

DRUCKMARKT impressions 138

23. FEBRUAR 2023

PDF-Magazin für Print, Medien, Kommunikation und Design



PAPER PROCESSING
**HUNKELER
INNOVATIONDAYS**

Seite 14

PROGRAMMATIC PRINT:
EINMALIGE CHANCE FÜR
PRINT SEITE 24

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängbogen, 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 zwölf Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.



4	Editorial: Das Papier muss da durch
	Markt & Zahlen
6	Nachrichten
6	SOL Capital übernimmt Polar
7	Heidelberg: Voll auf Kurs nach drei Quartalen
10	Preisspirale dreht weiter nach oben
11	Alle Versicherungen in einer Police
13	Menschen & Karrieren

	Print & Finishing
14	Hunkeler Innovationdays: Viel Erfolg auf wenig Raum
16	Hunkeler Innovationdays: Vorschau
24	Einmalige Chance für Print: Die Cookie-lose Zeit
26	Digitaldruck? Wächst!
28	Fünf Jahre Digitaldruck bei Christiansen Print

	Termine & Events
30	Print und Haptik werden zum Erlebnis
31	Einblick in die Converting-Zukunft
31	Empowering the Future of Print
32	Terminaklender
33	Seminare und sonstige Veranstaltungen
35	Impressum, Business-to-Business



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



Druckmarkt ist Medienpartner
des f:mp. und seiner Initiative
PRINT digital!
www.print-digital.biz

PAPER PROCESSING DAS PAPIER MUSS DA DURCH

Geht es nach den Zahlen der Marktforscher von *Smithers* in ihrer Studie ›The Future of Print Equipment Markets to 2026‹, wächst die Zahl installierter Inkjet-Rollendruckmaschinen in Europa zwischen 2021 und 2026 um etwa 50%. Die Zahlen für Installationen von Inkjet-Bogendruckmaschinen sollen diese noch übertreffen und in Westeuropa um 126% und in Osteuropa um 288% wachsen. Das mag man glauben oder nicht. Nach den Ereignissen im Februar 2022 sind eher Zweifel angebracht. Dass der Digitaldruck an Boden gewinnt, ist allerdings nicht zu bestreiten.



Fast überall gehen die Auflagen zurück. Es werden immer weniger Exemplare bei den Zeitungen, Zeitschriften, bei Werbedrucksachen, Flyern, Broschüren und selbst bei Verpackungen gedruckt – und das in immer kürzeren Fertigungszyklen, bei geringeren Margen und steigenden Kosten. Diese Trends spielen dem Digitaldruck ohne Zweifel in die Hände.

Doch auch wenn die eine oder andere Meldung im *Druckmarkt* oder in anderen Fachmedien den Anschein erwecken mag, dass der Digitaldruck das alles dominierende Druckverfahren sei, ist das nur die halbe Wahrheit. Erstens werden die Mengen an Drucksachen noch immer im Offsetdruck hergestellt. Und zweitens kommen beide Verfahren an der Weiterverarbeitung nicht vorbei: Ohne eine mechanische Umformung im Finishing lassen sich die Druckbögen nur schwer verkaufen.

Deshalb sind die *Hunkeler Innovationdays* in diesem Jahr wichtiger denn je. Natürlich geht es auch in Luzern vom 27. Februar bis 1. März um Automatisierung, Vernetzung und Optimierung des Druckprozesses, des Finishing und der Veredelung, doch beim Online-Prozess, wie er im Digitaldruck bevorzugt wird, trifft der Begriff ›Paper Processing‹ die Dynamik dieses Bereiches der Drucktechnik weit besser als Druckweiterverarbeitung oder der (woher auch immer entnommene) entsetzliche Begriff der Endverarbeitung. So werden die *Hunkeler Innovationdays* auch in diesem Jahr wieder der größte Event für den Hochleistungs-Digitaldruck sein, mit dem charakteristischen Wesensmerkmal ›Paper Processing‹.

Vielleicht wäre ja sogar die gesamte Geschichte des Digitaldrucks anders verlaufen, hätte der ›Erfinder‹ der *Hunkeler Innovationdays* und Senior-Chef FRANZ HUNKELER nicht die Vision gehabt, aus Buchbindereimaschinen Module für das ›Paper Processing‹ zu machen. Danach hat es das Schweizer Unternehmen in den letzten Jahrzehnten verstanden, aus schlichten Buchbindereimaschinen Systemkomponenten zu konstruieren, die online wie offline den Durchbruch des Digitaldrucks erst ermöglichen haben. Vergleichbar mit einem Formel-1-Boliden, der ohne die für den Rennwagen optimierten Reifen nur eine lahme Ente ist, ist eine Digitaldruckmaschine ohne ›Paper Processing‹ nahezu funktionsunfähig oder geradezu wertlos. Diese Module und Komponenten vor und hinter den Digitaldrucksystemen ermöglichen erst deren wirkliche Leistung und Flexibilität.

Ohne intelligentes Papier-Handling lassen sich auch keine intelligenten Drucksachen herstellen – so der Umkehrschluss. »Das Papier muss da durch«, sagte uns FRANZ HUNKELER vor einigen Jahren. Und daran hat sich bis heute nichts geändert. So einfach ist das.



Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre und alles Gute.

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur *Druckmarkt*

PRODUKT. HINTERGRUND. ANWENDUNG.

In den gedruckten Ausgaben des *Druckmarkt* und im PDF-Magazin *Druckmarkt impressions* stellen wir Produkte und Lösungen vor, geben die dazu nötigen Hintergrundinformationen und zeigen die Anwendungen.

Jetzt kostenlos registrieren.
www.druckmarkt.com



TOCHTERGESELLSCHAFT Seit Anfang 2023 ist die *Sign-Tronic S. A.* eine 100%-ige Tochtergesellschaft der *Zünd Systemtechnik AG* und firmiert nun unter dem Namen *Zund Ibérica*. Die neue Tochtergesellschaft wurde 1990 gegründet und war seit 1994 offizieller Vertriebs- und Servicepartner des Schweizer Unternehmens. *Zund Ibérica* betreut zahlreiche Kunden in Spanien, Portugal und Andorra.

