiter und hat mit *ABN AMRO* eine Vereinbarung zur Finanzierung seines Wachstums unterzeichnet. Die Bank und *Helloprint* machen keine Angaben über Beträge, außer dass es sich um mehrere Millionen Euro handelt.

Helloprint will mit dem Geld sein Geschäft in Dänemark, Schweden, Portugal, Österreich und Polen erweitern. »Dann sind wir auf dem besten Weg, ganz Europa mit *Helloprint*



abzudecken«, sagt Präsident **HANS SCHEFFER**. *Helloprint* bezeichnet

sich selbst als der am schnellsten wachsende Online-Druckdienstleister Europas. *Helloprint* bietet Unternehmen alle Arten von Drucksachen wie Broschüren, Poster, Taschen und Visitenkarten über das Internet an, produziert aber nicht selbst, sondern betätigt sich als »Druck-Vermarkter«. Hauptsitz ist Rotterdam, es gibt aber bereits eine Niederlassung im spanischen Valencia.

Schon 2017 wurden von *Bregal Unternehmerkapital*, der deutschen Beteiligungsgesellschaft der *C&A-Familie BRENNINKMEIJER*, zusammen mit *Project A* (also die gleichen Investoren, die sich auch mehrheitlich bei *Onlineprinters* beteiligt haben) Millionen in das 2013 gegründete niederländische Unternehmen *Helloprint* investiert. In einer früheren Finanzierungsrunde mit anderen Parteien wurden 2016 schon einmal 3 Mio. Euro aufgenommen. »Nach mehreren Finanzierungsrunden durch unsere Investoren ist es schön, dass diese nächste große Runde von einer niederländischen Bank im Vertrauen auf unser Geschäftsmodell, das Unternehmen, unsere E-Commerce-Plattform und unser Team durchgeführt wird. Wir spüren, dass immer mehr Verbraucher den Zugang zur Onlinewelt finden und erwarten in diesem Zusammenhang auch eine natürlich gewachsene Umstellung der Druckbranche von offline zu online«, sagt HANS SCHEFFER. »*Helloprint* befindet sich in einem stürmischen internationalen Wachstum und eine weitere Ausdehnung ist Teil unseres Geschäftsmodells. Deshalb ist eine strategische Partnerschaft mit einer Bank wie *ABN-AMRO* sehr wünschenswert und begrüßenswert.« Im November 2018 gewann *Helloprint* übrigens den Rotterdam Entrepreneur Award. Die Jury lobte das »beeindruckende Wachstum«.

> www.helloprint.de



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

PRINT & DIGITAL CONVENTION 2019

WEGWEISER AN DEN MEDIENKREUZUNGEN

Von Klaus-Peter Nicolay

Auch wenn bei den Herstellern ein deutlicher Trend zu Hausmessen und Themen-Events in haus-eigenen Demo-Centern festzustellen ist, gibt es noch immer Kongresse und Messen, die für die Branche von Relevanz und zugleich eine Bereicherung sind. Denn gerade für Marketing und Kommunikation im Zusammenspiel mit Medienproduktion, Print und Finishing gibt es nur sehr wenige neutrale Quellen, sich umfassend über die Chancen der Digitalisierung zu informieren und dabei zugleich die Begrifflichkeiten zu sortieren und zu strukturieren.

Insofern war die Kongress-Messe *Print & Digital Convention* Anfang Mai in Düsseldorf ein wahrer Quell der Inspiration. Hier wurden Lösungen für die Verbindung klassischer Printkommunikation mit zeitgemäßen Digital- und Onlinestrategien präsentiert. Ziel war es aber nicht, fertige Rezepte zu verabreichen, die einen möglichen Erfolg bringen könnten, sondern Wegweiser an den Medien-Kreuzungen aufzustellen, um Orientierung zu geben.

»Gehen Print und Digital Hand in Hand, profitieren beide voneinander« war eine Kernaussage der Veranstaltung. Dabei bot sie mit ihren sieben Themenwelten Vielfalt pur: • Value Added Printing (Technologien und Produkte für innovatives Marketing) • Finishing (analoge und digitale Printprodukte) • Label & Packaging (Digital- und Hybridanwendungen) • Printed Electronics (gedruckte Elektronik und Electronics in Print) • Brand & Product (Tools für die Marketing- und Produktkommunikation) • Interior/Exterior Design (Lösungen für den Point of Sale) • Dialog-marketing (vom Online-Marketing zu Crossmedia-Kampagnen).

“ Das Format der *Print & Digital Convention* bedient einen bidirektionalen Wissenstransfer zwischen den Herstellern und Anwendern und erfüllt zugleich den Wunsch nach intensivem Branchen-Networking. ”

Sabine Geldermann

Mit ihren integrierten Themenwelten schlug die *Print & Digital Convention* die Brücke zwischen visionären Technologien und konkreten Lösungen. Im Fokus standen Trends, Innovationen und Bewährtes für die Aufgaben in Kommunikation und Marketing.

Die wiederholte Steigerung der Aussteller- und Fachbesucherzahlen belegen dabei, dass der Mix aus Messe und Fachkongress den Nerv der Branche trifft. So gab es im Vorjahresvergleich einen Zuwachs an Ausstellern von 30% auf 94 und 36% mehr Ausstellungsfläche. Und unter den Ausstellern das Who is Who der Digitaldruckszene: darunter Größen wie *Canon, Dalim, FKS, Horizon, HP, Kodak, Konica Minolta, Kurz, Mondi, Papier Union, Papyrus, Polar, Werk II* und viele weitere mehr.

Sie zeigten den rund 1.300 Fachbesuchern (ein Zuwachs von 28%) auf der einen Seite ihre aktuellen Techniken und Lösungen. Auf der anderen Seite konnten sich die Teilnehmer in 46 Workshop-Sessions und bei diversen Vorträgen zu ausgewählten Themen informieren. Die parallel durchgeführten Workshops waren mit kompakten 30 Minuten richtig dosiert, um Visionen kennenzulernen, sich einen Überblick zu verschaffen, einen aussagekräftigen Querschnitt sowie Anregungen zu erhalten und sich auf hohem Niveau schlau zu machen. Schade nur, dass viele interessante Vorträge parallel stattfanden. Man musste eben einen Favoriten auswählen und auf einen anderen, vielleicht ebenso interessanten Beitrag, verzichten.

Ob sich eine weitere Beschäftigung mit den Ideen und Dienstleistungen der jeweiligen Themen lohnt, ließ sich aber auch im direkten Gespräch bei den Ausstellern klären.

Eine Bereicherung

Der Fachverband Medienproduktion (f:mp.) und die Messe Düsseldorf, explizit die drupa, haben die Convention 2017 ins Leben gerufen und dieses Jahr zum dritten Mal eine gelungene Veranstaltung hingelegt. Das Konzept, Lösungen für die Verbindung klassischer Print-Kommunikation mit den Mitteln aktueller Digital- und Onlinestrategien in praktischen Anwendungen zu präsentieren, fand bei Besuchern und Ausstellern erneut viel Zuspruch. Eine echte Bereicherung für die Branche!

Dort wurden nicht nur einzelne Maschinen oder Werkzeuge vorgestellt, sondern an den Anforderungen der Praxis orientierte Gesamtlösungen gezeigt.

Der Kitt, der alles zusammenhält

Bei dieser Vielfalt an Themen und dem großen Spektrum, das beleuchtet wurde, waren Marketing und Kommunikation der Kitt, der all das zusammenhält.

Und nicht zu vergessen: »Das Kongress & Convention Format bedient den Wissenstransfer zwischen den Teilnehmern auf Aussteller- und Besucherseite und erfüllt gleichzeitig den Wunsch nach einem intensiven Branchen-Networking«, wie es **SABINE GELDERMANN**, Director *drupa* und Global Head Print Technologies der *Messe Düsseldorf*, umschreibt.



Basierend auf den Erfahrungen und dem Feedback der vorigen Veranstaltungen war es dem *f:mp.* gemeinsam mit der *Messe Düsseldorf* gelungen, ein überaus ansprechendes Konzept auf die Beine zu stellen.

»Die *Print & Digital Convention* hat eine wunderbar inspirierende Atmosphäre. Hier kommen Menschen zusammen, Networking steht im Vordergrund und es wird die dazugehörige fachliche und strategische Navigation geboten«, resümiert DIETER BELLER, Vorstandsvorsitzender des *f:mp.*, nach vielen Gesprächen und Einzelbegegnungen an den zwei Convention-Tagen. »Wir möchten mit der Veranstaltung einen neuen Maßstab setzen und unserem Anspruch als Leitveranstaltung gerecht werden. Das ist uns gemeinsam mit der *Messe Düsseldorf* gelungen.«

Auch SABINE GELDERMANN ist vom Erfolg der Veranstaltung begeistert: »Wir haben gemeinsam mit dem *f:mp.* in der D/A/CH-Region und Benelux deutliche Signale und kräftige Impulse für den Markt gesetzt. Darauf sind wir stolz! Es ist bemerkenswert, wie exzellent die *Print & Digital Convention* mit ihrem auf die Marktbedürfnisse zugeschnit-

ten Konzept von der Branche angenommen wurde.«

Eine Bereicherung für die Branche

Mit der *Print & Digital Convention* ist in der Tat ein Format entstanden, das sich optimal zwischen Messe und Fachkongress etabliert hat. Das ist schon oft und immer wieder versucht worden, doch bislang nicht gelungen. Kaffee, Tee, Erfrischungsgetränke und Snacks wurden während der gesamten Veranstaltung inklusive angeboten. Ein kleines Frühstück, Warmes zum Mittag und am Nachmittag Kuchen – klar, das sind nur Details, aber gerade die machten den Charme des Events aus.

Dazu kommt, quasi als Seele des Konzeptes, der Fokus auf das Netzwerken. Auch das behaupten andere Veranstaltungen von sich, doch so leger wie auf der *Print & Digital Convention* kann es auf keiner Fachmesse und auch nicht auf einer Hausmesse zugehen, wo man von einem Programmpunkt zum nächsten gescheucht wird. Dort geht es weitaus hektischer, lauter und weniger persönlich zu. Schon die schiere Größe einer Messe- oder Produktionshalle macht eine stressfreie Kommunikation zwischen Fachbesuchern und Ausstellern fast unmöglich. Dagegen war die *Convention* in Düsseldorf der ideale Ort zum Austauschen und Vernetzen, zum Dialog auf Augenhöhe mit wichtigen Dienstleistern und Partnern oder auch mit anderen Entscheidungsträgern. Trends kennenzulernen und mögliche Potenziale sofort diskutieren zu können, ist von unschätzbarem Wert.

»Die Veranstaltung nimmt die Herausforderungen der Gegenwart an und zeigt proaktiv Lösungen auf. Damit ist sie ein echter Gewinn für die Branche«, urteilt FRANK PRATH, Leiter Marketing bei *Papyrus Deutschland*.

Alte und neue Welten

Viele Unternehmen, insbesondere Verlage, geißeln sich selbst, wenn sie auf Biegen und Brechen digital werden wollen, ohne ihre Geschäftsmodelle zu hinterfragen. Oder ohne darüber nachzudenken, dass Digitalprodukte mit 19% und Printprodukte mit 7% besteuert werden, weshalb Digitales im Wettbewerb teurer sein kann. Dem gegenüber reichern Digitalriesen und E-Commerce-Anbieter ihre Businessmodelle mit gedruckten Medien an. Also: Übergreifend denken und nicht ideologisch – so geht Zukunft. Das kann digital sein, kann aber auch ein Modell sein, das ebenso auf Druckmaschinen vertraut – oder eben »alte« mit neuen Welten verbindet.

Sein Statement steht stellvertretend für die vielen positiven Beurteilungen, die wir von den Ausstellern zu hören bekamen.

Produkte und Leistungen erleben

Denn die Kombination aus Technologien für Print und Digital öffnet ein Themenspektrum, das vielfältiger nicht sein könnte. Das bot die *Print & Digital Convention* und ermöglichte es, neue Technologien kennenzulernen und zugleich kreative Lösungsansätze zu erleben.

