

DRUCKMARKT impressions 133

27. APRIL 2020

PDF-Magazin für Print, Medien, Kommunikation und Design



DIE NAVIGATIONS-THEMEN DIESER AUSGABE:
**DIGITALDRUCK
HIGHSPEED-INKJET**

ab Seite 14.



STAY AT HOME!

MARKT & ZAHLEN
ZWISCHEN SCHOCKSTARRE UND HILFSBEREITSCHAFT. [Seite 6.](#)
PRINT & FINISHING
INKJET SCHLIESST ZUM OFFSET AUF. [Seite 20.](#)

Foto: Amelie Niklas-Ohlogge on unsplash

Diese Ausgabe ist ein Gemeinschaftsprojekt von Druckmarkt, Druckmarkt Schweiz, dem Fachverband Medienproduktion und der österreichischen Grafische Revue.



DRUCKMARKT
PRINT | PAPER | PASSION



fachverband
medienproduktion



**Graphische
Revue**
Das Portal für Mediendesign und -produktion

ÜBERBLICK. EINBLICK. DURCHBLICK.

Die Navigator-Ausgaben des Druckmarkt.
Alle 14 Tage als PDF-Magazin.
Wir stellen Produkte und Lösungen vor,
geben die dazu nötigen Hintergrundinformationen
und zeigen die Anwendungen.

Mehr kann eine Messe auch nicht bieten.

Jetzt kostenlos registrieren.
www.druckmarkt.com



Photo by Volodymyr on Unsplash



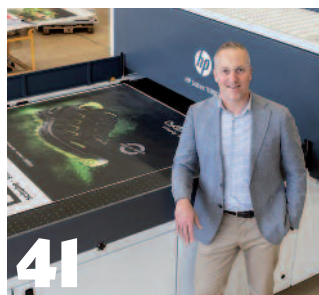
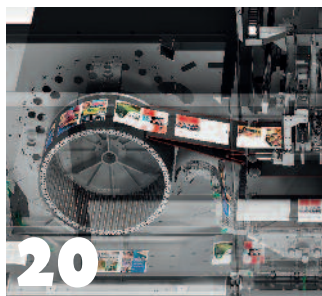
DRUCKMARKT

impressions

Navigationsthemen im PDF-Magazin

INHALT

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



	Markt & Zahlen
4	Editorial: Geschlossene Gesellschaft
6	Coronakrise: Zwischen Schockstarre und Hilfsbereitschaft
8	Gesichtsmasken statt Fahnen und Flaggen
12	Nachrichten
	Onlineprint
10	Kommunikation, der unterschätzte Erfolgsfaktor
	Print & Finishing: Digitaldruck
14	Drucktechniken: Grenzen ziehen
20	Inkjet schließt zum Offset auf
22	Zu jedem Auftrag ›Ja‹ sagen
24	Nachrichten
25	Wegner: Mehr Produktivität und Vielseitigkeit
26	Speed – das ›neue Normal‹

32	Digitalisierung als Chance verstehen
35	Sirius-Technologie für Premium-Anwendungen
36	Qualität, Produktivität und Veredelung
38	swissQprint Creative Challenge
39	Erfolgreiche Inbetriebnahme in Japan
40	Personalisierte Kinderbücher Glow in the dark
41	Mit dem Wachstum des Marktes Schritt halten
44	Projekt-Manager für das Außergewöhnliche

	Termine, Bildung & Events
46	Terminkalender

47	Business-to-Business
47	Impressum

Die nächste Navigations-Ausgabe erscheint in etwa zwei Wochen mit dem Schwerpunkt Print & Finishing und Logistik.



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

CORONAVIRUS GESCHLOSSENE GESELLSCHAFT

Als Bundeskanzlerin ANGELA MERKEL den Deutschen Mitte März geraten hatte, soziale Distanz zu wahren, um die Verbreitung des Coronavirus einzudämmen, als am Tag darauf Schulen und öffentliche Gebäude fürs Publikum geschlossen wurden, die Büros verwaisten, weil die Mitarbeiter zu Tausenden ins Homeoffice geschickt wurden und auch Industriebetriebe ihre Bänder stoppten, kam das öffentliche, kulturelle und gesellschaftliche Leben schlichtweg zum Erliegen. Einen solchen Shutdown hat es wohl noch nie gegeben. Dass auch die Grenzen zu den Nachbarländern geschlossen wurden, malt das Bild nur noch düsterer.

Vielleicht wird deshalb jetzt landauf, landab eifrig – zum Teil sogar mit Argumenten – darüber diskutiert, wann welche Einschränkungen wieder fallen dürfen, sollen, müssen – oder eben auch nicht. Noch gibt es keine verlässliche Zahlen über die Auswirkungen des Lock-downs und auch keine Anzeichen dafür, dass der Spuk bald vorbei sein könnte. Denn auch wenn die Kurve der Infizierten erst einmal abflacht, ist der Virus noch nicht besiegt. Inzwischen philosophieren Volkswirtschaftler ja schon darüber, wann wir den Tot einiger bewusst in Kauf nehmen müssen, damit nicht das ganze System stirbt. Fest steht jedenfalls: Es werden nicht alle Kranken, ob Mensch oder Unternehmen, gerettet werden können.

Denn auch vorsichtig gelockerte Infektionsschutzmaßnahmen verhindern nicht, dass 95% der *Lufthansa*-Flotte am Boden bleibt, dass Reiseanbieter den Betrieb ganz einstellen und Hotels sowie Gastronomie vor einem Trümmerhaufen stehen. Das spüren natürlich auch die Druckereien und Verlage. Welcher Pizzabäcker lässt jetzt noch einen Flyer drucken, wenn er eh geschlossen hat? Anzeigenbudgets werden eingefroren oder auf unbekannt verschoben. Und die Absage des Oktoberfestes sollte jedem verdeutlichen, dass nun auch sämtliche Herbstveranstaltungen auf der Kippe stehen.

Gleichzeitig erreicht uns eine Schwemme von Newslettern, in denen Unternehmen beschwören: »Wir sind für Sie da!« Ich bin so weit, dass ich viele davon direkt lösche. Denn das Eis zwischen plumper Selbstvermarktung und ehrlich gemeinter Unterstützung ist arg dünn. Und das ständige »Dankesagen« gibt keine Antwort auf die Frage, wie es weiter-



geht. Sicherlich nicht wie vor Corona. Es wird Veränderungen geben für das Privatleben, die Unternehmen, die Wirtschaft, für jedes betroffene Land. Und das langfristig!

Inzwischen arbeiten wir zusammen mit Kollegen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz an den »Navigator-Ausgaben«, die als PDF-Magazine versendet, auf unserer Internet-Präsenz bereitgestellt und in Newsletter-Informationen gezielt beworben werden. In diesen Magazinen werden wir durch die Fülle an neuen Lösungen navigieren und durch Hintergrundinformationen gleichzeitig Orientierung geben.

In dieser Ausgabe geht es in erster Linie um den Digitaldruck in nahezu all seinen Ausprägungen. In der nächsten Ausgabe um klassisches Print & Finishing.

So möchten wir die Industrie in dieser Messe- und Event-freien Zeit unterstützen, ihre Neuheiten der Fachwelt bekannt zu machen und Sie, unsere Leser, entsprechend fundiert informieren. Wir haben uns über neue Produkte, Systeme und Lösungen informieren können. Dieses Wissen wollen wir gerne weitergeben.



Alles Gute und bleiben Sie gesund!

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt



ZEITUNG FÜR **PRINT** - TRANSFORMATION - E-COMMERCE

BEYONDPRINT

unplugged

THEMEN WIE DIGITALE TRANSFORMATION, KÜNSTLICHE INTELLIGENZ ODER E-BUSINESS
PRINT LASSEN SICH NUN EINMAL NICHT IN ZWEI SÄTZEN ERKLÄREN. NEHMEN SIE SICH
DAFÜR ETWAS MEHR **ZEIT** UND **LESEN** SIE DIE BEITRÄGE UNPLUGGED UND OHNE ELEK-
TRONISCHE VERSTÄRKUNG. FACHEXPERTISE KOMPETENT, PRAXISNAH UND ENTKRAMPFT.



STAY AT HOME!

AUSWIRKUNGEN DES CORONAVIRUS ZWISCHEN SCHOCKSTARRE UND HILFSBEREITSCHAFT

Innerhalb von nur sechs Wochen nach der massiven Ausbreitung des Coronavirus ist das gesellschaftliche und wirtschaftliche Leben in Europa nahezu zum Erliegen gekommen. Auch Druck und Medien sind von der Krise akut betroffen.

Foto: Amelie Niklas-Ohlrogge auf unsplash

Das Bittere daran: Als sogenannte nachgelagerte Industrie wird sie die Konsequenzen des Shutdowns selbst dann noch spüren, wenn sich andere Wirtschaftszweige bereits wieder erholen. Umso wichtiger ist es, zu ermitteln, wie stark die Effekte auf die Druck- und Medienindustrie und ihre unterschiedlichen Sparten sind. Der *Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm)* hatte daher zu einer Online-Befragung aufgerufen, die bis 26. April 2020 lief.

90% melden Umsatzeinbußen

Dann werden frühestens Anfang Mai Zahlen über das Ausmaß der Krise in der deutschen Druckindustrie vorliegen. Die Er-

gebnisse werden aber wohl nicht all zu weit von den Zahlen abweichen, die der *Verband Druck & Medientechnik* in Österreich erhoben und bereits Mitte April veröffentlicht hat. Danach verzeichneten fast 90% der Druckereien im März einen Umsatzrückgang. Ein Drittel der Druckereien nennen für den März einen Rückgang zwischen 30% und 50%, ein weiteres Drittel zwischen 51% und 80%. Nur 14% hatten schon im März nahezu einen Totalausfall. Die Unternehmen kämpfen vor allem mit dem Ausbleiben von Aufträgen (98%), stornierten Aufträgen (70%) sowie offenen Rechnungen (29%). Die Auswirkungen werden sich vor allem im zweiten Quartal im Umsatz niederschlagen. Hier erwarten die Druckereien

deutlich stärkere Einbußen, stellen sich auf einen Umsatzeinbruch zwischen 31% und 50% ein (31%), und 50% erwarten ein Minus zwischen 51% und 80%.

90% der Druckereien haben für ihre Mitarbeiter Kurzarbeit angemeldet, 42% Förderungen beantragt, 10% mussten Mitarbeiter entlassen und 60% haben für ihre Vertriebsmitarbeiter ein Homeoffice eingerichtet.

Trendbarometer

Um eine Informationsbasis für die Geschäftsentwicklung zu schaffen, haben die *source GmbH* und der *f.mp. (Fachverband Medienproduktion)* eine kurze Umfrage für Druckereien und Drucksacheneinkäufer initiiert. Die Ergebnisse werden in einem Trendbarometer wöchentlich

zusammengefasst. Die Teilnahme an der Umfrage und die Registrierung für die Ergebnisse ist auf der Website von *source* möglich.

Die Ergebnisse der ersten beiden Befragungswochen zeigten für den Rollen- und Bogenoffset sowie den Digitaldruck, dass Bestellungen und Produktionen im Vergleich zu den ursprünglich geplanten Volumen zwischen 45% und 60% zurückgingen. In der vierten Befragungswoche schätzen Einkäufer die Entwicklung der Auftragslage positiver ein als Druckereien.

Auch zu bereits ergriffenen Maßnahmen liefert die Umfrage Antworten. Druckereien nehmen Kurzarbeit in Anspruch und setzen auf Kostenreduktion. Einkäufer redu-

zieren ihre Kosten und ändern ihre Planungen für das 2. Halbjahr.

> www.source-e.com

Krise der Medien

MATHIAS DÖPFNER, CEO von *Axel Springer*, sieht wegen des starken Werbeausfalls für viele Verlagshäuser schwarz. Dies betreffe aber nicht nur kleinere und mittlere Unternehmen, so DÖPFNER in einem Interview mit dem Nachrichtenmagazin *Spiegel*, sondern auch große Verlagshäuser. Der Werbemarkt breche momentan dramatisch ein. Der *Axel-Springer*-Chef, der auch Präsident des *Bundesverbandes Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV)* ist, lehnt trotzdem staatliche Unterstützung ab.

Dies steht im Gegensatz zum Schweizer Verlegerverband, der ein Paket von 87 Mio. Franken beim Bundesrat beantragt hatte, was aber abgelehnt wurde. DÖPFNER hingegen hält es für inakzeptabel, wenn die Trennung zwischen privater Presse in einer Krise aufgelöst oder auch nur verwässert würde. Die Zeitungsvielfalt per Staatshilfe zu retten, sei keine Lösung, so DÖPFNER, dagegen hält er die indirekte Presseförderung für ein taugliches Mittel.

380 Mio. Franken weniger

Große wie kleine Verlage in der Schweiz rechnen mit massiven Werbeverlusten im Jahr 2020 und melden Kurzarbeit an. Nach einem Workshop mit Experten schätzt der Verband Schweizer Medien mit einem Werberückgang von 380 Mio. Franken – die Hälfte also vom Vorjahresvolumen von 800 Mio. CHF. Praktisch alle redaktionellen Medien melden eine nie da gewesene Nachfrage nach redaktioneller Information, die sich durch Rekorde bei Klickzahlen, aber auch bei Online-Abos und Kioskverkäufen von Zeitungen und sogar durch direkte Spenden an Redaktionen zeigen. Doch die Coronakrise hat zu extremen Umsatzrückgängen auf dem Werbemarkt

geführt und viele Medien stehen deshalb am Rande des Konkurses. Deshalb haben acht nationale Organisationen von Journalisten und Medien dem National- und Ständerat Notmaßnahmen vorgeschlagen, um der Ausdünnung der journalistischen Information aufgrund der finanziellen Situation der Medien in der Coronakrise entgegenzuwirken. Die Vorschläge bestehen aus einem Paket. Während der Krise sollen Zeitungen und Zeitschriften kostenlos durch die Post zugestellt werden. Zudem sollen die Abonnements der Medien bei der Nachrichtenagentur Keystone-SDA vom Bund finanziert werden. Ein Fonds von 100 Mio. CHF soll Medien in Finanznöten helfen und journalistische Recherchen finanzieren.

Allianz appelliert an Regierung

In Deutschland haben der *bvdm* und eine breite Allianz an Organisationen der Medien-, Werbe- und Kommunikationsbranche einen schriftlichen Appell an Ministerien gerichtet und wirksame und praxisnähere wirtschaftspolitische Unterstützung eingefordert. So seien etwa kreditbasierte Liquiditätshilfen nicht ausreichend geeignet, die Engpässe der überwiegend kleinen und mittelständischen Be-

triebe aufzufangen. Als hoch verzinsten Darlehen liefen sie für die Mehrheit der betroffenen Unternehmen eher auf eine Umwidmung der Liquiditätskrise in eine Schuldenkrise hinaus.

Viel eher geeignet als echte Unterstützung und Entlastung für die Druck- und Medienbetriebe wären eine steuerliche Vereinigung der Wirtschaftsjahre 2019 und 2020; die Vergabe zinsfreier Darlehen sowie durch das Aussetzen von Insolvenzregeln, Lohnsteuerzahlungen und Sozialversicherungsbeiträgen.

»Es kann und darf nicht sein, dass Politiker die vielen kleinen und mittelständischen Betriebe in guten Zeiten als Säule der deutschen Wirtschaft preisen und jetzt in der Krise fallen lassen«, kommentiert Dr. PAUL ALBERT DEIMEL, Hauptgeschäftsführer des *bvdm* das Engagement des Verbandes.

Hilfsbereitschaft der Branche ...

Und während viele Branchen zum untätigen Abwarten verdammt sind (man denke nur an die Gastronomie, Hotels etc.) gehen Druckereien dazu über, Gesichtsmasken, die auch individualisiert werden können, Abstandswände, Raumtrenner, mobile Trennwände, Spuckschutz, Desinfektions- und Reinigungstücher, Displays

oder Hinweisschilder und vieles mehr herzustellen (siehe auch den Beitrag auf der nächsten Seite).

... und seiner Zulieferer

Interessantes kommt auch von den Zulieferern der Druckindustrie. So produziert *Durst*, der Südtiroler Hersteller von großformatigen Digitaldruckmaschinen in seinem Democenter in Brixen Schutzmasken. Dazu hat das Unternehmen seine Textildruck- und Weiterverarbeitungsanlagen entsprechend umgestellt.

Mondi wirkt während der Corona-Pandemie bei der Herstellung wichtiger Materialien mit. Das Team bei *Mondi Personal Care Components* stellt eine Produktionslinie im Werk Gronau in Deutschland so um, dass sie elastische Haltebänder herstellt, die für Gesichtsmasken verwendet werden können. Das Werk in Gronau beschäftigt sich normalerweise mit Materialien für Hygieneprodukte. Jetzt stellt das Werk eine seiner Fertigungslinien für die Herstellung eines dreilagigen, laminierten Haltebandes um. Die Bänder liefert *Mondi* an Kunden, die Masken herstellen, auf Rollen. Das elastische Material ersetzt ein Gummiband, wodurch die Arbeitsgeschwindigkeit der Maschinen vervielfacht wird.

Auch *Ricoh* engagiert sich im Kampf gegen das Coronavirus und unterstützt die Mitarbeiter des britischen Gesundheitssystems *NHS* mit Klarsicht-Gesichtsvisieren. Diese werden mithilfe des 3D-Drucks (additive Fertigung) und in Größenordnungen von wöchentlich 40.000 Stück hergestellt, so *Ricoh*.

Und ebenfalls mit Sachspenden beteiligt sich *Sprintis* in Würzburg mit einer Reihe von Produkten aus dem Sortiment, die zur Herstellung von Mund-Nasen-Masken, Visieren, Schutzwänden und weiteren Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen dienen. Gummizugschnüre und Nasenbügel finden beispielsweise bei der Maskenproduktion Verwendung. Aus Hart-PVC-Folien und Druckösen werden Gesichtsschilder gefertigt. Zum Bau von Schutzwänden, die als Nies- und Spuckschutz im Einzelhandel eingesetzt werden, finden die PVC-Folien in Kombination mit Haken und Federn Verwendung. In den vergangenen Tagen hat das Handelsunternehmen die Plattform *WUE-Care*, die selbst genähte Behelfsmasken herstellt, mit Sachspenden aus dem eigenen Sortiment unterstützt.





ÜBERBLICK. EINBLICK. DURCHBLICK.



DRUCKMARKT
impressions

www.druckmarkt.ch



Bildquelle: Thomas Paulus, Onlineprinters

Statt Fahnen, Flaggen oder Besspannungen für Messesysteme nähren die Mitarbeiterinnen von diedruckerei.de am Standort Neustadt an der Aisch nun Gesichtsmasken im Minutentakt. Pro Woche können bis zu 10.000 Stück hergestellt werden.

ONLINEPRINTERS GESICHTSMASKEN STATT FAHNEN UND FLAGGEN

Onlineprinters hat einen Teil der Großflächenfertigung in Neustadt an der Aisch auf die Herstellung von Gesichtsmasken umgestellt. Auch andere Onlinedruckereien bieten inzwischen Schutzmasken unterschiedlicher Art und Güte an.

»Nach allem, was wir aktuell von Experten hören, hilft das Tragen von Gesichtsmasken, die Ausbreitung des Corona-Virus einzudämmen. Wir haben uns daher entschieden, einen Beitrag dazu zu leisten und damit begonnen, Stoffmasken zu produzieren«, sagt ROLAND KEPPLER, CEO der *Onlineprinters-Gruppe*. Nach einer zehntägigen Entwicklungszeit sind die Gesichtsmasken nun im Onlineshop verfügbar.

Das Unternehmen startet mit einer Stückzahl von bis zu 10.000 Masken pro Woche und wird die Kapazitäten bei Bedarf ausweiten. »Die Materialien hierfür liegen bereits auf Lager«, bestätigt KEPPLER. »Die ersten Gesichtsmasken gehen an unsere Mitarbeiter und ihre Familien. Auch für soziale oder karitative Einrichtungen an unseren Unternehmensstandorten Neustadt an der Aisch und Fürth stellen wir 10.000 Stück zur Verfügung.«

Die Gesichtsmasken sind bei 60 Grad waschbar, werden in verschiedenen Ausführungen angeboten und können auch individuell bedruckt werden. Bestellt werden können Klein- und Kleinstmengen ab 10 Stück. Frühzeitig getroffene Vorsichtsmaßnahmen und strenge Hygienevorschriften haben dazu beigetragen, dass *Onlineprinters* die Produktion weiterhin aufrechterhalten kann. Alle Mitarbeiter der Verwaltung arbeiten aktuell im Homeoffice.

Neben Gesichtsmasken sollen weitere Produkte in das Sortiment aufgenommen werden, darunter zertifizierte Sicherheitsaufkleber, Aufsteller für Handdesinfektionsmittel sowie Plexiglaswände. Alle Produkte können individualisiert und so für die Werbung genutzt werden.

Masken und Visiere

Inzwischen haben etliche Onlinedruckereien Masken oder Gesichtsvisiere, die auch Stirn und Kinn bedecken, im Angebot. Neben *Onlineprinters* sind wir auch bei *Vistaprint*, *Flyeralarm*, *Saxoprint*, *primusprint*, *DruckDiscount 24* oder *print4reseller* fündig geworden. Dabei reicht das Angebot von hochwertigen Stoffmasken in unterschiedlichen Ausführungen bis

zu einfachen Masken aus Karton. Und *Johnen Druck* aus Bernkastel-Kues hat das Portal meinspuckschutz.de aufgesetzt, auf dem individualisierbare Einwegmasken aus Karton, Spuckschutzwände und Hygienestationen für Desinfektion und Mundschutz angeboten werden. Die Hygienestation besteht aus 4 mm starkem Alu Dibond im Format 600 x 1.350 mm, auf dem ein Spenderhalter für die Händedesinfektion samt leerer 500 ml Flasche mit Dosierpumpe und ein Ausgabespender für die genannten Einwegmasken montiert sind. Die Masken sind allesamt für den nicht medizinischen Bedarf bestimmt.



**Museum
für
Druckkunst
Leipzig**

Kulturerbe Drucktechnik Erleben

druckkunst-museum.de

**Tragen Sie dazu bei, die Drucktechniken
zu bewahren und lebendig zu vermitteln!**

Spendenkonto:

IBAN DE92 8605 5592 1100 3969 14



Eintrag im
Bundesweiten Verzeichnis
Künstlerische Drucktechniken des
Hochdrucks, Tiefdrucks, Flachdrucks,
Durchdrucks und deren Mischformen

Kommunikation, der unterschätzte Erfolgsfaktor

Besucher des 8. *Online Print Symposiums* werden längst festgestellt haben, dass unsere Berichte nicht dem chronologischen Ablauf des Events folgen. So haben wir auch hier zwei wesentliche Beiträge des OPS 2020 zusammengefasst, die intensiv auf das Thema Kommunikation eingehen. Denn Kommunikation kann sehr unterschiedlich sein. Beispiele gefällig?

Von Klaus-Peter Nicolay

Frank Fülle hielt eine Brandrede in Sachen Unternehmenskommunikation, mit der er vielen Teilnehmern des OPS 2020 aus der Seele sprach.



»Reizüberflutung, Überangebot, immer kürzere Produktlebenszyklen. Dazu kommen Digitalisierung und Disruption. Ganze Branchen verschwinden, neue entstehen. Die Märkte verändern sich rasant. Wer da nicht aufpasst, verliert ganz schnell den Kontakt zu seiner Zielgruppe«, führte FRANK FÜLLE, Geschäftsführer *Briefdruck Fülle*, gleich zu Anfang seines viel beachteten Beitrags aus, in dem er »sachdienliche Hinweise in Sachen Marketing« gab.

Die gelten aber nicht nur für Onlinedrucker, die sich im Saal befanden, sondern eigentlich der gesamten Druckbranche. Denn: »80 Prozent der Druckereien unterschätzen die Wirkung der eigenen Unternehmenskommunikation nach außen«, sagte FÜLLE. Dabei sei Kommunikation eine der vier Säulen im Marketing-Mix, die alle vier gleich ausgeprägt sein sollten: Produkte, Preise, Vertrieb und Kommunikation. Das heißt, dass jedes dieser Elemente nur (oder immerhin) 25% des Erfolgs ausmachen.

Auch die Produkte. Jeder Drucker sollte stets hinterfragen, ob seine Produkte überhaupt noch relevant sind? Und für wen? Dazu sollte er mit den Produkten experimentieren und sich vielleicht sogar spezialisieren.

So wie es *Briefdruck* mit seinen 50 System-Mailings gemacht hat. Die sind auch nicht gleich auf einmal entstanden, sondern durch Experimentieren am Kernpro-

dukt. Und durch das Hinzufügen von Systembausteinen wie Muster- und Designservice, Gestaltungsvorlagen, Express-Produktion, Datencheck, Fixpreise und vieles mehr werden viele der Mailing-Varianten noch attraktiver.

Dabei steht jeder Drucker irgendwann auch vor der Entscheidung, ob er als Preisführer oder Leistungsführer wahrgenommen werden will. »Schon über die Preispolitik können Wünsche, Träume und Sehnsüchte emotional adressiert werden«, führte FÜLLE aus und riet dem Auditorium auch den Mut zur Preis-Pauschalisierung zu haben. Die Preise seien gegebenenfalls besser nachfrageorientiert als kostenbasierend zu bilden. Dabei sollte man auch vor dynamischen Preisen nicht zurückschrecken.