ÜBERARBEITET Verschiedene Veränderungen am Markt haben den *Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI)* dazu veranlasst, seine Muster-Einkaufs- und Verkaufsbedingungen juristisch überprüfen und überarbeiten zu lassen. Jetzt hat der Verband die AGB seinen Mitgliedern zur Verfügung gestellt. Im Rahmen von Webkonferenzen nutzten 50 Vertreter von Mitgliedsunternehmen die Möglichkeit, sich die wesentlichen Änderungen erläutern zu lassen.

VERKAUFT Die *Mitsubishi Paper Mills Limited* hat die Papierfabrik Flensburg verkauft. Das Unternehmen soll den Betrieb unter dem Dach des neuen Eigentümers *Quantum Capital Partners GmbH* fortsetzen. Die Papierfabrik Flensburg, die auf Thermopapiere, Inkjet-Papier und Barrierepapiere ausgelegt ist, war Teil der deutschen Tochtergesellschaft *Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH*, die weiterhin über die Papierfabrik in Bielefeld verfügt.

DIGITAL-MARKETING Hinter den Begriffen Online-Werbung und digitales Marketing steht eine Branche, die mit 247.000 Beschäftigten 2022 rund 19,75 Mrd. € Wertschöpfung erzielte. So eine Studie des Digitalverbands *Bitkom*.

Die Gesamtausgaben für digitales Marketing lagen 2022 bei 25,61 Mrd. €. Davon fallen 6,58 Mrd. € bei den werbetreibenden Unternehmen für Löhne und Gehälter der mit dem Online-Marketing befassten Mitarbeitern an. Den weit größeren Teil machen aber mit 19,03 Mrd. € die Ausgaben für Marketing-Dienstleistungen aus – für Konzeption, Schaltung und vor allem für die Distribution. Dabei fließen 34% der Ausgaben in Suchmaschinenwerbung, dahinter folgen Bannerwerbung mit 26%, Videos mit 18% und E-Mail-Marketing mit 8%.

Nach übereinstimmenden Zahlen verschiedener Quellen fließen davon über 60% alleine in die Taschen von *Alphabet (Google, YouTube)* und *Meta (Facebook, Instagram)*.

JUBILÄUM *Antalis* feiert 40-jähriges Jubiläum der Büropapiermarke *Data Copy* und startet dazu eine Kampagne, um die Geschichte der Marke zu würdigen. *Data Copy* ist ein Sortiment hochweißer und glatter Papiere.

CROWN VAN GELDER Nach Insolvenz: Investor gefunden

Die Papierfabrik *Crown Van Gelder B.V.* im niederländischen Velsen-Noord war Anfang Februar in finanzielle Schieflage geraten. Der Papierhersteller hatte Insolvenz angemeldet – hat aber einen (bisher nicht genannten) Investorgelungen. *Crown Van Gelder (CvG)* produziert mit etwa 200 Mitarbeitern jährlich etwa 160.000 Tonnen Papier. Das Unternehmen gilt als Marktführer bei Rollenschnitten für den High-speed-Inkjet (HSI). CvG bietet zudem Offsetqualitäten, Etikettenpapiere, Verpackungspapiere mit Barrierefunktionen und Spezialitäten auf alternativer Rohstoffbasis.

STORA ENSO Fünfte Papierfabrik verkauft

Stora Enso trennt sich von der Papierproduktion im Werk Hylte in Schweden, behält aber die am Standort Hylte angesiedelte Formfaser- und Biokompositproduktion der Division Packaging Solutions. Die Papierproduktion in Hylte mit einer Kapazität von 245.000 t Zeitungsdruckpapier pro Jahr wird an *Sweden Timber* verkauft. Der Unternehmenswert beträgt laut *Stora Enso* rund 18 Mio €. Damit schließt *Stora Enso* seinen im März 2022 angekündigten Plan ab, vier seiner fünf Papierfabriken zu veräußern. Gleichzeitig konzentriert sich *Stora*

auf erneuerbare Produkte in den Bereichen Verpackung, Gebäude und Biomaterial.

EFI UND FIERY Getrennte Wege, gleiches Dach

Electronics For Imaging (EFI), das seit 2019 zur *Siris Capital Group* gehört, hat den Geschäftsbereich *Fiery* als unabhängiges Unternehmen ausgegliedert. *Fiery* bleibt jedoch zu 100% im Besitz von *Siris*. Als getrennte Unternehmen unter dem gleichen Dach sollen *EFI* und *Fiery* unterschiedliche Schwerpunkte setzen. *EFI* soll sich auf das industrielle Inkjet-Geschäft konzentrieren, *Fiery* seine Position bei den Digital Front Ends (DFE) stärken und wird in Zukunft von *Toby Weiss* geführt. Gleichzeitig wurde bekannt, dass *Frank Pennisi* neuer CEO von *EFI* ist. Der bisherige CEO, *Jeff Jacobson*, wechselt in den Aufsichtsrat.

MÜLLER MARTINI Übernahme von DGR Graphic

Müller Martini übernimmt zum 1. März 2023 das in Espelkamp, nördlich von Bielefeld ansässige, auf Klebebinder und Buchlinien spezialisierte Maschinenbauunternehmen *DGR Graphic GmbH*. Das Unternehmen wurde 1998 gegründet und ist spezialisiert auf die Entwicklung von Komplettlösungen rund um die Buchfertigung für Soft- und Hardcover.

Im Zuge der Übernahme gehen alle Assets aus dem Neumaschinengeschäft mit Druckweiterverarbeitungs-Maschinen auf *Müller Martini* über.

Neben dem Maschinen- und Servicegeschäft übernimmt *Müller Martini* per 1. Juli 2023 auch das Ersatzteilgeschäft von *DGR*.

Auf der Suche nach einer altersbedingten Nachfolge waren der geschäftsführende Gesellschafter *Gerde Depping* und *Müller Martini* auch aufgrund der räumlichen Nähe von nur 5 km zum *Müller Martini*-Standort Rahden schnell einig.

Die Einbindung des *DGR*-Maschinenprogramms in das vorhandene *Müller Martini*-Portfolio wird in den kommenden Monaten erarbeitet.

E-COMMERCE Rückgang auch im Onlinehandel

Die Kaufzurückhaltung wirkte sich in Deutschland 2022 auch auf den Onlinehandel aus. Der Umsatz sank um rund 5% auf 101,7 Mrd. €, teilte der Branchenverband *Bevh* mit. Der Online-Anteil am gesamten Einzelhandel ging von 14,3% im Jahr 2021 auf 11,8% im Jahr 2022 zurück.