»Nur wer die technischen Möglichkeiten kennt, kann auch das kreative Potenzial voll ausschöpfen«, kommentiert PRATH. »Wir haben erneut gesehen, wie groß der Bedarf an Beratung für den optimalen Einsatz von Feinstpapieren und Karton im Digitaldruck und im Zusammenspiel mit Offset ist.«

Fast könnte man annehmen, die Karten werden neu gemischt. »Ein Jahr vor der *drupa* zeigt sich, dass die Druckbranche die richtigen Wege in eine digitale Zukunft eingeschlagen hat. Print hat seine neu definierte Rolle in der Unternehmenskommunikation gefunden. Multichannel-Marketing und Printed Electronics sind die Trei-



ber dieser Marktentwicklung«, glaubt RÜDIGER MAASS, Geschäftsführer der *f:mp.*, festgestellt zu haben und zeigt sich mit dieser Entwicklung zufrieden.

Sicherlich lässt sich über seine These streiten, doch der Erfolg der *Print & Digital Convention* zeigt, dass sich zumindest Teile der Branche bewegen und sich nicht mehr nur an Maschinen orientieren, sondern an Praxisanforderungen und realisierbaren Gesamtlösungen im Sinne ihrer Kunden.

Die nächste Ausgabe im Rahmen der drupa

2020 steht die nächste *Print & Digital Convention* an. Wann? Während der *drupa* – mit einer Sonderfläche und einem speziellen Konzept für Aussteller und Besucher, an dem RÜDIGER MAASS derzeit arbeitet. »Wir haben auf der *drupa* natürlich ganz andere Bedingungen als in der Stadthalle, wo wir unsere *Convention* bisher austragen konnten. Doch auch auf der *drupa* soll es so viel Kommunikation wie möglich geben.« 2021 soll die *Print & Digital Convention* dann wieder im gewohnten Format stattfinden.

> www.printdigitalconvention.de

Müssen Buzzwords sein?

Die englische Sprache vereinfacht viele Zusammenhänge und Anglizismen helfen oft bei der internationalen Verständigung und komplexen Zusammenhängen. Ein Buzzword fasst häufig mehrere Dinge zusammen. Das hilft bei der Kommunikation.

Darum sollten einige Begriffe dem Sinn nach bekannt sein.

Einige solcher exotisch klingenden Begriffe finden sich auch im Programm der *Print & Digital Convention*. So etwa: Push, Pull, In- und Outbound, Omnichannel, SaaS (Software-as-a-Service), Owned Media, Augmented Reality, Medienkonvergenz, Earned- oder Paid-Media, Content-Marketing, Native Advertising, Mobile Devices, Smart-Data, Databased Publishing, Customer Journey oder -Experience etc.

Sie alle bezeichnen Prozesse, Technologien oder Methoden, die nützlich sind, um beim Networking auf den Punkt zu kommen – oder auch nicht.

Whitepaper Printed Electronics

Zur *Print & Digital Convention* stellte der *f:mp.* das neue *Whitepaper Printed Electronics* vor, das der Fachverband mit Partnern aus der Industrie erarbeitet hat. Die Veröffentlichung ist zudem der Startschuss für die neu ins Leben gerufene Brancheninitiative *Printed Electronics*.

Printed Electronics stellt als Zukunftstechnologie eine Chance für die Druckbranche dar. Hierbei ist die Zukunft bereits näher, als man denkt, nachdem schon viel Grundlagenarbeit geleistet wurde. Für die werbende Industrie, Kreative und Druckereien entstehen völlig neue Produkte und Strategien in der Kundenkommunikation – und das nicht nur hinsichtlich der aufmerksamkeitssteigernden Wirkung beispielsweise durch Licht oder Sound-Effekte, sondern durch völlig neue Funktionalitäten. Diese ermöglichen es, auf bisher ungewohnte Weise mit einem Printprodukt oder einer Verpackung zu interagieren und Medienbrücken von Print hin zur Onlinewelt zu schlagen.

Es ist also wichtig, sich schon heute schon mit diesen Technologien auseinanderzusetzen, die neben ihrem Einfluss auf die Industrie 4.0 auch für die Unternehmenskommunikation einen spürbaren Wandel bringen wird. Mit dem Whitepaper will der *f:mp.* inspirieren und Ideen liefern, was alles möglich sein wird.

Das Whitepaper ist ein Einstieg in das Thema aus Sicht der Druck- und Kommunikationsbranche – ein Einstieg, der sich differenziert mit Chancen und Herausforderungen auseinandersetzt.

Das Whitepaper und erste Informationen zur neuen Brancheninitiative können auf der Website des *f:mp.* angefordert werden.

> www.f-mp.de/PrintedElectronics



»Edelmeister« kürt Kreativität mit Digitaldruck

Um zu beweisen, dass Digitaldruck plus Veredelung die Kommunikation bereichern und genügend kreative Spielräume und Ideenreichtum vorhanden sind, hat der *Fachverband Medienproduktion e. V.* in Kooperation mit der *Messe Düsseldorf* und gemeinsam mit den Partnern der *Print & Digital Convention* den Kreativwettbewerb »Edelmeister« ins Leben gerufen.

Jetzt gibt der Wettbewerb neuen Ideen rund um den Digitaldruck zum zweiten Mal eine Bühne.

»Edelmeister« kürt inspirierende Veredelungsideen und -projekte im Digitaldruck. Aufgabe der Teilnehmer ist es, außergewöhnliche und wirkungsvolle Veredelungsprojekte zu entwickeln, die mit den vorhandenen Digitaldrucktechniken in Verbindung mit entsprechenden Bedruckstoffen realisiert werden. Die Kategorien:

- Broschüren, Akzidenzen
- Mailings, Selfmailer, Dialogmarketing
- Etiketten
- Verpackungen
- Poster/Plakate.

Ideen können bis zum 30. Juni 2019 beim *f:mp.* eingereicht werden. Die »Edelmeister«-Partner drucken und veredeln die Muster und übernehmen dafür die vollen Kosten. Die Sieger werden im September in Hamburg im Rahmen der Veranstaltung *inspiration@work 2019* der *Papier Union* bekannt gegeben und in einer Ausstellung vorgestellt.

> www.edelmeister-wettbewerb.de

KONICA MINOLTA WERTSTIFTENDER DIGITALDRUCK

Verpackung, Etiketten oder hybride Print-Anwendungen – kreativer Druck verstärkt den Kaufimpuls von Konsumenten am Point-of-Sale (PoS). Wie sich dieser Anspruch für Druckereien profitabel umsetzen lässt, präsentierte *Konica Minolta* in Düsseldorf anhand eines vollständigen digitalen Workflows für die Verpackungsproduktion auf der *Print & Digital Convention*, die sich zum Schaufenster aktueller Drucktechnologien für professionelle Anwender entwickelt hat.

Text und Bilder: *Konica Minolta*

Wie verwandelt man ein werthaltiges Produkt in einen Eyecatcher? CORD HASHEMIAN, Productmanager Production Printing bei *Konica Minolta Business Solutions Deutschland*, erläuterte am Rande der Kongressmesse die Strategie: »Produkte unseres täglichen Lebens gleichen sich bei der Qualität und ihren Eigenschaften immer stärker einander an. Eine kreative Warenpräsentation ist daher heute ein Schlüssel für den Erfolg am Point of Sale. Die Flexibilität digitaler Drucktechnologien unterstützt dabei, Kaufimpulse beim Konsumenten zu wecken und damit Kunden an Marken zu binden.« Dies setzte *Konica Minolta* in Düsseldorf über eine Beispielanwendung aus der Genussmittelbranche um. In Kooperation mit einem Hersteller exklusiver Gins erstellte *Konica Minolta* vor Ort eine individuelle Präsentbox aus Gin-Flasche und Limonade. Alle Aspekte des Workflows konnten am Stand Schritt für Schritt mitverfolgt werden – der Druck der Etiketten und Verpackungskartons sowie das Stanzen via Laser-cutter. Die Etiketten für die Gin-Flaschen entstanden auf einem *AccurioLabel 190* in Kleinauflage. Bedruckt werden können beschichtetes, unbeschichtetes und strukturiertes Papier sowie Folien. Dabei er-



Die individuelle Präsentbox für Gin und Limonade wurde komplett am Stand von *Konica Minolta* produziert.

reicht das 1.200-dpi-Rollensystem Geschwindigkeiten von bis zu 18,9 m/Min.

Erweiterter Farbraum

Die Druckbögen der Präsentationsbox für die Flasche entstanden auf dem neuen *AccurioPress C83hc* von *Konica Minolta*. Das jüngst vorgestellte Drucksystem arbeitet mit einer neuen Generation von High-Chroma-Tonern, die einen größeren Bereich des sRGB-Farbraums darstellen können als bisher. Der *AccurioPress C83hc* verarbeitet Medien in einer Stärke von bis zu 350 g/m² und verfügt über ein Ansaugsystem für stärkere Grammaturen. Am Stand von *Konica Minolta* wurde der Druckbogen dann mit dem High-Speed-Laser-Cutter des Partners *Motioncutter* weiter-

verarbeitet. Die Besucher konnten sich ein Bild machen, wie selbst feinste Schriftzüge oder grafische Elemente per Laserstrahl präzise in den Druckbogen geschnitten werden.

Digitale Zukunft der Printkommunikation

Eine weitere Kooperation gab einen Blick auf die Zukunft im Druckgeschäft frei – eine Zukunft, in der Druck mehr ist als Toner auf Papier: In Zusammenarbeit mit dem Natur- und Umweltmagazin *Mondberge* präsentierte *Konica Minolta* erstmals einem breiten Publikum, wie eine Verbindung aus Print- und Online-Kommunikation aussehen kann. Die Augmented Reality (AR)-Lösung *genARate* aus dem Business Innovation Center von *Konica Minolta* lässt Bilder lebendig werden. Die Besucher in Düsseldorf mussten dazu nur eine App auf ihr Smartphone laden und dieses auf eines der im Magazin veröffentlichten Beispielfotos richten, um ergänzende Videos oder Animationen zu erleben. Die Verbindung aus Druck und virtuellen Inhalten steigert die Aufmerksamkeit und eröffnet einen neuen Kanal für die Markenführung. Neben dem eingehenden Blick auf die gezeigten Drucklösungen nutzten viele Besucher die Gelegenheit für Fachgespräche mit

Experten von *Konica Minolta*. Im Mittelpunkt dieses Austauschs standen die Möglichkeiten der digitalen Druckveredelung sowie das Thema Highspeed-Inkjet. Anhand ausgestellter Druckbeispiele erhielten die Besucher unmittelbar ein anschauliches Bild der Vorteile des UV-Inkjet-Drucks sowie der digitalen Lackierung und Folierung.

Konica Minolta beendete die Kongressmesse mit einem ausgesprochen positiven Feedback seiner Fachbesucher. So gefiel vor allem die Mischung aus Live-Präsentationen der Drucksysteme des Unternehmens, der Integration von Weiterverarbeitungslösungen von Drittanbietern und der Möglichkeit, Spezialisten aus allen Fachbereichen direkt am Messestand zu treffen.

»Die *Print & Digital Convention* war aus unserer Sicht ein voller Erfolg«, so das Resümee von CORD HASHEMIAN. »Die Gespräche zeigten einmal mehr, dass sich Druckereien mit viel Kreativität den Anforderungen ihrer Kunden stellen. Wir unterstützen dies mit unseren Technologien. Denn nur das Zusammenspiel aus Ideen und technologischer Kompetenz lässt Druckanwendungen entstehen, die begeistern.«

> www.konicaminolta.de



HEIDELBERGER DIGITAL PRINT FORUM DIE STÄRKEN VON PRINT NUTZEN

Die Premiere des *Digital Print Forums* am 21. März 2019 im *Print Media Center Commercial* in Wiesloch-Walldorf kam bei den über 170 Teilnehmern offensichtlich gut an. Die *Heidelberger Druckmaschinen AG* hatte ihre Kunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz eingeladen, um gemeinsam über die Möglichkeiten der Digitalisierung in der Branche und den Stellenwert von Print zu diskutieren.

Text und Bilder: Heidelberg

Im Vorfeld hatte Heidelberg die Teilnehmer zu ihren Aktivitäten befragt. Diese Umfrage zeigte, dass sich 76% mit den wichtigen Trends der nächsten fünf Jahre beschäftigen. Nur 59% glauben, dass ihr Marketing bei den Kunden ankommt und gerade einmal 56% sind davon überzeugt, Innovationen in ihren Unternehmen schnell umsetzen zu können. Davon ausgehend traf das breite Angebot an Vorträgen und Marktständen den Nerv der Besucher, die die vielfältigen Anregungen und Antworten begrüßten und die Veranstaltung zum Netzwerken nutzten. »Ich war positiv überrascht über die Qualität der Vorträge, die mir Mut machen, mit meinen Innovationen weiter voranzugehen. Bei mir – und ich denke auch bei anderen Gästen – ist der Funke übergesprungen«, zieht ein Teilnehmer seine persönliche Bilanz.