No Business without Show Business

Damit sind aber erst 50% des Marketing-Mix erfüllt. »Und nie vergessen: Kunden interessieren sich nicht für die Preissituation am Rohstoffmarkt. Kunden kaufen dort, wo sie sich wohlfühlen«, mahnte FRANK FÜLLE, bevor er im zweiten Teil seines Vortrags aufzeigte, wie es seinem Unternehmen gelungen ist, durch Digitalisierung, Onlineprint und eine pointierte Unternehmenskommunikation Kunden zu gewinnen.

Dabei sei der Vertrieb ohne Internet und Social Media heute gar nicht mehr vorstellbar und damit Teil der Kommunikations-Strategie, führte FÜLLE aus. »There is no Business without Show Business. Marketing ist dabei ein Kampf der subjektiven Wahrnehmung.«

Das will aber gekonnt sein. »Es geht um die klare Formulierung der gewollten Botschaft, um eine einfache und spitze Kernaussage, die positioniert werden muss. Wir setzen aktuell auf den Claim »Mailing kann jetzt jeder!«, berichtete FRANK FÜLLE. Das Polarisieren sei gewollt und werde stetig wiederholt. »Denn einmal drin im Gedächtnis, heißt drin im Geschäft. Dazu sind jährlich mindestens vier Kontakte notwendig.«

Und er gab den Teilnehmern des OPS 2020 noch eine weitere Erkenntnis mit auf den Weg: »Die Relevanz der Druckprodukte prüfen, spezialisieren und positionieren, erst dann gekonnt nach außen kommunizieren, der Sache Zeit geben und optimieren. Das ist eine strategisch zukunftsfähige Ausrichtung.«

Nach seinem Vortrag dürfte jeder erkannt haben, warum FRANK FÜLLE der wohl innovativste Onlinedrucker im Directmail-Markt für adressierte Postwerbesendungen ist. Als Jünger der Schwarzen Kunst gestartet, schlägt sein Herz inzwischen für das Marketing. Während man sich in der Printbranche allzu gern auf technische Themen zurückzieht und das Produkt strapaziert, arbeitet FÜLLE mit seinem Team im thüringischen Wünschendorf konsequent daran, Kundenprobleme zu lösen und das Kundenerlebnis zu perfektionieren. Dabei transformierte er die 1912 gegründete Briefumschlagfabrik durch Digitalisierung zur leis-

tungsführenden Mailingfabrik im deutschen Markt, die 80% ihrer Aufträge online abwickelt. Respekt!

Ungenutzter Marketingkanal nach dem Check-out

Kommunikation ist aber auch, wenn man etwas schlecht oder gar nicht tut.

Es klingelt, durch die Sprechanlage ist so etwas wie »Kurierdienst« zu verstehen und statt das Paket in den zweiten Stock zu liefern, schmeißt es der Bote hinter die Eingangstür und verschwindet wieder. So beispielsweise kann ein Online-Einkaufserlebnis auf der letzten Meile aussehen.

Und das ist offenbar kein Einzelfall. Dass es oft genug zu Unzufriedenheit kommt, wenn der Logistiker den Kundenkontakt übernimmt, zeigt auch eine Umfrage von *Statista*: Demnach gaben 31% der befragten Internet-Nutzer an, schon einmal mit einem Online-Einkaufserlebnis unzufrieden gewesen zu sein, weil der Versand der Ware nicht überzeugt hat.

Der Grund ist denkbar einfach: Fast jeder Shop verschickt Tracking-Links nach einer Bestellung – und fast immer führen die auf die Website des Logistikpartners. Damit verschenken Online-Shops beim Bestandskundenmarketing viel Potenzial, wie eine Analyse von *ParcelLab* ergeben hat. Bis zu 75% der Kunden kehren über Track & Trace nach der Bestellung in den Shop zurück, wenn die Verlinkung entsprechend geändert wird. Dort könnten sie leicht zu einem neuen Kauf motiviert werden.



Denn nicht nur das Shopping selbst, auch der Versand kann zum Erlebnis werden, erläuterte ANGUS KNIGHTS, UK Partnership Manager der *parcelLab GmbH*. Seine Arbeit konzentriert sich darauf, die Lieferketten zu verstehen und sie durch eine andere Sichtweise zu betrachten: »Nach einer erfolgreichen Bestellung soll der Kunde an das Unternehmen gebunden werden. Eine Möglichkeit ist, den Versand mit Statusmeldungen und zusätzlichen nutzenswerten Informationen zum Erlebnis zu machen.«

Proaktive Kundenkommunikation anstreben

Durch proaktive Kundenkommunikation gewinnen Händler zumindest ein Stück der Kontrolle im Versandprozess zurück. Sie können Kunden informieren, dass das Paket das eigene Lager verlassen hat, die Zustellung für einen bestimmten Tag ankündigen, darauf hinweisen, an wen das Paket ausgeliefert wurde, über Lieferverzögerungen informieren oder den Erhalt der Retoure bestätigen. »Diese Kontaktpunkte zum Kunden sollten Händler nicht ihren Logistikern überlassen. Schließlich klicken durchschnittlich 70% der Kunden auch nach dem Kauf auf eine Versandnachricht. Dieses Potenzial sollten Shop-Betreiber für sich nutzen«, argumentierte ANGUS KNIGHTS.

Doch die Realität sieht anders aus, wie er anhand von Zahlen und Beispielen belegte. So kommunizieren



»Mailing kann jetzt jeder!« ist der neue Claim von Briefedruck Fülle. Dabei setzt das Unternehmen ganz bewusst abgefahrenere Motive ein, um zu polarisieren.

66% der Online-Händler gar nicht. 70% der Händler haben ein unbefriedigendes Tracking und 87% der Händler vernachlässigen die echte Personalisierung. Daraus folgert KNIGHTS, dass viele Händler ihre Kunden nach dem Check-out auf der emotionalsten Stufe der Customer Journey ignorieren.

Der bisher ungenutzte Marketingkanal Zustellkommunikation kann bessere Kundenerlebnisse schaffen, die Kundenbindung steigern und den Wert der bestehenden Kundenbasis steigern.

Ein Discounter beispielsweise informiert seine Kunden mit personalisierten E-Mails über den Lieferstatus und aktuellen Aufenthaltsort des Pakets. Durch diesen proaktiven Service generiert der Händler während des Versandprozesses pro Bestellung 2,7 neue Touchpoints zu seinen Kunden. Und das lohnt sich: 85% der Kunden kehren durch die Versandmails zurück in den Webshop.

Gute Kommunikation kann auch die Call-Center entlasten, wenn sich Sendungen verspäten. Dadurch reduzieren sich versandbezogene Anfragen um 24%. Durch die zeitnahe Versandskommunikation gelang es zudem, auf Bewertungsplattformen die Zahl der Shop-Bewertungen massiv zu steigern.

Die Tipps sind möglicherweise nicht von jedem gleich umzusetzen, doch lohnt es sich, zumindest darüber nachzudenken.



Noch fokussieren sich die meisten Onliner auf vergleichsweise simple Informationen über den Bestellprozess. Mit smarten Technologien sind aber noch viel mehr Möglichkeiten denkbar, wie auch der Versandprozess für den Kunden zum Erlebnis wird. So könnten Onlinedrucker ihren Kunden die Wartezeit auf die bestellten Einladungskarten versüßen, indem sie per Mail schon einmal eine gedruckte Danksagung empfehlen. So bleibt er in guter Erinnerung und ist sicher noch im Gedächtnis, wenn der nächste Einkauf ansteht. Denn der Check-out ist der Beginn einer neuen Journey. Und wie sagte Frank Fülle? »Einmal drin im Gedächtnis, heißt drin im Geschäft.«

GBH UND GC**Zusammenarbeit in der Krise**

Um Unternehmen der Druck- und Medienindustrie Hilfestellungen in der Coronakrise zu bieten, bündeln der auf Druckereien spezialisierte Versicherungsmakler *Gayen & Berns Homann GmbH* und der Unternehmensberater *GC Graphic Consult* ihre Kräfte. Idee der Zusammenarbeit ist es, von der Pandemie betroffenen Firmen gezielte Informationen und Unterstützung bei der Unternehmensführung zur Verfügung zu stellen. Im Fokus der Beratung steht auch die Frage, welche Chancen sich aus der Krise für die Unternehmen ergeben.

> www.gbh.de

> www.graphicconsult.de

FUSION**Druckerei Wolf in neuen Händen**

Die *Druckerei Wolf* in Ingelheim geht rückwirkend zum 31. Dezember 2019 in die Hände des *Druckhaus Seibert* mit Sitz in Osthofen. Durch den Zusammenschluss kann die *Druckerei Wolf* neben der Produktion in Ingelheim

nun auf zusätzliche Maschinenkapazitäten zugreifen. *Wolf* bringt Kompetenzen im digitalen Umfeld mit. Die hauseigene Entwicklungsabteilung erstellt Shops, Kundenportale und E-Commerce-Systeme. Zudem gehören Portale wie *Mappen24.de* und *Wolf-Manufaktur.de* zum Portfolio.

Das *Druckhaus Seibert* bedient mit seinem modernen Maschinenpark Kunden aus der Pharmaindustrie. Durch die Fusion wird das Unternehmen zu einer der größten Druckereien in Rheinhessen.

INPRINT MUNICH**Erstmals parallel zu ICE und CCE**

Die *InPrint Munich* 2021, internationale Fachmesse zu Drucktechnologien für industrielle Anwendungen, vernetzt sich mit *ICE Europe* und *CCE International*. Das gab der Veranstalter *Mack Brooks Exhibitions* bekannt. Als neuer Mesetermin für die *InPrint Munich* und die beiden anderen Messen wurde der 9. bis 11. März 2021 festgelegt. Der Veranstaltungsort auf dem Messegelände München bleibt.

BVDM**Ausgleich seiner CO₂-Emissionen**

Der *Bundesverband Druck und Medien (bvdm)* hat erneut alle unvermeidbaren Treibhausgasemissionen kompensiert, die durch seine Geschäftsstelle entstehen. Erfasst wurden alle energierelevanten Faktoren wie Wärmebedarf und Strom, aber auch die Arbeitswege der Mitarbeiter und deren Reiseaktivitäten. Der CO₂-Fußabdruck wurde mithilfe des Rechners der Klimainitiative der *Verbände Druck und Medien* berechnet und durch Maßnahmen im Projekt ›Effiziente Kocher‹ in Ghana ausgeglichen.

HERMA GRUPPE**Leichtes Plus trotz Gegenwind**

Eine im Maschinenbau stark rückläufige Nachfrage und eine sich abschwächende Weltwirtschaft bremsen *Herma* beim weiteren Wachstum. Das auf Haftmaterial, Etiketten und Etikettiermaschinen spezialisierte Unternehmen konnte 2019 dennoch um rund ein Prozent zulegen. Der Umsatz stieg

auf 364,4 Mio. €. Ebenfalls geringfügig erhöhte sich die Exportquote von 60,2% auf jetzt 61,0%. Deutlich gesunken ist dagegen im Geschäftsjahr 2019 das Ergebnis, allerdings auch in Folge erster Abschreibungen nach dem großen Investitionsvorhaben im Volumen von über 100 Mio. € in Filderstadt.
> www.herma.de

DIN 5008**Einfach richtig schreiben**

Wie sieht ein korrekter Geschäftsbrief aus? Wie gliedere ich Telefonnummern und IBAN-Zahlen? Sind Emojis erlaubt? Diese und ähnliche Fragen stellen sich Mitarbeiter im Beruf täglich, wenn es um Texte in der Geschäfts- und Bürokommunikation geht. Antworten liefert die DIN 5008 ›Schreib- und Gestaltungsregeln für die Text- und Informationsverarbeitung‹. DIN hat das Regelwerk jetzt in einer überarbeiteten Fassung mit neuen Inhalten veröffentlicht, die über den Rahmen der reinen Textverarbeitung hinausgehen. Hinzugekommen sind unter anderem Themen wie Präsentationen,

Protokolle, Rechnungen, Texte in Tabellenform und viele Anwendungsbeispiele.

Erweitert wurden zudem Inhalte zu elektronischem Schriftverkehr, beispielsweise per E-Mail oder über vergleichbare Dienste. Ein ausführlicher Anhang informiert über typografisch anspruchsvolle Texte und abweichende Regeln für Flyer oder Geschäftsberichte.

Die DIN 5008 ist beim *Beuth Verlag* erhältlich, der sie in Form eines handlichen Sonderdrucks und mit Anwendungshilfen veröffentlicht.

> www.beuth.de/din-5008

FELIX SCHOELLER**Kurzarbeit für 2.100 Mitarbeiter**

Die *Felix Schoeller Group* aus Osnabrück reagiert mit Maßnahmen auf die sich durch Corona bedingte abschwächende Nachfrage. Das Unternehmen hat seine Kapazitäten für die Fertigung von Spezialpapieren angepasst. In den deutschen Werken wurde nach Ostern Kurzarbeit umgesetzt. Betroffen sind von den insgesamt 3.600 Beschäftigten weltweit etwa 2.100.

SHORTCUTS | Der *Verband Druck & Medientechnik Österreich* arbeitet jetzt mit *ClimatePartner* zusammen, um der österreichischen Druckbranche einen anerkannten Zugang zum klimaneutralen Drucken zu ermöglichen. Der Verband und *ClimatePartner* bieten einen CO₂-Rechner an, der in gängige Kalkulations-Software bei Druckereien integriert werden kann. • Mit Wirkung zum 1. Januar 2020 hat *Follmann* den russischen Klebstoffhersteller *Chemical Alliance* in Moskau und rund 20 Mitarbeitern übernommen. Bereits 2018 hatte *Follmann* die Mehrheitsanteile am russischen Klebstoffhersteller *ZAO Intermelt* und den britischen Klebstoffhersteller *Sealock* gekauft. • Im Dezember 2019 haben sich die *Laudert-Studios* eine Mehrheitsbeteiligung am Foto-Spezialisten *eShot AG* gesichert. *eShot* konzentriert sich künftig auf die Plattform- und Marketplace-Fotografie, unterstützt von der Prozess- und Workflow-Expertise von *Laudert*. • *Zünd* ist mit den Vertriebspartnern *Grafitroniks* und *Fogepack* seit vielen Jahren erfolgreich im französischen Markt präsent. Anfang 2020 hat die *Zünd Systemtechnik AG* die *Grafitroniks* übernommen und will die Partnerschaft mit *Fogepack* gleichzeitig weiterführen. • *Ricoh* wird in der von *EcoVadis* durchgeführten Nachhaltigkeitsstudie erneut mit Gold ausgezeichnet. Seit dem Erhalt der ersten Gold-Bewertung im Jahr 2014 hat *Ricoh* in der Studie stets die höchste Bewertung erhalten. • Der *Fachverband Faltschachtel Industrie e. V. (FFI)* begrüßt zwei neue Assoziierte Mitglieder: die *Leonhard Kurz Stiftung & Co. KG* und die *International Paper (Deutschland) GmbH*.



DRUCKMARKT **PRINT** **digital!**

Die Bedeutung des Digitaldrucks steigt seit Jahren. Wichtige Nischen des Akzidenzdrucks wurden bereits erreicht. Und die fortschreitenden Entwicklungen werden dafür sorgen, dass die wirtschaftlich zu produzierenden Auflagen von Jahr zu Jahr steigen.

Dennoch bleiben Nachfrage und Anwendungsvielfalt deutlich hinter den Erwartungen zurück. Und das hat einen Grund: Mangelnde Kreativität bei der Nutzung der vielfältigen Möglichkeiten des Digitaldrucks münden in die primitivsten Formen der Kleinauflagen.

PRINT digital! setzt sich für die Verbreitung von Wissen rund um die digitalen Drucktechnologien und deren kreative Anwendungen wie Individualisierung ein.

Das Informieren über Techniken und deren Anwendungen ist seit Jahren auch Ziel des »Druckmarkt«. Deshalb unterstützen wir die Aktivitäten von PRINT digital!

Lesen Sie in jeder Ausgabe Berichte über interessante Projekte und beispielhafte Lösungen.

www.druckmarkt.com

print-digital.biz



NAVIGATIONS-THEMA
PRINT & FINISHING:

DIGITALDRUCK
TECHNOLOGIEN



www.druckmarkt.com

DIGITALDRUCKTECHNIKEN GRENZEN ZIEHEN

Eine eindeutige Zuordnung von Digitaldruckmaschinen in Kategorien ist nicht ganz so einfach. Denn ob es nun eine Digitaldruckmaschine mit hoher Leistung ist oder ein Bürodrucker – beide drucken digital. Was aber macht eine Digitaldruckmaschine für den Einsatz in einer Druckerei-Umgebung aus? Es ist einmal mehr und vor allem die Frage nach der Anwendung.

Von Klaus-Peter Nicolay

Allen Diskussionen zum Trotz, der Digitaldruck sei ein Wettbewerbsverfahren zum Offsetdruck, kann die Zielrichtung digitaler Drucksysteme nicht die hochvolumige Drucksache in fünf- oder sechsstelliger Auflagenhöhe sein, sondern der Bereich kleinerer oder kleinster Auflagen. Alleine das schon eröffnet vielfältige Möglichkeiten, aus denen bereits völlig neue Anwendungen entstanden sind. Man denke nur an Fotobücher, an individualisierte Mailings oder auch an den Druck immens großer Bilder für den Innen- und Außenbereich. Die Anwendungen gehen weit über das hinaus, was vom Digitaldruck ursprünglich einmal erwartet wurde.

So ist er heute in sämtlichen Anwendungsfeldern anzutreffen: bei Akzidenzen, im Bücherdruck, bei

Magazinen sowie bei Etiketten und Verpackungen. Hinzu kommen mit dem Transaktionsdruck und individualisierten Mailings spezielle Anwendungen, die nur im Digitaldruck möglich sind. Und das Large-Format-Printing ist als Digitaldrucktechnik zu einer eigenen Disziplin geworden. Gerade deshalb ist es notwendig zu unterscheiden, welche Möglichkeiten welche Maschinen bieten und welche Druckertechnologien sich für die eine oder andere Drucksache mehr oder weniger sinnvoll einsetzen lassen.

Wer druckt digital?

Auf Basis von Kopierern waren tonerbasierte Drucksysteme die ersten digitalen Drucker und werden bis heute als Schwarz-Weiß-Systeme für Bogen und Rolle sowie für den Farbdruck angeboten.

Etwa 90% aller installierten Digitaldruckmaschinen dürften heute tonerbasiert sein.

Doch der Inkjet holt gewaltig auf. Neben dem Large-Format-Print spielt Inkjet in Highspeed-Rollenmaschinen sowie in den nunmehr bis zum B1-Format reichenden Bogen-Digitaldrucksystemen eine erhebliche Rolle. Wer hier Ordnung hineinbringen will, ist gezwungen, die Systeme zu klassifizieren.

Da bietet sich zunächst einmal die Unterteilung in Schwarz-Weiß- und Farbsysteme an. Beide lassen sich noch einmal in Rollen- und Bogensysteme unterteilen und die wiederum in Format- und Leistungsklassen oder auch in Verfahrenstechniken. So haben wir für unsere Übersichten, die wir in Kürze veröffentlichen werden, eine Auswahl der Bogen-

und Rollenmaschinen getroffen, die Formatbereiche abgegrenzt und zudem eine Leistungsgrenze gezogen.

Vorentscheidung: die Leistung

Für eine Betrachtung aus Sicht der Druckindustrie spielt bei der Auswahl eines Digitaldrucksystems zunächst meist die Auflagenhöhe eine Rolle. So gibt es Drucksachen, die nur einmal, vielleicht 15 bis 50 Mal oder in Auflagen von 500 Exemplaren benötigt werden. Alle Auflagen darüber hinaus gehören nach bisherigem Verständnis noch immer in den Offsetdruck. Es sei denn, es werden große Mengen individualisierter Drucksachen benötigt. Diese Aufgabenstellung löst einzig und alleine der Digitaldruck.

Typische Digitaldrucksysteme für unterschiedliche Einsatzzwecke. Multifunktionssysteme ① werden vor allem im Bürobereich eingesetzt. Kein Wachstum, aber immer noch ein gefragter Markt existiert für Schwarz-Weiß-Systeme ②. Seit Jahren mit ordentlichem Zuwachs: Farbproduktionssysteme ③ als Universalmaschinen. Immer weniger gefragt sind monochrome Inkjet-Rollenmaschinen ④. Kaum am Start, gab es schon das Aus für Rollensysteme mit Liquid Toner ⑤, dagegen entwickeln sich B2- und B1-Maschinen ⑥ recht gut, auch im Segment der Verpackungen. Der kräftigste Schub ist von Highspeed-Inkjet-Maschinen ⑦ zu erwarten. Und nicht zu vergessen: Auch im Large-Format-Printing ⑧ gibt es noch beachtliches Wachstumspotenzial.



Dafür ist eine hohe Leistungsfähigkeit, Zuverlässigkeit und Stabilität des Digitaldrucksystems und des Frontends Bedingung. Denn auch wenn »Auflage 1« nur das einzelne Exemplar meint, sind 100.000 personalisierte Drucksachen auch eine Großauflage. Deshalb werden Druckereien bei der Wahl einer Digitaldruckmaschine zunächst einmal Modelle ab einer gewissen Leistung in Betracht ziehen – abhängig von der Aufgabenstellung. Vielleicht wurde deshalb auch der Begriff »Produktionsdruck« gewählt, um zu verdeutlichen, dass solche Systeme für dauerhafte Belastungen geeignet sind. Eine eindeutige Definition dafür gibt es allerdings nicht; es sind künstliche oder willkürlich gezogene Grenzen. Bei Schwarz-Weiß-Systemen liegt die Messlatte für ein leistungsfähiges Drucksystem bei mindestens 85 DIN-A4-Seiten pro Minute. Diese Marke ist inzwischen selbst für sogenannte Arbeitsgruppen-Drucker im Office in greifbare Nähe gerückt. Bei Farbdrucksystemen haben wir die Leistung der Systeme mit 3.600 Seiten 4/o-farbig pro Stunde definiert: also 60 Seiten/Minute. Dadurch dürfte für die meisten Investitionen bereits eine Vorentscheidung gefallen sein. Doch Geschwindigkeit ist nicht alles. Es sind immer auch Fakto-

ren wie Stabilität der Farbwiedergabe, die Medienvielfalt und die Präzision des Papiertransportes zu beachten, die Einfluss auf die Leistungsfähigkeit insgesamt haben.

Multifunktionsdrucker

Auch Bürodruker sind digitale Ausgabeeinheiten. Entsprechende Drucker werden immer besser, preiswerter sowie schneller und können auch gelegentlich für Druck-Erzeugnisse in kleinen Auflagen eingesetzt werden. Dabei mutieren selbst kleinere Bürodruker zu Multifunktionsgeräten. In den Formaten DIN A4 und DIN A3 (auch im Überformat) produzieren sie 50 Drucke/Min. und mehr und sind damit im Leistungsbereich größerer Digitaldrucker angekommen. Zusammen mit integrierten Finishing-Systemen (Lochen, Falzen, Heften etc.) sind selbst Maschinen unterhalb von 85 Seiten interessante Produktionssysteme. Multifunktions-Printer (MFP) sind eine Kombination aus Scanner und Drucker. So funktioniert ein Kopierer. In Kombination mit einem integrierten RIP und vorgeschaltetem Server sind modulare Drucksysteme entstanden, die von jedem Computer im Netz angesteuert werden können. Und nachdem man diesen Systemen auch das Faxen und Mailen von Dokumenten beigebracht hat,

spielen sie eine immer größere Rolle als universelle Kommunikationssysteme im Grafik- oder Büro-Umfeld.

Gerade weil diese Systeme zigttausendfach installiert wurden, sind sie zu ernsthaften Wettbewerbern klassischer Druckereien geworden. Briefbogen-Vordrucke erübrigen sich, da sich die Geschäftskorrespondenz über den Drucker abwickeln lässt. Zudem bieten sie Finishing-Funktionen und eignen sich damit für kleinauflagige Mailings, Newsletter, Datenblätter, kleinere Broschüren und vieles mehr.

Dennoch sind diese Maschinen meist völlig überfordert, wenn es um mehr als das gelegentliche Ausdrucken geht. Ein weiteres Manko ist die oftmals zu wenig präzise An- und Auslage des Papiers, was ein späteres Schneiden im Stapel fast unmöglich macht. Dazu kommt die relativ geringe Auswahl an Bedruckstoffen. Die meisten Systeme sind für Papiere mit 80 g/m² optimiert, beim Bedrucken von Papieren ab etwa 120 g/m² geht die Leistung in die Knie. Strukturierte Papiere lassen sich nur selten ohne Probleme verarbeiten.