Verglichen mit den Umsätzen vor der Pandemie lag der E-Commerce mit Waren 2022 immer noch 24,5% im Plus, der mit Dienstleistungen dagegen trotz Umsatzsteigerung 42% unter dem Niveau von 2019.

EIN JAHR PPA Programmatic Print Alliance

Am 20. Januar 2022 tagte das Europa-Parlament in Straßburg und brachte den *Digital Services Act* (DSA) auf den Weg. Noch am Abend desselben Tages vereinbarten der *f.mp. Fachverband Medienproduktion* und *Maertterer one-to-one* die Gründung der *Programmatic Print Alliance*. Seitdem nutzt die PPA das Momentum des anbrechenden Cookie-losen Zeitalters. Der *Digital Services Act* soll 2023 als EU-Gesetz in Kraft treten. Zusammen

Goethe Universität, Frankfurt am Main, auf dem *Fundraising-Symposium* am 23. und 24. März 2023 das Bild des hochpersonalisierten *Donor Centered Fundraisings* malen. Drei PPA-Mitglieder wirken bei dem Event auf der Bühne mit. Nach dem großen Erfolg von 2022 wird die PPA am 16. und 17. Mai 2023 das Thema »Programmatic Print« wieder präsentieren: eine Bühne, ein großer Saal, zwei Tage, zehn Referenten. Den Rahmen bildet die *Print & Digital Convention* im Kongress-Zentrum der *Messe Düsseldorf*.



mit dem *Digital Markets Act* (DMA) wird damit in Euroland eine Zukunft ohne Cookies eingeläutet. Die PPA und ihre inzwischen 20 Mitglieder und zwei Partnerverbände nutzen dies zum einen mit Pilotprojekten und zum anderen durch Präsenz in der Öffentlichkeit, bei Events und der Mitwirkung bei Fachmessen. So wird die PPA in der

Was schon 2022 erfolgreich getestet wurde, bietet die PPA 2023 allen Mitgliedern an: Die Mitwirkung auf der *DMEXCO DialogArea* 2023, die vom PPA-Medienpartner *ONE-toONE* und dem *DDV Deutscher Dialogmarketing Verband* organisiert wird. > www.programmatic-print.org/de

NACH INSOLVENZ SOL CAPITAL ÜBERNIMMT POLAR

Die *Adolf Mohr Maschinenfabrik GmbH* und die *Polar-Mohr Maschinenvertriebsgesellschaft GmbH* werden nach ihrer Insolvenz im August 2022 vom Finanzinvestor *SOL Capital* übernommen.

Der österreichische Finanzinvestor sichert damit die Zukunft des Schneidemaschinenherstellers, der 117 Jahre als Familienunternehmen geführt wurde. Aufgrund von Lieferengpässen hatte die *Polar Group* 2022 ein Schutzschirmverfahren zur Restrukturierung beantragt und nach fünf Monaten beendet.

SOL Capital Management GmbH übernimmt 100% der Anteile der Altgesellschafter und auch die chinesische Tochtergesellschaft in Shanghai. Die neue Gesellschaft firmiert nun unter *Polar Cutting Technologies GmbH*. Hauptsitz des Unternehmens bleibt Hofheim am Taunus.

Die *Heidelberger Druckmaschinen AG* unterstützt die Investorenlösung und sichert den weltweiten Vertrieb und Service der *Polar*-Produkte. Im Vorfeld der Einigung mit *SOL Capital* hat *Polar* ihr etwa 50.000 m² großes Werksgelände in Hofheim verkauft und damit den Weg für ein neues Werk in der Region gebahnt, das heutigen Pro-



duktionsanforderungen entspricht.

»Ziel ist es, die Marktführerschaft der *Polar*-Gesellschaften zu stärken und auszubauen. Mit den bestehenden Ressourcen und neuen Ansätzen haben wir beste Voraussetzungen, um neue Technologien und Lösungen zu entwickeln«, sagt HAIKO STÜTING, Managing Partner der *SOL Capital Management GmbH* mit Sitz in Wien.

Gute Nachrichten gibt es auch für die rund 300 Mitarbeiter. »Die aktuellen Entwicklungen haben keine Auswirkungen auf die Arbeitsverhältnisse unserer Beschäftigten. Mit dem umfassenden Wissen unserer engagierten Fachkräfte sind wir auch im Personalbereich bestens aufgestellt«, erklärt *Polar*-Geschäftsführer THOMAS RAAB.

SHORTCUTS | Die *Sihl Gruppe* hat Ende November die Geschäftsaktivitäten der US-amerikanischen *Visual Imaging Products* übernommen. Das Unternehmen in Ontario, Kalifornien, vertreibt Produkte aus den Bereichen Bond Paper, Signage Media und Reprographics. • Zur Förderung von Innovationen aus den Geschäftsfeldern Papier und erneuerbare Energie ist die *Koehler-Gruppe* eine Partnerschaft mit der gemeinnützigen *UnternehmerTUM GmbH* in München eingegangen, aus der jährlich mehr als 50 Technologie-Gründungen hervorgehen. • Die *Kern AG*, Anbieter von Produkten und Dienstleistungen »von der ersten bis zur letzten Meile« und *Prolistic*, ein für die Erfassung und Sortierung von Postsendungen spezialisiertes Unternehmen, haben eine enge Zusammenarbeit im Bereich Versandlogistik und Sortiersysteme vereinbart.

HEIDELBERG

VOLL AUF KURS NACH DREI QUARTALEN

Starke Nachfrage aus Nordamerika und Europa sowie anhaltendes Wachstum im Verpackungssegment hält die *Heidelberger Druckmaschinen AG* im aktuellen Geschäftsjahr 2022/23 auf Kurs.



Heidelberg bestätigt seine Prognose für das Geschäftsjahr 2022/23. Das Unternehmen geht weiter von einem Umsatzanstieg auf rund 2,3 Mrd. € aus. Auch die Profitabilität soll sich trotz der erwartbaren Kostensteigerungen weiter verbessern.

Nach den von *Heidelberg* bekannt gemachten Zahlen des 3. Quartals von Oktober bis Dezember 2022 hat der Auftragseingang von 630 Mio. € zu einem Auftragsbestand von fast 1 Mrd. € geführt. Gleichzeitig sei der Umsatz um 5% gegenüber dem Vorjahresquartal auf jetzt 609 Mio. € gestiegen.