Kundennutzen im Vordergrund

»Hin zu den Kundenwünschen und weg von der Produktinnovation im stillen Labor« – so sieht JÜRGEN GRIMM, Leiter Software bei Heidelberg, die Wachstumschancen mit neuen Geschäftsmodellen. Wichtig für den Kunden seien einfache Bedienung, Effizienz und Nutzen. So bietet Heidelberg seinen Kunden die Software über Subskription und somit einen skalierbaren Workflow an. Der Kunde wählt aus einem Gesamtpaket nur diejenigen Module aus, die er tatsächlich benötigt. Nur für diese zahlt er dann auch.

Bei der Digitalisierung rückt das Individuum in den Fokus und Print ist dabei ein Schrittmacher, so ANDREAS WEBER, Geschäftsführer der *Value Communication GmbH*, Frankfurt. Sein Credo lautet »Customization«, das bedeutet

maßgeschneiderte, persönliche Angebote, die das individuelle Kundenbedürfnis befriedigen.

»Der Markt der Wertschöpfung mit Print ist fast sechsmal größer, als wir annehmen und er ist seit Jahren stabil«, rechnete WEBER vor. »Der Printmarkt in Deutschland hat laut *BVDM* einen Jahresumsatz von 21 Mrd. €. Dabei ist allerdings nur ein Teil der Marktbereiche berücksichtigt. Insgesamt wird eine Gesamtwertschöpfung von rund 121 Mrd. € erreicht, inklusive Verpackungsdruck, Direct Mail, industrieller Druck sowie Umsätze von Verlagen, Buchhandel und Papierindustrie.«

Eine positive Einschätzung für Print zog auch DANIEL SZKUTNIK, geschäftsführender Gesellschafter der Agentur *trio-group communication & marketing gmbh*. »Im Zeitalter der Digitalisierung geht es darum, Print und Digital effi-

zient zu vernetzen, um Inhalte und Daten ohne Mehraufwand crossmedial und zielgruppenindividuell auszuspielen.«

An den unterschiedlichen Marktplätzen der Partner von Heidelberg, wie bei *Antalis*, die den Einsatz von funktionalem Papier zeigten, nahmen die Teilnehmer praktische Lösungen mit und diskutierten mit den Experten. Die *Heidelberg Versafire EV* und *EP* sowie die *Smartfire* zeigten die Applikationsvielfalt von Digitaldrucksystemen. In der acht-jährigen Zusammenarbeit mit *Ricoh* hat Heidelberg weltweit 1.500 *Versafire* Systeme verkauft. Die ausgebuchten Fachvorträge am Nachmittag informierten über Themen, wie den QualitätsSiegel Digitaldruck und die Stärken von Inkjet und Toner im Digitaldruck.

> www.heidelberg.com



Beim ersten Heidelberg Digital Print Forum informierten sich die Teilnehmer über den Stellenwert von Print in Zeiten der Digitalisierung. Die Marktplätze boten konkrete Lösungsansätze und intensive Gespräche mit den Experten. Der Raum mit Schwarzlicht und Druckmustern der *Versafire* beflügelte die Fantasie.

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



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

SOFTWARE/HARDWARE Best color management: **CGS | ORIS X Gammut** • Best e-commerce solution: **CloudLab | brandQ** • Best management information system: **Dataline | Multipress** • Best special application software: **Canon | Océ Touchstone** • Best measurement and calibration: **LacunaSolutions | SmartLightningSystem** • Best print and finishing support tool: **Elitron | Klick** • Best inspection system: **Bobst | Digital Inspection Table DIT** • **LARGE/ WIDE FORMAT PRINTING** Best roll-to-roll printer > 320 cm: **swissQprint | Karibu** • Best flatbed/hybrid printer up to 100 sqm/h: **HP | HP Latex R2000 Printer** • Best flatbed/hybrid printer up to 250 sqm/h: **Durst | P5 350** • Best flatbed/hybrid printer > 250 sqm/h: **Agfa | Jeti Tauro H3300 LED** • Best print and cut solution: **Roland DG | TrueVIS VG2 Printer/Cutters** • Best multipurpose printer: **Mutoh | ValueJet 1627MH** • Best textile printer roll-to-roll > 100 sqm/h: **Mimaki | Tiger-1800B MkII** • Best direct to garment printer: **Kornit | Avalanche Poly Pro** • **COMMERCIAL PRINTING** Best cutsheet printer color up to B3 > 200.000 A4/month: **Xerox | Iridesse Production Press** • Best cutsheet printer color B2 (+): **Fujifilm | Jet Press 750S** • Best webfed printer color up to 550 mm width: **Ricoh | Ricoh Pro VC70000** • **INDUSTRIAL SOLUTION** Best print and finishing solution: **MGI | AlphaJet** • Best photo book solution: **HP Indigo | HP Indigo 12000HD** • Best corrugated solution: **Barberán | Jetmaster series** • Best flexible packaging solution: **Xeikon | Solution for pouches** • Best textile production: **Zünd | OCC for S3 and NMM** • Best pre- and postpress-treatment solution: **Mimaki | Tiger-1800B MkII and Rimslow series** • Best print engines and print heads: **Memjet | DuraLink** • **FINISHING & ENHANCEMENT** Best digital sheetfed cutting solution: **iEcho | iEcho PK** • Best book-on-demand postpress solution: **Tecnav | Roll 40 Splicer** • **CONSUMABLES** Best special effect ink/toner: **Kodak | Custom Color**



Foto: Herman Hartman

EDP AWARDS 2019

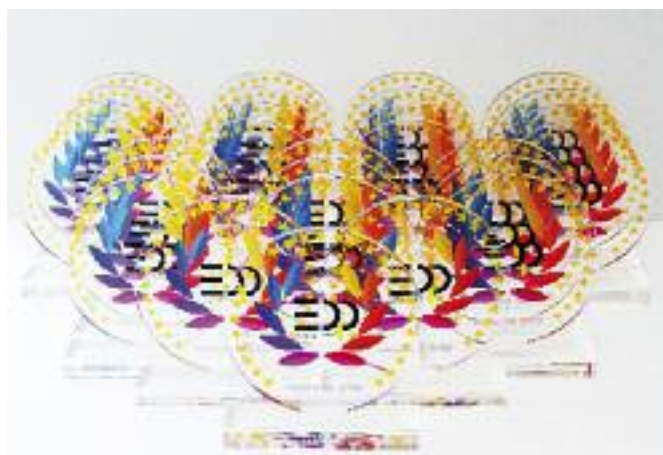
WETTBEWERB MIT GLOBALER AUSRICHTUNG

Am 15. Mai verlieh die *EDP Association (European Digital Press Association)* zum 13. Mal ihre renommierten *EDP Awards*. Die *EDP Awards*, die während der *Fespa* in München überreicht wurden, sind europaweit der einzige Technologie-Contest der Branche und ein offener Wettbewerb für Produkte entlang der unterschiedlichen digitalen Workflows.

Von Julius Nicolay

Für die Gewinner ist es zweifellos ein großartiger Moment, wenn ihre Bemühungen, ein neues Produkt auf den Markt zu bringen, mit einem der begehrten *EDP Awards* ausgezeichnet werden.

In diesem Jahr wurden während der *EDP Awards Ceremony* in München 28 Trophäen an die Gewinner überreicht. Ausgezeichnet wurden Produkte aus den fünf Hauptkategorien Software und



Hardware, Print (Large- und Wide-Format-Printung sowie Commercial Printing), Industrial Solutions, Finishing und Consumables.

Die Gewinner werden durch eine Experten-Kommission (das *EDP Technical Committee*) ermittelt, die die eingereichten Produkte nach Kriterien wie Innovation, Qualität, Leistung und Kosten auswählt. Aufgrund dieser strengen Kriterien gibt es keine Votings

oder andere öffentlichen Abstimmungen. Es geht um technische Kriterien, nicht um Popularität. Nur so kann die EDP garantieren, dass die Leistungen der Hersteller für die Entwicklung neuer Techniken ausgezeichnet werden. Damit steht das Logo der EDP Awards für Innovation und Qualität, bietet Orientierung und gibt eine neutrale Empfehlung für die Kaufentscheidungen der Anwender.



Während der Awards Ceremony betonte **KLAUS-PETER NICOLAY**, Präsident der EDP Association, dass die EDP Awards in den letzten Jahren zum »renommiertesten und wertvollsten technischen Award für das digitale Print-Business in Europa« geworden sind. Ein EDP Award wertet das ausgezeichnete Produkt zweifellos auf. »Doch wissen wir auch, dass die EDP Awards nur deshalb durchgeführt werden können, weil die Industrie bereit ist, ihre Produkte zum Wettbewerb einzureichen und uns Einblicke in ihre Entwicklungen zu geben«, erläuterte NICOLAY und machte deutlich: »Wir haben höchsten Respekt vor der individuellen Leistung jedes Herstellers. Jedes Unternehmen, das an den EDP Awards teilnimmt, ist ein Gewinner. Weil es Mut braucht, sich dem Wettbewerb und einer Jury zu stellen – gerade in Zeiten, in denen selbst die kleinste Schwäche als Misserfolg interpretiert wird.«

28 Gewinner aus aller Welt
Und es wäre ein Missverständnis, die EDP Awards nur auf Europa reduzieren zu wollen. Natürlich sind die Awards ein europäischer Wettbewerb, aber einer mit internationaler Ausprägung und global agierenden Teilnehmern. So bieten die EDP Awards 2019 wieder einen farbenfrohen Mix mit Finalisten und Siegern aus

Belgien, China, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Israel, Italien, Japan, Kanada, den Niederlanden, Österreich, Spanien, aus der Schweiz und den USA (siehe Kasten rechts).

Ein Spiegelbild des Marktes

Aber die EDP Awards, die seit 2007 jährlich vergeben werden, sind mehr als nur eine Trophäe – sie spiegeln auch die Marktentwicklung wider. So gibt es Kategorien, in denen nicht mehr jedes Jahr ein Award vergeben werden kann, weil Innovationen nicht so schnell aufeinanderfolgen, wie es noch vor einigen Jahren der Fall war. Dies kann als Signal für die Reife bestimmter Marktsegmente angesehen werden, kann aber auch bedeuten, dass die Komplexität der Systeme deutlich zugenommen hat. Bis vor wenigen Jahren war es noch möglich, mit festen Kategorien zu arbeiten. Das ist heute (mit wenigen Ausnahmen) kaum mehr möglich. Denn eine Entwicklung, mit der sich das Technische Komitee der EDP permanent beschäftigen muss, ist die Integration verschiedener Prozesse. Dabei wird die Entwicklung von Hardware zunehmend von Software sowie dem Zusammenspiel verschiedener Maschinenelemente, Farben, Tinten und Bedruckstoffen bestimmt.



Im EDP-Report 2019 wird der aktuelle Wettbewerb auf 68 Seiten detailliert dokumentiert.