Digitaldrucksysteme

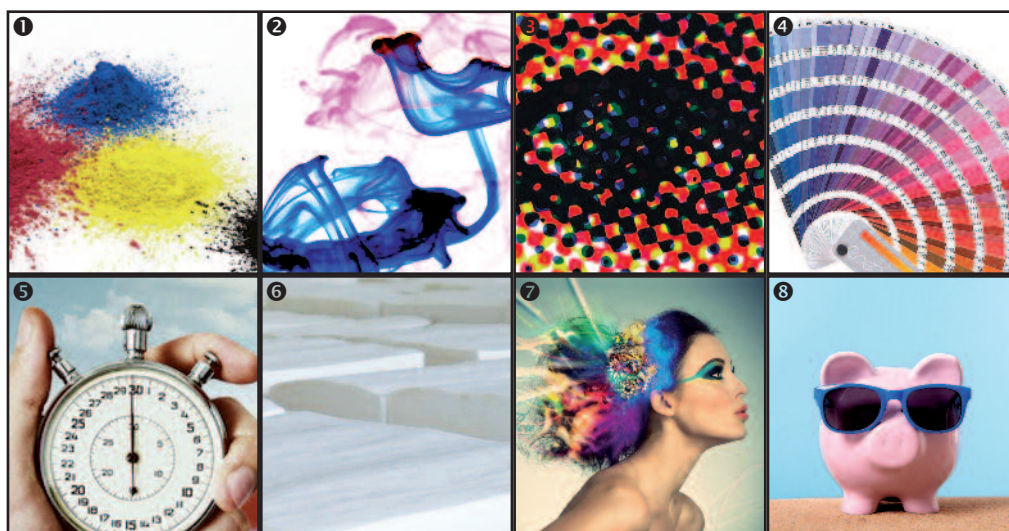
Vor der Wahl einer Maschine müssen demnach verschiedene Kriterien geprüft werden, die nicht zwangsläufig aus den Da-

tenblättern der Hersteller hervorgehen. Die kleine Checkliste unten kann dabei einer groben Evaluierung dienen. Natürlich muss die Entscheidungsmatrix im Einzelfall noch verfeinert werden, doch sollte sie für eine erste Auswahl genügen.

Im Vergleich zu Multifunktionsystemen sind digitale Druckmaschinen ausschließlich für den professionellen Druck konzipiert. Nicht nur die Leistungen, auch die Formate liegen zum Teil erheblich über den Werten der Maschinengattung MFP.

Da von den in Druckereien eingesetzten Systemen hohe Zuverlässigkeit erwartet wird, kann die Leistungsfähigkeit nicht ausschließlich über die Druckgeschwindigkeit definiert werden. Vielmehr ist die Vielfalt einsetzbarer Bedruckstoffe auch im Hinblick auf Strukturen und Grammaturen zu beachten, eine hohe Konstanz beim Ausdruck und nicht zuletzt lange Wartungsintervalle, wobei die Wartung im Idealfall vom Bediener selbst ausgeführt werden kann.

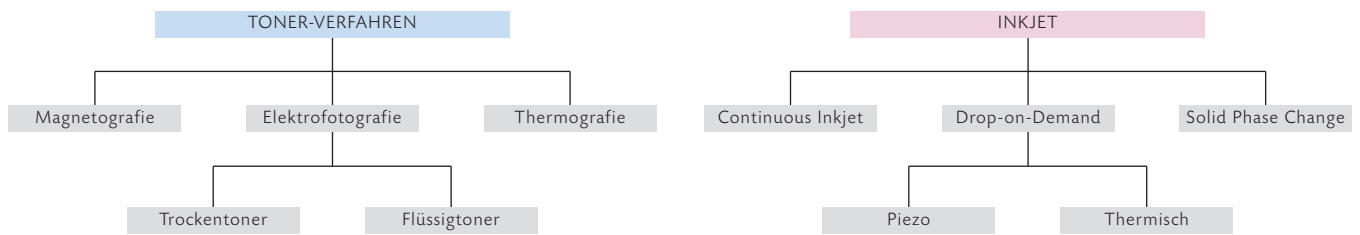
Vor allem gehören zu Produktionssystemen auch professionelle Möglichkeiten der Weiterverarbeitung. Wobei dies stets eine Frage des Arbeitsablaufs (inline oder in einem separaten Prozess offline oder nearline) ist.



CHECKLISTE

- 1 Druckverfahren
- 2 Druckfarben (Toner, Tinte, pastöse Farben, Liquid Ink)
- 3 Auflösung
- 4 Anzahl Druckwerke (4c plus Sonderfarben)
- 5 Leistung pro Stunde im Schön- und Widerdruck (Duplex)
- 6 Volumen pro Monat
- 7 Bedruckstoffvielfalt, Ausgabe (Rolle, Bogen), Finishing (Inline, Offline, Nearline)
- 8 Preis (Klick-Preise, Leasing etc.)

DIGITALDRUCK-TECHNIKEN



Bei den wichtigsten Digitaldrucktechniken hat sich in den letzten Jahren nur wenig verändert. Allerdings haben sich Magnetografie, Thermografie und auch Flüssigtoner-Technologien nicht auf breiter Front durchgesetzt (sieht man von der pastösen HP Indigo Electrolnk einmal ab). Dabei ist die Trockentoner-Technik noch sehr prominent im Markt vertreten, doch gilt sie als weitestgehend ausgereizt. Im Inkjet sind alle Verfahren im

Einsatz, wenn auch mit höchst unterschiedlicher Bedeutung. So wird Continuous Inkjet aktuell nur von Kodak eingesetzt, alle anderen Hersteller nutzen das Drop-on-Demand-Verfahren. Auch Solid Phase Change findet im Produktionsdruck keine nennenswerte Anwendung. Und wer in der Grafik Landas Nanography vermisst: Es ist ein Drop-on-Demand-Verfahren, das lediglich andere Tinten nutzt.

Oft übersehen, aber so wichtig wie die Maschine selbst, ist die Peripherie samt leistungsfähiger Workflow-Systeme und RIPs. Schließlich ist digitales Drucken vor allem beim Individualisieren mehr als nur das bloße Bedrucken von Papier. Digitaldruck dieser Dimension verlangt nach leistungsfähigen Netzwerk-Infrastrukturen, ausreichend dimensionierten Servern und intelligenter Software, um einen effizienten Arbeitsablauf zu ermöglichen. Erst wenn diese Voraussetzungen erfüllt sind, lässt sich ernsthaft von »Produktionsdruck« sprechen. Dies gilt umso mehr, nachdem Digitaldruckmaschinen im Rollendruck und in den Formatklassen B2 und B1 Fuß fassen und riesige Datenmengen verarbeiten müssen. Diese Maschinen verlangen noch einmal eine gesonderte

Betrachtung, da es sich um speziell auf Druckereien abgestimmte Maschinen handelt.

Große Maschinenklassen

Dabei zeigt der Blick zurück, dass die Entwicklung größerer Formate gar nicht so neu ist. Bereits 1998 führte Xeiikon ein Digitaldrucksystem mit über 50 cm Breite sowie nahezu beliebiger Länge ein und blieb mit dieser Rollendruckmaschine lange Zeit alleine in dieser Formatklasse, da die im Jahr 2000 von Indigo angekündigte monochrome Bogenmaschine XB2 nie in Produktion ging. Das größere Format, das den Bereich 50 x 70 cm (und darüber hinaus) abdeckt, wurde von Xeiikon allerdings nie ernsthaft als B2-Maschine für den Akzidenzmarkt beworben. So machte Fujifilm zur drupa 2008 mit der B2-Bogenmaschine Jet Press 720 auf sich und den

neuen Zielmarkt aufmerksam: klassische Akzidenzdruckereien. Die Jet Press war der Startschuss für das Rennen um das B2-Format im Digitaldruck. Zwar dauerte es bis zum Verkaufsstart der Jet Press bis Ende 2011, doch kündigten etliche Hersteller im Vorfeld der drupa 2012 eigene B2-Maschinen an. HP Indigo schickte gleich drei Modelle ins Rennen: eines für den Akzidenzdruckmarkt, eines für den Etikettendruck und ein weiteres für die Faltschachtelproduktion. Und je näher die drupa 2012 rückte, umso mehr Hersteller kamen mit Maschinen im B2-Format aus der Deckung. Nach der drupa zählten wir dann ein gutes Dutzend dieser B2-Bogenmaschinen. Inzwischen ist es um die eine oder andere Maschine allerdings sehr ruhig geworden. Denn beim Bau von B2-Maschinen wurde

offensichtlich, dass es nicht einfach nur um eine Format-Anpassung geht, sondern dass das doppelt so große Format gegenüber den A3-Überformat-Maschinen völlig neue Konstruktionen vom Anleger bis zur Auslage und beim gesamten Papierlauf nötig machte. Kurzum – die gesamte Thematik ist deutlich komplexer, als es viele Hersteller vermutet haben. Man könnte es auch drastischer ausdrücken: Einige haben den Mund zu voll genommen. Von dem angekündigten Dutzend Modelle sind gerade einmal fünf übrig geblieben.

Fehlschläge und Korrekturen

Während sich mit Ausnahme von HP Indigo alle Hersteller auf den Inkjet im B2-Format konzentrierten, kam nun auch der Liquid Ink (Flüssigtoner) ins Spiel.

DIGITALDRUCKSYSTEME UND DRUCKKÖPFE

	Canon	Epson	Fujifilm	Heidelberg	HP	HP Indigo	Koenig & Bauer	Kodak	Komori	Konica Minolta	Kyocera	Landa	Memjet	MGI	Miyakoshi	Mouvent	OKI	Ricoh	Riso	Samsung	Screen	Sharp	Toshiba	Xaar	Xeikon	Xerox
Drucksysteme																										
Multifunktionsdrucker S-W und Farbe (Office)	●	●			●●					●	●						●	●	●	●		●	●			●●
Bogendrucksysteme Schwarz-Weiß (A3+)	●			●	●●					●	●						●	●		●		●	●			●
Bogendrucksysteme Farbe (A3+)	●			●		●		●		●	●			●			●	●	●	●		●	●			●●
Bogendrucksysteme Farbe (B3)	●													●												
Bogendrucksysteme Farbe (B2)	●		●			●			●	●											●					
Bogendrucksysteme Farbe (B1)				●●			●●		●●	●●		●														
Rollendrucksysteme Schwarz-Weiß / Farbe	●				●	●	●	●							●	●			●		●				●	●●
Inkjet-Druckköpfe	●	●	●		●			●		●	●		●					●						●		



JA, GANZ NETT. WIR BEVORZUGEN ABER ZEITGEMÄSSERE LÖSUNGEN.

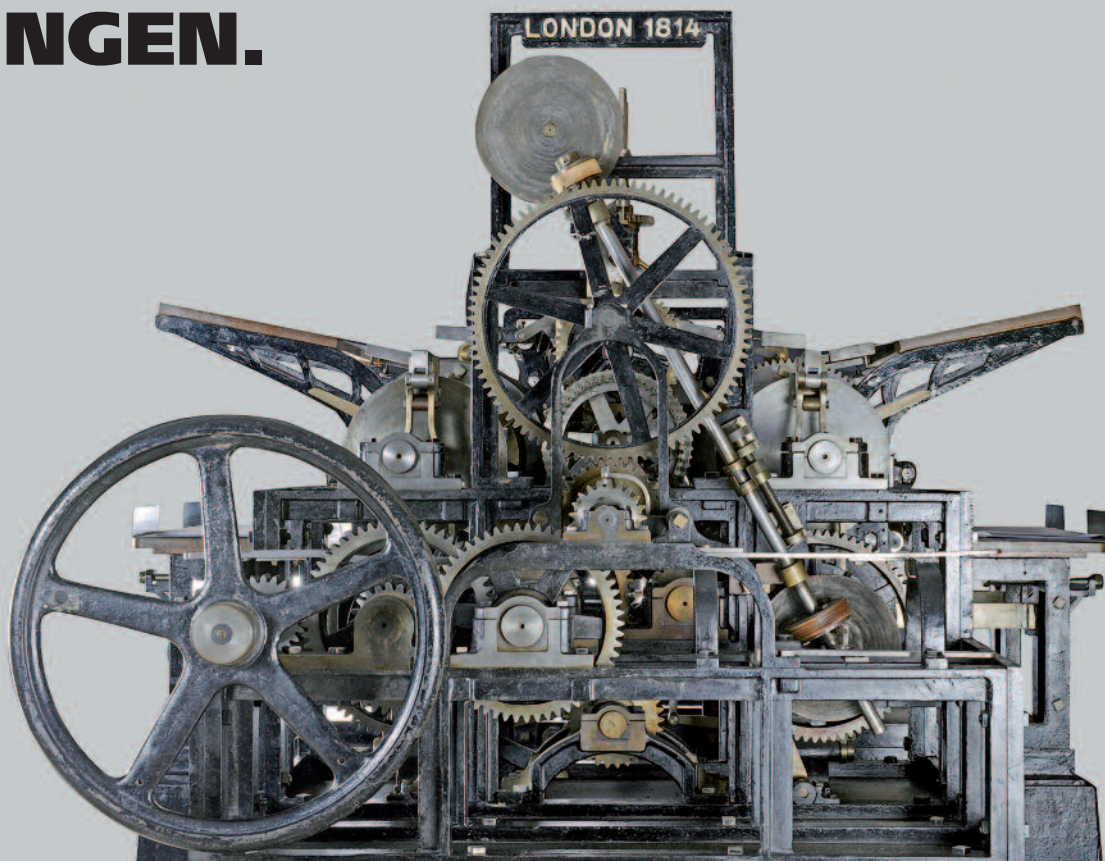


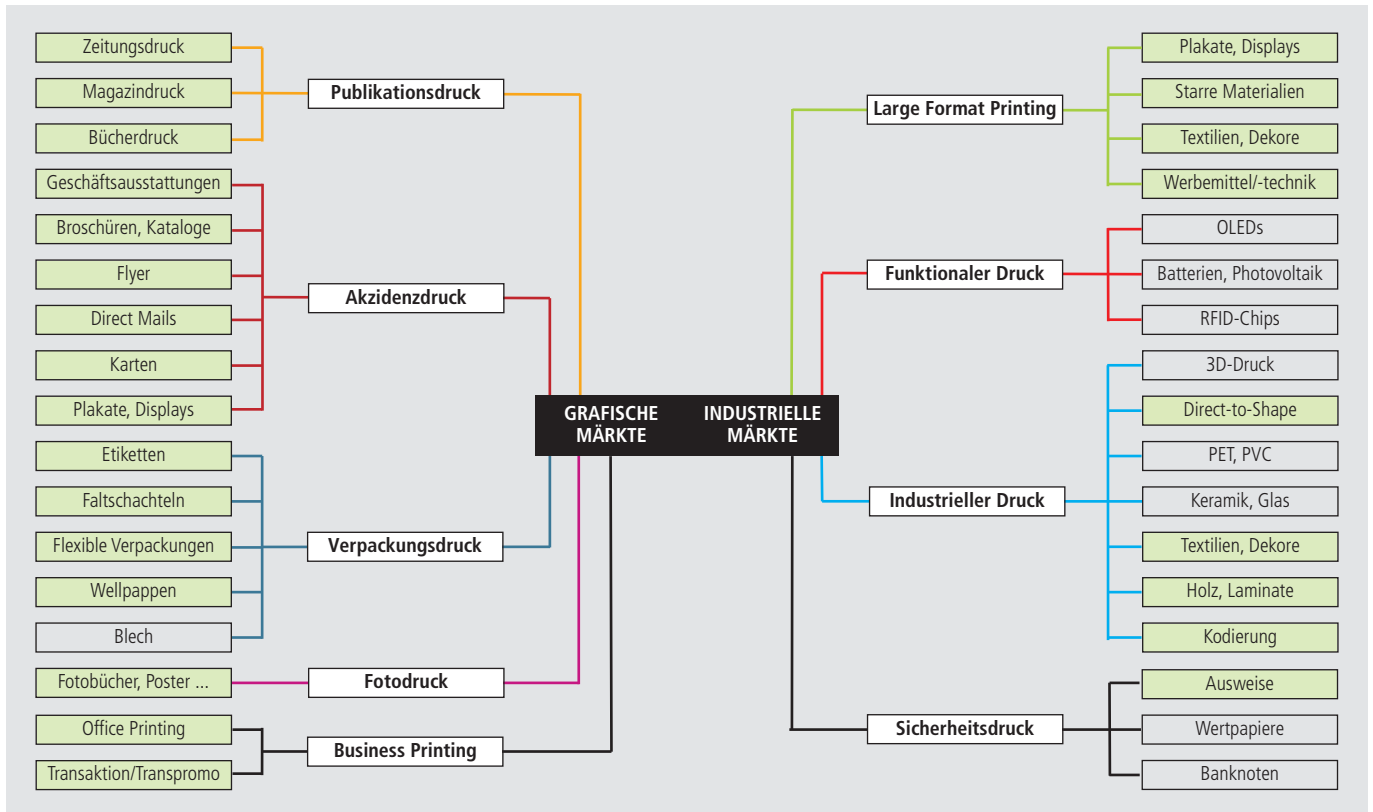
Photo by Koenig & Bauer

Jedes Jahr, wenn die 21 in der European Digital Press Association zusammengeschlossenen europäischen Fachmagazine die begehrten **EDP AWARDS** vergeben, geht es um leistungsfähiges Equipment für den tagtäglichen Einsatz in Produktionsbetrieben. Deshalb sind Kriterien wie **INNOVATION, PRODUKTIVITÄT** und **QUALITÄT** entscheidend für die Wahl der besten aktuellen Techniken. So geben die EDP Awards Orientierung und eine neutrale Empfehlung für Kaufentscheidungen. www.edp-award.com

UPDATE

Auch wenn die für die Branche wichtigen Messen Fespa, Interpack und drupa allesamt verschoben sind: **Der Wettbewerb um die EDP AWARDS 2020 wird durchgeführt.** Alle Lösungen der digitalen Produktionskette, die 2019 eingeführt wurden oder in der nunmehr veranstaltungsfreien ersten Jahreshälfte 2020 angekündigt werden sollen, sind für eine Teilnahme am Wettbewerb berechtigt. Deshalb wurde die Bewerbungsfrist verlängert: **Deadline ist der 15. Mai 2020.** Reichen Sie Ihre Produkte jetzt ein – und gewinnen Sie Ihren EDP Award.





In den grafischen Märkten ist der Digitaldruck (grün hinterlegt) längst angekommen. Es gibt kaum noch einen Bereich, in dem nicht auch digital gedruckt wird.

In den industriellen Märkten kommt Digitaldruck vor allem in Form von Inkjet-Lösungen zum Einsatz.

Xiikon kündigte die Trillium-Technologie an, die auf Grundlage eines hochviskosen Toners die Lücke zwischen Toner und Inkjet schließen sollte. Aus der Game-Changing-Technologie, wie von Xiikon angekündigt, kam es aber nicht. Xiikon hat die Entwicklung bereits 2017 eingestellt, befindet sich aber in guter Gesellschaft. Denn auch Canon hat seine Liquid-Toner-Technologie nicht mehr weitergeführt. Auch die NanoInk des Indigo-Gründers BENNY LANDA sollte das Spiel im Digitaldruck von Grund auf verändern. Nach 2012 wurde die Maschine jedoch komplett umgebaut, von einer breiten Produktpalette ist keine Rede mehr und bei der Anzahl der Maschinen im Markt kann auch nicht von einem Durchbruch gesprochen werden. Was die Hersteller aber wohl alle gelernt haben: Bis neue Technologien (auch digitale) wirklich

stabil in dann irgendwann einmal marktreifen Systemen produzieren, vergeht eben viel, viel Zeit. So auch bei der Heidelberg Primefire 106. Nach intensiver Vor- und Zusammenarbeit mit Fujifilm zur drupa 2016 angekündigt, wird die B1-Inkjetbogenmaschine Ende 2020 eingestellt. Der Markt für die Digitaldruckmaschine habe sich deutlich langsamer entwickelt als angenommen, heißt es bei Heidelberg.

Die Anwendungen

Für Drucksacheneinkäufer bieten die größeren Formate natürlich interessante Perspektiven. Denn damit erschließen sich dem Bogen-Digitaldruck Anwendungen, die aufgrund der Formatbeschränkung zuvor nicht realisierbar waren – zum Beispiel im Verpackungsdruck, bei Postern oder Buchumschlägen. Das größere Format erlaubt zudem das Drucken mehrerer Nutzen auf einem Bogen, was die Produktivität der

Maschinen erhöht und die Auflage, ab wann ein Job gegenüber dem Offsetdruck ökonomisch herzustellen ist, neu definiert. So können die typischen Vorteile des Digitaldrucks wie das Individualisieren, Personalisieren und der On-Demand-Druck auch im Format 50 x 70 cm genutzt werden. Eingesetzt werden die Maschinen für den Druck von Fotobüchern, für Akzidenzaufträge, für Bücher aller Art, Plakate und für Aufträge, die im Offsetdruck bisher nicht kostengünstig zu produzieren waren. Dazu kommt der Verpackungsdruck, der diese Technik nicht nur für den Dummy-Bau einsetzt.

Highspeed-Inkjet

Doch die Bogenmaschinen stehen auch im Wettbewerb mit Rollendrucksystemen. Die seit der gut zehn Jahren bekannten Highspeed-Inkjetmaschinen sind in der grafischen Industrie zwar

noch längst nicht so stark verbreitet, wie man aufgrund ihrer Leistungsfähigkeit annehmen könnte, doch muss mit dieser Technologie in Zukunft ernsthaft gerechnet werden. Die Qualität hat ein hohes Niveau erreicht, die Geschwindigkeit ist beachtlich und die Anwendungsvielfalt enorm. Applikationen sind schon heute im Akzidenz-, Bücher- und Zeitschriftendruck zu finden. Ob von Rolle auf Rolle, von der Rolle zum Bogen oder gleich zum fertigen Produkt – auch die Finishing-Peripherie steht für die unterschiedlichen Digitaldrucksysteme zur Verfügung. Und generell ist zu beobachten, dass es beim Bau von Digitaldrucksystemen immer mehr auf Speed ankommt (siehe dazu auch die folgenden Beiträge).





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

ALS TEAM!
ZEITUNGEN AUCH FÜR IHRE KUNDEN.

PARTNERSCHAFTLICH / SCHNELL / ONLINE + OFFLINE

sales@presse-druck.de / 0821/777-2811



NAVIGATIONS-THEMA
PRINT & FINISHING:

DIGITALDRUCK
TECHNOLOGIEN



www.druckmarkt.com

CANON VARIOPRINT IX-SERIE INKJET SCHLIESST ZUM OFFSET AUF

Seit gut vier Jahren ist *Canon* mit den Bogen-Inkjetdruck-Systemen der *varioPrint i*-Serie auf dem Markt. Bisher wurden von diesen Modellen nach Angaben von *Canon* weltweit mehr als 250 Maschinen verkauft. Jetzt hat *Canon* das Inkjetportfolio um die *varioPrint iX*-Serie erweitert. Die Systeme sollen ab Sommer dieses Jahres verfügbar sein.

Text: Klaus-Peter Nicolay | Bilder: Canon

Und die beiden Modelle *iX3200* und *iX2100* sollen mindestens so erfolgreich werden, wie ihre Vorgänger *i300* und *i200*. Die Marktprognosen von *Canon* könnten dem Recht geben. Denn der konventionelle Druck werde in den nächsten vier Jahren weiter Federn lassen müssen und weltweit jährlich um etwa –0,3% beim Vierfarbdruck beziehungsweise –1,9% im Schwarz-Weiß-Bereich verlieren. Für den Digitaldruck wird dagegen mit einem jährlichen Zuwachs von +13,4% bei Farbanwendungen und +0,4% bei monochromen, sprich schwarz-weißen, Drucksachen gerechnet. Dabei erwartet *Canon* bei den einzelnen Anwendungen erhebliche Verschiebungen: Im Markt der Werbedrucksachen (Kataloge, Flyer, Direct Mails etc.) soll der Digitaldruck in Europa bis 2024 um 26% zulegen. Und im Publishing-Bereich prognostiziert *Canon* für die Produktion von Büchern und Zeitschriften eine Volumensteigerung von 84%.

Das sind allerdings Zahlen, die *Canon* Ende Februar nannte, also vor der Coronakrise in Europa. Welchen Wert diese Zahlen wirklich haben werden, muss sich erst noch zeigen. Aber tendenziell dürfte der Digitaldruck besser aus der Krise herauskommen, als die analogen Techniken. Denn die Gründe liegen auf der Hand: Die Auflagen bewegen sich weiter nach unten – dafür legt der Digitaldruck deutlich an Produktivität und Flexibilität zu. Folgerichtig hat *Canon* weiter in den Bogen-Inkjetdruck investiert und bringt die beiden Modelle der Serie *varioPrint iX* auf den Markt – obwohl schon sehr genau überlegt wurde, ob dieser Schritt zum jetzigen Zeitpunkt der Richtige ist. *Canon* hat sich

dennoch dazu entschieden, die *iX*-Serie zu launchen. Und es ist wohl richtig so, denn eine Innovation dieser Größenordnung duldet keinen Aufschub. Sie muss dann auf den Markt, wenn sie dafür bereit sind – ganz egal, ob der Markt aktuell zugreift oder nicht.