»Wir hatten ein positives drittes Quartal und konnten den Umsatz und das operative Ergebnis weiter steigern. Die nächsten Monate werden wohl weiterhin im Zeichen zu erwartender Kostensteigerungen bei Material, Energie und Personal stehen«, sagt DR. LUDWIN MONZ, Vorstandsvorsitzender der *Heidelberger Druckmaschinen AG*. »Wir werden dem mit Preissteigerungen entgegenwirken und unsere Kostendisziplin beibehalten. Daher sind wir sehr zuversichtlich, unsere Jahresziele zu erreichen.« Besonders stark habe das Segment Packaging Solutions (Verpackungsdruck) im 3. Quartal zugelegt. Hier hätte der Auftragseingang den Vorjahreswert von Oktober bis Ende Dezember 2022 um 18% überstiegen. Über die neun Monate des lau-

fenden Geschäftsjahres hinweg habe sich der Auftragseingang um 5% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verbessert. Auch der Umsatz liegt nach neun Monaten mit 812 Mio. € gut 22% über dem Vorjahr, teilte *Heidelberg* mit. Selbst der Akzidenz- und Werbedruck (Segment Print Solutions) steigerte den Umsatz nach neun Monaten auf 898 Mio. €, während der Auftragseingang leicht rückläufig war. Das noch junge Segment Technology Solutions mit der *Wallbox* konnte aufgrund der geänderten Förderpolitik für Elektromobilität in Deutschland nicht an das Vorjahreswachstum anschließen. Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten habe der Auftragseingang nach neun Monaten mit 1.859 Mio. € fast das Niveau des Vorjahres erreicht (1.888 Mio. €), heit es bei *Heidelberg* weiter. Der Umsatz hätte in allen drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres die jeweiligen Vorjahreswerte übertroffen und mit 1.729 Mio. € rund 10% über dem Vorjahr (1.565 Mio. €) gelegen. Das Ergebnis nach Steuern sei ebenfalls deutlich auf 54 Mio. € (Vorjahreszeitraum: 40 Mio. €) angestiegen.

SCHELLENBERG

Hess Druck wird übernommen

Die *Schellenberg Gruppe* hat die *Hess Druck* in Märstetten im Kanton Thurgau per 1. Januar 2023 übernommen.

EGON HESS JUNIOR und sein Bruder JÜRG HESS hätten sich im Sinn einer Nachfolgeregelung und nach Jahrzehnten der erfolgreichen Zusammenarbeit zum Zusammenschluss mit der *Schellenberg Gruppe* entschieden, heißt es in der Mitteilung. So würden im Verbund mit einem starken Partner die Perspektiven von *Hess Druck* langfristig gesichert. Der Zusammenschluss ermögliche zudem die Nutzung von Synergien, die Stärkung der Marktposition, den Zugang zu neuen Technologien sowie die Erweiterung der Angebotspalette. Die *Schellenberg Gruppe* übernimmt die 40 Mitarbeitenden und das Firmengebäude von *Hess Druck*. Der Standort in Märstetten soll weitergeführt werden und der Firmenname bestehen bleiben.

Die *Schellenberg Gruppe* umfasst an mehreren Standorten in der Schweiz verschiedene Unternehmen der Druck- und Medienbranche. OSKAR SCHELLENBERG und REGULA SCHELLENBERG sehen in dieser Übernahme die Chance, dass alle Kunden von diesem Zusammenschluss und dem noch umfassenderen Dienstleistungsangebot profitieren werden.

WERBEMARKT CH

Ein Drittel geht an Google

2022 wurden in der Schweiz durch Werbung 6.926 Mio. Franken Brutto erzeugt (+21,8%), wie *Media Focus* mitteilt. Dabei entfallen 35,8%, sprich 2.483 Mio. CHF, auf die Medienkanäle des Tech-Giganten Google. Das ist mehr als ein Drittel der gesamten Schweizer Werbung!

Dem entsprechend verbleiben 4.443 Mio. CHF, die durch die Mediengruppen Print, TV, Radio, Kino, Out-of-Home und die Display-Vermarkter generiert werden. Dies entspricht 3,8% (+162 Mio. CHF) Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr. Das Internet bleibt nach den Analysen auch 2022 die dominierende Mediengruppe mit 41% Anteil am Media Mix. Darauf folgt auf dem zweiten Rang TV-Werbung mit 23%. Print auf Rang drei generiert rund ein Fünftel des Werbeaufkommens (21%), Out-of-Home liegt bei 12%, Radio bei 3% und Kino bei 0,4%. Den größten Zuwachs mit plus 67,1% erfährt Online-Werbung (Search, Display, YouTube).

Rund 28.400 Werbungtreibende haben 2022 in der Schweiz Werbung geschaltet. An der Spitze der Top 10 Werbungtreibenden gibt es kaum Bewegung: *Coop* und *Migros* bleiben unangefochten auf den ersten beiden Rängen, gefolgt von *Procter & Gamble*, *Ferrero* und *Swisscom*.



gen bei Material, Energie und Personal stehen«, sagt DR. LUDWIN MONZ, Vorstandsvorsitzender der *Heidelberger Druckmaschinen AG*. »Wir werden dem mit Preissteigerungen entgegenwirken und unsere Kostendisziplin beibehalten. Daher sind wir sehr zuversichtlich, unsere Jahresziele zu erreichen.« Besonders stark habe das Segment Packaging Solutions (Verpackungsdruck) im 3. Quartal zugelegt. Hier hätte der Auftragseingang den Vorjahreswert von Oktober bis Ende Dezember 2022 um 18% überstiegen. Über die neun Monate des lau-

BVDM**Mineralölverordnung vom Tisch**

Seit Jahren hatte das *Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)* die sogenannte Mineralölverordnung vorbereitet. Überraschend landete der Entwurf Mitte Dezember 2022 auf der Tagesordnung des *Bundesrates*. Sowohl die Verordnung als auch ein für die Druckindustrie folgenreicher Vorschlag für eine ergänzende Entschließung wurden abgelehnt.