DIE GEWINNER DER EDP AWARDS 2019

Software/Hardware

- Color management solution: CGS ORIS X Gamut
- E-Commerce solution: CloudLab brandQ
- Management information system: Dataline MultiPress
- Special application software: Canon Océ Touchstone
- Measurement/calibration: LacunaSolutions SmartLightningSystem
- Print and finishing support tool: Elitron Klick
- Inspection system: Bobst Digital Inspection Table DIT

Print: Large/Wide Format Printing

- Roll-to-roll printer > 320 cm: swissQprint Karibu
- Flatbed/hybrid printer < 100 sqm/h: HP Latex R2000 Printer
- Flatbed/hybrid printer < 250 sqm/h: Durst P5 350
- Flatbed/hybrid printer > 250 sqm/h: Agfa Jeti Tauro H3300 LED
- Print & cut solution: Roland DG TrueVIS VG2
- Multipurpose printer: Mutoh ValueJet 1627MH
- Textile printer roll-to-roll > 100 sqm/h: Mimaki Tiger-1800B MkII
- Direct to garment printer: Kornit Avalanche Poly Pro

Print: Commercial Printing

- Cutsheet color up to B3 > 200.000 A4/month: Xerox Iridesse
- Cutsheet color B2 (+): Fujifilm Jet Press 750S
- Webfed color up to 550 mm width: Ricoh Ricoh Pro VC70000

Industrial Solutions in Print & Finishing

- Print & finishing solution: MGI AlphaJet
- Photo book solution: HP Indigo 12000HD
- Corrugated solution: Barberán Jetmaster Series
- Flexible packaging solution: Xeikon Solution for pouches
- Textile production solution: Zünd OCC for S3 and NMM
- Pre- and postpress-treatment solution: Mimaki Rimslow Series
- Print head: Memjet DuraLink

Finishing & Enhancement

- Digital sheetfed cutting solutions: iEcho iEcho PK
- Book-on-demand postpress solution: Tecna Roll 40 Splicer

Consumables (inks and substrates)

- Special effect ink/toner: Kodak Custom Color

Starker Bezugspunkt für Anwender

Die EDP Association wurde 2006 von sechs Magazinen mit einem besonderen Fokus auf digitale Technologien gegründet. Heute zählt die EDP 21 Mitglieds-Magazine aus ganz Europa, deckt 27 Länder ab und erreicht mehr als eine halbe Million Leser (nur mit ihren gedruckten Ausgaben). Eine der Ziele der EDP Association ist es, Anwender bei der Suche nach den richtigen Lösungen für ihre Anwendungen zu unterstützen. Inzwischen werden die EDP

Awards auf dem Markt sehr geschätzt und sind ein starker Bezugspunkt für die Anwender. Dies wird unterstützt durch den jährlichen EDP Report, der die Teilnehmer-Produkte und Ergebnisse samt Kommentaren der Jury ausführlich auf 68 Seiten dokumentiert. Die gedruckte Ausgabe kann angefordert werden (nico@edp-award.com), das entsprechende PDF steht auf der Internetseite der EDP zum Download bereit.

> www.edp-awards.org



VAN DE STEEG UMSTIEG AUF SPEZIALGEBIET LUXUSVERPACKUNGEN

Van de Steeg im niederländischen Enschede vollzieht den Übergang in den Wachstumsmarkt Verpackungen. Seit 2012 wird für nationale und internationale Kunden aus den Bereichen Beauty, Parfum und Körperpflege produziert.

Seit Anfang dieses Jahres produziert eine neue Speedmaster XL 106 in Enschede und ersetzt zwei Wettbewerbs-Maschinen. Inzwischen hat sich das Unternehmen auf Vollkarton, Veredelungen und Luxusverpackungen spezialisiert. Bei einer durchschnittlichen Auflagenhöhe von 3.500 Bogen pro Auftrag und entsprechend vielen Jobwechseln im Dreischicht-Betrieb sind Rüstzeiten entsprechend wichtig. Mit Hycolor Multidrive und den parallelen Pro-

zessen werden diese deutlich verkürzt. Die Farb- und Feuchtwerte arbeiten unabhängig vom Hauptantrieb, sodass die Farbwerke gewaschen werden können, während der Lackplattenwechsel erfolgt oder Gummitücher und Druckzylinder gewaschen werden. Mit dem Farbmesssystem Prinect Image Control 3 kann Deckweiß gemessen und geregelt werden. Dies ermöglicht eine Prozesskontrolle und Färbungskonstanz auf transparenten oder metallisierten

Bedruckstoffen. Die Maschine kann sowohl im UV- als auch im konventionellen Druck betrieben werden. Das Kerngeschäft sind Luxusverpackungen aus Voll- und Faltpapier – vom Design bis zur Fertigstellung. Mit dem Doppellackwerk der Speedmaster XL 106 lassen sich Matt- und Glanzlack-Effekte, UV-Lack, Dispersions- und Drip-Off-Lackierungen erreichen.

> www.heidelberg.com
> www.vandesteeg.com



Langebartels & Jürgens führt einen Geschäftsbereich für handgefertigte Kartonagen ein.

MANUFAKTURSPARTE Langebartels & Jürgens

Das Hamburger Druck- und Medienhaus Langebartels & Jürgens erweitert das Portfolio um Bezugskartonagen ab Auflage 1. LJ Edition bietet neben Stülpl- und Klappdeckelboxen auch Schubler, Ordner, Klemmbretter, Buchdecken und Schubladenelemente aus stabiler Buchbinderpappe an. Alle Produkte werden manuell gefertigt.

»Die Manufakturpartie eröffnet uns ein großes Spektrum bei anspruchsvollen kombinierten Aufträgen. Hochwertige Verpackungen mit individuell bedruckten Bezugstoffen und maßgeschneiderten Inlays setzen wir nun komplett selbst um: Von der Entwicklung über den Druck bis hin zur Herstellung der Boxen, der anschließenden Veredelung und dem Inlay aus Karton, Schaum- oder Kunststoff. Dadurch sind wir schnell und können erste Muster aus Originalmaterial innerhalb von drei Arbeitstagen liefern«, so VERENA LEMCKE, die den Bereich Bezugskartonagen bei Langebartels & Jürgens verantwortet.

> www.langebartelsdruck.de

KOOPERATION IST Metz und Heidelberg

IST Metz und Heidelberg bauen ihre Kooperation im Bereich Bogenoffsetmaschinen weiter aus. Der UV-Anlagenhersteller wird künftig das LED-Nachrüstgeschäft für mehrere Heidelberg Speedmaster-Baureihen bedienen und die direkte Abwicklung sowie die Installation der Systeme durchführen. Zudem liefert IST Metz auch LED-Trockner für



Heidelberg und IST Metz intensivieren ihre Kooperation für das Nachrüstgeschäft mit LED-Härtungsaggregaten.

Neumaschinen der Speedmaster-Baureihen im Klein- und Mittelformat.
> www.ist-uv.com
> www.heidelberg.com

IST METZ 9. Auflage der UV Days

Auf den UV Days, die vom 13. bis 16. Mai in Nürting stattgefunden haben, hat Veranstalter IST Metz über 1.300 Gäste und 55 Aussteller aus insgesamt 46 Ländern begrüßt. Über 30 Impuls- und Kurzvorträge, 16 Live-Druckdemonstrationen an der hauseigenen Bogenoffset-Druckmaschine, acht Live-Vorführungen an der Schmalbahnma-

schine und drei verschiedene Druckjobs – das waren die 9. UV Days von IST Metz, Weltmarktführer im Bereich UV- und LED-Härtungssysteme. Highlight unter den Druckjobs war das PadBook – eine hochveredelte und nachhaltig produzierte und verwendbare Mul-



tifunktionsverpackung. Die aufklappbare Mappe dient als mobiles und kompaktes Büro und beinhaltet Halterungen für einen Schreibblock, Visitenkarten, Stifte sowie Stauraum für Tablet-Zubehör wie Ladekabel und Stecker. Durch den Magnetverschluss der Mappe kann die gesamte Büroausstattung sicher verstaut und transportiert werden. Das PadBook kann darüber hinaus so gefaltet werden, dass eine Tablet-Halterung entsteht. Während der Hausmesse konnten sich die Besucher das Print-Gimmick ganz traditionell von der Ludwigsburger Schriftkünstlerin SIGRID ARTMANN mit UV-Lack oder mittels moderner Laser-Gravur von Aussteller Polar Mohr personalisieren lassen.

> www.uvdays.de

HUBERGROUP Aushärtungsgrad von UV-Farben

Drucker stehen vor einer Herausforderung, wenn es darum geht, den Aushärtungsgrad von UV-Farben zu bestimmen. Jetzt hat die hubergroup mit NewV



Der Prototyp des NewV cure Geräts bietet eine schnelle, einfache und zuverlässige Methode, den Aushärtungsgrad von UV-Druckfarben zu bestimmen.

cure eine neue Technik entwickelt und auf den IST UV Days 2019 Mitte Mai präsentiert. Es ist nach Angaben des Herstellers eine wissenschaftlich fundierte und patentierte Methode zur Bestimmung des Aushärtungsgrades von UV-Farben. Dazu werden eine Testflüssigkeit und ein Testgerät verwendet. Damit werden alle subjektiven Methoden zur Feststellung der Aushärtung ersetzt.
> www.hubergroup.de

GECKO BLOCK BINDER Bindeautomat für Notizblöcke

Mit dem Gecko Block Binder kommt ein Halbautomat zur Herstellung von Notizblöcken auf den Markt. Ribler liefert damit die erste automatische Bindemaschine für 200 fertige Notizblöcke in einem Arbeitsgang und im Großformat von bis zu 530 mm Klebekante – und das mit minimalem



Mit dem Gecko Block Binder bringt Ribler einen neuen Halbautomat zur Herstellung von Notizblöcken auf den Markt.

Klebstoffauftrag, der die Leimkante verschwinden lässt, mit Kostenreduktion und Prozessvorteilen bei hoher Umweltverträglichkeit und Arbeitsschutz.
> www.ribler-gmbh.de

KURZ & BÜNDIG | *Dynamic Plastic Packaging* hat eine Evo XD von **Koenig & Bauer Flexotecnica** in Betrieb genommen. Es ist die erste Maschine, die im Stammwerk in Würzburg montiert wurde. • **Tower Products Europe**, Spezialist für Druckchemikalien, hilft **Habo DaCosta**, Isopropylalkohol aus dem Drucksaal zu verbannen. Dazu nutzt das niederländische Unternehmen den Feuchtmittelzusatz *Millennium HSW-100*, der speziell auf den Heatset-Rollenoffsetdruck zugeschnitten ist. • Dank einer neuen *Diamant MC 60* von **Müller Martini** wurde bei **Print Best** in der estnischen Kleinstadt Viljandi die Produktivität durch das Hardcover-System mehr als verdoppelt. • Seit 2010 hat **Grand Master** in Masis in Armeniens Ararat-Region seinen Maschinenpark vollständig erneuert. Vier *Rapida 106* von **Koenig & Bauer** drucken bereits im Unternehmen. Eine fünfte kommt jetzt dazu und soll im Frühsommer die Produktion aufnehmen. Dann hat das Unternehmen seinen gesamten Park an Bogenoffsetmaschinen auf **Koenig & Bauer** umgestellt. • **Drukarnia Dimograf** im polnischen Bielsko-Biala nimmt mit der *BF 530* eine neue **Müller Martini** Buchlinie der Marke **Kolbus** in Betrieb. • **Du-Mont** und **Koenig & Bauer** setzen ihre mehr als 180-jährige Partnerschaft fort. Die in Halle ansässige Tochter **MZ Druckereigesellschaft mbH** kauft nach zwei Jahren erneut eine *Commander CL*. • **Ultimate Paperbox** in City of Industry, Kalifornien, hat vor Kurzem eine neue **Heidelberg Speedmaster XL 106-8+L** installiert. Damit will die Verpackungsdruckerei ihren Marktanteil ausbauen und Premium-Produkte in höchster Qualität für ihre anspruchsvollen Kunden produzieren. • Die **Frischmann Druck und Medien GmbH** baut ihr Finishing weiter aus und setzt auf automatisierte Prozesse mit einer **Horizon** Falzmaschine *AFV-566F*. • Eine **Gallus ECS 340** mit sechs Farbwerken wurde bereits im Herbst 2018 bei der Etikettendruckerei **Felga Etiketten** in Lestans die Sequals, Italien, installiert. • Das Herzstück der französischen Druckerei **L'Imprimerie** sind zwei *Cortinas 6/2* von **Koenig & Bauer**, die seit knapp zehn Jahren in Produktion sind. Jetzt wurde ein Retrofit mit einer neuen Aggregatsteuerung und weiteren Komponenten durchgeführt.

ETIKETTENDRUCK

Wissensportal
Label Experts

Etiketten verleihen Produkten ihre einzigartige Identität und beeinflussen den Kaufimpuls am Point of Sales. Der Etikettenmarkt hat mit einem Anteil von rund 5% am weltweiten Druckvolumen das größte Wachstumspotenzial in der Druckbranche und ist im Laufe der letzten Jahrzehnte aus der Nische heraus zu einer beachtlichen Industrie geworden. Im Zuge dieser Entwicklung ist auch die diesbezügliche Wissensbasis stark gewachsen und bietet eine bemerkenswerte Vielfalt an verschiedenen Drucktechnologien, Bedruckstoffe und weiteren Verbrauchsmaterialien.