»Die Einführung der *varioPrint iX*-Serie ist eine bedeutende Erweiterung unseres Produktportfolios für den grafischen Markt, der für *Canon* ein wichtiger Schwerpunkt



ist«, sagt CHRISTIAN UNTERBERGER, Chief Marketing Officer & Executive Vice President, *Canon Production Printing*. »Die *varioPrint iX*-Serie, die jetzt neben der *Colorado* UV-Gel-Technologie und der Pro-

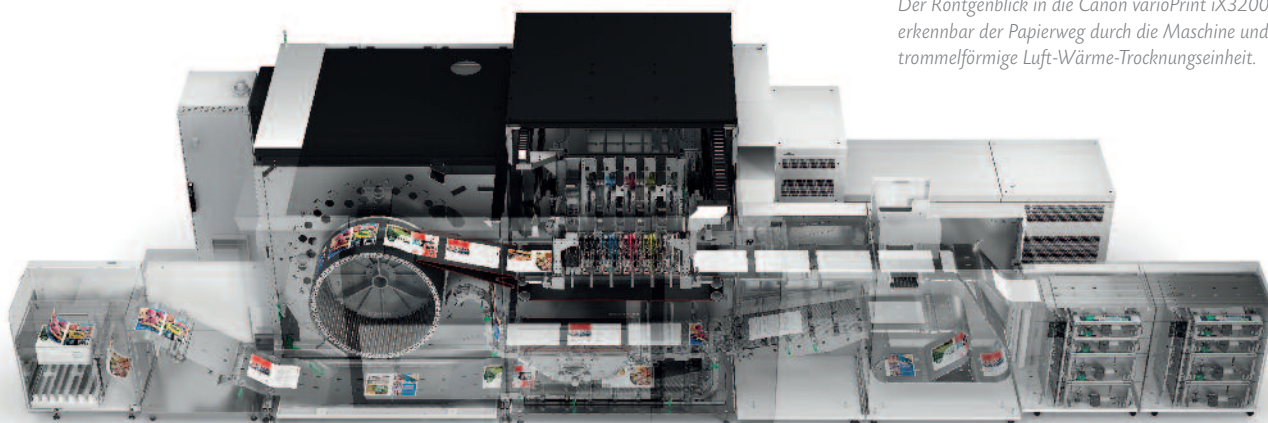
Stream-Rollendruckmaschine angeboten wird, ist ein weiterer Grund, den Einsatz von *Canon*-Technologien in kommerziellen Druckereien in Betracht zu ziehen.«

Rechnen in Bogen

Die *varioPrint iX*-Maschinen drucken beidseitig bis zu 320 DIN-A4-Seiten pro Minute oder mehr als 9.000 A3-Seiten pro Stunde. Die Systeme wurden für Druckereien mit einem monatlichen Produktionsvolumen zwischen einer und zehn Millionen DIN-A4-Seiten konzipiert. Das sind allerdings sehr abstrakte Zahlen. Denn bei einem Bogenformat von 350 x 500 mm werden Druckereien nicht in A4-Seiten rechnen wollen, sondern in



Der Röntgenblick in die Canon varioPrint iX3200: Gut erkennbar der Papierweg durch die Maschine und die trommelförmige Luft-Wärme-Trocknungseinheit.



gedruckten Bogen. Und da sind 4.175 Bogen/Stunde im B3-Format und Schön- und Widerdruck ja auch schon einmal ein Wort. Denn damit hat der Inkjetdruck von der Leistung her zum Offsetdruck nahezu aufgeschlossen. Nur einmal zum Vergleich: Für eine Heidelberg Speedmaster SX 52 wird zwar eine Maximalleistung von bis zu 15.000 Bogen im Format 370 x 520 mm pro Stunde 4/o-farbig angegeben, dann muss der Stapel vor dem Widerdruck aber erst noch gewendet werden, bevor weitergedruckt werden kann. Drucker müssen also jetzt vor einer Investition mit einem ganz spitzen Griffel kalkulieren, ob und ab wann sich der Offsetdruck noch lohnt.

Denn da die neuen Highspeed-Inkjetsysteme von Canon ohne tägliche Kalibrierungen auskommen und vergleichsweise wenig Wartung benötigen, ergibt sich Canon zufolge eine durchschnittliche Maschinenverfügbarkeit von über 90%. Das trägt natürlich zu Produktivitätssteigerungen und einer Senkung der Gesamtbetriebskosten bei. Zumal die Haupteinsatzgebiete der varioPrint-iX-Serie bei typischen Akzidenzen, Zeitschriften und Mailings, aber auch bei Büchern und im Transaktionsdruck liegen. Dazu können die Maschinen mit einer Reihe an Inline-Finishing-Aggregaten ausgestattet werden.

iQuarius-Technologie erheblich verbessert

Wie die bisherige varioPrint-i-Serie setzen die neuen iX-Modelle auf die iQuarius-Technologie – allerdings mit erheblichen Verbesserungen

nicht nur im Detail. Diese Technologie umfasst iQuarius^{iX}-Tinten, Papiertransport und -kontrolle, das Trocknungssystem zur Optimierung der Medienstabilität sowie eine Inline-Qualitätskontrolle für die automatische Erkennung und Korrektur von Düsenfehlern und -ausfällen. In die neuen Drucksysteme hat Canon nun gleich mehrere Innovationen und Weiterentwicklungen integriert.

- Neu sind die Druckköpfe, die proprietären Polymerpigmenttinten auf Wasserbasis und Color-Grip, eine Art Primer, der nur an den Stellen aufgetragen wird, die auch bedruckt werden.
- Gegenüber den varioPrint-i-Modellen wurde die Auflösung von 600 dpi auf jetzt 1.200 dpi verdoppelt – und das bei einer höheren Druckgeschwindigkeit. Die Drucke zeigen gestochen scharfe Text- und Strichdetails und überzeugen auch bei der Qualität von

Verläufen und Haultönen.

- Zur Kontrolle der Düsen gleichmäßigkeit und zum Vermeiden von Streifenbildung verwendet Canon einen Inline-Scanner zur automatischen Überprüfung und Ausrichtung einzelner Düsen während des Produktionslaufs in Echtzeit. Die Steuerung der Düsenaktivität bietet eine automatische Kompensation während der Produktion. Das reduziert Ausfallzeiten und Makulatur und gewährleistet eine hohe Bildqualität.
- Auch der Papiertransport wurde verbessert, um Qualität und Produktivität weiter zu optimieren. Fehlerhafte Bogen werden automatisch erkannt und vor dem Druck ausgeschleust.
- Die Medienvielfalt ist ebenfalls gestiegen: Gegenüber den bisher möglichen 60 bis 300 g/m² lassen sich nun gestrichene Offsetpapiere mit Grammaturen von 90 bis 350 g/m² sowie ungestrichene Bedruckstoffe von 60 bis 350 g/m² verarbeiten.
- Neben dem für die iQuarius-Technologie typische trommelförmige Trocknungssystem wird nun eine neue zusätzliche Post-Fixierungseinheit für die Befeuchtung des Papiers eingesetzt. So wird in exakt aufeinander abgestimmter Intensität die Einwirkung von Luft, Wärme und Feuchte auf den Bedruckstoff gesteuert.

Die Canon varioPrint iX3200 in der Frontalansicht.



Das ermöglicht den Einsatz auch von anspruchsvollen Substraten, die dann absolut plan für eine sofortige Weiterverarbeitung bereitstehen.

- Den krönenden Abschluss der digitalen Druckproduktion bildet der Workflow. Die Inkjetmaschinen werden von einem *PrismaSync Print Controller* angesteuert, der Funktionen wie die automatische Einstellung der Druckparameter für die ausgewählten Medien sowie die Vorausplanung von bis zu acht Stunden Produktion unterstützt. In Kombination mit der *Prisma*-Software lässt sich die automatisierte Lösung in bestehende Workflows integrieren. Damit ist eine größtmögliche Transparenz in jeder Phase der Produktion gegeben. Die reicht vom Druckmanagement bis hin zu Weiterverarbeitung und Lieferverfolgung.

Professionalisierung im kleinformatigen Druck

Mit der *varioPrint iX*-Serie ist *Canon* mehr als nur die Weiterentwicklung einer bestehenden Produktlinie gelungen. Sowohl die signifikant gesteigerten Leistungsdaten als auch die Professionalisierung vieler Maschinenkomponenten geben Anlass, von einer komplett neuen Maschinengeneration zu sprechen. Das äußerliche Design der *varioPrint iX3200* ist zwar auf den ersten Blick gegenüber der *i300* unverändert, aber unter der Haube bietet sie eine ausgewogene Balance aus exzellenter Bildqualität, Medien- und Anwendungsvielfalt sowie hohe Produktivität. Inwieweit die Maschine auch kosteneffizient ist, da müssen wir uns derzeit noch auf die Angaben von *Canon* verlassen. Dennoch ist die neue *varioPrint iX*-Serie über alles gesehen eine Highspeed-Inkjetplattform, die das Zeug dazu hat, den Druck im Formatbereich bis B3 zu revolutionieren.

HIGHSPEED-INKJETBOGENDRUCK ZU JEDEM AUFTRAG ›JA‹ SAGEN

Offiziell vorgestellt wurde die neue *Canon varioPrint iX-Serie* am 1. April 2020. Wir hatten bereits am 27. Februar 2020 die Möglichkeit, an einem exklusiven Presse-Event teilzunehmen und die neue Maschine an ihrem Entstehungsort in Venlo im *Customer Experience Center* in Augenschein zu nehmen.

Dabei ergab sich für *Druckmarkt*-Chefredakteur KLAUS-PETER NICOLAY die Gelegenheit zu einem Gespräch mit PETER WOLFF, Vizepräsident, Production Print Products, EMEA Commercial Printing, *Canon Europe*, und THOMAS HAEP, Country Director Production Print Products, *Canon Deutschland*.

Herr Wolff, bisher wurde am Digitaldruck immer die zu geringe Verfügbarkeit bemängelt. Sind diese Zeiten jetzt vorbei?



PETER WOLFF: Mit der durchschnittlichen Verfügbarkeit von mehr als 90 Prozent nähert sich der Digitaldruck dem, was Drucker von ihren Offsetmaschinen kennen. Denn die *varioPrint iX*-Serie ermöglicht erhebliche Produktivitätssteigerungen und messbare Verbesserungen der Gesamtbetriebskosten im Vergleich zu anderen Einzelblatt-Drucktechniken. Und ja, mit dem Highspeed-Inkjet im Bogenbereich dürften diese Argumente entkräftet werden.

Vor allem Akzidenzdrucker leiden zurzeit ja an rückläufigen Auflagen und einem Mehr an Einzeljobs. Ist der Highspeed-Inkjet hier das richtige Rezept?



THOMAS HAEP: Kleine Auflagen rentabel abwickeln, Aufträge schnell wechseln, mit unterschiedlichen Medien sicher produzieren und zugleich anspruchsvolle Kundentermine einhalten zu können, ist genau das, was Akzidenzdrucker brauchen. Und das ist es, was die *iX*-Serie bietet.

PETER WOLFF: Der Reiz des Tintenstrahldrucks liegt in seiner Produktivität angesichts immer engerer Lieferzeiten und einer höheren Anzahl an Kleinauflagen, die schnelle Auftragswechsel erforderlich machen. Mit der *varioPrint iX*-Serie müssen keine Kompromisse mehr zwischen Qualität und Medienvielfalt eingegangen werden. Akzidenzdruckereien können jetzt zu praktisch jedem Auftrag ›Ja‹ sagen.

Short Run scheint die große Stärke der iX zu sein. Wie sieht es denn mit Auflage 1 und personalisiertem Drucken aus?

THOMAS HAEP: Unser erstes Ziel ist es, Produktivität und niedrige Kosten des Inkjetdrucks in die Welt des

Bogendrucks zu bringen. Da es sich aber um eine digitale Druckmaschine handelt, sind natürlich auch Personalisierungen möglich. Zu den Anwendungsgeboten gehören schließlich auch Directmails.

Die neuen Inkjetmaschinen sollen ab Sommer 2020 für Kundeninstallationen zur Verfügung stehen. Benötigen die Maschinen keinen Beta-Test?

THOMAS HAEP: Wir haben keine Beta-Tests geplant. Wir haben ja konzeptionell seit Jahren von der *i300* gelernt.

Werden die beiden Modelle der i-Serie am Markt bleiben?

THOMAS HAEP: Das werden unsere Kunden entscheiden. Es wird für die beiden Serien unterschiedliche Preise geben. Aber die *iX*-Serie bietet deutlich mehr Anwendungen. Schließlich liegen die Einsatzbereiche bei einer großen Vielfalt an Akzidenzen, bei Mailings, Zeitschriften und auch bei Büchern.

Hat die i-Serie dann wirklich noch eine Berechtigung?

THOMAS HAEP: Wir haben auch Kunden, die sich vor allem mit dem Bücherdruck beschäftigen. Hier kommen vielfach reine Schwarz-Weiß-Anwendungen zum Tragen. Die sind mit einer *i300* möglicherweise ausreichend bedient.

Werden sich auch eingefleischte Offsetdrucker mit dem Highspeed-Inkjet beschäftigen?

PETER WOLFF: Ganz sicher. Hat ein Drucker die Gewissheit, dass die Druckqualität einwandfrei, die Medienvielfalt groß ist und schnelle Jobwechsel möglich sind, wird er sich mit einer *varioPrint iX* schnell anfreunden. Drucker, die ein breites Portfolio hochwertiger Drucksachen anbieten möchten, können jetzt auf eine Inkjetbogenmaschine zugreifen, die die digitale Feuerkraft hat, um kleinere, vielfältigere Aufträge flexibel und profitabel zu bewältigen und dabei gleichzeitig wettbewerbsfähig zu bleiben.

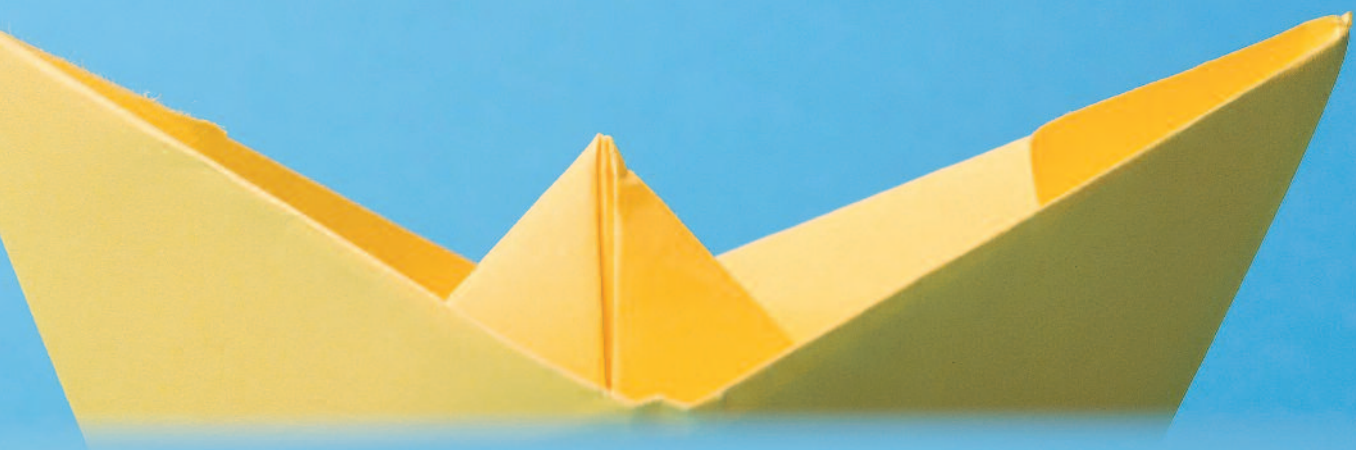
Meine Herren, vielen Dank.

PRODUKT. HINTERGRUND. **ANWENDUNG.**

Die Navigator-Ausgaben des Druckmarkt.
Alle 14 Tage als PDF-Magazin.
Wir stellen Produkte und Lösungen vor,
geben die dazu nötigen Hintergrundinformationen
und zeigen die Anwendungen.

Mehr kann eine Messe auch nicht bieten.

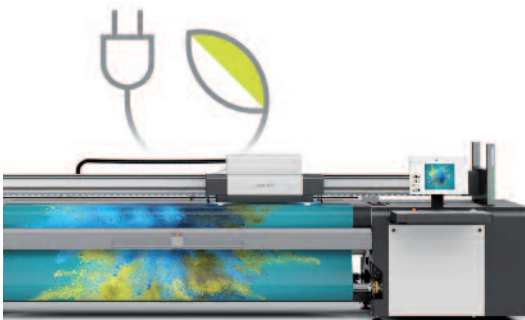
Jetzt kostenlos registrieren.
www.druckmarkt.com





AccurioJet KM-1 von Konica Minolta.

ZERTIFIZIERUNG Konica Minolta hat für das UV-Inkjet B2+ Bogendrucksystem *AccurioJet KM-1* eine Profizertifizierung nach *Fogra53* erhalten. Die Zertifizierung belegt, dass das System die Vorgaben der *ISO 12647-8* (*FograCert Validation Printing System* Zertifizierung) erfüllt. Daneben bestand die *KM-1* auch die Prüfung für weitere, weltweit eingesetzte ICC-Profile – was gerade für international arbeitende Druckereien ein wichtiges Kriterium sein kann. *Fogra53* ist ein CMYK-Austauschfarbraum und dient der Farbkommunikation bei Printproduktionen. Er ergänzt die bisherigen 52 Produktionsfarbräume, die jeweils einen bestimmten Druckausgabeprozess abbilden. Die Zertifizierung der Maschine belegt die Stabilität, Vielseitigkeit und Farbtreue der *AccurioJet KM-1*. > www.konicaminolta.de



ENERGIEEFFIZIENT Die *Fogra* hat dem *swissQprint*-Rollendrucker *Karibu* höchste Energieeffizienz bescheinigt. Der Drucker wurde nach *ISO Norm 20690:2018* geprüft, die entsprechende Methoden zur Ermittlung des Energieverbrauchs von Digitaldruckmaschinen vorgibt. Sie ermöglicht den Vergleich der Betriebskosten und des ökologischen Fußabdrucks. Mit dem Ziel einer realistischen Systemnutzung bezieht die standardisierte Messung vier verschiedene Status des Druckers ein. Um die Konsistenz der Resultate sicherzustellen, haben die *Fogra*-Experten drei verschiedene Druckmodi mehrfach mit einer genormten Druckdatei eingesetzt und gedruckt. Als Beispiel: Im produktivsten Druckmodus ›Speed‹ bringt *Karibu* pro Kilowattstunde 71 m² aufs Substrat. > www.swissqprint.com



ETIKETTENDRUCK Screen hat die Entwicklung des Inkjet-Systems *Truepress Jet L350 UV SAI* für den Etikettendruck abgeschlossen und im Januar 2020 weltweit verfügbar gemacht. Die Maschinenserie umfasst vier Modelle für unterschiedliche Produktionsumgebungen. Neben CMYK kann die Maschine nun auch mit weißer, oranger und blauer Tinte ausgestattet werden, sodass insgesamt sieben Farben verfügbar sind. Das System ist mit Farbmanagement-Technologien ausgestattet, die in Zusammenarbeit mit CGS entwickelt wurden. Das Spitzenmodell der Serie (Z) liefert Druckgeschwindigkeiten von bis zu 80 m/Min. Daneben gibt es ein Einstiegsmodell (E) mit geringerem Funktionsumfang, ein Standardmodell (S) und ein Modell für Lebensmitteletiketten (LM). > www.screeneurope.com



LAMINATBÖDEN Auf der *InPrint 2019* zeigten *Agfa* und der Laminathersteller *Unilin*, dass die Kombination aus wasserbasierten Primern und Inkjet-Tinten für den Produktionsdruck von Laminatböden und Möbeln möglich ist. Die beiden Unternehmen untersuchen zurzeit die Machbarkeit des Inkjetdrucks für den Druck von Dekorpapier für Laminatböden und Möbeln bei hohen Auflagen und Geschwindigkeiten. Die Kombination aus speziellen, konventionell beschichteten Primern von *Unilin* und entsprechend abgestimmten und pigmentierten Inkjettinten von *Agfa* bietet nach Herstellerangaben eine große Farbskala bei erstaunlicher Druckqualität und geringem Tintenverbrauch. Die preisgünstigen Tintenprimer-Sets sollen mit dem hochvolumigen Tiefdruck konkurrieren. > www.agfa.com



OBERON *Agfa* hat einen neuen Wide-Format-Inkjetdrucker mit UV-LED-Tinten angekündigt. Der *Oberon RTR3300* ist ein Rollendrucker der Premiumklasse mit einer Breite von 3,3 m und vereint laut *Agfa* hohe Produktivität, Qualität und umfassende Anwendungsmöglichkeiten. Der *Oberon* bietet Konfigurationen mit vier Farben plus Weiß oder mit sechs Farben. Im Expressmodus erreiche der *Oberon RTR3300* 150 m²/h, im Produktionsmodus erreiche der neue Drucker konsistente 85 m²/h. Mit der Doppelrollenoption können zwei Rollen mit je bis zu 1,6 m Breite verarbeitet werden. Die Tinten hätten die *Greenguard Gold*-Zertifizierung erreicht und könnten auch in sensiblen Innenbereichen eingesetzt werden. > www.agfa.com

WEGNER GMBH MEHR PRODUKTIVITÄT UND VIELSEITIGKEIT

Die 1985 gegründete Full-Service-Akzidenzdruckerei *Wegner GmbH* in Bremen produziert im Digitaldruck für einen stetig wachsenden Kundenstamm. 2015 investierte *Wegner* in das B2-Inkjet-Flaggschiff von *Fujifilm*: Die *Jet Press 720S* sollte die steigende Nachfrage bedienen. Begeistert von dem Erfolg der Investition rüstete die Druckerei im August 2019 auf eine *Jet Press 750S* auf.

Text und Bild: *Fujifilm*

Seither verzeichnet *Wegner* einen Zuwachs beim Produktionsvolumen und mehr Flexibilität. »Die *Jet Press 720S* war viel produktiver als unsere anderen Maschinen und lieferte außerdem eine deutlich bessere Druckqualität. Ihre B2-Kapazitäten und die damit möglich gewordenen Produktionsvolumen haben uns beeindruckt. Mit dieser Maschine konnten wir uns diversifizieren, neue Kunden gewinnen und den Umsatz deutlich steigern«, stellt Geschäftsführer HENNING ROSE fest. »Die *Jet Press 750S* liefert dieselbe hohe Qualität, jedoch können wir jetzt noch schneller und noch mehr produzieren. Daher war die *Jet Press 750S* für uns eine logische Wahl, denn mit ihr haben wir die neueste Technologie und können unser Unternehmen zukunftssicher machen.« Die *Jet Press 750S* ist seit sieben Monaten in Betrieb und bringt laut ROSE mehrere Vorteile für das Produktsortiment: »Wir produzieren weiterhin Fotobücher, Kalender und Broschüren, können aber jetzt auf einer viel größeren Bandbreite an Substraten drucken, darunter sehr dünne und dicke Medien. Mit der *Jet Press 750S* sind wir auch produktiver geworden, wir drucken jetzt pro Stunde über 1.000 Bogen mehr als vorher. Die Maschine ist wesentlich einfacher zu bedienen

und das elegante schwarze Design sorgt im Drucksaal für eine hervorragende Optik.« ROSE ist überzeugt, dass *Wegner* mit der *Jet Press 750S* neue Möglichkeiten hat: »Sie bietet die höchste im Digitaldruck mögliche Qualität. Wir haben mittlerweile einige Aufträge von Offset-Maschinen auf die *Jet Press* umgelegt, auf der wir sie in der gleichen Qualität aber viel schneller drucken können.«

Schnellere Verarbeitung und hohe Konstanz

Von den Kunden hätte *Wegner* aufgrund der schnellen Lieferung sehr positives Feedback erhalten. Das sei vor allem auf die schnelle Weiterverarbeitung zurückzuführen, »denn aufgrund der besseren Trocknung können wir die Drucke schneller schneiden und binden. Wir sind jetzt so schnell und flexibel, dass wir heute oft

am Tag nach Auftragseingang schon liefern können. Deshalb bin ich zuversichtlich, dass wir mit der *Jet Press 750S* den aktuellen und künftigen Markttrends einen Schritt voraus bleiben und die wechselnden Anforderungen der Kunden weiterhin zu ihrer Zufriedenheit erfüllen können«, erläutert HENNING ROSE. Dabei zeigt er sich auch beeindruckt von der Konstanz der Produktionsqualität: »Die *Jet Press* liefert eine unerreicht konsistente Qualität und Farbpräzision. Dank der umfangreichen *Pantone*-Bibliothek und des großen Farbraums können wir immer wieder die gleiche Qualität und die gleichen Farben reproduzieren. Ein Kunde hatte bei uns beispielsweise im Dezember einen Prospekt in Auftrag gegeben und bestellte nach ein paar Wochen eine Neuauflage. Er war absolut begeistert von der gleichbleibenden

Druckqualität und Farbgenauigkeit. Ich muss sagen, die Maschine versetzt auch uns immer noch ab und zu in Staunen!«

Einstieg in neue Märkte

Die *Jet Press 750S* erschließt für *Wegner* auch neue Märkte und so produziert die Druckerei dank einer innovativen Idee jetzt beispielsweise POS-Wobbler für Verpackungen: »Für uns bahnbrechend ist, dass wir mit der *Jet Press* auf synthetische Substrate drucken können. Wir setzen ein spezielles Vorlackier- und UV-Nachlackierverfahren ein und können so mit der *Jet Press* genauso schnell produzieren wie mit unseren anderen Bogendruckmaschinen. Und das bei exakt der gleichen Qualität. Die Kombination unserer Sachkenntnis und der von *Fujifilm* hat es uns ermöglicht, in einen neuen Markt einzudringen.«

ROSE betont auch seine Zufriedenheit mit dem hervorragenden Kundenservice von *Fujifilm*: »Wie schon beim Vorgängermodell stand uns *Fujifilm* während des gesamten Verkaufs- und Installationsprozesses mit viel Unterstützung zur Seite. Die *Jet Press* war sehr schnell installiert und *Fujifilm* ist stets für uns da, wenn wir Hilfe brauchen.«

> www.fujifilmjetpress.com



Henning Rose, CEO *Wegner GmbH*, ist begeistert von der neuen *Jet Press 750S*.