Gegen den Vorstoß des *BMEL*, in der Verordnung genaue Regeln für die Verhinderung der Migration von Mineralölbestandteilen in Verpackungen auf Lebensmittel, zum Beispiel durch Barrieren, vorzuschreiben, hatte sich der *Bundesverband Druck und Medien* von Beginn an gestemmt, da es nicht als gesichert gilt, dass bedruckte Verpackungen der einzige Eintragsweg für Mineralöl sind. Zum anderen führen Kunststoffbarrieren zu neuen Problemen beim Recycling für einen funktionierenden Altpapierkreislauf. Angesichts der schwerwiegenden Auswirkungen,

die eine entsprechende Verordnung gehabt hätte, ist der *bvdm* erleichtert, dass die Interventionen bei den Staatskanzleien und zuständigen Ministerien der Bundesländer erfolgreich waren. Auch die enge Abstimmung mit dem *Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV)* und dem *Medienverband der freien Presse (MVFP)* hat das Anliegen der Unternehmen der Druck- und Verlagswirtschaft unterstützt.

> www.bvdm-online.de

PRINT IS THE FOCUS Gmund Award in den Startlöchern

Unter dem Motto »print is the focus« begibt sich der Papierhersteller vom Tegernsee bereits zum achten Mal auf die Suche nach herausragenden Druck- und Designstücken aus *Gmund*-Papier. Mitmachen können Druckereien, Verarbeiter, Verlage, Designer, Agenturen, Marken und Künstler aus aller Welt. Die Teilnahme ist kostenlos.

Es werden nur Projekte bewertet, die aus *Gmund*-Papier gefertigt sind. Eine Ausnahme bildet die Kategorie »Book«, bei der der



Buchblock aus einem anderen Material gefertigt werden kann, soweit es keinen signifikanten Einfluss auf das Design und die Kreativität des Werkes hat.

Bewertet werden die Qualität von Druck und Verarbeitung, der Erfolg des Druckproduktes auf dem Markt, der Dreiklang von Druck, Verarbeitung und Papier sowie Innovationskraft, Kreativität und Design.

Die Preise werden in sieben Kategorien vergeben, zudem gibt es den Sonderpreis *Green Innovation*. Der Einreichungszeitraum läuft noch bis 28. April 2023, die Jurysitzung ist Anfang Mai und die Preisverleihung findet im Rahmen des *Unfolded Festivals* am 23. Mai 2023 statt.

> www.gmundaward.com

ZUSAMMENARBEIT Solimar und Triumph-Adler

Die *TA Triumph-Adler GmbH*, Spezialist für die digitale Bürokommunikation, und der Softwareentwickler *Solimar Systems* haben eine Vertriebszusammenarbeit bekannt gegeben, in deren Rahmen *TA Triumph-Adler* alle Lösungen der modularen *Solima-Chemistry*-Plattform in der D/A/CH-Region vertreibt.

»Die *Solimar* Workflow-Lösungen für den Druck sind ein wichtiger Baustein unserer Go-to-Market-Strategie, um Inkjet-Produktionsdrucker mit einem optimierten Workflow anzubieten«, sagt OLAF STAMMER, Leiter Solution Portfolio Management bei *TA Triumph-Adler*.

Solimar Chemistry ist eine modulare Plattform, die darauf ausgerichtet ist, digitalen Druckereien mehr Detailsicht und Flexibilität im Drucksaal als auch in der digitalen Dokumentenverarbeitung zu ermöglichen. Besonders interessant ist die Lösung *iConvert*, mit der IPDS-Druckdaten in *PostScript* oder *PDF* umgewandelt werden können.

MEHRWEGPFLICHT Kein Handlungsbedarf

Werden in der Gastronomie Speisen oder Getränke »to go« verkauft, müssen den Kunden seit dem 1. Januar 2023 Mehrwegalternativen für die Verpackung angeboten werden. Die Mehrwegpflicht gilt für Lebensmittel sowie Einweg-Getränkebecher, unabhängig von der Materialart. Bei Speisen müssen für kunststofffreie Einwegverpackungen wie Pizzaschachteln, Papiertüten, Alufolie oder Ähnliches keine Alternativen angeboten werden. Übersteigt die Verkaufsfläche 80 m² nicht und sind nicht mehr als fünf Mitarbeiter beschäftigt, dürfen vom Verbraucher selbst mitgebrachte Behälter befüllt werden. Für die Mehrheit der Druckereien dürfte die Mehrwegpflicht also keine Relevanz haben. Es besteht kein zusätzlicher Handlungsbedarf.

HUNKELER INNOVATIONDAYS

27. FEBRUAR BIS 2. MÄRZ

Müller Martini zeigt zwei Neuigkeiten: als Weltpremiere den Hybrid-Sammelhefter *Prinova Digital* und die mit einer De-Stacker- und Sortier-Lösung ergänzte *VBA/Vareo PRO/InfiniTrim*-Linie.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!
mullermartini.com/hid

Your **strong partner**.

MÜLLER MARTINI

PRINT**Erwartungen an das Jahr 2023**

Während die mit der Corona-Pandemie einhergegangenen Maßnahmen Schritt für Schritt zurückgefahren wurden, hat der Krieg in der Ukraine die Wirtschaft in Deutschland und weiten Teilen der Welt in ihren Grundfesten erschüttert. Vor allem die explodierenden Energiepreise haben Privathaushalte und Unternehmen getroffen. Energie wurde über das gesamte Jahr 2022 im Schnitt um 34,7% teurer, wie das *Statistische Bundesamt* jüngst bekanntgab.

Die Inflation in Deutschland ist Ende Dezember zwar um 0,8% gesunken, befindet sich mit +8,6% aber noch immer auf sehr hohem Niveau. Über das gesamte Jahr 2022 lag die Inflation bei +7,9% und deutlich über dem Wert von +3,1% im Jahr zuvor. Das geht auch an der Druckindustrie nicht spurlos vorbei, wie das Konjunkturtelegramm des *bvdm* regelmäßig zeigt. Auch wenn die Einschätzungen zum Geschäftsklima und zur Geschäftslage negativ bewertet werden, blicken die Unternehmen positiver in das neue Jahr.

Für 2022 hat das *Statistische Bundesamt* ein Wachstum des Bruttoinlandsproduktes (BIP) von 1,9% bekannt gegeben. Die Wirtschaftsleistung habe damit erstmals wieder über dem Wert vom Jahr 2019 gelegen. Die Chancen, dass Deutschland an

einer Rezession vorbeikommt, haben sich laut Jahreswirtschaftsbericht der Regierung damit vergrößert. Für 2023 wird ein Wirtschaftswachstum von 0,2% erwartet. Die Teuerungsrate werde mit 6,0% aber auf hohem Niveau verharren.