Was liegt also näher, als dass Akteure dieser Industrie, das heißt Anwender, Hersteller, Verbände und Marktforschungsinstitute, dieses Wissen bündeln und es auf einer digitalen Plattform bereitstellen? So startet ab sofort als Gemeinschaftsprojekt zwischen der *Heidelberger Druckmaschinen AG* und ihrer Tochter *Gallus* unter <https://label-experts.com> das neue Wissensportal rund um die Faszination Etikettendruck in englischer Sprache. Nutzer dieser Plattform erhalten Newsletter, Fachbeiträge, neueste Marktforschungsergebnisse, Whitepapers, Tipps für die nächste Investition und vieles mehr. > <https://label-experts.com>

MITTELLAND ZEITUNGS-DRUCK AG WEITERE COMMANDER CT IN AARAU

Um ihre Marktposition im Schweizer Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt zu konsolidieren, investiert die *Mittelland Zeitungsdruck AG* erneut in eine *Commander CT* von *Koenig & Bauer*. Das Unternehmen, welches zu *CH Media* gehört, wird die neue Maschine im Frühjahr 2020 in Betrieb nehmen.

Dazu **ROLAND KÜHNE**, Geschäftsführer Operations & Technologie von *CH Media*: »Unsere Kunden haben sehr hohe Qualitätsansprüche, welchen wir mit unserer bisherigen *Commander CT* stets gerecht werden konnten. Aufgrund der hohen Auslastung der Anlage wurde eine Erweiterung des modernen Druckzentrums in Aarau unumgänglich. Dabei war es für uns ein logischer Schritt, erneut in eine *Commander CT* von *Koenig & Bauer* zu investieren.« **PETER WANNER**, Verleger und Verwaltungsratspräsident von *CH Media*: »Das gedruckte Produkt, Online und Mobile gehören für uns zusammen. Parallel zur Forcierung unserer digitalen Angebote stärken wir mit der neuen Anlage auch unser Printgeschäft.« Die erste *Commander CT* von *Koenig & Bauer* wurde 2014 in Betrieb genommen. Die *Mittelland Zeitungsdruck AG* ist ein Unternehmen der *CH Media*, die unter anderem die *az Aargauer Zeitung*, das *St. Galler*

Tagblatt, die *Luzerner Zeitung* sowie die *Schweiz am Wochenende* herausgibt. *CH Media* verschreibt sich der multimedialen Vernetzung mit regionalen Online-Newsportalen, E-Paper, iPad- und Mobileapplikationen. Unterschiedliche, auflagenstarke, ein- bis zweimal erscheinende Wochenzeitschriften sowie Fach- und Special-Interest-Zeitschriften runden die Produkt- und Servicepalette ab. *CH Media* ist aus dem Zusammenschluss der *AZ Medien* und der *NZZ-Regionalmedien* hervorgegangen und nahm am 1. Oktober 2018 den operativen Betrieb auf. In die neue Gesellschaft integrierten *AZ Medien* alle ihre Einheiten mit Ausnahme von *Watson*, die *NZZ-Mediengruppe* ihr gesamtes Regionalmedien-geschäft. *CH Media* erreicht rund zwei Millionen Menschen in der deutschsprachigen Schweiz. Mit ca. 480 Mio. CHF Umsatz und über 2.000 Beschäftigten zählt *CH Media* zu den größten Medienun-

ternehmen des Landes. Die neue *Commander CT* besteht aus drei Achtertürmen für den 4/4-Druck, einem Klappenfalzapparat *KF 5* und drei *Pastomat*-Rollenwechslern mit einer Rollenbeschriftung *Patras M*. Die mit Plattenwechselsystemen und automatisierten Walzenschlössern ausgestatteten Drucktürme sind auf beiden Seiten über Lifte ergonomisch bedienbar. Für eine optimale Zugänglichkeit bei Wartungsarbeiten kann man sie in der Mitte auseinanderfahren. Ein umfangreiches Automatisierungspaket aus *CleanTronic*-Zylinderwaschanlagen, Farb- und Schnittregisterregelungen, Farbmess- und Regelsystem reduzieren Rüstzeiten, Makulatur, Bedien- und Wartungsaufwand auf ein Minimum. Gesteuert wird die *Commander CT* über einen *ErgoTronic*-Leitstand mit *EasyTronic* zum optimierten Anfahren und automatisierten Abrüsten der Rotation.

> www.koenig-bauer.com

HÖHERER OUTPUT

Ferag-Versandraumtechnik

Weil das gestiegene Beilagenaufkommen vor allem in Anzeigenblättern nicht mehr bewältigt werden konnte, hat das Druckzentrum der *Aschendorff Medien GmbH* (Münster) in *Ferag*-Versandraumtechnik investiert und damit den Netto-Output verbessert. Die zwei neuen Produktionslinien verfügen über je eine *RSD*-Einstecktrommel, als Back-up dient eine modifizierte *MSD*-Linie. *Aschendorff* entschied sich für die *Flystream*-Zusammentragtechnik hinter den *RSD*-Trommeln mit jeweils 16 Anlegern vom Typ *Jet-Feeder*. Die *RSD* hat zudem zwei Zuführungen für Vorprodukte. Die *MSD*-Linie ist mit 20 Anlegern für das Beilagensammeln sowie ebenfalls zwei *VP*-Zuführungen ausgestattet. Wichtig für die neuen Anlagen war auch die Entscheidung, in zusätzliche Kreuzleger vom Typ *Multi-Stack* zu investieren. Weil die *UTR*-Transporteure ihre Produkte jetzt auf jeweils drei *MTS*-Kreuzleger verteilen können, hat jede Linie einen deutlich höheren Netto-Output. Wenn an einem Kreuzleger eine Störung auftritt, ist die Produktionslinie nur insoweit beeinträchtigt, als dass die Geschwindigkeit etwas heruntergefahren werden muss.

> www.ferag.com

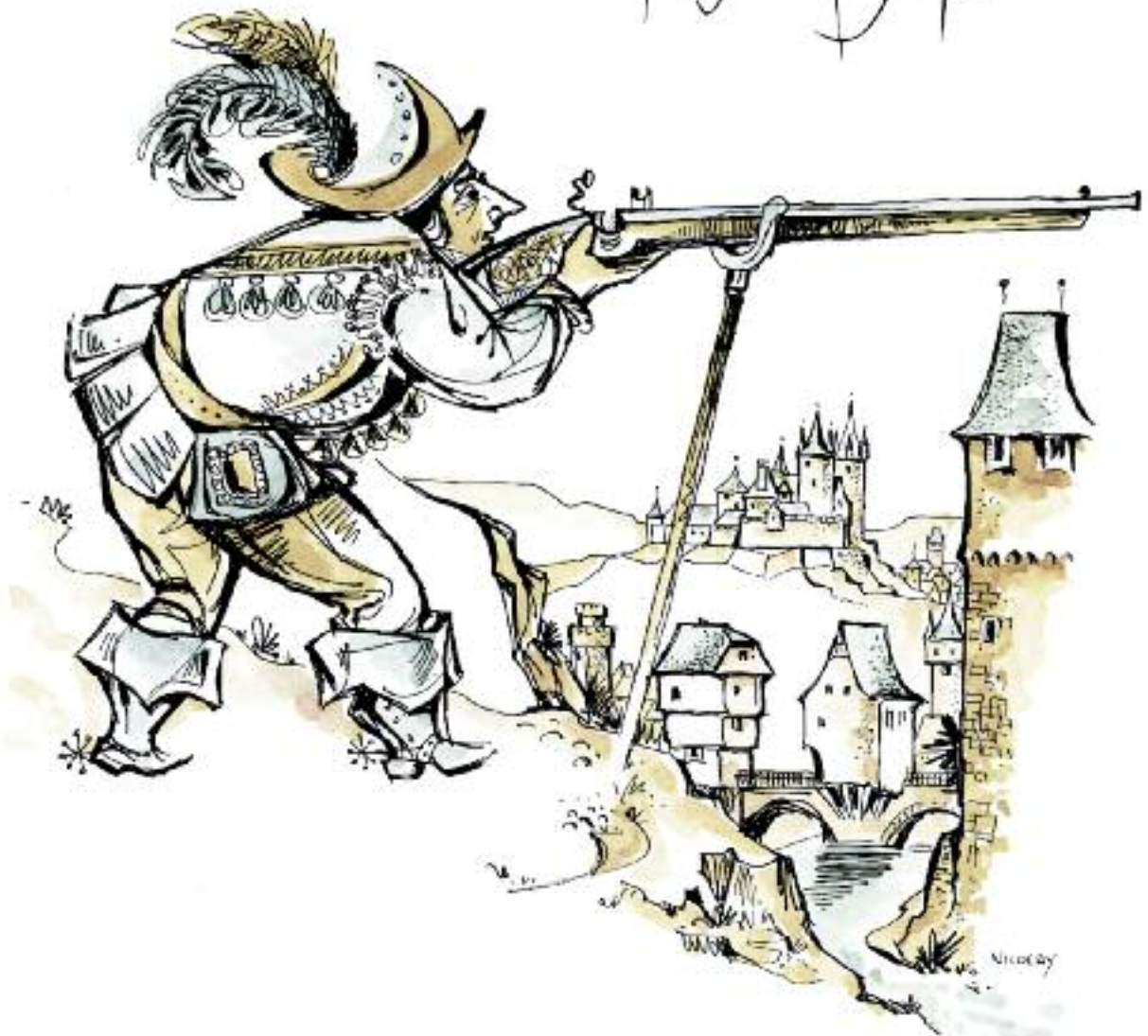


Die neue *Commander CT* für die *Mittelland Zeitungsdruck AG*.

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST

Schnellschuss



Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebfisch 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.

MICROGREENS Einfache Ernte in trendiger Box

Frische Microgreens in natürlich anmutender Kartonbox: die Verpackung der *Fresh Food Family GmbH* wird von nachhaltig denkenden Verbrauchern positiv aufgenommen. Denn das junge Gemüse oder die vitaminreichen Kräuter können darin bis zu sieben Tage frisch gehalten und portionsgerecht



Natürlich-frische Präsentation und leichte Ernte, das zeichnet die raffinierte Kartonbox von Model für die Microgreens der *Fresh Food Family GmbH* aus (Foto: Fabienne Wheeler).

auf den Teller geschnitten werden. Entwickelt hat die clevere und nachhaltige Lösung der Verpackungsspezialist *Model*.

Die Kartonbox im Format 143 x 105 x 90 mm verzichtet weitgehend auf Plastik. Nur eine auf der Bodenfläche eingeklebte Fensterfolie dient als Barriere, damit die für die Microgreens eingelegten, feuchten Pads keine Wasserflecken hinterlassen. Gedruckt wurde sortenneutral im Offset auf lebensmittelechten Kartons von *Customkote*. Die unterschiedlichen Microgreens werden durch verschiedenfarbige Aufkleber gekennzeichnet.

> www.modelgroup.com

LEBERKÄSE Wellpappe-Back- form von Thimm

Wenn Leberkäse gebackten wird, erfolgt das durch Industriebetriebe und Fleischereien häufig in Aluschalen. Aluminium steht jedoch vielfach in der Kritik, gesundheitsschädlich zu sein. *Thimm* hat deswegen nun Wellpappe-Backschalen für Fleischbrät entwickelt, die zur Herstellung von Leberkäse eingesetzt werden. Dabei werden die Schalen auf 160 Grad Celsius erhitzt. Die innovative Wellpappe besteht zu 100% aus Frischfaserpapieren, ist zertifiziert und vollständig recycelbar. *Thimm* produzierte die nachhaltigen Leberkäse-



Die Wellpappe-Backformen sind bei der *Nette Papier GmbH* für 500, 1.000 und 2.000 Gramm Leberkäse erhältlich.

formen exklusiv für die *Nette Papier GmbH*. Die Backformen produziert *Thimm* aus der lebensmittelzertifizierten Wellpappensorte *food-Wave | heatproof*. Die Backform ist fugenlos in E-Welle konstruiert, mit einer wasserbasierten Beschichtung versehen und wird in der Produktion mit zwei Leimpunkten verklebt. Sie lässt sich dadurch problemlos aufrichten und bei Bedarf ineinander stapeln.