NAVIGATIONS-THEMA
PRINT & FINISHING:

DIGITALDRUCK
TECHNOLOGIEN



www.druckmarkt.com

PRINT & FINISHING | DIGITALDRUCK



HP INDIGO SPEED – DAS »NEUE NORMAL«

HP Indigo 100K.

Am 10. März hat *HP Inc.* zwei neue *HP Indigo*-Generationen angekündigt. Sie richten sich an Drucker, die ein erhöhtes Auftragsvolumen im Digitaldruck bewältigen wollen. Beide Plattformen bieten höhere Leistungen, ermöglichen Produktivitätssteigerungen und begünstigen somit die Transformation vom konventionellen Druck zum Digitaldruck.

Text: Klaus-Peter Nicolay | Fotos: HP Indigo

Er hatte es wohl geahnt, als er am 10. März während seiner Präsentation sagte: »Hoffen wir, dass die *drupa* stattfindet.« ALON BAR-SHANY, General Manager, *HP Indigo*, stellte in einer Video-Konferenz das schier überwältigende Angebot an neuen Maschinen vor. Und lieferte für die Entwicklung der Modelle auch gleich den passenden Hintergrund mit, nachdem er das »neue Normal« definiert hatte.



BAR-SHANY, General Manager, *HP Indigo*, stellte in einer Video-Konferenz das schier überwältigende Angebot an neuen Maschinen vor.

»Es geht um immer kleinere Auflagen, um Same Day Delivery, die steigende Nachfrage nach Lieferungen am gleichen Tag, Nachhaltigkeit und die zunehmende Bedeutung individueller Druck-Erzeugnisse«, so BAR-SHANY. Dabei sei auch festzustellen, dass die Kunden bereit seien, für Premium-Produkte mehr zu zahlen. Damit einher ginge auch, dass sogenannte Premium Print Provider mit eigenwilligen Lösungen um 33% gewachsen seien. Und Onlineprint mit Digitaldruckangeboten um 326% seit 2004. »In den vergangenen vier Jahren haben unsere Kunden ihre Geschäfte fast verdoppelt. Alleine im vergangenen Jahr wurde mit über

100 Millionen Druckaufträgen ein Umsatz von über 15 Milliarden US-Dollar erzielt. Mit den Innovationen, die wir jetzt vorstellen, läuten wir eine neue Ära ein. Diese wird das Wachstum unserer Kunden im kommenden Jahrzehnt und darüber hinaus beflügeln«, meinte BAR-SHANY.

Born to Run: HP Indigo 100K

Die *HP Indigo 100K Digital Press* im B2-Format ist die erste Maschine der 5. Generation von *HP Indigo*. Mit bis zu 6.000 Bogen/Stunde ist sie auf hohe Produktivität ausgelegt und richtet sich als Vierfarbmaschine vorrangig an Offsetdruckereien. »Zum Beispiel an

Onlineprinter«, sagte ALON BAR-SHANY. »Die brauchen keinen Firlefanz, sondern Qualität, Speed und Stabilität. Dazu haben wir der Maschine ein komplett neues Design verpasst, einen Anleger wie bei einer Offsetmaschine und eine Suite von Automatismen.« Die Maschine für ein Bogenformat von 750 x 530 mm sei »Born to Run« und eigne sich für den Nonstop-Duplex-Betrieb, sagte er.

Die Maschine dürfte damit die produktivste digitale B2-Lösung am Markt sein. Allerdings muss man die 6.000 Bogen relativieren: Das erreicht die *100K* nur im

sogenannten EPM-Modus (Enhanced Productivity Mode), wenn statt vierfarbig CMYK nur mit den drei Buntfarben 3/0-farbig gedruckt wird (was je nach Motiv durchaus realistisch ist). Im 4/0-Druck sind 4.500 Bogen möglich, beim 4/4-farbigem Druck sinkt die Leistung auf 2.250 Bogen.

Dennoch wird die Leistungsfähigkeit sicherlich auch Offsetdrucker überzeugen, die eine digitale Ergänzung für ihren Maschinenpark suchen und die Möglichkeiten der Personalisierung und Indivi-

Premium White, Invisible Yellow für Sicherheitsanwendungen und *Electrolnk Easy Release* für Scratch-off-Effekte. Die neuen Funktionen sind auch als Upgrade-Optionen für die *HP Indigo 7000* Serie erhältlich.

Die *HP Indigo 7eco* ist dabei die Einstiegslösung in den Digitaldruck von *HP Indigo*.

HP Indigo 15K

Teil des neuen Portfolios ist auch die neue *HP Indigo 15K Digital Press*. Sie basiert auf der erfolgreichen *HP Indigo 10000*-Plattform,



HP Indigo 15K.

dualisierung vorantreiben wollen. Die neue 4c-Druckmaschine bietet mit 6.000 Bogen pro Stunde im Vergleich zur *HP Indigo 10000*-Plattform eine deutlich höhere Produktivität unter Beibehaltung der bekannten *HP Indigo* Qualität. Darüber hinaus verfügt die *HP Indigo 100K* über erweiterte Features, darunter Farbautomatisierung, Kalibrierung und schnelles Umschalten zwischen Druckaufträgen mit unterschiedlichen Bedruckstoffen.

Die 2019 gestarteten Betatests, die weltweit unter anderem auch in reinen Offsetdruckereien stattfanden, wurden erfolgreich abgeschlossen. Die *Indigo 100K* soll ab Juni kommerziell verfügbar sein.

HP Indigo 7K

Die *HP Indigo 7K* im SRA3+-Format (330 x 482 mm Bogenformat für ein Druckbild von 317 x 464 mm) verarbeitet Substrate bis zu 550 Mikrometer und unterstützt den Druck von *Electrolnk Silver*,

die seit ihrer Einführung im Jahr 2012 mehr als 1.000 Mal verkauft wurde. In diesem Segment sieht sich *HP* übrigens als Marktführer. Die *Indigo 15K* ist so konzipiert, dass sie die unterschiedlichen Kundenanforderungen bei hoher Produktivität erfüllt. Sie bietet eine größere Substratvielfalt im Vergleich zum Vorgängermodell. Papiere und Kartonagen mit bis zu 600 Mikrometer können jetzt bedruckt werden.

Die *HP Indigo 15K* bietet eine verbesserte Qualität mit dem HD-Schreibkopf und FM-Raster. Zu den neuen Druckfarben gehören



HP Indigo 7eco

die *HP Indigo Electrolinks Premium White* und *Invisible Yellow*. Neue hochauflösende FM-Raster unterstützen eine deutlichere Schärfe für den Graustufendruck. Die *HP Indigo 12000* kann mit den neuen Funktionen der *Indigo 15K* ausgerüstet werden.

Verpackung: Ungebremstes Wachstum

»Der Markt für digital gedruckte Etiketten und Verpackungen wächst ungebremst«, so ALON BAR-SHANY, der für den Gesamtmarkt ein Plus von 3,3% jährlich

Kosten bei der On-Demand-Produktion von flexiblen Verpackungen nun weiter verbessern. Dazu zählen mehr Flexibilität durch zwei Stationen für weiße Farbe und eine höhere Produktivität durch die Vergrößerung des Druckformats von 729 mm auf 737 mm.

Neben der *Spot Master* Farbautomatisierung gehören auch optimierte Laminierungslösungen mit dem neuen *SuperSimplex e800*-Laminator von *Nordmeccanica* zu den verbesserten Features. Der 800 mm breite Lösungsmittelfreie



HP Indigo 25K.

nennt. »Etiketten- und Verpackungsdrucker, die *HP Indigo* nutzen, steigern ihr Volumen viermal schneller als der Markt und bieten kontinuierlich neue Anwendungen«. Dies sei auch notwendig, da sich der Markt aufgrund von Nachhaltigkeitsbemühungen verändert und gesetzliche Vorgaben alles in Bewegung halten. Dem komme das neue Etiketten- und Verpackungsportfolio entgegen, da es ermögliche, dem Wettbewerb stets einen Schritt voraus zu sein und eine breitere Palette von Aufträgen schnell und mit wenig Arbeitsaufwand liefern zu können, so BAR-SHANY.

Seit der *drupa* 2016 wurden nach den Zahlen von *HP* mehr als 1.000 *HP Indigo*-Etiketten- und Verpackungsdruckmaschinen weltweit installiert.

HP Indigo 25K

Alleine von der *HP Indigo 20000* seien 200 Maschinen verkauft und in Betrieb. Das Nachfolgemodell, die *HP Indigo 25K* soll die

Laminator soll für einen geringen Abfall und einen reduzierten Energieverbrauch für die On-Demand-Produktion von Pouches sorgen. Der bewährte *Karlvillie Pack Ready* Thermolaminator und die *Karlvillie KS-DSUP-400* Beutelerstellungsmaschine sind für kleinere Auflagen optimiert. Zudem ist die *Indigo 25K* mit einer neuen Schneidevorrichtung ausgestattet.

Die K-Lösungen für Etiketten und Verpackungen

Die *HP Indigo 35K* im B2-Bogenformat und die B1-Rollendruckmaschine *HP Indigo 90K* bieten zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten für den Druck von Faltschachteln und anderen Spezialanwendungen: die *Indigo 90K* beispielsweise Simplex-Anwendungen wie Banner, übergroße B1-Poster und Tapeten.

Die *HP Indigo 35K* baut auf der über 100 Mal installierten *Indigo 30000* auf.

>

Sie bietet schnelles Umstellen auf unterschiedliche Bedruckstoffe, Palettenanleger, den Druck auf dünnen Substraten ab 150 Mikron, HD-Druck mit 1.600 dpi und eine integrierte *Tresu iCoat II* Lackeinheit. Zudem können *ElectroInk Premium White* mit hoher Deckkraft, *ElectroInk Invisible Yellow* sowie *Track & Trace*-Lösungen zum Plagiatsschutz eingesetzt werden. Die *HP Indigo 6K Digital Press* ist das Nachfolgermodell der *Indigo 6000* und bietet mehr Anwendungen mit Weiß für Shrink-Sleeves, Farben wie Silber, Fluo-

Der *Kurz DM-Jetliner* ist eine vorgeschaltete digitale Folieneinheit, die in verschiedene *HP-Indigo-Modelle* eingebaut wird. Sie ermöglicht die Herstellung veredelter Drucksachen mit Metalleffekten auf einer Vielfalt von Substraten in einem Durchlauf und bei voller Maschinengeschwindigkeit. Durch die Integration von *HP Indigo GEM* in die *Indigo 6K* lassen sich Digitaldrucke mit Schmuckelementen herstellen – zum Beispiel Folien, Spotlackierungen, Volllackierungen, taktile Grafiken, holographische Effekte und an-

neuen Anwendungen und Partnerlösungen, einschließlich Informationen über Markttrends und Geschäftsmodellen sowie Hunderte von kostenlosen, individuell anpassbaren künstlerischen Designs. In diesem Zusammenhang ist *HP Mosaic* jetzt noch vielseitiger. In Kooperation mit *Microsoft Xiaoice* können Anwender auf die ersten 4.000 Muster zugreifen. *HP PrintOS Site Flow* ist eine End-to-End-Produktionsautomatisierung von der Bestellung bis zum Versand. *Site Flow* bietet jetzt drei Benutzerebenen (Lite, Pro und

gen Schmalbahn-Lösungen vergleichbar sei. Zudem bietet die *V12* eine Druckauflösung von 1.600 dpi. Farben könnten bei laufender Produktion gewechselt und beliebige Farbkombinationen erstellt werden. Bedruckt werden Substrate von 12-Mikrometer-Film bis 450-Mikrometer-Karton, wobei ein integrierter Inline-Primer zum Einsatz kommt. Hinter dieser innovativen Lösung steht die *LEP^X*-Architektur, bei der wesentliche Eigenschaften der *LEP*-Technologie (*Liquid Electro Photography*) verbessert wur-



HP Indigo 35K.

reszenz, unsichtbares Rot und Grün für Markenschutzanwendungen sowie neue Lacke. Die *HP Indigo 8K* bietet eine verbesserte Produktivität, weniger Makulatur und einen einfacheren Wechsel zwischen Substraten.

Tools für Farbe und Veredelung

Ein neues Feature für die Farbautomatisierung ist *Spot Master*, eine automatisierte Lösung auf Basis eines Algorithmus, der eine konsistente Farbwiedergabe garantiert. *Spot Master* ist für die *HP-Indigo-Modelle 35K, 25K, 6K* und *8K* erhältlich.

Mit *HP Indigo Secure* können Markenschutzlösungen mit speziellen Tinten, fälschungssicheren Markierungen, Mikrotex-Schriften und geschützten *Track & Trace*-Lösungen eingesetzt werden. Digitale Veredelungen bieten der integrierte *Kurz DM-Jetliner* für die Metallisierung und *HP Indigo ElectroInk Silver*.

dere Spezialeffekten. Druck und Veredelung erfolgen in einem Durchgang.

HP PrintOSX Plattform

HP PrintOSX vereint Cloud-Plattform-Anwendungen mit einer KI-gestützten Service- und Support-Infrastruktur. Basierend auf der fortschrittlichen Technologie, den Tools und dem Know-how von *PrintOSX* haben Kunden die Möglichkeit, die ›Druckfabrik der Zukunft‹ aufzubauen, betriebliche Exzellenz zu erreichen, die Produktion zu automatisieren und mit sinnvollen Anwendungen zu innovieren.

Seit der Einführung auf der *drupa 2016* sind mehr als 12.000 *HP*-Kunden über *PrintOS* vernetzt und nutzen zahlreiche Anwendungen, die Big Data in der Cloud und in Echtzeit für alle Arten von Produktionsherausforderungen bereitstellt. Zu den Anwendungen gehören unter anderem der *PrintOS Marketplace* mit einer neuen Benutzeroberfläche sowie



HP Indigo V12.

Enterprise) und unterstützt Drucker, die 50 bis 10.000 Aufträge pro Tag produzieren. 2019 wurden mehr als 20 Millionen Druckaufträge von *Site Flow* verarbeitet, eine Steigerung von 34% im Vergleich zum Vorjahr.

Predictive Press Care ermittelt proaktiv Fehler oder Mängel an der Druckmaschine, bevor diese die Produktion beeinflussen.

Neue LEP^X-Architektur für die V12

Und wie der legendäre *STEVE JOBS* hatte auch *ALON BAR-SHANY* noch ›One last Thing‹. Mit der Etikettendruckmaschine *V12* stellte er die erste *HP Indigo* der 6. Generation vor, die auf der sogenannten *LEP^X*-Architektur basiert, die mit bis zu zwölf Farben konfiguriert werden kann und die eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 120 m/Min. erreicht. Damit stößt die Maschine laut *BAR-SHANY* in einen Produktivitäts-Bereich vor, der mit analo-

den. Dabei arbeiten statt einer einzigen Imaging-Engine gleich sechs. Dies führt zu der Vervielfachung der Geschwindigkeit. *LEP^X* ermöglicht eine Effizienz, mit der große Druckvolumen unabhängig von der Art der Grafik, der Farbdeckung oder Spezialfarben rentabler als bisher produziert werden können.

Während alle zuvor genannten Maschinen im Jahr 2020 verfügbar sein sollen, wird für die *V12* das Jahr 2022 genannt.

Neue Ära der Produktion

Mehr als 100 Komponenten und Bauteile des neuen Portfolios wurden mit der *Multi Jet Fusion*-Technologie von *HP* produziert. Der 3D-Druck ermöglicht es, Designzyklen zu beschleunigen, neue Teile in Tagen statt in Wochen zu liefern und die *CO₂*-Bilanz durch geringeren Energie- und Materialeinsatz zu reduzieren.



TALKING ABOUT PRINT · TRANSFORMATION · E-COMMERCE

BEYONDPRINT

uncovered

Photo by Hector Bermudez on Unsplash

MEINUNG, TRENDS, ENTWICKLUNGEN UND NEUHEITEN AUS DER DRUCK- UND MEDIENBRANCHE, AUS ONLINEPRINT UND MASS CUSTOMIZATION. MIT DEM BLICK AUF DAS WESENTLICHE.

WWW.BEYOND-PRINT.DE



DIRECT-TO-SHAPE Der von *OPM Europa BV* im niederländischen Tilburg gebaute *LabelSaver* basiert auf Robotikelementen und der *VersaPass*-Technologie von *Memjet*. Der Drucker ist mit einem eigenem Robotersystem ausgestattet und verfügt über eine *TrojanLabel*-Druckeinheit von *Memjet*, die dreidimensionale Behälter direkt bedruckt und damit der Produktkennzeichnung ohne ein separat aufgebrachtes Etikett neue Gestaltungsmöglichkeiten eröffnet. Der *LabelSaver* ist für den Druck auf vielfältige Objekte wie Kanister, Metallfarbdosen und Kunststoffbehälter ausgelegt. Er kann bis zu 500 Kanister pro Stunde vollfarbig im 360-Grad-Modus rund um das Objekts bedrucken. Es ist außerdem möglich, *Memjet*-geeignete Beschichtungen für flexible Verpackungen und Folien zu bedrucken. > www.memjet.com



VERBESSERUNGEN *HP* erweitert das Portfolio der *Latex R-Serie* um neue Leistungsmerkmale. Mithilfe der wasserbasierten *Latex Tinten* von *HP* lässt sich hohe Bildqualität auf einer Vielzahl an festen und flexiblen Materialien erzielen. *HP* bietet nun die *White Latex Ink* – ein brillantes Weiß, das sich auch nach längerer Zeit nicht gelb verfärbt, wie dies bei herkömmlicher UV-Druckfarbe der Fall sein kann. Zudem gibt es serienübergreifende Verbesserungen beim Management der Druckaufträge sowie automatische Updates. Zur *R-Serie* gehören unter anderem der *HP Latex R1000* und *R2000 Plus*. Sie stehen für hohe Kapazitäten und Produktivität, Materialzuführung in Rollen- oder Plattenkonfiguration bis zu 1,64 m beziehungsweise 2,5 m Breite, Druck mit 3- beziehungsweise 5-Liter-Tintenpatronen und Druck mit weißer Farbe. > www.hp.com



NOCH MEHR ANWENDUNGEN *swissQprint* stellt eine neue orange Tinte zur Verfügung. Das Orange lässt sich als Mischfarbe mit Prozessfarben anwenden oder gezielt als Spotfarbe. Die Farbwerte sind praktisch deckungsgleich mit *Pantone 021*. Das leuchtende Orange ergänzt die Standardtintensets für die *swissQprint*-LED-Flachbettdrucker und den Rollendrucker *Karibu*. Für diese Maschine hat *swissQprint* zudem einen flexiblen Lack entwickelt, der partiell und optional mit einem Schichtaufbau gedruckt werden kann, um optische und haptische Effekte zu erzielen. Denkbar sind Hervorhebungen von Mustern oder edle Lackschriftzüge. Gemeinsam mit den Prozessfarben verdruckt, verleiht der Lack der Tintenschicht eine erhöhte Wasser- und Lösemittelresistenz. Praktisch also für Drucksachen, die regelmäßig gereinigt werden. > www.swissqprint.com



INTERIOR DESIGN *Roland DG* hat den *EJ-640 DECO* vorgestellt, ein Drucker, der für den Druck von Anwendungen im Bereich der Inneneinrichtungen umweltfreundliche, wasserbasierte Tinte verwendet. Speziell für die Anforderungen des florierenden Inneneinrichtungsmarktes entwickelt, eröffneten sich eine Fülle von Anwendungen – von individuell bedruckten Tapeten, Lampenschirmen und Jalousien bis hin zu Postern, Messegrafiken, Außenwerbung und vieles mehr. »Der *EJ-640 DECO* bietet außergewöhnliche Qualität und langlebigen Druck auf einer ganzen Reihe von Materialien, und dies bei niedrigen Produktionskosten und beeindruckender Vielseitigkeit. Ein Drucker, auf den die Branche gewartet hat!«, sagt *PAUL WILLEMS*, Director of Business Development und Product Management bei *Roland DG EMEA*. > www.rolanddg.de



TEXTIL-HYBRIDDRUCKER *Mimaki* präsentierte den Textil-Hybriddrucker *Tx300P-1800 MkII*. Dank eines auf Vielseitigkeit ausgelegten Designs ermöglicht der Drucker den Textildirektdruck und Textil-Transferdruck. Mit austauschbaren Auflageflächen und drei verschiedenen Tintenkombinationen bietet er Flexibilität in einem System. Bisher war der Textildrucker *Tx300P-1800* von *Mimaki* das Vorzeigemodell hinsichtlich Qualität, Preis und Leistung. Der auf diesem Modell aufbauende *Mimaki Tx300P-1800 MkII* macht den Weg frei für neue Materialien und Anwendungen. Vielfältige Anwendungen von Mode- bis Raumtextilien und Tapeten mit einem System herzustellen, macht den Drucker zu einer Lösung der Einstiegsklasse. > www.mimakieurope.com

SWISS KRONO Singlepass-Digitaldruck mit RotaJet

Swiss Krono investierte am Standort in Heiligengrabe, im Norden Deutschlands, in eine RotaJet 225 von Koenig & Bauer. In dem Wachstumsmarkt des digitalen Dekordrucks ist es bereits die fünfte Anlage, die gekauft wurde. Damit hat jetzt bereits der zweite Holzwerkstoffhersteller in die Digitaldrucklösung

Die Swiss Krono Group zählt zu den weltweit führenden Herstellern von Holzwerkstoffen. Das Unternehmen steht für nachhaltige und innovative Lösungen in den Geschäftsfeldern Interiors, Flooring und Building Materials. 1966 als Familienunternehmen gegründet, beschäftigt die Firmengruppe heute über 5.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2017/2018 erwirtschaftete das Unterneh-

wir in den Dekordruck einsteigen. Wir glauben an den Digitaldruck und sind der Meinung, dass diese Technik den Dekormarkt verändern wird. Aufgrund der Marktanforderungen in diesem Bereich, wie zum Beispiel schnelle Time-to-Market Produktion, individuelle Dekore und kleinere Auflagen sind wir sicher, dass wir mit unserer Maschine und dem Geschäftsmodell Erfolg haben werden»,



Die neue RotaJet 225 für Swiss Krono in Heiligengrabe.

von Koenig & Bauer investiert.

»Durch die verschiedenen Maschinenklassen L und VL sowie die unterschiedlichen Bahnbreiten von 138, 168 und 225 cm der RotaJet können wir unseren Kunden markt- und regionalspezifische Lösungen für die Dekorindustrie anbieten. Wir freuen uns besonders, dass Swiss Krono sich für eine RotaJet 225 entschieden hat«, so Koenig & Bauer Vorstandsmitglied CHRISTOPH MÜLLER.

Im Sommer 2020 soll die digitale Rotation in Heiligengrabe in Produktion gehen. »Mit der RotaJet 225 von Koenig & Bauer können wir nun gezielt auch kleinere Auflagen effizient realisieren und neue Dekore und Produkte schneller auf den Markt bringen«, so INGO LEHNHOFF, Geschäftsführer Swiss Krono Tex in Deutschland.

men einen Umsatz von 2,0 Milliarden CHF. Neben dem Schweizer Werk in Menznau produziert Swiss Krono in Frankreich, Deutschland, Polen, Ungarn, der Ukraine, Russland sowie den USA. Vertrieben werden die Produkte der Gruppe weltweit in über 120 Ländern. Seit jeher engagiert sich die Swiss Krono Group kompromisslos für Qualität und Umweltorientierung.

> www.koenig-bauer.com

ROTAJET 225 Singlepass-Digitaldruck

Beim neu gegründeten Unternehmen Mimmatic kommt eine RotaJet 225 für den Dekordruck zum Einsatz. Mimmatic ist ein Ableger der Losán Gruppe, einer der größten Holzwerkstoffhersteller in Spanien. »Mit der RotaJet von Koenig & Bauer wollen

XEROX Baltoro HF Inkjet Press

Xerox hat die Baltoro HF Inkjet Press auf den Markt gebracht, ein Einzelblatt-Produktionsdrucksystem, mit dem nach Herstellerangaben hochvolumige Transaktionsdrucke, Mailings und Kataloge hoher Druckqualität und Produktivität produziert werden können.