Die Sorgen werden die Wirtschaftsunternehmen also auch 2023 weiter begleiten. Wenngleich allgemein gilt, dass Unternehmen, die sich frühzeitig digital transformiert haben, widerstandsfähiger gegenüber den Entwicklungen im Markt sind und sich schneller und flexibler anpassen können.

Preisniveau bleibt hoch

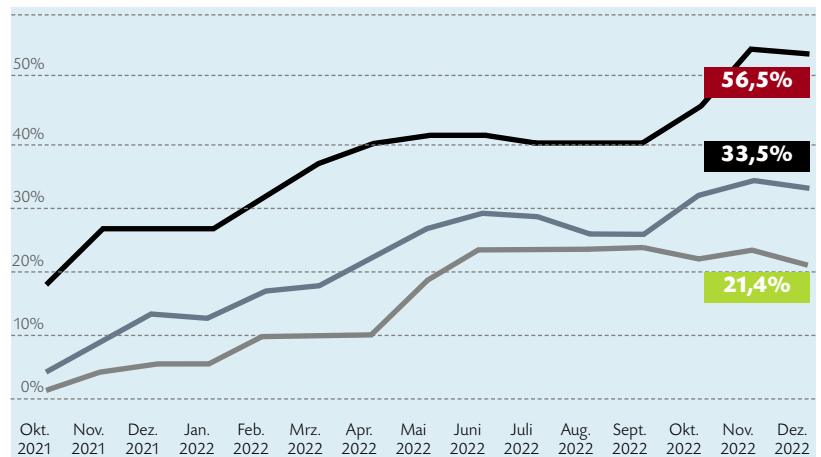
So sind auch die Erwartungen der Onlineprint-Industrie an das Jahr 2023 gestiegen, wobei ein gewisser Gewöhnungseffekt erkennbar wird. Die Betriebe haben sich längst darauf eingestellt, dass Papier frühzeitig bestellt werden muss und auch nicht immer jede Papiersorte verfügbar ist. Man nimmt, was man bekommt, und auch die Kunden haben sich damit arrangiert.

Das Preisniveau wird 2023 voraussichtlich hoch bleiben. Allerdings steigt auch die Akzeptanz für höhere Preise auf der Kundenseite, da alle Lebensbereiche von Preissteigerungen betroffen sind.

Ausführlich lässt sich darüber und weitere Entwicklungen auf dem *Online Print Symposium* am 23. und 24. März 2023 im *Munich Science Congress Center* in München diskutieren.

ONLINEPRINT**PREISSPIRALE DREHT WEITER NACH OBEN**

Nach einer kurzen Verschnaufpause haben die Preise bei Onlineprint im 4. Quartal 2022 wieder angezogen, wie der *Zipcon Onlineprint Preis Index (ZOPI)* zeigt.



Die Grafik zeigt die erhebliche Spanne der prozentualen Preissteigerungen zwischen 21,4% und 56,5% sowie deren Mittelwert (33,5%).

Der *Zipcon Onlineprint Preis Index*, den das Beratungsunternehmen *Zipcon consulting* seit 2020 führt, erfasst in der Produktgruppe Flyer neun Anbieter: *Vistaprint*, *Wir-machen-Druck*, *Unitedprint/print24*, *Onlineprinters*, *Flyeralarm*, *Saxoprint*, *Online-drucken*, *Redprintgroup* sowie *source-e*. Angefragt wird bei allen ein Auftrag mit 10.000 Flyern im Format DIN A5, beidseitig vierfarbig bedruckt und auf 135 g/m² Papier glänzend.

Die durchschnittliche Preissteigerung für diesen Auftrag lag Ende September 2022 noch bei 25,2% gegenüber dem Indexwert vom Juni 2020, im Dezember schon bei 27,5%.

Während *Unitedprint/print24* mit 58,1% im Dezember die höchste Preissteigerung für die Flyer aufgerufen hatte, markierte *Vistaprint* mit -12,3% den geringsten Preis gegenüber der Erhebung vor über zwei Jahren. Zwischen diesen beiden Extremen sortierten sich die anderen Anbieter ein.

Eine ähnliche Entwicklung wie bei den Flyern lässt sich auch bei den sieben Anbietern (wie vorher, aber außer *Vistaprint* und *source-e*) erkennen, die der *ZOPI* regelmäßig für den Warenkorb erfasst. Der Warenkorb umfasst zusätzlich zu den 10.000 Flyern auch Broschüren (32 Sei-

ten, A4, geheftet, beidseitig bedruckt) und Visitenkarten (4/4-farbig, ohne Veredelung).

Bei den Preisen für den Warenkorb ging die Entwicklung nach einer Stagnation im 3. Quartal 2022 nach oben: Der durchschnittliche Preis stieg von 26,6% im September auf 33,5% im Dezember. Mit einer Erhöhung der Preise um 56,5% gegenüber der Ersterhebung setzte auch hier *Unitedprint/print24* den Maximumwert. Den geringsten Preissprung machte *Flyeralarm* mit 21,4%.

Somit war der November 2022 beim Warenkorb mit einem Plus von 35,0% der für die Kunden teuerste Monat – knapp vor dem Dezember.

Auffällig ist zudem, dass die Spanne zwischen den niedrigsten und höchsten Preisanpassungen größer geworden ist. Was darauf hindeutet, dass Onlinedruckereien die gestiegenen Kosten unterschiedlich stark an die Kunden weitergeben.

Die Zahlen bestätigen damit aber nur, was wohl jeder mit dem Jahr 2022 verbinden wird: enorme Preissteigerungen in allen Bereichen. Schließlich wird Energie überall benötigt – da machen die Unternehmen der Druckindustrie keine Ausnahme.

WETTBEWERB

Werbung für Werbung

Die Verbände Druck und Medien suchen auch 2023 die kreativsten Auszubildenden der Branche und rufen zur Teilnahme am Gestaltungswettbewerb auf. Es winken bis zu 750 € Preisgeld sowie Zeitschriftenabos. Die Gewinnerarbeiten werden zudem im Magazin *Nutzen* und weiteren Publikationen präsentiert.

»Werbung für die Werbung« ist das Motto des 32. Gestaltungswettbewerbs der Verbände.

Die Aufgabe ist, ein Plakat zu gestalten, das Werbekunden davon überzeugt, dass sie mit Werbung auf Flächen im öffentlichen

Raum ihre Zielgruppe erreichen, ihren Verkauf steigern, Mitglieder gewinnen, Umsatz machen, oder sich von der Konkurrenz abheben.