> www.thimm.de
> www.nette-papier.de

MBO NEUHEIT Abstapeln mit dem CoBo-Stack

Die *MBO* Gruppe präsentierte Mitte Mai den Roboter *CoBo-Stack*. Damit bringt der Falzmaschinenhersteller noch mehr Automatisierung in die Weiterverarbeitung und organisiert das arbeitsintensive, manuelle Abstapeln gefalzter Signaturen neu und zeitgemäß. Der *MBO CoBo-Stack* ist ein



Der kollaborierende Roboter (Cobot) *MBO CoBo-Stack* setzt Produktstapel auf Paletten ab und entlastet dadurch den Bediener körperlich. Damit wird das Abstapeln in der Weiterverarbeitung neu organisiert.

sogenannter Cobot, also ein kollaborierender Roboter, der ohne Schutzkäfig auskommt. Sollte der Bediener den Cobot berühren, stoppt dieser automatisch. Gefaltete Signaturenstapel werden von der Auslage auf den Tisch des *CoBo-Stack* befördert. Von dort greift der Cobot die Stapel und setzt sie auf Paletten ab. Durch diese Arbeitserleichterung wird der Bediener physisch extrem entlastet. Die Paletten können an beiden Seiten der Auslage platziert werden, wodurch unterbrechungsfrei gearbeitet werden kann. Während der *MBO CoBo-Stack* eine Palette befüllt,

kann der Bediener die volle Palette auf der anderen Seite der Auslage beiseite fahren und die nächste, leere Palette vorbereiten. Eine Kontrollleuchte signalisiert dem Bediener mithilfe unterschiedlicher Farben verschiedene Betriebszustände des Roboters. Für einige Betriebszustände gibt es zusätzlich ein akustisches Signal. Dadurch muss sich der Bediener nicht ständig direkt neben der Falzmaschine

aufhalten und hat Zeit, sich um administrative Dinge zu kümmern. Den *CoBo-Stack* präsentierte *MBO* auch auf dem *Baumann Open House* und verkaufte während des Events zwölf *CoBo-Stacks*.

> www.mbo-folder.com
> www.baumann-gruppe.de

ROLLENOFFSET 26. Commander CL geht nach Münster

Die Unternehmensgruppe *Aschendorff* ist ein führender Medienanbieter in Münster und der Region. Mit der erneuten Investition in eine Zeitungsrotation *Commander CL* von *Koenig & Bauer* setzt das Unternehmen seinen Wachstumskurs fort. Bereits vor zwei Jahren hat ebenfalls eine *Commander CL* ihre Produktion aufgenom-

men. »Wir sind sehr zufrieden mit der Maschine. Wir drucken bis zu 100.000 Exemplare in der Stunde. Besonders beeindruckend ist die niedrige Makulaturquote«, sagt der Geschäftsführer des Druckzentrums *THILO GRICKSCHAT*.

Die neue Anlage soll im Frühjahr 2020 in Produktion gehen und wird mit allen hoch automatisierten Komponenten ausgestattet sein. Von der Maschinenklasse der am häufigsten bestellten Zeitungsrotation hat *Koenig & Bauer* seit der Markteinführung vor wenigen Jahren bislang 26 Anlagen nach Deutschland, Frankreich, China und die USA verkauft.

Die *Commander CL* besteht aus zwei Achtertürmen, einem Klappenfalzapparat *KF 5* und zwei Rollenwechslern *Pastomat* mit Auspackstation und Rollenbeschickung *Patras A*.

> www.koenig-bauer.com



IFRA


World Publishing Expo

BERLIN
PUBLISHING
DAYS
7-10 OCTOBER
2019

www.ifra-expo.com

8-9 October 2019 | Messe Berlin

49th meeting of the global publishing community

We  our partners



Premium Global Media Partner:



JP/POLITIKENSHUS

The New York Times



LE FIGARO

Die Presse

Partner:





Bildquelle: rclassenlayouts | 123rf.com

Termin	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
24. 06. – 26. 06. 2019	DOXNET, 21. Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	 > www.doxnet.de
05. 09. 2019	mailingtage	Frankfurt	 > www.mailingtage.de
12. 09. – 13. 09. 2019	ZLV, Verpackungssymposium 2019	Kempton	 > www.zlv.de
19. 09. – 20. 09. 2019	bvdm, Deutscher Druck- und Medientag	Berlin	 > www.bvdm-online.de
24. 09. – 26. 09. 2019	FachPack 2019	Nürnberg	 > www.fachpack.de
24. 09. – 27. 09. 2019	Labelexpo Europe 2019	Brüssel	 > www.labelexpo-europe.com
08. 10. – 10. 10. 2019	IFRA, World Publishing & Digital Content Expo	Berlin	 > www.ifra-expo.com
08. 10. – 10. 10. 2019	Xfair 2019	Wien	 > www.xfair.at
17. 10. 2019	VDMB, Hello Future – Print trifft Digitalisierung	Aschheim	 > www.vdmb.de
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 2019	München	 > www.inprintshow.com
12. 02. – 13. 02. 2020	Fogra, Colour Management Symposium 2020	München	 > www.fogra.org
24. 03. – 26. 03. 2020	LOPEC 2020	München	 > www.lopec.com
25. 03. – 26. 03. 2020	8. Online Print Symposium	München	 > www.online-print-symposium.de
11. 05. – 13. 05. 2020	DOXNET, 22. Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	 > www.doxnet.de
16. 06. – 26. 06. 2020	drupa 2020	Düsseldorf	 > www.drupa.de
09. 03. – 11. 03. 2021	CCE International 2021	München	 > www.ice-x.de
09. 03. – 11. 03. 2021	ICE Europe 2021	München	 > www.cce-international.de

METAPAPER

Show & Tell Frühstücks-Roadshow

Metapaper geht auf Reisen. Im Jahr 2019 steht die größte Frühstücks-Roadshow auf dem Programm, die die Online-Plattform je organisiert hat. In 17 Städten in Belgien, Deutschland, Frankreich, Niederlanden und Österreich geht es bei Café, Croissants und O-Saft um Inspirationen, Innovationen und spannende Printprojekte. Dabei geht es um die ganze Bandbreite rund um Papier und Print. Wie funktioniert Cloud Printing? Welche neuen Drucktechnologien und Verarbeitungsmöglichkeiten gibt es und welche Metapaper Print Partner sind am besten geeignet, komplexe Printprojekte umzusetzen. Diese und mehr Fragen werden anhand konkreter Projekte im Sinne eines Show & Tell von den Metapaper Print Partnern in Zusammenarbeit mit führenden Designagenturen und natürlich von Metapaper beantwortet. Verbliebene Stationen der Roadshow sind Amsterdam (20. 06.), Innsbruck (26. 06.), Frankfurt (10. 09.), Köln (11. 09.), Düsseldorf (12. 09.), Hamburg (18. 09.), Berlin (19. 09.), Paris (26. 09.), Bremen (29. 09.), Wien (09. 10.), Stuttgart (16. 10.), München (17. 10.), Eindhoven (24. 10.), Hannover (06. 11.) und Leipzig (07. 11.). > www.metapaper.io

DOXNET

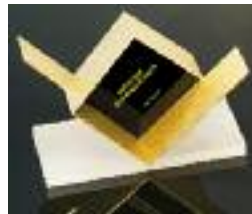
Fachkonferenz & Ausstellung

DOXNET – The Document X-perts Network e. V. bietet in diesem Jahr in der 21. Fachkonferenz & Ausstellung wieder zahlreiche Expertenvorträge, die von Workshops und einem Education Teil zum Thema Akzidenzdruck flankiert werden. Auch die Zahl der Aussteller kann sich sehen lassen: Insgesamt 42 Unternehmen präsentieren vom 24. bis 26. Juni 2019 den Besuchern ihr Angebot. Drei Tage lang haben die Teilnehmer die Gelegenheit, den unterschiedlichsten Themen auf den Grund zu gehen und Einblicke in Dokumenten- und Printcenter verschiedener Unternehmen zu erhalten. Die Veranstaltung im Kongresshaus Baden-Baden ist damit weiterhin ein Muss für alle, die im Bereich des Dokumentenmanagements und Digitaldrucks Verantwortung tragen. Neben den Fachvorträgen steht natürlich wieder das Netzwerken im Vordergrund, denn die Tagung bietet die Gelegenheit, direkten Kontakt zu führenden Herstellern der Hard- und Softwarebranche zu knüpfen. Pressesprecher RAINER RINDFLEISCH: »Das Herz der Konferenz sind die Expertenvorträge. Neben dem Blick auf die Gegenwart und Zukunft geben zahlreiche Vorträge Einblicke in aktuelle Trends des Dokumentenmanagements und in Projekte von Unternehmen.« > www.doxnet.de

EINREICHUNGSPHASE

Deutscher Verpackungspreis

Der Deutsche Verpackungspreis zeichnet seit 1963 die besten Lösungen und Innovationen rund um die Verpackung aus. Mit dem 1. März 2019 hat die Einreichungsphase für das Jahr 2019 begonnen. Designer, Entwickler, Hersteller und Anwender aus dem In- und Ausland können ihre Produkte, Proto-



Bis zum 30. Juni können Teilnehmer ihre Produkte einreichen, um eine der begehrten Trophäen zu erhalten.

typen, Konzepte und Maschinenlösungen bis zum 30. Juni 2019 einreichen. Die Preisverleihung findet im Rahmen eines besonderen Branchenevents am 24. September 2019 auf der FachPack in Nürnberg statt.

»Mit dem Gewinn des Deutschen Verpackungspreises dokumentieren Unternehmen ihre innovative Kraft und setzen ein echtes Ausrufezeichen«, sagt DR. BETTINA HORENBURG, dvi-Vorstand und Gesamtverantwortliche für den Deutschen Verpackungspreis. »Sie können mit Trophäe, Urkunde und Gewinner-Siegel unbegrenzt für sich werben. Das sind handfeste Argumente in der Kommunikation mit Kunden, Konsumenten, Partnern und nicht zuletzt eine erstklassige Motivation für das eigene Team.« > www.verpackungspreis.de

WORLD SKILLS

Die besten Auszubildenden

Vom 23. bis 25. Juli finden erstmalig die Bayerischen Meisterschaften für Druck- und Medientechnik in Aschheim bei München statt. Im Rahmen der WorldSkills Wettbewerbe werden die leistungsstärksten Azubis Bayerns in den Disziplinen Mediengestaltung und Drucktechnik ermittelt. Ver-



Die bayerischen Meisterschaften für Druck- und Medientechnik finden erstmals vom 23. bis 25. Juli 2019 in Aschheim statt.

stalter ist der Verband Druck und Medien Bayern (VDMB) mit seiner Überbetrieblichen Ausbildung (üba), die im Rahmen der Meisterschaften erneut ihre Leistungsfähigkeit unter Beweis stellen wird. Im Rahmen der Kooperation mit den WorldSkills Germany wird der VDMB als Leistungszentrum Druck und Medien anerkannt. Die Gewinner der Bayerischen Meisterschaften werden im Rahmen einer eigenen Gaultscheier geehrt und nehmen an den Deutschen Meisterschaften für Druck und Medien bei der Heidelberg Druckmaschinen AG in Wiesloch teil. Die Gewinner sind dann für die internationalen WorldSkills nominiert. > www.bornatoprint.bayern > www.vdmb.de

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-kartaewerwall.de

EINZIGARTIG DIGITAL Inspiration@Work 2019

2019 steht das Thema ›Individualität‹ im Fokus des Branchentreffs *Inspiration@work*, zu dem die *Papier Union* bereits zum siebten Mal gemeinsam mit über 45 Partnern einlädt. Am 3. September findet die Veranstaltung auf der Trabrennbahn in Hamburg-Bahrenfeld statt und bietet Vorträge von hochkarätigen Fachreferenten sowie jede Menge Networking und Information auf großer Ausstellungsfläche.

Individualität kann Emotionen wecken oder Aufmerksamkeit schaffen. Passende Veredelungen und besondere Materialien heben die Wertigkeit zusätzlich an. Passend zu diesen Themen freuen sich Individualisierungs-Profis und Cross-Media-Experten sowie namhafte Hersteller von Feinstpapieren und Digitaldrucksystemen gemeinsam mit der *Papier Union* auf einen spannenden Dialog über aktuelle Trends und Innovationen im Digitaldruck. Vorträge über die unterschiedlichsten Aspekte der Möglichkeiten im Digitaldruck oder effektive Verknüpfungen von Print- und Online-Anwendungen mit Augmented- oder Virtual-Reality-Lösungen auf der einen und die Fachausstellung von Druck-, Veredelungs- und Weiterverarbeitungsunternehmen auf der anderen Seite bilden traditionell den Rahmen der Veranstaltung.

> inspirationatwork2019.de
> papierunion.de

DOPPELJUBILÄUM Lange Nacht der Printmedien

Ein echtes Stück Berlin erleben. Fünf Stationen, elf Firmen, ein Schirmherr und viele Gäste. Eine Mischung, die viel verspricht. Vor allem eine Leistungsschau der Betriebe. Die Gäste der 5. *Langen Nacht der Printmedien* erleben am 6. September 2019 alles rund um Print und Medien auf einer exklusiven Bustour von der Stadtmitte Berlins in den Speckgürtel und zurück. An den Stationen gibt es Dienstleistung in feinsten Qualität und viel zum Staunen und Anfassen.