»Bei der Entwicklung der Baltoro HF haben wir das Beste aus unseren Technologien iGen und High Fusion Inkjet vereint. Das Ergebnis ist eine Platt-

sei nicht notwendig. Durch den Wegfall der Primer-Einrichtung könnten bei gleichzeitiger Steigerung der Produktivität der Energieverbrauch sowie die Gesamtkosten (TCO) gesenkt werden. Nach Angaben von Xerox bietet die Baltoro HF hohe Druckgeschwindigkeiten: im maximalen Druckformat von 350 x 514 mm (das Papierformat entspricht 364 x 520 mm) lassen sich 126 Bogen einseitig und 87 doppelseitig bedrucken. Für A3 berechnet Xerox 151 einseitig und 75 doppelseitig bedruckte Bogen, was bei



Die Xerox Baltoro HF Inkjet Press ist ab sofort verfügbar.

form, die sich für kommerzielle Druckumgebungen eignet und ähnlich kosteneffizient wie im Offsetdruck produziert«, erläutert TRACEY KOZIOL, Senior Vice President of Global Offerings bei Xerox. »Da wir die Baltoro HF komplett selbst entwickelt haben und fertigen, können wir die Plattform auch rascher weiterentwickeln.«

Die Xerox Baltoro HF Inkjet Press verfügt über automatisierte Intelligenz für die Farb- und Bildqualität, die eigenständig Optimierungen in Echtzeit vornimmt. In Verbindung mit High-Fusion-Tinte und den Xerox-Inkjet-Druckköpfen bietet das Drucksystem eine Druckauflösung von 1.200 x 1.200 dpi. Eine Vorbehandlung der Substrate durch einen Primer

einer 2-up-Belegung des Bogens (2 Seiten A4 pro Bogenseite) einem rechnerischen Wert von 302 Seiten A4/Minute entspricht.

Dabei automatisiert Xerox FreeFlow Core zeitaufwendige Abläufe in der Druckvorstufe, während der Xerox FreeFlow Print Server das Hinzufügen neuer Aufträge bei laufendem Druckbetrieb erlaubt.

> www.xerox.com



NAVIGATIONS-THEMA
PRINT & FINISHING:

DIGITALDRUCK
TECHNOLOGIEN



www.druckmarkt.com

KONICA MINOLTA DIGITALISIERUNG ALS CHANCE VERSTEHEN

Auf seiner Hausmesse *Print Experience 2020* präsentierte *Konica Minolta* eine Kombination aus Druck-Erzeugnissen, Augmented-Reality-Anwendungen, Lösungen für Crossmedia-Kampagnen und Workflow-Software. Ein besonderes Augenmerk galt der Markteinführung einer neuen Digitaldruckmaschinenklasse, der *AccurioPress C14000*.

Text und Bilder: Konica Minolta

Mehrere Hunderte Gäste waren der Einladung von *Konica Minolta* zur deutschlandweiten Ausgabe der *Print Experience* in die Unternehmenszentrale nach Langenhagen und zeitversetzt nach Stuttgart gefolgt. Die Besucher erlebten eine Reise in die Zukunft von Print, in der sich Druck-Erzeugnisse mit digitalen Techniken optimieren und verknüpfen lassen.

Ziel von *Konica Minolta* war es, unter dem Motto »Die Zukunft gestalten« Wege aufzuzeigen, wie Druckereien die Bedürfnisse ihrer Kunden aufgreifen und mithilfe digitaler Lösungen umsetzen können. Dafür gab der Event mit der Präsentation neuer Technologien, Workshops und Keynotes zahlreiche Impulse.

OLAF LORENZ, General Manager International Marketing Division bei *Konica Minolta Business Solutions Europe*, gab einen exklusiven Ausblick auf die Innovationen, die *Konica Minolta 2020* präsentieren wird, und *Michael Molbaek*, Senior Manager Production Printing bei

Konica Minolta Business Solutions Europe, stellte den Star der Hausmesse vor: Die neue *AccurioPress C14000*, die gemeinsam mit der kleineren *AccurioPress C12000* gelancet wurde.

Flaggschiff findet Anklang

Die beiden tonerbasierten Bogen-drucksysteme sind die neuen Flaggschiffe von *Konica Minolta*. Mit einer Geschwindigkeit von 140 A4-Seiten pro Minute eignet sich die *AccurioPress C14000* für Produktionen im Hochvolumensegment.

Wie *Konica Minolta* berichtet, liegen bereits zahlreiche Vorbestellungen für die beiden ab sofort verfügbaren *AccurioPress C14000* und das 120 A4-Seiten schnelle Modell *AccurioPress C12000* vor. Mit der *AccurioPress C14000*-Serie steigt *Konica Minolta* in das Segment für den hochvolumigen Farb-Digitaldruck ein.

Die *AccurioPress C14000* druckt 140 Bogen DIN A4 pro Minute bei einer Auflösung von 3.600 x 2.400 dpi und 8 Bit Farbtiefe und

ist damit 40% schneller als alle vorherigen tonerbasierten Systeme von *Konica Minolta*. Verarbeitet werden können Grammaturen bis zu 450 g/m².

Die neue Serie erweitert das Produktionsdruck-Portfolio oberhalb der fortbestehenden *AccurioPress C6100*-Serie und soll die Lücke zwischen den aktuellen Produktionssystemen und dem UV-Inkjet-Bogen-drucksystem *AccurioJet KM-1* schließen.

Die neuen Drucksysteme wurden laut Herstellerangaben mit Blick auf eine hohe Effizienz und niedrige Betriebskosten konzipiert. Dazu würden Technologien eingesetzt, um manuelle Eingriffe in den Druckprozess zu minimieren. So bilde das Inline-Qualitätskontrollsystem *IQ-501* erweiterte Optionen für eine automatische Bogenkorrektur und unterstütze die höhere Geschwindigkeit der neuen Serie. Das *IQ-501* kontrolliere Druckqualität, Farbkonsistenz und Register, erkenne Streifen und Flecken sowie Fehlstellen. Diese Technologie solle für ma-

ximale Druckstabilität selbst bei langen Aufträgen und verkürzte die Einrichtzeit für Druckjobs durch Automatisierung auf ein Minimum.

Das System ist auf eine Druckleistung von 2,5 Millionen Bogen pro Monat (DIN A4) ausgelegt und bietet die doppelte Tonerkapazität früherer Modelle. Ein integrierter Mediensensor erkennt automatisch das genutzte Papier und weist die entsprechenden Einstellungen aus dem Papierkatalog zu. Zeitaufwendige Einstellungen und Bedienfehler sollen so vermieden werden. Die Modellreihe verfügt zudem über die Trimmer-Einheit *TU-510*, ein Inline-Vierseiten-Schneider mit Rillvorrichtung, Zwischenschnitten, Banner-Option und Visitenkarten-Ausgabefach. Damit ist eine automatisierte Umsetzung von Druckaufträgen mit Finishing möglich. Die Systeme sind auch auf achtseitige gefaltete Broschüren inline oder Buchumschläge zur externen Weiterverarbeitung ausgelegt.



Konica Minolta bietet mit der AccurioPress C14000 ein tonerbasiertes Drucksystem für hochvolumige Printproduktionen an.



Einstiegssystem für Veredelungen

Konica Minolta bringt mit der MGI JetVarnish 3D One ein Einstiegsmodell für die UV-Lackierung auf den Markt, mit dem sich Digital- und Offsetdrucke veredeln lassen. Die Maschine verwendet einen Universallack für verschiedene 2D- und 3D-Effekte und führt die Lackierung in einem Durchgang aus. Dabei eignet sich das System gerade für die Veredelung kleiner und mittlerer Auflagen. Verpackungen lassen sich ebenso aufwerten wie Bücher, Magazine oder Broschüren und Karten.

Das System kombiniert die MGI-Technologie mit den piezoelektrischen Drop-on-Demand-Druckköpfen von Konica Minolta. Die »On-the-fly«-Härtung via LED (ozonfrei ohne Abluft) gehört ebenfalls zum Standard. Pro Stunde lassen sich bis zu 2.077 A3-Bogen in einem Formatbereich bis 364 x 750 mm verarbeiten. Der Lack lässt sich mit einer Schichtdicke von 21 µ bis 116 µ in

einem Durchgang applizieren. Optional ist die Verarbeitung variabler Daten für versionierte oder personalisierte Drucke möglich. Auch steht optional eine Möglichkeit zur Verarbeitung metallisch beschichteter Substrate zur Verfügung.

AccurioLabs-Workshops

Besucher der Events konnten sich in Workshops zudem informieren, wie sie sich mithilfe von Prozess-Automatisierung vom Druck- zum Marketing-Service-Dienstleister weiterentwickeln können und wie digitale Technologien heute schon die Abläufe im Drucksaal optimieren und Wertschöpfungsketten erweitern. Weitere Themen-Schwerpunkte zeigten digitale Dienste, neue Anwendungen oder eine erweiterte Farbqualität.

THORSTEN KINNEN, Account Manager Industrial Printing bei Konica Minolta Business Solutions Europe, stellte in seinem Workshop darüber hinaus das Wide Gamut Profil Fogra53 als neuen

Standard für Farbqualität vor und erläuterte den Nutzen für Print Professionals. Denn gerade für länderübergreifend tätige Unternehmen erschließt sich ein breites Spektrum an internationalen Druckaufträgen.

Konica Minolta hatte als erster Drucksystemhersteller für sein digitales UV-Inkjet B2+ Bogen-drucksystem AccurioJet KM-1 die Profizertifizierung nach Fogra53 erhalten.

In einem weiteren AccurioLabs-Workshop erfuhren die Teilnehmer, wie sich mithilfe der Augmented-Reality-Anwendung genARate Druckprodukte um interaktive Inhalte erweitern lassen. Videos, Animationen oder 3D-Modelle, die in Druckprodukten eingebunden sind und sich per Smartphone oder Tablet abrufen lassen, verlängern Werbemaßnahmen online.

genARate eröffnet Kunden aus Marketing und Werbung so einen Weg, Konsumenten individuell zu erreichen. Dabei lassen sich Crossmedia-Kampagnen mit der Multichannel-Marketingplattform Markomi erzeugen.

Im Wettbewerb bestehen

Weitere AccurioLabs-Workshops drehten sich um Themen wie Differenzierung und neue Anwendungen. Print für sich genommen ist heute nicht mehr »speziell« genug. Über neue Anwendungen und

Angebote müssen sich Druckereien vom Wettbewerb abheben, indem sie für ihre Kunden einen spezifischen Nutzen schaffen. Ideen hierzu erläuterte RÜDIGER MAASS vom f:mp. (Fachverband Medienproduktion) anhand plastischer Beispiele aus der Medienproduktion.

Eine zentrale Herausforderung für jede Druckerei besteht darin, dem Preisgespräch rund um den Druck zu entgehen. Im Workshop lernten die Teilnehmer Tools und Methoden kennen, um bei Angebotserstellung und in Verhandlungen mit Kunden flexibler zu werden. Denn oft scheitert es bei prompten Preisabfragen bereits an der Möglichkeit, schnell die eigentlichen Kosten zu kalkulieren.

Plattform für die Nutzer

Daneben erlebten die Besucher, wie die Anwendergemeinschaft Prokom sie unterstützt, neue geschäftliche Möglichkeiten zu entdecken. Ziel von Prokom ist es, durch Bildung, Vernetzung und Erfahrungsaustausch ein Umfeld für die Transformation von Unternehmen zu schaffen und eine Gemeinschaft profitabler Druckdienstleister aufzubauen. Als User-Plattform bietet Prokom auch über die Print Experience hinaus die Möglichkeit zum Austausch und Wissenstransfer.

> www.konicaminolta.de



Die MGI JetVarnish 3D One ist ein Einstiegssystem für UV-Spotlackierung.

ETIKETTENPRODUKTION Die *MC-Line GmbH* wurde im März 2019 von DIETRICH und ROBERT MÄGERLEIN in Marburg gegründet. Das Unternehmen ist in Deutschland an zwei Standorten tätig und verfügt über hohe Expertise bei Rollenhafteketten im Bereich der pharmazeutischen Etiketten. Für die Betriebsstätte in Cölbe investierte *MC-Line* 2019 in eine *HP Indigo 6900 Digital Press*. Damit lassen sich Aufträge für schmalformatige Etiketten, flexible Verpackungen, Banderolen, In-Mold- oder Rundumetiketten umsetzen. Durch eine Beteiligung an der *Top-Label GmbH* produziert das Unternehmen auch Druck-Erzeugnisse für die Lebensmittel- und Kosmetikbranche. Durch den Einsatz des digitalen Silberfarbdrucks der *HP Indigo 6900* erzielt *MC-Line* beeindruckende Lösungen. > www.hp.com

PROCARE SERVICE-PROGRAMM Canon führt das *ProCare-Service-Programm* ein. Es wurde speziell für die Nutzer der Digitaldrucker *Canon Colorado 1640* und *1650* entwickelt und soll die maximale Verfügbarkeit der Systems über schnelle Ersatzteillieferungen, vorbeugende Wartung und Remote-Support für Hard- und Software sicherstellen.

FINISHING-OPTIONEN Ricoh hat neue Finishing-Optionen für die Einzelblatt-Farbdrucksysteme der Serien *Pro C9200* und *Pro C7200* auf den Markt gebracht. Insgesamt werden acht neue Optionen sowie neue *EFI* Druckserver angeboten. Die größere Auswahl an Zufuhr- und Ausgabeoptionen für Papier sorgt bei den Serien *Pro C9200* und *Pro C7200* für mehr Produktivität. Die Optionen unterstützen gestrichenes Papier, schwere Medien und das Einschließen von Zwischenblättern. Neue Binfunktionen wie Sattelheftung und SquareFold erleichtern die Produktion von Broschüren und Handbüchern im A4-Querformat, Katalogen, Handbüchern und Berichten mit Deckblättern aus schwerem Papier. > www.ricoh.de

ERWEITERTES CLOUD PORTFOLIO Xerox erweitert sein Cloud Services Portfolios mit dem Launch von *Virtual Print Management Service* und *Workplace Cloud Fleet Management*. Hierbei handelt es sich um Angebote, die die digitale Transformation der IT-Kunden erfolgreich begleiten und vorantreiben sollen. Mit dem *Virtual Print Management Service* können veraltete Druckinfrastrukturen durch die cloudbasierte von Xerox ersetzt werden. *Workplace Cloud Fleet Management* ist eine Lösung zum Flottenmanagement und erstellt Sicherheits-Updates für einzelne Drucker bis zur gesamten Druckerflotte. Über ein Dashboard lässt sich die Einhaltung der Sicherheitsmaßnahmen auf einen Blick erkennen. > www.xerox.de

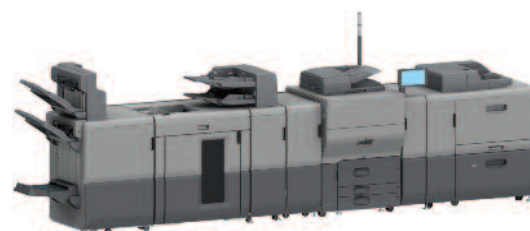
ZÜND Press Cutting Tool – PCT

Zünd hat sein Angebot an Werkzeugen für den Zugschnitt von Wellpappe um das neue *Press Cutting Tool – PCT* erweitert. Was das neue Schneidwerkzeug auszeichnet, ist seine Performance und die hohe Qualität des Schnittes. Während beim Einsatz eines oszillierenden Messers Vertikalkräfte auf die Wellpappe einwirken, sorgt das *PCT* für einen schwingungsfreien Zugschnitt. Das ermöglicht deutlich höhere Schneidgeschwindigkeiten und sorgt für saubere und exakte Schnittkanten. Eine Besonderheit des *PCT* ist sein mit einer Kuppe versehener Gleitschuh. Während des Schneidvorgangs komprimiert diese die Schnittkante und bewirkt eine gleichzeitige Abkantung der Schnittkante. Das mit dem *PCT* erzielte Resultat ist vergleichbar mit Produkten, welche im konventionellen Stanzenverfahren hergestellt wurden. Die Presstiefe des Gleitschuhs lässt sich über ein Skalenrad stufenlos einstellen. Das erlaubt den Zugschnitt von Wellpappen bis zu einer Stärke von 7 mm, ohne dass die Gefahr besteht, dass der Liner einreißen oder aufplatzen könnte. Mit dem neuen *PCT* lassen sich filigrane Konturen mit Radien bis 3 mm einwandfrei schneiden.

> www.zund.com

REFORMKONTOR Packaging-Relaunch mit HP Indigo

Die *Reformkontor GmbH* in Zarrentin ist wichtiger Lieferant für die über 1.000 Reformhäuser in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Bei der Überarbeitung des Packagingdesigns setzte das Unternehmen auf die Vorteile der Digitaldrucktechnologie. In Zusammenarbeit mit *Folienprint RAKO*, einem Unternehmen der *All4Labels Group*, wurde



Der neue Ricoh Pro C5200S ist gegenüber dem Vorgängermodell weiter optimiert worden.

eine dauerhafte Vereinfachung von Prozessen herbeigeführt. »Vom Packaging-Relaunch waren fast 200 Artikel betroffen. Konventionell wären die Komplexität und Kosten um ein Vielfaches höher gewesen«, erinnert sich ENRIKO KÜNSTLER, Betriebsleiter *Reformkontor*. Die Folien für die Beutel im neuen Design liefert seither *Folienprint*. Das in Gallin ansässige Unternehmen ist eine feste Größe für flexible Verpackungen und Shrink Sleeves. Der Packaging-Relaunch wurde im Frühjahr 2018 gestartet. Bereits im Oktober 2018 standen die ersten Produkte mit neuem Design in den Regalen. Abgeschlossen wurde das Projekt im Mai 2019. > www.hp.com
> www.folienprint.de

RICOH PRO C5300S Neue Serie für den Einzelblattdruck

Ricoh hat mit der *Pro C5300S* eine neue Serie für den Einzelblatt-Farbdruck vorgestellt. Sie baut auf dem Erfolg des Vorgängers *Ricoh Pro C5200S* auf, bietet hohe Bildqualität mit einer Auflösung von 2.400 x 4.800 dpi, eine Steuerung der Glanzintensität des Toner für unterschiedliche Ausgabeanforderungen, eine Druckgeschwindigkeit von

bis zu 80 Seiten/Min. und eine vielfältige Medienhandhabung bis 360 g/m² einschließlich strukturierten Papieren und Briefumschlägen. Eine größere Bandbreite an Weiterverarbeitungsoptionen wie einem Broschüren-Finisher für die Produktion von Broschüren bis 30 Blatt bei einem Papiergewicht von 80 g/m². Die *Pro C5300S*-Serie ist mit einem 10 Zoll großen Farb-Touchscreen ausgestattet, der das Einrichten vereinfachen soll. Darüber hinaus erleichtern austauschbare ORU-Einheiten (operator replaceable unit) die Wartung. > www.ricoh.de

XEIKON SIRIUS-TECHNOLOGIE FÜR PREMIUM-ANWENDUNGEN

Mit der im vergangenen Jahr eingeführten Trockentoner-Kampagne ›The Power Of Dry Toner‹ hat *Xeikon* keinen Zweifel daran gelassen, dass das Unternehmen nach wie vor von den Vorteilen der Technologie für den Druckmarkt überzeugt bleibt und dessen Leistungspotenzial sogar noch weiter ausbauen wird.

Text und Bilder: *Xeikon*

Nun untermauert *Xeikon* diese Überzeugung mit der Ankündigung der SX30000. Hierbei handelt es sich um eine völlig neue, leistungsstarke Single-Pass Duplex-Druckmaschine auf Basis der *Sirius*-Technologie. Sie bietet eine Druckbreite von 508 mm, verarbeitet eine breite Medienpalette mit einer Geschwindigkeit von 30 m/Min. beziehungsweise 404 A4-Seiten/Minute. Damit sei sie bei Flächengewichten von 40 bis 350 g/m² im Durchschnitt 50% schneller als die Vorgängerplattform.

Seit 2017 investiert *Xeikon* nach eigenen Angaben in neue Verfahrenstechniken, um »neue Maßstäbe im Trockentonerdruck zu setzen und eine neue Plattform für die Druckindustrie zu entwickeln«.

Über 400 konstruktive Änderungen

»Die wassergekühlten LDAs (Laser Diode Array) mit einer Auflösung von 1.200 x 3.600 dpi und das Konzept des Single-Pass Duplex-Vollrotationsdrucks wurden nicht verändert. Auch die Konfiguration mit 5/5 Druckstationen wurde beibehalten. Nahe-



zu alles andere wurde jedoch überarbeitet«, sagt DIMITRI VAN GAEVE und erläutert die Kernkomponen-



Digitaldruckmaschine *Xeikon SX30000*.

ten der *Sirius*-Technologie. »Was die *Sirius*-Technologie wirklich unterscheidet, ist die Fähigkeit, bei hohen Geschwindigkeiten auf schweren Substraten drucken zu können. Wir haben uns auf vier Schwerpunkte konzentriert: Das sind die Toner-Entwicklung, die Bebilderungstechnologie, das Fixier-Verfahren und die Medienaufbereitung. Im Zuge dessen wurden gegenüber der Vorgänger-Generation mehr als 400 konstruktive Änderungen vorgenommen sowie viele Weiterentwicklungen umgesetzt. Alle Komponenten wurden überarbeitet und verbessert, um eine überragende Druckqualität, eine hohe Leistung, eine beispiellose Nachhaltigkeit, den breitesten Anwendungsbereich und die niedrigsten Gesamteinsatzkosten (TCO) zu erzielen«, so VAN GAEVE. Die mit der *Sirius*-Technologie erreichte Produktivitätssteigerung

sei jedoch ohne die neue *EkoFuse*-Technologie nicht realisierbar gewesen. Diese umfasse eine neue Fixier-Einheit und ein patentiertes neues Querstrom-Kühlsystem, das die Druckqualität bei der jetzt schon hohen Druckgeschwindigkeit weiter verbessert. *Xeikon* hat zudem die Produktionsparameter seines neu entwickelten *Sirius*-Toners geändert und dessen kinetische Ladungseigenschaften verbessert, indem die Außenhülle der Tonerpartikel angepasst wurde. Die neue Entwickler-Einheit gewährleistet bei Anwendungen mit hoher Farbdeckung hohe Bildqualität.

Höhere Produktivität für Premium-Anwendungen

Mit seiner neuen Druckmaschine SX30000 hat *Xeikon* vor allem Premium-Anwendungen, die auf hochwertigen Papieren eine hohe Farbdeckung erfordern und strenge Qualitätskriterien einhal-

ten müssen, im Blick. »Das kann beispielsweise das Bucherdruck-Segment oder das Drucken von hochwertigen Direktmailings sein. Aufgrund der Vielseitigkeit der Technologie sind laut *Xeikon* jedoch auch Beschilderungen in der Werbetechnik vorstellbar, ebenso der Einsatz für Sicherheitsdrucke sowie andere Druckakzidenzien. Auch werde hierbei an Kunden gedacht, die an einer höheren Produktivität bei gleichzeitig niedrigeren laufenden Kosten und minimalen Gesamteinsatzkosten interessiert sind.

»Wir sind die Wegbereiter der Trockentoner-Technologie im Rollendigitaldruck und werden sie auch künftig weiterentwickeln sowie verbessern«, betont DIMITRI VAN GAEVE. »Die Technologie wurde nach dem *Sirius*, dem hellsten Stern am Nachthimmel benannt, der den Menschen vieler Kulturen seit Jahrhunderten dabei hilft, den richtigen Kurs zu bestimmen. Wir sind überzeugt, dass die neue Druckplattform unseren aktuellen und zukünftigen Kunden den Weg zu einem rentablen Geschäftswachstum aufzeigen wird.«

Die erste Digitaldruckmaschine, die auf dieser neuen Technologie basiert, soll ab Juni 2020 erhältlich sein.

> www.xeikon.com



NAVIGATIONS-THEMA
PRINT & FINISHING:

DIGITALDRUCK
TECHNOLOGIEN



www.druckmarkt.com



JORDI AG

QUALITÄT, PRODUKTIVITÄT UND VEREDELUNG

»Druck fesselt« ist in der Imagebroschüre der *Jordi AG* zu lesen und »Druck lebt. Seit 1897«. Damit bringt das im schweizerischen Belp bei Bern beheimatete Unternehmen seine in letzter Zeit umgesetzte Fokussierung auf Print zum Ausdruck. Seit 1897 besteht das Familienunternehmen, das heute von vier JORDI-Brüdern in der fünften Generation geleitet wird.

Text: Kodak

Die *Jordi AG* lagerte letztes Jahr ihre Webentwicklungs- und Onlinemarketingaktivitäten in die neu gegründete Digitalagentur *WeLoveYou AG* aus, um sich mit 95 Beschäftigten voll auf ihre Kernkompetenzen im Druck zu konzentrieren. Schwerpunkte im klassischen Druckgeschäft sind Zeitschriften, Direktmailings und sonstige Druckprodukte, die versandt werden. Zusätzlich generiert *Jordi* bereits mehr als 20% des Umsatzes über das märchenhaft gestaltete Web-to-Print-Portal *prinzessin.ch*. Dort können Geschäfts- und Privatkunden ein umfangreiches Programm an Akzidenzen, wie Flyer, Broschüren, Karten, Plakate, Aufkleber etc. bestellen.