Alle Auszubildenden sowie Umschüler der Branche sind herzlich eingeladen, ihre Entwürfe zum Thema »Werbung für die Werbung« bis zum 23. Juni 2023 online einzureichen. Bewertet werden die Arbeiten von einer zehnköpfigen Jury aus Fachleuten der Druck- und Medienbetriebe sowie Kommunikationsagenturen.

Alle Informationen über den Gestaltungswettbewerb 2023 mit Teilnahmebedingungen und Vorgaben für die Abgabe der Entwürfe unter

> www.bvdm-online.de/gestaltungswettbewerb

GBH MEDIENPOLICE

ALLE VERSICHERUNGEN IN EINER POLICE

Der Geschäftsbereich Druck- und Medien des Versicherungsmaklers *Gayen & Berns • Homann GmbH (GBH)* blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2022 zurück.



1899 gegründet, gehört *Gayen & Berns • Homann* mit über 240 Mitarbeitenden an 13 Standorten zu den wenigen noch inhabergeführten, großen und unabhängigen Versicherungsmaklern in Deutschland.

Seit mehr als 15 Jahren bietet *GBH* die *MedienPolice* an. In der *Police* sind in einem einzigen Vertragswerk – branchenspezifisch und individuell angepasst – alle relevanten Versicherungen enthalten, die ein Druckbetrieb heute benötigt. Hierzu zählen Sach-, Betriebsunterbrechungs-, Haftpflicht-, Maschinen- und Elektronikversicherung, aber auch Themen wie Cyber Security, Datenverlust- und Transportversicherung.

Auch eine Haftpflichtversicherung für Unternehmensleiter oder eine Absicherung für den Fuhrpark können in das Paket einbezogen werden.

Zu den Besonderheiten der *Police* zählt die »Goldene Regel« in der Sach- und Maschinenversicherung. Sie besagt, dass im Gebrauch befindliche Maschinen/Geräte zu 100% entschädigt werden – auch wenn ihr Zeitwert unter 40% des Neuwertes liegt.

Betriebliche Krankenversicherung

Neben den Bereichen IT und Cyber Crime entwickelte sich 2022 die betriebliche Krankenversicherung besonders gut. Wird sie von einem Unternehmen angeboten, erhalten Mitarbeitende einfach und schnell Zugang zu wertvollen Zusatzleistungen – zum Beispiel bei Zahnersatz,

der Brille, Vorsorge oder privatärztlichen Behandlungen. Vergleichbar ist das Modell daher mit der privaten Zusatzversicherung, die man ergänzend zur gesetzlichen Krankenversicherung abschließt. Die Leistungen der Krankenversicherung durch den Arbeitgeber sind dabei für Mitarbeitende in vollem Umfang steuer- und sozialabgabenfrei.

Hat das Unternehmen mehr als fünf Mitarbeitende und schließt die betriebliche Krankenversicherung im Rahmen eines Gruppentarifs ab, müssen die Mitarbeitenden auch keine Gesundheitsfragen beantworten: Es besteht sofortiger Versicherungsschutz. Eine Mitversicherung von Familienangehörigen ist zu vereinbarten Bedingungen ebenfalls möglich. Bei einem Arbeitgeberwechsel oder dem Renteneintritt kann der Vertrag privat weitergeführt werden.

Für Arbeitgeber gilt: Mit der betrieblichen Krankenversicherung lassen sich Mitarbeitende gewinnen und binden. Die Prämie, die für Mitarbeitende anfällt, kann vollständig oder anteilig im Rahmen des Sachbezugs genutzt werden. Der monatliche Maximalbetrag, der dabei pro Person aufgewendet werden darf, liegt bei 50 €.

> www.medien-police.de

SMARTPHONES

73% nutzen Schutzhüllen

Weniger Schäden, weniger Kratzer: Ein Großteil der Smartphones in Deutschland werden vor äußeren Einflüssen und Risiken geschützt. 73% verwenden eine Schutzhülle für ihr Smartphone und 68% haben eine Schutzfolie auf das Display geklebt. Insgesamt setzen damit 93% auf mindestens eine Schutzmaßnahme – 47% haben beides im Einsatz.

Das hat der Digitalverband *Bitkom* bei einer repräsentativen Befragung herausgefunden. Schließlich verbessere die längere Nutzung eines Smartphones die Umweltbilanz



eines Smartphones, so der Verband. Zwar hätten die Hersteller die Geräte unempfindlicher gegen Wasser oder Stöße gemacht, doch mit einer guten Hülle könne das Smartphone auch im Falle einer größeren Ungeschicklichkeit unbeschädigt und nutzbar bleiben.

Dass es sich bei den Hüllen um Druckprodukte handelt, dürfte den meisten Benutzern nicht bewusst sein.

METSÄ BOARD

Unter den besten
gelistet

Metsä Board, finnischer Hersteller von Frischfaserkarton, wurde vom CDP (Carbon Disclosure Project) erneut in die jährlich erscheinende »A-Liste« aufgenommen. Damit zeichnet die Organisation, die die Publikation von Umweltdaten vorantreibt, *Metsä Board* für seine Transparenz und Leistung im Klima-, Wasser- und Waldschutz aus. Unter 15.000 Unternehmen, deren Daten CDP im Jahr 2022 erhob und bewertet hat, ist *Metsä Board* eines von nur zwölf Unternehmen, die sich drei Mal die Note »A« sicherten.

Bildquelle: Metsä Board

**EPSON**

Nachhaltige Ausrichtung

Die *Epson Deutschland GmbH* startet im April in ihr neues Geschäftsjahr 2023/2024. Trotz der gesellschaftlichen und politischen Einschnitte im letzten Jahr und der daraus resultierenden Unsicherheiten in der Wirtschaft blickt das Unternehmen auf eine stabile Entwicklung 2022/23 und optimistisch auf das kommende Geschäftsjahr. Basis für den Optimismus sei die konsequent nachhaltige Ausrichtung des Technologiekonzerns und die Realisierung dieser Planungen. *Epson EcoTank* ist dem Hersteller zufolge eine Erfolgsgeschichte. Die Drucker, die mit Tinten-

tanks statt Patronen arbeiten, hätten sich weltweit über 60 Millionen Mal verkauft.