BODO KRUSENBAUM, ehrenamtlicher 1. Vorsitzender des FDI-Berlin und Schirmherr der *Langen Nacht*: »Wir sind stolz auf fünf Jahre *Lange Nacht der Printmedien* und fünf Jahre Berliner Service- und Qualitätsoffensive. Und als Berliner Unternehmen freuen wir uns, 30 Jahre Mauerfall feiern zu dürfen. Deshalb gibt es dieses Jahr bei der 5. *Langen Nacht* richtig was zum Gucken. Die Gäste werden staunen. Die Firmen der *Langen Nacht* legen sich erneut richtig ins Zeug und produzieren ein echtes Stück Berlin.« Die Teilnahme ist nur nach vorheriger Einladung durch die teilnehmenden Betriebe möglich.

> langenachtderprintmedien.de

WEITERBILDUNG Jetzt Chancen nutzen

An der Technikerschule für Drucktechnik und Papierverarbeitung des Städtischen *Beruflichen Schulzentrums Alois Senefelder* in München beginnen im September 2019 wieder die zwei Jahre dauernden Weiterbildungen zum/zur staatlich geprüften Druck- und Medientechniker/in und zum/zur Staatlich geprüften Papiertechniker/in.

Im festen Verband einer Klasse werden im 1. Jahr Grundlagen gefestigt und vertieft. Neben berufspraxisbezogenen Fächern von Vorstufe bis Weiterverarbeitung werden angewandte Naturwissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Unterrichtsinhalte vermittelt. Im 2. Jahr nehmen Wahlpflichtfächer den größten Raum ein. Diese Möglichkeit der Profilbildung durch die Fachmodule im zweiten Jahr hat sich sehr bewährt. Durch die einzelnen Module hat der/die Studierende die Möglichkeit, spezielle Qualifikationen hinsichtlich der späteren Tätigkeit zu erwerben. Dies betrifft den technischen wie auch den betriebswirtschaftlichen Bereich.

Bewerber müssen eine abgeschlossene Berufsausbildung in einem staatlich anerkannten Ausbildungsberuf mit einer Regelausbildungsdauer von mindestens zwei Jahren und eine spätere einschlägige berufliche Tätigkeit von mindestens einem Jahr nachweisen.

> www.senefelder.musin.de

TROTEC Veranstaltungsreihe Infotage 360°

Trotec präsentiert ein neues Konzept für eine Info-beziehungsweise Netzwerk-Veranstaltungsreihe – die Infotage 360°. Zusammen mit renommierten Kooperationspartnern hat *Trotec* ein abwechslungsreiches Programm zu verschiedenen Materialien zusammengestellt. Neben interessanten Vorträgen können die Besucher auch individuelle Beratungsgespräche und Produktpräsentationen von Herstellern und Experten aus der Branche vereinbaren. Letzter verbliebener Termin ist der 19. und 20. September in Hannover zum Thema 360° Acryl.

> www.troteclaser.com

GMUND AWARD 2019 Make your work famous

Bereits zum sechsten Mal macht sich *Gmund Papier* auf die Suche nach den besten Print- und Papierprodukten. Ab sofort werden die kreativsten, innovativsten und technisch hochwertigsten Druckobjekte auf *Gmund Papier* gesucht. Einsendeschluss ist der 30. September 2019.

Dieses Mal steht der *Gmund Award* unter dem Motto ›Make your work famous‹. Die Einreichungen werden zum Star und einem breiten Publikum präsentiert. So werden die nominierten Einreichungen am Award-Abend ausgestellt und die Gewinner im Anschluss über zahlreiche Kommunikationskanäle publiziert.

Das Projekt muss aus einer der aktuellen *Gmund* Kollektionen entstehen. Teilnehmen können Druckereien, Designer, Agenturen und Markenartikler. Aufgeteilt wird auch in diesem Jahr in unterschiedliche Kategorien. Bei ›Corporate‹ werden Kataloge, Firmen- und Produktdarstellungen bewertet. Die Kategorie ›Business Communication‹ enthält Geschäftsausstattungen, bei ›Mailing‹ sind Einladungen und Weihnachtskarten möglich.

›Packaging‹ bezieht sich rein auf Verpackungslösungen aus Papier. ›Private‹ beinhaltet Einladungen, Glückwunschkarten und Papeterie und in der Kategorie ›Art‹ werden Poster und handwerkliches aus Papier prämiert.

> www.gmund.com



Für Dich!

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

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

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

Jetzt im Herbst... Größer, besser, internationaler

Xfair, die Dritte, vom 8. bis 10. Oktober 2019 Wien, Marx Halle

Die internationale Print- & Crossmedia-Show für Österreich und die Nachbarländer

Technologie-Messe
mit den führenden
Branchen-Zulieferern

Klassischer Druck,
digitale Produktion,
Veredelung, Endstufe

Digital Signage,
Werbetechnik und
Werbemittelproduktion

Die CEE Wrap Masters:
Wer ist der beste
Folienverkleber?

Anwendungs-
Sonderschau
2D meets 3D



Kongress und
Workshops zu den
Zukunftsthemen

Printers Lounge
Speakers Corner und
Technology Theatre

Das Fest für Print
mit heißen Rhythmen
und coolen Drinks

Besucher-Tombola:
Ein Besuch der Xfair ist
immer ein Gewinn

...und noch vieles mehr!
Aktuelle Infos auf
www.Xfair.at

Das Xfair Sonderthema: Imaging – Foto- und Studioteknik, Bildbearbeitung, etc.

**PLUS: packX, der Spezialevent
für die Verpackungsbranche**

Auch 2019: Gratis-Eintritt für Fachbesucher bei Online-Vorabregistrierung


Ein Stand-Reservierungsformular, aktuelle Infos zu den Ausstellern, den Workshop- und Kongressthemen und zum Rahmenprogramm gibt's auf www.Xfair.at. Kontakt: info@xfair.at, 0043 699 11655760

Termine	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
24. 06. – 25. 06.	Cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Reinzeichner	Frankfurt	cleverprinting.de
24. 06. – 26. 06.	Heidelberg Druckmaschinen, Versafire Prod. Training Prof. Level	Wiesloch	heidelberg.com
25. 06. – 26. 06.	Printplus, Neue Kalkulation Teil 3, Intensivierungskurs – Einführung im Unternehmen	CH-Kriessern	printplus.ch
25. 06. – 26. 06.	VDMBW, Einblick in die Kosten- und Leistungsrechnung in der Druckindustrie	Kemnat	verband-druck-bw.de
25. 06. – 27. 06.	Akademie der Deutschen Medien, Marketing für Medien kompakt	München	medien-akademie.de
26. 06.	Cleverprinting, Suchmaschinen-optimiertes Webdesign mit WordPress	Frankfurt	cleverprinting.de
27. 06.	Cleverprinting, Photoshop-Techniken – Next Generation Publishing	Frankfurt	cleverprinting.de
27. 06. – 28. 06.	Akademie der Deutschen Medien, Basiswissen Medienherstellung	München	medien-akademie.de
28. 06.	Cleverprinting, Fortgeschrittene InDesign-Techniken – Next Generation Publishing	Frankfurt	cleverprinting.de
28. 06. – 29. 06.	tgm, Anzeige, Plakat und Schilder	München	tgm-online.de
01. 07.	VDMB, ProzessStandard Offsetdruck	Aschheim	vdm.de
01. 07. – 03. 07.	Akademie der Deutschen Medien, Online-Marketing kompakt	Berlin	medien-akademie.de
01. 07. – 03. 07.	Verband Schweizer Medien, Aufbauseminar Medienmanagement	CH-Luzern	schweizermedien.ch
01. 07. – 05. 07.	Akademie der Deutschen Medien, Führungsaufgaben in Medienunternehmen	München	medien-akademie.de
01. 07. – 05. 07.	Akademie der Deutschen Medien, Produkt- und Content Manager digital	München	medien-akademie.de
02. 07.	Printplus, IVIS – Der Mehrwert der Adresse	CH-Kriessern	printplus.ch
02. 07. – 05. 07.	Printplus, Printplus Druck richtig anwenden	CH-Kriessern	printplus.ch
03. 07.	Printplus, Vorkalkulation – Beilagen, Broschüren, Bücher	CH-Kriessern	printplus.ch
03. 07. – 05. 07.	VDMBW, Intensiv-Training für Adobe InDesign – Layouterstellung	Kemnat	verband-druck-bw.de
04. 07.	Printplus, Auftragsverwaltung – Schneller durch Ordnung	CH-Kriessern	printplus.ch
05. 07.	Printplus, Materialwirtschaft – Produktion ohne Störung	CH-Kriessern	printplus.ch
05. 07. – 06. 07.	tgm, Fundamentale Typografie	München	tgm-online.de
08. 07. – 09. 07.	Akademie der Deutschen Medien, Produktentwicklung von digitalen Medien	München	medien-akademie.de
10. 07.	tgm, Außen hui, innen Inhalt: Basiswissen Contentmarketing	München	tgm-online.de
10. 07.	VDMBW, Adobe Creative Cloud: Update	Kemnat	verband-druck-bw.de
10. 07. – 11. 07.	Akademie der Deutschen Medien, Der Geschäftsbericht	München	medien-akademie.de
10. 07. – 12. 07.	Akademie der Deutschen Medien, Social Media Manager	München	medien-akademie.de
11. 07.	Printplus, Betriebswirtschaftslehre für die Praxis	CH-Kriessern	printplus.ch
15. 07. – 16. 07.	Akademie der Deutschen Medien, Crossmediale Content-Produktion	München	medien-akademie.de
15. 07. – 16. 07.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	polar-mohr.com
17. 07. – 18. 07.	Polar, Kurs für Polar Compucut	Hofheim	polar-mohr.com
19. 07. – 20. 07.	tgm, Corporate Design	München	tgm-online.de
22. 07. – 26. 07.	Akademie der Deutschen Medien, E-Commerce-Manager	München	medien-akademie.de
23. 07. – 24. 07.	Printplus, Neue Kalkulation Teil 1, Einstiegskurs – Produkte im Fokus	CH-Kriessern	printplus.ch
29. 07.	Akademie der Deutschen Medien, Augmented & Virtual Reality und 360°-Videos	Berlin	medien-akademie.de
01. 08. – 04. 08.	tgm, Konzept, System und visuelle Gestaltung	München	tgm-online.de
08. 08. – 09. 08.	Printplus, Neue Kalkulation Teil 2, Aufbaukurs – Leistungskatalog anpassen	CH-Kriessern	printplus.ch
19. 08. – 20. 08.	Polar, Kurse für Schnellschneider Polar X/XT, Xplus und N Plus	Hofheim	polar-mohr.com
19. 08. – 20. 08.	VDMH, PDF-Erstellung und -Bearbeitung	Frankfurt	vdmh.de
20. 08.	Printplus, IVIS – Der Mehrwert der Adresse	CH-Kriessern	printplus.ch
20. 08. – 23. 08.	Printplus, Printplus Druck richtig anwenden	CH-Kriessern	printplus.ch
21. 08.	Printplus, Vorkalkulation – Beilagen, Broschüren, Bücher	CH-Kriessern	printplus.ch
21. 08. – 23. 08.	VDMH, Illustrator kompakt	Frankfurt	vdmh.de
22. 08.	Printplus, Auftragsverwaltung – Schneller durch Ordnung	CH-Kriessern	printplus.ch
23. 08.	Printplus, Materialwirtschaft – Produktion ohne Störung	CH-Kriessern	printplus.ch
28. 08.	VDMH, Publishing – Buch- & Zeitschriftenproduktion mit InDesign	Frankfurt	vdmh.de
29. 08.	VDMH, Intensiv-Training für Adobe InDesign – Reinzeichnung & Druckvorbereitung	Frankfurt	vdmh.de