»Wir wollen Print zelebrieren und in unseren Tätigkeitsfeldern zu den Besten gehören«, erklärt Betriebsleiter RETO GERBER. »Wir befinden uns in einem stetigen Wandel und bleiben technologisch immer am Ball. Innovation ist für uns sehr wichtig.« Dementsprechend setzt das Unternehmen im Digital- wie auch im Offsetdruck auf modernste Technologie. Der Offsetdruck ist mit einer Achtfarbenmaschine mit Dispersionslackwerk im Format 740 x 1.060 mm und einer Vierfarbenmaschine im Format 370 x 520 mm vertreten. Im Digitaldruck wird auf einer hauptsächlich für die Mailingproduktion

genutzten Bogen-Inkjetdruckmaschine mit Inline-Druckweiterverarbeitung sowie seit Juli 2019 auf einer *Kodak Nexpress ZX3300* Druckmaschine produziert.

Eine für zwei

Mit der Digitaldruckmaschine von *Kodak* hat die *Jordi AG* zwei ältere digitale Farbdrucksysteme ersetzt, die hinsichtlich Qualität

und Druckleistung nicht mehr den Anforderungen gerecht wurden. Warum die Wahl auf die *Nexpress ZX3300* Druckmaschine fiel, begründet RETO GERBER so: »Wir wollten eine Maschine, die robust gebaut ist und dauerhaft hohe Qualität und Produktivität bietet. Zusätzlich waren uns die Optionen für die Druckveredelung wichtig, die das 5. Druckwerk

der *Nexpress* mitbringt.« Außerdem war *Kodak* im Haus bereits als Partner bekannt, da *Jordi* in der Offsetdruckvorstufe schon seit Jahren einen *Kodak Magnus Q800* Plattenbelichter im Einsatz hat und mit der *Kodak Trillian SP* Thermoplatte druckt.

Auf der *Nexpress ZX3300* laufen zu fast 90% Akzidenzaufträge, die über den Druck-Webshop *prinzessin.ch* eingehen – sofern die Auftragsgröße nicht 500 Bogen überschreitet. Dann ist der Offsetdruck angesagt, es sei denn, Personalisierung ist mit von der Partie. Zumeist bewegen sich die digitalen Auflagen aber zwischen 50 und 200 Bogen. Die Ausstattung der *Kodak* Maschine mit einem *BDT* Langformatanleger für bis zu 1.000 mm lange Bogen vergrößert das Spektrum der möglichen Anwendungen. Bei *Jordi* wird die Formaterweiterung für Sechs- und Achtseiter beziehungsweise Altarfalzprodukte genutzt; für die Zukunft ist zudem der Druck kundenindividueller Wandkalender in großen Formaten angedacht.

Attraktive Perspektiven

Bei der Produktion auf der *Nexpress* ist deren 5. Druckwerk ständig in Aktion. Dies, um entweder durch Verwendung der *Light Black HD Dry Ink* die Wiedergabe von homogenen Farbflächen oder Verläufen zu optimieren, oder um die Farbdrucke mit *Clear Dry*



Die Gebrüder Jordi leiten das Unternehmen in der fünften Generation: hinten (links) Tim und Samuel Jordi, unten (links) Gabriel und Matthieu Jordi. Foto: Ruben Ung, rubenung.ch.



Von links: Roman Bürgi (Operator Digital Print), Reto Gerber (Betriebsleiter) und Daniel Enggist (Produktionsleiter, Leiter Druck) an der Nexpress ZX3300 Druckmaschine. Foto: Michel Wirz, Jordi AG.

Ink im Sinne einer Schutzlackierung vollflächig oder partiell zu beschichten.

Zusätzlich besitzt Jordi die Kodak Hochglanzeinheit, um mit Clear Dry Ink beschichteten Druckbogen eine UV-Lack-ähnliche Hochglanzveredelung zu verleihen.

Wie Betriebsleiter RETO GERBER erklärt, liebgelbt man damit, die besonderen Möglichkeiten des 5. Druckwerks künftig noch umfangreicher auszuschöpfen, um

anspruchsvolle Druck-Erzeugnisse herzustellen: »Wir interessieren uns für Weiß, Gold und Metallic. Die Vermarktung dieser speziellen Farben und Effekte müssen aber erst noch aufgebaut werden, das heißt in unserem Webshop abgebildet und im analogen Verkauf eingeführt werden.«

Digitale Topqualität

Interessant ist auch, wie Jordi die beiden Digitaldruckverfahren Ink-



Roman Bürgi (Operator Digital Print) an der Fixiereinheit der Nexpress ZX3300. Foto: Michel Wirz, Jordi AG.

jet und Toner zueinander positioniert. RETO GERBER dazu: »Wenn es auf hohe und gleichbleibende Qualität ankommt, gehen wir auf die Nexpress. Dazu kommt noch ein Kostenaspekt. Die meisten Akzidenzaufträge sind sehr farbig und haben eine hohe Farbflächendeckung. Selbst wenn wir im Inkjet mit der Qualität hinkämen, würde sich der Druck entsprechender Aufträge auf der Inkjetmaschine wegen der hohen Tin-

tenkosten wahrscheinlich nicht rentieren.«

In den ersten fünf Monaten bis zum Jahresende 2019 produzierte die Jordi AG auf der Nexpress ZX3300 schon über 2,5 Millionen Drucke, und die Digitaldruckmaschine ist heute vorwiegend zweischichtig ausgelastet. »Der größte Vorteil besteht darin, dass wir jetzt auch kleine Auflagen in wirklich hoher Qualität anbieten können. Das war mit den beiden Maschinen, die wir zuvor hatten, nicht möglich. Zudem erlaubt uns die Nexpress definitiv, produktiver zu arbeiten«, versichert RETO GERBER. »Gut ist auch, dass wir bei der Maschine von Kodak für die Zukunft noch vielfältige Nachrüstmöglichkeiten bezüglich der Druckgeschwindigkeit, der Bedruckstoffstärke und der Inline-Veredelungsmöglichkeiten haben.«

> www.kodak.com

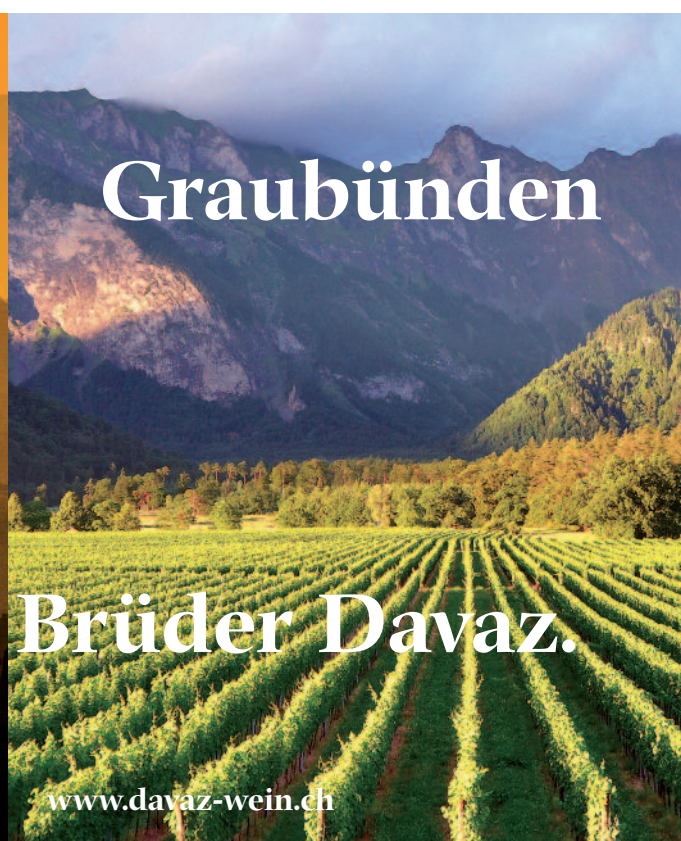




Toscana

Edle Weine der

www.poggioalsole.com



Graubünden

Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch

WETTBEWERB SWISSQPRINT CREATIVE CHALLENGE

Im zweiten Halbjahr 2019 hatte *swissQprint* seine Kunden zu einem Wettbewerb herausgefordert. Nun sind die Gewinner bekannt. Die Diversität der Projekte untermauert die Vielseitigkeit der Drucksysteme, mit denen sie entstanden sind. Gesucht waren bei der *swissQprint Creative Challenge* die originellsten Druckobjekte, die mit einer *swissQprint*-Maschine entstanden sind.

Text und Bilder: **swissQprint**

Aus den 65 qualifizierten Bewerbungen sind sechs Gewinner hervorgegangen. Der Sieger, *Haas Werbetechnik*, kommt dieses Jahr mit zwei Vertretern für eine Erlebnisreise in die Schweiz. Die Ränge zwei bis fünf sind mit attraktiven Sachpreisen dotiert. Der Wettbewerbstitel impliziert, dass einzig Originalität gefragt war. »Die Beurteilung ging weit über dieses Kriterium hinaus«, betont die Koordinatorin des Wettbewerbs, PETRA FETTING. Eine fünfköpfige Fachjury unter-

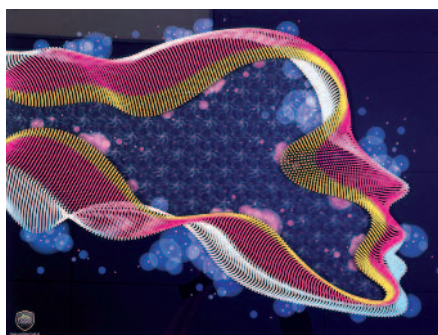
suchte die eingereichten Projekte anhand eines differenzierten Kriterienrasters. Zudem hatte die *swissQprint*-Belegschaft Gelegenheit, eine Wertung abzugeben, als auch die Öffentlichkeit, die über eine Online-Voting-Plattform das Resultat mitbestimmte. »Obschon österreichische Vertreter die Gewinnerliste dominieren, war die Beteiligung international«, erklärt PETRA FETTING. Die Bewerbungen kamen aus 20 Ländern – aus Nordamerika, Europa und Asien – 65 davon qualifizierten sich. Es war die zweite Aus-

gabe der *Creative Challenge*. 2016 rief *swissQprint* zur Ersten auf.

»Die diesmaligen Beiträge haben unsere Erwartungen in allen Belangen übertroffen«, ergänzt die PETRA FETTING: »Wir haben eine fantastisch breite Palette an Anwendungen bekommen.« Die Projekte lassen sich grob in die Bereiche Werbetechnik, Schilder und Signalistik, Display und Packaging, Innendekoration, Kunstproduktion, kommerzielle beziehungsweise industrielle Anwendungen sowie *droptix* (3D-Effekt) einordnen. Auffallend sei zum

einen, dass eine Menge außergewöhnlicher Medien verarbeitet worden seien, zum anderen seien viele Fine-Art-Produktionen sowie Textur- oder Reliefdrucke unter den Projekten gewesen, Letztere teilweise kombiniert mit *droptix*. »Unsere Kunden haben wunderbar aufgezeigt, wie vielseitig unsere Großformatdrucker sind«, so PETRA FETTING. Sämtliche Projekte sind auf www.swissqprint.com in einer Online-Galerie ausgestellt.

> www.swissqprint.com



Das Gewinnerobjekt »3D-Kopf« von Haas Werbetechnik (Österreich), eine wirkungsvolle Kombination von 3D-Effekten und Reliefdruck.



Rang 2: »Privathaus M« von Erwin Hüttl (Österreich), ein großformatiges, effektreiches Kunstwerk mit Lackeffekten.



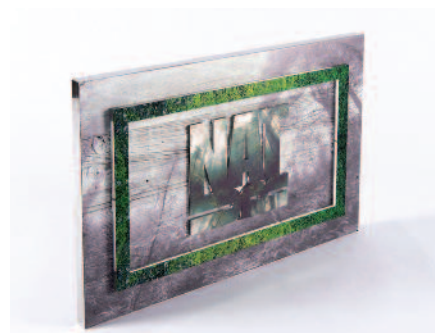
Rang 3: »ideopack manupacktur promotionbox« von raunjakinintermedias gmbh (Österreich), ein Promotionsobjekt mit Möglichkeiten des UV-Drucks.



Rang 4: »Mosaik replica« von Biksad (Türkei), ein Museumsreplikat auf handgeschöpftem Papier.



Rang 5: »Bio Club posters« von Shoei (Japan), ein ausgeklügelter Druck auf Hologrammpapier.



Rang 5: »Natur« von Schilder Systeme GmbH (Österreich), eine Komposition von Stoffen und Strukturen.

KODAK UND UTECO Flexible Verpackungen

Kodak setzt seine Ultra-stream-Technologie in der Uteco Sapphire EVO W (Druckbreite von 1,25 m) ein, der Druckmaschine für flexible Verpackungen, die sich der Continuous-Inkjet-Technologie von Kodak bedient. Das Format der neuen Sapphire EVO W erlaubt es, den Digitaldruck in traditionellen Flexodruckformaten zu nutzen.

Die Sapphire EVO W verwendet wasserbasierende Tinten, bietet laut Kodak Produktionsgeschwindigkeiten auf dem Niveau analoger Druckmaschinen und könne beim Druck von Aufträgen mit kleinen bis mittleren Auflagen günstigere Kosten als der Flexodruck erreichen.

Sapphire Digitaldrucklösungen eignen sich für Kampagnen mit variablen Daten, reduzieren Makulatur und Lagerbestände. Im Lieferumfang sind umweltfreundliche und industrietaugliche Tinten enthalten, sodass Anwendungen in den Bereichen Lebensmittel, Getränke sowie Körperpflege- und Hygieneprodukte möglich sind.

> www.kodak.com

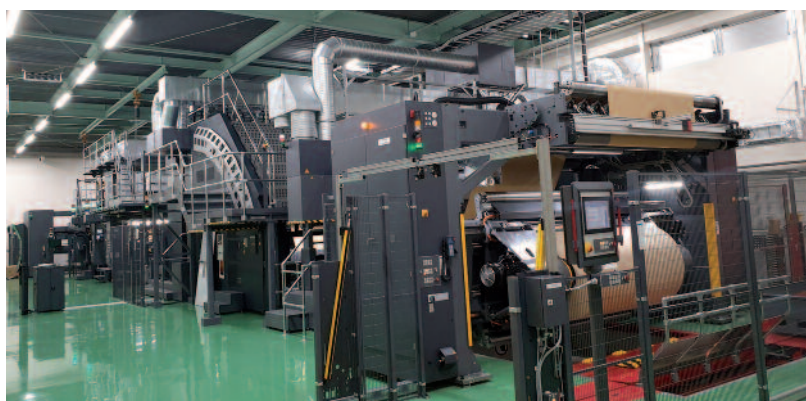
HP PAGEWIDE T1190 PRESS ERFOLGREICHE INBETRIEBNAHME IN JAPAN

Das japanischen Verpackungsunternehmen Rengo Co. hat im August 2019 die Produktion mit der ersten in Asien installierten HP PageWide T1190 Press aufgenommen. Die digitale Druckmaschine wurde erstmals mit sechs Farben ausgeliefert.

»Die Maschine erfüllt seit der Inbetriebnahme genau die Erwartungen, die wir uns von der Maschine erhofft hatten«, so JUNJI

mittlere oder große Auflagen unterschiedlicher Jobs auf einer oder mehreren Papierrollen zusammenführen. Die Sechsfar-

erfüllen. Darüber hinaus wird ein breites Spektrum von Gesundheits- und Umweltaspekten während des gesamten Lebenszy-



Erfolgreiche Inbetriebnahme der HP PageWide T1190 Press in Japan.

RO WATANABE, General Manager für die technische Entwicklung bei Rengo. Immer mehr Kunden verlangen nach individualisierten und personalisierten Verpackungen. Daher müssen Druckereien kürzere Durchlaufzeiten und kleinere Auflagen realisieren und gleichzeitig hohe Qualität erreichen. Durch die Kombination aus Pre-Print und Digitaldruck kann Rengo kleine,

ben-HP-PageWide-T1190 Press, die in Kooperation zwischen HP und Koenig & Bauer entwickelt wurde, hat eine Bahnbreite von 2,8 m und eine Produktionsleistung von 305 m/Min. Es werden wasserbasierte Tinten verwendet, die speziell für das Pre-Print-Geschäft mit Wellpappenverpackungen entwickelt wurden und die weltweit gesetzlichen Anforderungen

klus eines Drucks von der Produktion bis zur Entsorgung berücksichtigt. Geliefert wurde die Maschine mit einem Rollenwechsler Pastomat, Rollenbeschickung Patras A, einer Pre-Coating-Einheit und einem Wiederaufwickler mit automatischer Entnahme.

> www.koenig-bauer.com

VDP-SOFTWARE AccurioPro Variable Data

Konica Minolta hat AccurioPro Variable Data, eine neue VDP-Software für den Druck variabler Daten und das One-to-One-Marketing, vorgestellt. AccurioPro Variable Data ist ein Plugin für Adobe InDesign und ermöglicht die Integration variabler Elemente in Dokumente. Die Software wird von Konica Minolta-Systemen und anderen Digitaldruckmaschinen unterstützt; kann Texte, Bilder, Artikel oder ganzseitige Informationen aus diversen Quellen zusammenführen.

Angeboten wird AccurioPro Variable Data in zwei Versionen: Das Essential-Paket ist ein preiswertes Tool-Set, das nach Angaben von Konica Minolta eine unbegrenzte Anzahl von Datenbankeinträgen verarbeiten und mehrseitige variable Ausgaben im PDF- oder PDF/VT-Format erzeugen. Die Premium-Version bietet eine höhere Ausgabeleistung und erweiterte Funktionen wie den Austausch der Masterseiten, eingebettete Variable und Style-Tags sowie zusätzliche VDP-Ausgabeformate.

> www.konicaminolta.de

SHORTCUTS | Um ihre Produktionskapazitäten auszubauen und ihre Flexibilität zu erhöhen, hat die Etikettendruckerei InForm Etiketten aus Sachsen bei Ansbach in eine Xeikon CX3 investiert, Xeikons Flaggschiff für den Tonerdigitaldruck. • Sidekix, ein Spezialist für Marketingkampagnen, hat als erstes niederländisches Marketing-Fulfillment-Unternehmen in die AccurioJet KM-1 von Konica Minolta investiert. Mit diesem B2+-UV-Inkjet-Drucksystem kann das Unternehmen personalisierte Produkte schneller herstellen und mit einer breiteren Palette von Materialien arbeiten. • Die Hirschhorner K-D Hermann GmbH contact Labelling Systems reagiert auf die veränderte Auftragslage im Etikettendruck und installiert mit der HP Indigo 6900 ihre erste Digitaldruckmaschine. • Die Paragon Group setzt ab sofort auf die Inkjet-Endlosdruckplattform Pro VC60000 von Ricoh. Durch diese Investition geht die Gruppe auf die steigende Nachfrage nach individuellen und kurzfristigen Druckproduktionen ein und erweitert damit ihre Kapazitäten für die digitale und hybride Druckproduktion. • Als erstes Unternehmen in Italien hat L'Artegrafica in das B2-UV-Inkjet-Drucksystem AccurioJet KM-1 von Konica Minolta investiert. Das Familienunternehmen konzentriert sich dabei auf den Verpackungsbereich samt Canvas- und Kunststoffanwendungen. Im Januar wurde die KM-1 in Betrieb genommen und ersetzt vier Systeme der digitalen Abteilung.

MEMJET

Neuentwicklung DuraFlex

Memjet gibt die Entwicklung der neuen Technologie *DuraFlex* bekannt. Die modulare Lösung für den Single-Pass-Druck verbindet die von Memjet gewohnte Geschwindigkeit mit neuen Merkmalen wie höherer Lebensdauer, Druckbreiten für A4 und A3+ mit nur einem Vierfarbdruckkopf, High-Speed-Datenwege und neue Module zur Steuerung aller Druckkopffunktionen. Damit können OEM-Partner kostengünstige Tischdrucker und Produktionsmaschinen der Einstiegsklasse entwickeln, die eine hohe Qualität und Geschwindigkeit bieten. *DuraFlex* ergänzt die anderen Drucktechnologien von Memjet und ist strategisch zwischen den Drucklösungen *VersaPass* und *DuraLink* angesiedelt. Die *DuraFlex*-Module und Druckköpfe werden sowohl im A4 als auch im A3+ Format angeboten. Bis zu vier A3+ Druckköpfe können aneinandergereiht werden, um eine maximale Druckbreite von 1.270 mm zu erreichen. Die Technologie umfasst ein leistungsstarkes, integriertes RIP für die Datenverarbeitung und unterstützt externe RIP-Frontends zur Leistungssteigerung und weiteren Datenkontrolle.

> www.memjet.com

INKCUPS

Neues System angekündigt

Inkcups hat sein bislang anspruchsvollstes System angekündigt – die Hochleistungs-Zylinderdruckmaschine *Revolution*, eine vollautomatische Maschine, die rund 600 Teile pro Stunde farbig in hoher Qualität bedrucken kann. Das System bietet automatisches Laden und Entladen, integrierte Vorbe-



Die Inkcups Revolution kann bis zu 220 mm hohe Bilder auf Teile drucken, die zwischen 76 und 305 mm hoch sind und einen Durchmesser zwischen 65,5 und 111 mm haben können.

handlung der zu bedruckenden Gegenstände sowie eine patentierte, spiralförmig arbeitende Drucktechnologie. Zu den gängigen Anwendungen zählen Getränkebecher für Sportveranstaltungen, Bier- und sonstige Trinkgläser, Trinkbecher aus Edelstahl und Kunststoff, Kosmetiktiegel, Glas- und Kunststoffflaschen, Getränkedosen, Ölfilter und vieles mehr.

Die *Revolution* druckt Bilder 360 Grad im Umfang nahtlos mit einer maximalen Auflösung von 1.200 dpi auf eine breite Palette zylindrischer Objekte und offener konischer Gefäße.

> www.inkcups.com

SCHÄTZL

PERSONALISIERTE KINDER-BÜCHER GLOW IN THE DARK

Der Druckdienstleister Schätzl und das slowenische Unternehmen Hooray Studios verleihen personalisierten Kinderbüchern eine neue Dimension: Mit ihrem Buch bekommen die Leser neben der normalen Handlung eine versteckte Geschichte, die erst im Dunklen aufleuchtet.

Zum Einsatz kommt dabei die neue *HP Indigo Electro-Ink Invisible Yellow*. Die zusätzliche Geschichte innerhalb des Buches wird erst mit einer speziellen UV-Lampe sichtbar und bietet so doppelten Lesespaß.

Hooray Studios wurde gegründet, um Kindern durch personalisierte Geschichten Freude am Lesen zu vermitteln. Mittlerweile beschäftigt das in Ljubljana ansässige Unternehmen mehr als 150 Mitarbeiter am Hauptsitz sowie in den weltweiten Niederlassungen in Italien, Österreich, Frankreich, Deutschland, England und den USA. Mit fast einer Million verkauften Büchern im Jahr 2019 zählt Hooray Studios zu den führenden Anbietern von personalisierten Kinderbüchern. Der Markteintritt in weiteren europäischen Ländern, Kanada und Australien ist geplant. 2019 wurde das Unter-

nehmen als Start-up des Jahres ausgezeichnet. Für den Druck zeichnet die Schätzl Druck & Medien GmbH & Co. KG aus Donauwörth verantwortlich. Das Unternehmen setzt bereits seit 2011 auf den Digitaldruck mit HP und verfügt über zwei HP Indigo 7900 und zwei Indigo 12000 Digitaldrucksysteme.

»Die Einbettung der Maschinen in eine voll automatisierte Prozesskette ist entscheidend für uns. So nutzen wir beispielsweise HP Print OS Siteflow. Mit dieser Lösung können wir Entscheidungen und Abläufe im Druckprozess automatisieren«, sagt



ULRICH
SCHÄTZL, Ge-
schäftsführer
Schätzl Druck.

Das Unternehmen erweitert sein Angebot stetig um zusätzliche und innovative Druckservices. So testeten die Donauwörther auch

die neue *HP Indigo Electro-Ink Invisible Yellow* im Beta-Test. Diese Farben bieten Wachstumsmöglichkeiten für Drucker und deren Auftraggeber. Bisher nie da gewesene Anwendungen können mithilfe dieser Farben realisiert werden. Das erste Ergebnis ist die Zusammenarbeit mit Hooray Studios und die Produktion der personalisierten Kinderbücher.

»Wir freuen uns sehr über unsere Partnerschaft mit Schätzl. Wir sind beide begeistert von den Möglichkeiten, die uns die HP Technologie bietet. Unsere Glow-in-the-Dark-Bücher wurden dadurch erst möglich«, fügt DEJAN CESAR, Business Development Manager von Hooray Studios hinzu.

> www.hp.com

> www.schaetzl.com

> www.hooraystudios.com



Die zusätzliche Geschichte innerhalb des Buches wird erst mit einer speziellen UV-Lampe sichtbar und bietet so doppelten Lesespaß.