Termine	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
02. 09. – 03. 09.	Polar, Bedienerkurs für Schnellschneider Polar N Pro	Hofheim	polar-mohr.com
04. 09. – 05. 09.	Polar, Kurs für Polar Compucut	Hofheim	polar-mohr.com
09. 09. – 11. 09.	VDMB, Adobe Photoshop für Einsteiger	Aschheim	vdmh.de
10. 09. – 13. 09.	Akademie der Deutschen Medien, Crossmedia Sales Manager	München	medien-akademie.de
11. 09. – 12. 09.	Cleverprinting, Weiterbildung zum Cleverprinting-Reinzeichner	Hannover	cleverprinting.de
11. 09. – 13. 09.	VDMH, Moderne Bildbearbeitung mit Photoshop – Professionelle Bildbearbeitung	Frankfurt	vdmh.de
12. 09. – 13. 09.	Akademie der Deutschen Medien, Crashkurs Kundenmagazin	München	medien-akademie.de
12. 09. – 13. 09.	Akademie der Deutschen Medien, Projektmanagement für digitale Medien	München	medien-akademie.de
12. 09. – 13. 09.	Innoform Coaching, EN ISO 9001:2015 – neue Wege im Qualitätsmanagement	Osnabrück	innoform-coaching.de
12. 09. – 13. 09.	Printplus, Neue Kalkulation Teil 3, Intensivierungskurs – Einführung im Unternehmen	CH-Kriessern	printplus.ch
16. 09. – 18. 09.	VDMB, Adobe InDesign für Einsteiger	Aschheim	vdmh.de
17. 09.	Cleverprinting, Photoshop: Freistellen – die besten Strategien, Tipps und Tricks	Frankfurt	cleverprinting.de
17. 09. – 18. 09.	Verpackungsakademie, Verpackungsdruck und -veredelung	Leipzig	verpackungsakademie.de
18. 09.	Cleverprinting, Photoshop: High-End-Bildretusche & High-End-Digital-Composing	Frankfurt	cleverprinting.de
18. 09.	tgm, PDF interaktiv – Mehrwert für Formulare und Dokumente	München	tgm-online.de
18. 09. – 19. 09.	Innoform Coaching, Barrierefolien-Anwendung – welche Folie für welchen Zweck?	Osnabrück	innoform-coaching.de
18. 09. – 19. 09.	Printplus, Neue Funktionen Printplus Druck	Hamburg	printplus.ch
18. 09. – 20. 09.	Akademie der Deutschen Medien, Social Media Manager	Hamburg	medien-akademie.de
19. 09.	Cleverprinting, Fortgeschrittene Illustrator-Techniken – Next Generation Publishing	Nürnberg	cleverprinting.de
19. 09. – 20. 09.	VDMB, Illustrator kompakt	Aschheim	vdmh.de
20. 09.	Cleverprinting, Suchmaschinen-optimiertes Webdesign mit WordPress	Nürnberg	cleverprinting.de
23. 09.	Cleverprinting, Colormanagement für Grafik, Foto und PrePress	Nürnberg	cleverprinting.de
23. 09.	VDMH, Moderne Bildbearbeitung mit Photoshop – Photoshop Secrets	Frankfurt	vdmh.de
24. 09.	Cleverprinting, Acrobat Professional und PDF/X für Grafik und PrePress	Nürnberg	cleverprinting.de
24. 09.	VDMH, Bildbearbeitung mit Photoshop – Profi-Retusche und Bildcomposings	Frankfurt	vdmh.de
24. 09. – 25. 09.	Printplus, Neue Kalkulation Teil 1, Einstiegskurs – Produkte im Fokus	CH-Kriessern	printplus.ch
25. 09.	Cleverprinting, Photoshop-Techniken – Next Generation Publishing	Nürnberg	cleverprinting.de
25. 09. – 26. 09.	Printplus, Neue Funktionen Printplus Druck	A-Linz	printplus.ch
25. 09. – 27. 09.	VDMB, Intensiv-Training für Adobe InDesign – Layouterstellung	Aschheim	vdmh.de
26. 09.	Cleverprinting, Fortgeschrittene InDesign-Techniken – Next Generation Publishing	Nürnberg	cleverprinting.de
26. 09. – 27. 09.	Akademie der Deutschen Medien, Innovative Medienprodukte agil entwickeln	Berlin	medien-akademie.de
27. 09.	Cleverprinting, PDF-first! Digitale Dokumente für PC, Tablet, mobile Endgeräte	Nürnberg	cleverprinting.de
01. 10.	Printplus, Betriebswirtschaftslehre für die Praxis	CH-Kriessern	printplus.ch
01. 10.	ZLV, Einstieg in die Folienverpackungen für Lebensmittel	Kempton	zlv.de
02. 10. – 03. 10.	Printplus, Neue Funktionen Printplus Druck	CH-Egerkingen	printplus.ch
07. 10.	VDMB, Verpackung spezial – Prototypen visualisieren mit Photoshop	Aschheim	vdmh.de



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.

EVENT-RELAUNCH Berlin Publishing Days

Orientierung im Hype-Circle neuer Trends, Schulterschluss der Medienmacher in Zeiten von Fake News, Networking mit Gleichgesinnten und ausgeprägter Erlebnischarakter – all das erwarten Besucher von Top-Events der Publishing-Branche. Die Messen *Ifra* und *DCX* werden deshalb Teil der neu konzipierten *Berlin Publishing Days* vom 7. bis 10. Oktober 2019. Den Auftakt der viertägigen Veranstaltungsreihe macht deshalb die *World Printers Forum Conference*. Gastgeber ist die *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*: In ihrem Gebäude im Herzen Berlins starten die Teilnehmer mitten in der Praxis der Medienszene in die *Berlin Publishing Days*. Das hochkarätige Programm mit Rednern aus der ganzen Welt geht am zweiten und dritten Tag auf diversen Bühnen in den Hallen der Berlin Messe und einem starken Anbieterfokus weiter. Am Abend des ersten Messtages steigt die *Berlin Publishing Night* mit der Verleihung der *Print Innovation Awards*. Der vierte Tag der *Berlin Publishing Days* ist für Besuche bei Publishing-Profis der Verlags- und Start-up-City reserviert.
> www.ifra-dcx.com

TÝPO ST. GALLEN Auf der Suche nach ›Balance‹

Im Wirbel des bewegten Berufsalltags ist es nicht einfach, Balance zu halten. Diesem Thema in allen Formen und Facetten widmet sich die fünfte Auflage der *Týpo St. Gallen* – dem Branchentreff der Gestalter, der weit über die Ostschweizer Grenzen höchstes Ansehen genießt. Das dreitägige Ty-



Die *Týpo St. Gallen* sucht und fördert den Austausch von Referierenden und Publikum. 2019 öffnet sie vom 8. bis 10. November 2019 ihre Türen.

pografie-Symposium wird von der *Schule für Gestaltung St. Gallen* organisiert und findet vom 8. bis 10. November 2019 statt. Die fünfte Ausgabe der *Týpo St. Gallen* stellt das Thema Balance in den Mittelpunkt. Was ist überhaupt eine gute Balance? Wie ist sie zu erreichen? Einfache Rezepte, starre Regeln oder Binsenweisheiten erweisen sich meist als unbrauchbar. Was bewährt sich im Strom all jener Prozesse, die den Alltag, Projekte, Ideen und Vorhaben durchkreuzen? Diese Fragen stellt die *Týpo St. Gallen* ihren Sprecherinnen und Sprechern.
> www.typo-stgallen.ch

GMG ACADEMY Color-Management-Workshops

Für *GMG* ist Know-how der entscheidende Schlüssel zum Wettbewerbsvorteil. Um die Rentabilität von Hard- und Softwareinvestitionen zu steigern, bietet die *GMG Academy* praxisnahe Schulungen zum Thema Color-Management. Proof und Separation für den Verpackungsdruck: Vom 15. bis 17. Oktober steht die komplette Prozesskette der Druckproduktion für Verpackungen auf dem Programm. *GMG* vermittelt alle wichtigen Zusammenhänge und demonstriert, wie man mit leistungsfähigen Software-Lösungen den farblichen Druckabstimmungsprozess beherrscht. Profilierung im Digitaldruck: Vom 22. bis 24. Oktober dreht sich alles um den digitalen Druckprozess: Welche Parameter müssen wie kontrolliert werden? Es wird demonstriert, wie man mit *GMG ColorServer* Digitaldruckprozesse professionell und effizient gestaltet. Zudem lernen die Teilnehmer, Dokumente von einem in ein anderes Drucksystem zu konvertieren sowie individuelle Profile zu erstellen.
> www.gmgcolor.com

GMUND Unfolded Design & Print Show

Mit Fokus auf das Thema ›Consumer Centric‹ findet am 23. und 24. Oktober 2019 das *Unfolded Festival* zum zweiten Mal statt. Die Gäste erwarten hochkarätige Keynote Speaker und über 50 Aussteller aus aller Welt: Inspiration pur in ungewöhnlichem Ambiente direkt am Puls des Produkts – in den Produk-



Unfolded Festival 2019 – das internationale Treffen der Design- und Kommunikationsbranche am *Gmund Campus* geht in die zweite Auflage.

tionshallen von *Gmund Papier*. Den großen Erfolg des ersten *Unfolded Festival* 2018 mit weit über 1.000 begeisterten Fachbesuchern zu toppen, wird sicher nicht einfach – aber genau das hat sich *Gmund Papier* zum Ziel gesetzt. Erneut öffnet die Papierfabrik zwei Tage lang ihre Produktionsstätte und schafft so den unverwechselbaren Rahmen für eine einzigartige Veranstaltung. Neben den 400 besten Printobjekten aus dem *Gmund Award*, der am 23. Oktober zum sechsten Mal verliehen wird, präsentiert *Gmund Papier* auf der *Unfolded Design & Print Show* über 50 internationale Aussteller. Experten aus den Bereichen Design, Druck, Marke und Materialität zeigen ihre innovativen Produkte und damit eine Vielzahl neuer Ansätze zur analogen

Kommunikation der Gegenwart und Zukunft. Das *Unfolded Festival 2019* steht im Zeichen von ›Consumer Centric‹ – der Kunde im Mittelpunkt aller Unternehmensentscheidungen. Dieses Prinzip ist für *Gmund Papier* nicht nur der nächste Marketing-Trend, sondern schon lange fest im unternehmerischen Selbstverständnis verwurzelt und wird tagtäglich gelebt. ›Consumer Centric‹ – ein

komplexes und vielschichtiges Thema, das hochkarätige Keynote Speaker aus den verschiedensten Blickwinkeln beleuchten werden. Profis aus den Bereichen Strategie, Produkt, Kundenbeziehung und Kommunikation teilen ihr Wissen und ihre Erfahrungen und geben so wertvolle Impulse für eine angeregte Diskussion. Das prall gefüllte Programm mit Ausstellung, Vorträgen und Podiumsdiskussion inmitten der Papierproduktion versorgt die Teilnehmer nicht nur mit Expertenwissen, neuen Ideen und Inspiration, sondern bietet auch die perfekte Atmosphäre für entspanntes Networking.
> www.gmund.com
> www.unfoldedfestival.com


DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

DRUCKEREIBEDARF



TECHKON
Erfolg ist messbar

www.techkon.com

WEITERVERARBEITUNG



binderhaus
BINDEMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

Laminieren / Cellophanieren:
Laminiermaschinen bis 106 x 145 cm, ein- oder zweiseitig, bis 170 m/min.

binderhaus GmbH & Co. KG
Fabrikstr. 17 · 70794 Filderstadt
Tel. 0711/3584545 · Fax 0711/3584546
E-Mail: info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

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



MKW Graphische Maschinen

RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung

Tel. +49 (0)2676 93050
www.mkwgmbh.de

VEREDELUNG



DRUCK-ELITE PREMIUM

LETTERPRESS
BLINDPRÄGUNG
PRÄGEFOLIENDRUCK

DER PREMIUM-SHOP FÜR IHRE DRUCKSACHEN
WWW.DRUCK-ELITE-PREMIUM.DE

VERSCHIEDENES



TEILWEISE ONLINE ZUSTIFTEN!

Danke! Ich habe meinen Weg gefunden.

Jugendliche haben die Chance auf eine gute Zukunft verdient. Eben Sie den Weg dafür. Mit Ihrer Zuwendung an die SOS-Kinderdorf-Stiftung ermöglichen Sie benachteiligten Jugendlichen eine solide Ausbildung und gestalten Perspektiven.

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



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



MARKT-ÜBERSICHTEN

DRUCKMARKT COLLECTION

www.druckmarkt.com

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

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



Zweitägige Weiterbildung zum Digitaldruck-Operator

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

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

cleverprinting®

RICHTIG

GEDRUCKT



WUSTEN SIE,

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



FALSCH

GEDRUCKT



WUSTEN SIE,

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



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

www.cleverprinting.de/digitaldruck