Thomas Häuptli, Geschäftsführer JCM Werbedruck AG, ist sichtlich stolz auf seine zwei neuen HP Scitex 11000.

JCM WERBEDRUCK AG MIT DEM WACHSTUM DES MARKTES SCHRITT HALTEN

Die Schweizer JCM Werbedruck AG bietet seit mehr als 100 Jahren Lösungen zur Außenwerbung und für den Werbedruck. Während der Fokus in der Vergangenheit auf der Plakatwerbung lag, ist in den letzten Jahren die Nachfrage nach POS-Materialien und Lösungen für den Innenraum stark angestiegen.

Mit der Installation von zwei HP Scitex 11000 reagiert das Unternehmen nun auf die veränderte Auftragslage. »Der Markt für Außenwerbung ist nach wie vor sehr wichtig für uns, doch wächst er nur um rund fünf Prozent jährlich«, betont THOMAS HÄUPTLI, Geschäftsführer JCM Werbedruck AG. »POS dagegen wächst mit 25 bis 30 Prozent fünf bis sechs Mal schneller pro Jahr. Daher wollen wir in diesem Bereich expandieren.«

Die beiden neuen HP-Flachbett-Drucksysteme ersetzen nun zwei ältere Digitaldruckmaschinen, die mit dem Produktionsvolumen und den Qualitätsanforderungen nicht mehr Schritt halten konnten. »Mit den beiden HP Scitex 11000 können wir mehr POS-Aufträge bei gleicher Personalstärke annehmen und schneller auf die Wünsche unserer Kunden reagieren«, sagt HÄUPTLI. Durch das halb automatische Laden und Entladen sowie dem Druck von bis zu vier Bögen

gleichzeitig, ermöglicht die HP Scitex 11000 eine deutliche Produktionssteigerung. Gleichzeitig erlaubt das manuelle Handling mehr Beweglichkeit bei häufigem Wechsel sowie einen flexibleren Einsatz unterschiedlicher Medien und Formate. Ein Muss für JCM, da es die Maschinen hauptsächlich für kleine Auflagen zwischen 20 und 50 Exemplaren einsetzt. »Die HP Scitex 11000 ist 25 Prozent schneller als unsere Vorgängersysteme. Dazu ist die Bildqua-

lität höher, mit besseren, glatteren Farbübergängen und Hauttönen sowie satten Hintergründen«, erläutert THOMAS HÄUPTLI. Die Neuinstallation bietet einen weiteren Vorteil – da der Flachbett-Digitaldruck bei JCM nun komplett auf HP-Systemen erfolgt, können alle Lieferschritte für Tinten, Digitaldruckgeräte und Dienstleistungen einfach und effizient abgewickelt werden.

> www.hp.com



REX-PROGRAMM Generalüberholte Xeikons

Xeikon bietet im Rahmen des REX-Programms eine Reihe generalüberholter Digitaldruckmaschinen als eine attraktive und erschwingliche Option für Druckereien an, die ihr Geschäft mit digitalen Anwendungen ausbauen möchten.

»Häufig entwickelt sich das digitale Auftragsvolumen unserer Kunden so schnell, dass die Maschinen nicht mehr mithalten können. Daher investieren sie in ein schnelleres Modell«, sagt JEROEN VAN BAUWEL, Director Product Management. »Die zurückgegebenen Maschinen haben das Ende ihrer Nutzungsdauer jedoch noch lange nicht erreicht. Diese Maschinen werden überholt und im Rahmen des REX-Programms zu einem attraktiven Preis wieder angeboten.«

> www.xeikon.com

AGFA Large Format Drucker Oberon

Der Oberon RTR3300 ist die jüngste Ergänzung in Agfas Large Format Drucker-Portfolio. Der 3,3 m breite High-End-Rollen-



TVE, ein früher Anwender und eines der größten Unternehmen im Bereich der Innen- und Außenbeschilderung in den Niederlanden, schätzt die Druckqualität des neuen Druckers. »Der Oberon RTR3300 zeichnet sich durch den Druck von Vollflächen über die gesamte Medienbreite aus«, erklärt Eigentümer Hennie van Osch.

drucker ist in einer Vierfarben- (+ Weiß) und einer Sechsfarben-Version erhältlich und vereint hohe Produktivität mit Qualität für umfassende Anwendungsmöglichkeiten. Dank seines wassergekühlten Tisches, der den Druckbereich auf Raumtemperatur hält, und seinen UV-LED-Einheiten kann er jede Art von wärmeempfindlichem Rollenmaterial, einschließlich preiswerteren Medien, problemlos verarbeiten. Das spezielle Mesh-Kit vereinfacht das Drucken auf Mesh. Der Motor ist mit einer Reihe intelligenter Funktionen ausgestattet, die den Betrieb beschleunigen, die Auftragsplanung erleichtern und die Mediennutzung optimieren.

> www.agfa.com

CANON UV-Gel-Tinte in Venlo

Canon hat auf seinem Innovations- und Entwicklungscampus in Venlo eine neue Fabrik für die zentrale Produktion der UV-Gel-Tinte eröffnet, um der wachsenden Marktnachfrage gerecht zu werden. Mehr als 1.200 Modelle aus der Colorado Rolle-zu-Rolle-Großformatdruckerserie wurden bis 2019 installiert, sodass sich das Produktionsvolumen von UV-Gel-Tinte hierfür im letzten Jahr verdoppelt hatte.

> www.canon.de

CONTIWEB Digital Fluid Applicator

Contiweb kündigt den Digital Fluid Applicator (DFA) an, ein Wiederbefeuchtungsaggregat für digitale Rollendruckmaschinen. Der DFA basiert auf dem Contiweb Fluid Applicator für Heatset-Rollenoffset-Anwendungen und ist ein System, das Leitungswasser und ein Tensid verwendet, um Papier präzise wiederzubefeuchten. Als Option kann auch Silikonöl hinzugefügt werden, was beim Inline-Finishing beachtliche Vorteile mit

sich bringt. Vermieden werden damit häufig auftretende Qualitätsprobleme wie Signaturen, die nicht mehr plano liegen, Wellenbildung und Falzbruch. Durch Silikonöl können darüber hinaus Schäden an der bedruckten Oberfläche aufgrund von Reibung durch Inline-Finishing-Module vermieden werden.

> www.contiweb.com

Installation einer zweiten RotaJet erneut und damit in die dritte industrielle Digitaldruckanlage von Koenig & Bauer. Bereits im ersten Halbjahr 2021 soll die neue Maschine in Betrieb gehen. Mit der RotaJet 225 kann Interprint Bahnbreiten bis zu 225 cm bedrucken.

»Die Zukunft ist digital, davon sind wir überzeugt. Die Digitaldrucktechnik von Koenig & Bauer er-



Beispielhaftes Bild einer RotaJet für den digitalen Dekordruck.

INTERPRINT Dritte RotaJet für Dekordrucker

Die Interprint GmbH aus Arnsberg setzt ihre Investitionsstrategie im Digitaldruck fort. Das Unternehmen, das seit Oktober 2019 zur Toppan Gruppe gehört, hat eine weitere RotaJet bei Koenig & Bauer bestellt. Damit investiert das Unternehmen knapp ein halbes Jahr nach der

möglicht uns eine noch schnellere Produktentwicklung und eine größere Flexibilität hinsichtlich unserer Designs. Für unsere Kunden werden unterschiedliche Losgrößen, größere Rapportlängen oder bisher nicht mögliche Farbkombinationen immer wichtiger«, sagt ROBERT BIERFREUND, Geschäftsführer bei der Interprint GmbH.

> www.koenig-bauer.com

SHORTCUTS | Der britische Druckdienstleister *Mailing and Marketing Solutions (MaMs)* investiert in Großbritanniens erstes High-Speed-Inkjetsystem *Ricoh Pro VC70000*. Dies ermöglicht es dem Druckdienstleister, Vollfarb-Kampagnen auf einer Vielzahl von Materialien umzusetzen. • *Etikett.de* hat Ende August 2019 eine neue *HP Indigo 8000* installiert. Die B2B-Labeldruckerei aus Föhren ist auf die Herstellung von Klebe-, Rollen-, Haft- oder Nassleimetiketten spezialisiert und reagiert mit der Neuinstallation auf die wachsende Nachfrage nach digital gedruckten Etiketten. • Die *Folienprint Rako GmbH*, ein Unternehmen der *All4Labels Group*, baut ihre Digitaldruckflotte um eine neue *HP Indigo 20000 Digital Press*-Maschine aus. Damit stehen dem Spezialisten für flexible Verpackungen und Shrink Sleeves vier *HP Indigo 20000 Digital Press*-Maschinen an mehreren Standorten der Unternehmensgruppe zur Verfügung. • Die britische Druckerei *Clays* wurde vor über 200 Jahren gegründet und ist ein anerkannter Bücherdrucker. 700 Mitarbeiter produzieren jährlich 160 Millionen Bücher. Im Juli 2019 investierte die Druckerei als zweite in Großbritannien in eine *Fujifilm Jet Press 750S* zur Erweiterung des Digitaldruckbetriebs. • *MHM*, österreichischer Anbieter von Textildruckmaschinen, wird *Memjets DuraFlex*-Technologie in seine Textildruckmaschine *iQ-Oval* integrieren – für *Memjet* das erste Kooperationsprojekt im Textildruck.

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST

Schnellschuß



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

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

GRADWOHL DISPLAYS PROJEKT-MANAGER FÜR DAS AUSSERGEWÖHNLICHE

Gradwohl Displays aus Melk hat mit der Installation eines B1-Inkjetsystems *Acuity B1* von *Fujifilm* einen wichtigen Schritt in der Digitalisierung seiner Produktion gesetzt. Damit können Displays und POS-Materialien wesentlich schneller und effizienter produziert werden. Gleichzeitig öffnen sich durch die extreme Materialvielfalt vollkommen neuen Anwendungsgebiete.

Von Knud Wassermann

Wir haben den Versuch aufgegeben, unser Produkt- und Dienstleistungsspektrum in einer Broschüre darzustellen«, erläutert Ing. MARTIN JANDA beim Blick auf den schon etwas in die Jahre gekommenen Folder: »Unser Angebot ist zu umfangreich und die Broschüre wäre aufgrund unserer ständig wachsenden Fertigungsbreite und -tiefe niemals wirklich up to date.« Hier setze man viel mehr auf eine umfassende Beratung der Kunden. Am Markt habe es sich herumgesprochen, dass der Name *Gradwohl* für außergewöhnliche Lösungen im Bereich von Displays, Verpackungen und industriellen Sonderlösungen stehe.

Für diese Bereiche hat das Unternehmen unterschiedliche Kompetenzzentren an seinen vier Standorten eingerichtet, an denen

insgesamt 250 Mitarbeiter beschäftigt sind. Das Spektrum an Druckverfahren ist breit gestreut – außer dem Tiefdruck kann man aus dem Vollen schöpfen und die Verfahren miteinander kombinieren. Eigentlich gibt es nichts, was *Gradwohl* nicht bedrucken und veredeln könnte: Papier, Karton, Wellpappe, Glas, Holz, Kunststoff und Metall.

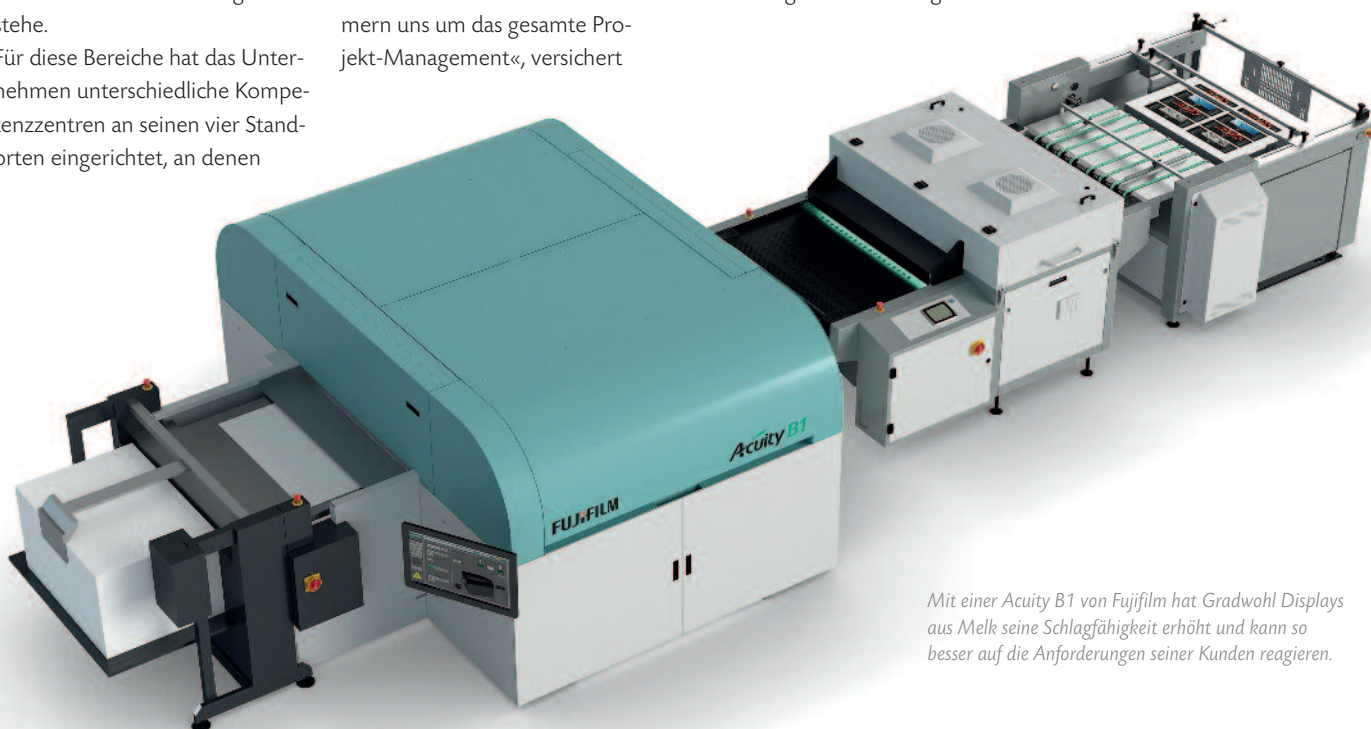
Wirkung am Point of Sale

Durch den intensiven Beratungsansatz entscheidet sich schon im Vorfeld, ob aus einer Idee ein Erfolg wird. »Wir bringen uns sehr früh in alle Projektphasen ein. Wir verstehen uns als Schnittstelle für unsere Kunden und kümmern uns um das gesamte Projekt-Management«, versichert

der Vertriebsleiter des Bereichs Druck MARTIN JANDA. In diesem Zusammenhang verweist er auf einen neuen Showroom. Mit einer Augmented-Reality-App (AR) kann sich der Kunde ein sehr exaktes Bild davon machen, wie sein Display oder seine Verpackungen am Point of Sale zur Wirkung kommen. »Unsere Kunden schätzen diesen innovativen Ansatz sehr, da er sehr nah an die Realität heranreicht«, ergänzt er. Die AR-App sei zwar eine tolle Ergänzung, doch die wahre Stärke von *Gradwohl* liege in der Vielfältigkeit, die in dieser Dimension auch in Europa seines Gleichen sucht. Neben der starken Druck-, Veredelungs- und Finishing-Ab-

teilung verfügt das Unternehmen auch über eine eigene Kunststoff- und Metallverarbeitung. »Diese einzigartige Kombination unter einem Dach macht uns zu einem starken Partner für die Entwicklung und Produktion von speziellen Displays und Verpackungen«, betont der technische Leiter MICHAEL FELLNER.

In der Kunststoffverarbeitung stehen Verfahren wie etwa Spritzguss und Thermoformen sowie die PUR-Verarbeitung zur Verfügung, die durch Laserschneiden, Fräsen und Tischlerarbeiten ergänzt werden.



Mit einer Acuity B1 von Fujifilm hat *Gradwohl Displays* aus Melk seine Schlagfähigkeit erhöht und kann so besser auf die Anforderungen seiner Kunden reagieren.



Das umfangreiche Technologie-Portfolio von Gradwohl Displays, das über vier Standorte verteilt ist.

Flexibilität und Effizienz zählen

Auch Gradwohl spürt den Trend zu kleineren Auflagen mit einem immer höheren Individualisierungsgrad – hier nehmen Displays und Verpackungen keine Sonderstellung ein. Eine Anforderung des Marktes, die sich nur mit dem Digitaldruck abdecken lässt. Die Einstiegshürde hat das Melker Unternehmen bereits vor Jahren genommen und sich mit einem Flachbettdrucker in Kombination mit einem darauf abgestimmten Laser-Cutter am Markt etabliert. Damit werden vor allem Dummies und Kleinstauflagen produziert.

Was dem Unternehmen aber fehlte, war eine effiziente Lösung für die Herstellung von kleinen und mittleren Auflagen. »Unsere Kunden bestellen gerade bei Displays immer kleinere Auflagen und dafür benötigen wir eine flexible und gleichzeitig effiziente digitale Lösung«, so MICHAEL FELLNER. Fujifilm hatte Anfang 2018 gerade eine Lösung in der Pipeline, um mit dem Digitaldruck in größeren Auflagen vorzustoßen. Dabei wurde der Versuch unternommen, Qualität, Effizienz und Flexibilität bei den Bedruckstoffen im Digitaldruck unter einen Hut zu bringen. Entstanden ist daraus die Acuity B1: Ein vielseitiges und automatisiertes Inkjetdrucksystem, das die unterschiedlichsten Materialien

bis zu einer Stärke von 10 mm bedrucken kann. Für die Effizienz sorgt eine durchgängige Automatisierung von der An- bis zur Auslage, so wird ein Durchsatz von bis zu 200 Bogen im B1-Format erzielt.

Acuity B1 schafft Kundenbindung

»Durch diese Leistungsfähigkeit können wir Anwendungen wie Displays oder Citylights vom Siebdruck in den Digitaldruck verlagern und wesentlich schneller und effizienter fertigen«, versichert JANDA. Um diesen Output zu erzielen, kommen die Uvijet-Tinten von Fujifilm zum Einsatz, die auf den unterschiedlichsten Materialien mit hervorragender Deckung und Haftung überzeugen. In die Auslage gelangen vollständig ausgehärtete Drucke, die sofort weiterverarbeitet oder ausgeliefert werden können. »Mit der Acuity B1 haben wir unsere Schlagfähigkeit deutlich erhöht, und können besser auf die Anforderungen unserer Kunden reagieren. In unserem Geschäft sind Termine eines der wichtigsten Kriterien«, betont FELLNER. Die Acuity B1 arbeitet mit einem hybriden UV-Härtungssystem, das sich aus einem LED-UV-Pinningsystem und einer abschließenden UV-Härtung zusammensetzt. Die Pinning-Einheit sorgt im Single-Pass-Modus dafür, dass das Verhalten der einzelnen

Tröpfchen auf der Substratoberfläche mittels UV-Licht exakt kontrolliert wird. Das sorgt für scharfe und brillante Bilder. Darüber hinaus können mit dem Pinningsystem auch Oberflächeneffekte – von seidenmatt bis hochglänzend – erzielt werden. Das kommt dem Look-and-Feel des Sieb- oder Offsetdrucks sehr nahe. Aber auch in puncto Bildqualität erreicht die Acuity B1 das Niveau konventioneller Druckverfahren. Die Druckauflösung beträgt bei einer Tröpfchengröße von 7 Picolitern maximal 960 dpi, was nach den Erfahrungen von Gradwohl absolut ausreichend sei. Damit könne man sogar Texte mit einer Größe von 4 Punkt (negativ 5 Punkt) wiedergeben. Die endgültige Aushärtung der UV-Tinten erfolgt in einer eigenen UV-Einheit.

Farbmanagement ist der Schlüssel

Die Integration der Acuity B1 in den bestehenden Workflow bei Gradwohl ist problemlos über die Bühne gegangen. Aufgrund der Materialvielfalt stellte das Farbmanagement doch eine gewisse Herausforderung dar, wie MARTIN JANDA versichert. Dabei gehe es jedoch nicht nur um die Profilierung der unterschiedlichsten Materialien, sondern auch um die Abstimmung über die verschiedenen Druckverfahren hinweg. »Das ist ein sehr intensiver Pro-

zess, den wir da gerade durchlaufen. Doch wir sind auf einem guten Weg, das Farbmanagement über alle Materialien und Druckverfahren zu implementieren«, zeigt sich MICHAEL FELLNER positiv. Gemeinsam mit Fujifilm wurde das System über ein Jahr in der Praxis optimiert und zur Praxisreife herangeführt. Im April 2019 wurde die Acuity B1 technisch angenommen und nimmt nun einen fixen Platz in der Produktion ein. Neben der Umschichtung von Aufträgen aus dem konventionellen Druck in Richtung Digitaldruck erschließen sich dem Unternehmen vollkommen neue Anwendungsgebiete. »Jetzt geht es darum, die Möglichkeiten der Maschine auszuloten und mit neuen Applikationen den Markt zu überzeugen. Hier stehen wir erst am Anfang einer spannenden Entwicklung, die unsere Marktposition mit Sicherheit verbessern wird«, ist sich Ing. MARTIN JANDA sicher.

Ob Gradwohl den Prozess von der Idee bis zum Endkunden unterstützt oder nur in Teilbereichen behilflich ist, kann jeder Kunde selbst bestimmen. In Kombination mit der Konfektionierung und Bestückung der Displays sowie der Kommissionierung, dem Versand und der Montage in den Filialen kann Gradwohl einen Service über die gesamte Supply-Chain hinweg anbieten.





Bildquelle: rclassenlayouts | 123rf.com

Termine	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2020			
18. 06. 2020	Haptica live '20	Bonn 	> www.haptica-live.de
24. 06. – 25. 06. 2020	Empack 2020	Zürich 	> www.empack-zuerich.ch
17. 09. 2020	Mailingtage	Frankfurt 	> www.mailingtage.de
17. 09. – 18. 09. 2020	ZLV, Verpackungssymposium 2020	Kempten 	> www.zlv.de
23. 09. – 24. 09. 2020	Deutscher Verpackungskongress 2020	Berlin 	> www.verpackungskongress.de
06. 10. – 08. 10. 2020	Fespa 2020	Madrid 	> www.fespa.com
14. 10. – 18. 10. 2020	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt 	> www.buchmesse.de
15. 10. 2020	Fogra, Munich 3D-Forum	Aschheim 	> www.fogra.org
22. 10. – 24. 10. 2020	InPrint	Mailand 	> www.inprintitaly.com
27. 10. – 28. 10. 2020	ESMA, The Inkjet Conference	Düsseldorf 	> www.theijc.com
2021			
12. 01. – 14. 01. 2021	PSI/viscom	Düsseldorf 	> www.viscom-messe.com
25. 02. – 03. 03. 2021	Interpack	Düsseldorf 	> www.interpack.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
09. 03. – 11. 03. 2021	InPrint	München 	> www.inprintmunich.com
23. 03. – 25. 03. 2021	LOPEC 2021	München 	> www.lopec.com
20. 04. – 30. 04. 2021	drupa	Düsseldorf 	> www.drupa.de
20. 04. – 30. 04. 2021	f:mp., Print & Digital Convention @drupa	Düsseldorf 	> www.printdigitalconvention.de
21. 06. – 23. 06. 2021	DOXNET, 22. Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden 	> www.doxnet.de
13. 10. – 14. 10. 2021	IFRA, World Publishing Expo und DCX	Berlin 	> www.ifra-expo.com
2022			
21. 02. – 24. 02. 2022	Hunkeler Innovationdays	Luzern 	> www.hunkeler.ch
18. 05. – 21. 05. 2022	photokina	Köln 	> www.photokina.de

DRUCKEREIBEDARF

LED-Normlicht für alle ...

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

[Lacunasolutions.com] A. Demmler 08685/778665

Technische Änderungen vorbehalten.

TECHKON
Erfolg ist messbar



www.techkon.com

VEREDELUNG

DRUCK-ELITE PREMIUM

LETTERPRESS
BLINDPRÄGUNG
PRÄGEFOLIENDRUCK

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

Danke! Ich habe meinen Weg gefunden.

Jugendliche haben die Chance auf eine gute Zukunft verdient. Ebenen 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

DESIGN & TYPOGRAFIE

Wir schlagen den Bogen

DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN


www.arcusdesigns.de

 — **Z**

→ 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

WEITERVERARBEITUNG

binderhaus
BINDMASCHINEN 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

MKW Graphische Maschinen

RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



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

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«.

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

keit oder Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

© by Druckmarkt 2020

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.

 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

Verlag:
»Druckmarkt« ist eine Publikation der arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel. Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36 Geschäftsführer: Petra und Klaus-Peter Nicolay.

Redaktion und Marketing:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay (Chefredakteur)

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

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

Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel

Internet:
www.druckmarkt.com
Die Schwesterzeitschrift »Druckmarkt Schweiz« erscheint im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH. www.druckmarkt.ch

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

DRUCK PAPIER LEIDEN- SCHAFT

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch



Photo by Jilbert Ebrahimi on Unsplash



DRUCKMARKT
PRINT | PAPER | PASSION