Das Ziel, weltweit in allen Produktionsstätten und Niederlassungen zu 100% mit Ökostrom zu arbeiten, wird 2023 erfüllt. Mit der Dry-Fiber-Technologie arbeitet *Epson* an einer Recyclingmethode, die bereits im Einsatz ist, aber noch mehr Anwendungen finden kann. Basis ist die Zerlegung von Stoffen in ihre Fasern, die sich auf verschiedenen Wegen wieder zusammenführen lassen. Bereits erhältlich ist das *PaperLab*, *Epsons* Papierrecyclingmaschine, die aus altem Europapier neues herstellt. Mit dieser Technologie lassen sich auch Textilien zerfasern und zu Stoffbahnen (Vlies) wieder zusammenfügen.

»Nachhaltiges Wirtschaften ist den Kinderschuhen entwachsen. Ein Managementsystem zu etablieren, das sich konsequent und nachprüfbar an den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen ausrichtet, bedeutet, Worte mit Taten zu hinterlegen. Es bedeutet, Transparenz für alle zu schaffen, aber auch zu lernen,

wo wir noch besser werden können. Denn wir müssen gemeinsam Maximales leisten, um spürbare Veränderungen anzustoßen.«



HENNING OHLSSON,
Nachhaltigkeitsdirektor
von Epson Europa und
Geschäftsführer Epson
Deutschland

Neue Technologien wie die Dry-Fiber-Technologie und Metal Injection Molding sind Ergebnisse einer Forschungs- und Entwicklungsarbeit, die den japanischen Konzern in Sachen Nachhaltigkeit zukunftsfähig aufstellen.

EPSON

Audit durch Bureau Veritas

Die Europazentrale des Technologiekonzerns *Epson* erhält eine internationale Zertifizierung für sein CSR-Managementsystem, basierend auf den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (SDGs). Auditiert wurde das Unternehmen durch das *Bureau Veritas*, einer weltweit aktiven Zertifizierungsorganisation.

HUNKELER AG CEO- Stabsübergabe

MICHEL HUNKELER, CEO der *Hunkeler AG*, hat am



1. Januar 2023 seine Funktion an DANIEL ERNI, bisheriger weltweiter

Verkaufsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung der *Hunkeler AG Paper Processing*, übergeben. MICHEL HUNKELER wird Delegierter des Verwaltungsrates.

DANIEL ERNI ist seit 2016 bei *Hunkeler*. Er hat als Chief Sales Officer viel dazu beigetragen, dass die *Hunkeler-Gruppe* in den letzten Jahren Umsatz und Marktanteile steigern konnte. Bevor DANIEL ERNI in die *Hunkeler AG* eintrat, war er bereits schon Geschäftsführer und Verkaufsleiter in anderen Unternehmungen. DANIEL ERNI berichtet unverändert direkt an MICHEL HUNKELER, der mit dieser Übergabe mehr Zeit für strategische Themen wie auch für die Betreuung von diversen Stakeholdern rund um die *Hunkeler-Gruppe* haben wird.

> www.hunkeler.ch

KERN AG Neuer Marketingleiter



RAINER RINDFLEISCH ist seit 1. Januar 2023 Marketingleiter der *Kern*

Gruppe. Er verantwortet damit zusätzlich zu seiner

Tätigkeit als Geschäftsführer der deutschen Tochtergesellschaft die weltweiten Marketingaktivitäten des Herstellers von Kuvertier- und Verpackungssystemen sowie Paket-Terminals.

RINDFLEISCH startete seine Karriere bei *Kern* im Jahr 1992 als Produktmanager und wurde zwei Jahre später in die Geschäftsleitung berufen. Seitdem leitet er – gemeinsam mit Inhaber ULI KERN – die Tochtergesellschaft in Deutschland und konnte sowohl die Marktposition als auch die Geschäftsfelder erfolgreich ausbauen. Er ist außerdem ehrenamtliches Gründungs- und Vorstandsmitglied von *DOXNET e. V.* – dem Fachverband der deutschsprachigen Dokumentenprofis – und für die Bereiche Marketing und PR zuständig.

> www.kerngmbh.de

MULTIPLIKATOREN Sascha Gleich startet beim RGF



Mit Wirkung zum 1. April 2023 wird SASCHA GLEICH gemeinsam

mit THOMAS MEURERS die Verbundgemeinschaft RGF leiten. SASCHA GLEICH war zuletzt bei *OKI Europe* für die Unterstützung von Marketing und Vertrieb für verschiedene Produktreihen verantwortlich.



THOMAS MEURERS fokussiert weiterhin die Bereiche Textile und Office Solutions. Auch bleibt er Ansprechpartner

für die Kooperationen, die der RGF zu befreundeten Verbundgruppen pflegt.
> www.rgf.de

KYOCERA Neuer Group Director Finance



Kyocera Documentation Solutions hat CHRISTIAN THIEME als

Group Director Finance, General Administration & IT ins Board of Directors des Unternehmens berufen. THIEME verantwortet ab sofort Schlüsselbereiche für das Vorantreiben der digitalen Transformation und Zukunftsorientierung in der Unternehmensgruppe.

> www.kyocera.de

GMUND PAPIER Mit Verstärkung in die Zukunft

Veränderungen in der Geschäftsführung bei *Gmund Papier*. HERBERT EIBACH übergibt ab sofort die Kernbereiche Produktion, Personal, Finanzen und Teile des Vertriebs an



den neuen Geschäftsführer TORSTEN DREKE. »Da-

durch haben wir zusätzliche Verstärkung mit langjähriger Erfahrung für den Standort in Gmund am Tegernsee gewonnen«, betont FLORIAN KOHLER, Inhaber und Geschäftsführer von *Gmund Papier*.

Die freie Kapazität wird EIBACH in die Integration des neuen Werkes für 100% Recyclingpapier in

Frankreich sowie den Ausbau von *Gmund Papier* in Fernost investieren.

Ein Fokus der neuen Geschäftsführung ist *Gmund Paper Industrial*, ein Wachstumsbereich, bei dem effiziente Papierproduktion für den Verpackungsereich von Konsumgütern mit der Erforschung neuer ökologischer Papierprodukte auf Pflanzenbasis kooperiert.

> www.gmund.com

> www.greenfibrallabs.com

EPPLER DRUCKFARBEN Schilling verlässt das Unternehmen



STEFAN SCHILLING, Vorstandsmitglied der *Eppler Druckfarben*

AG und verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Logistik und Product Line Management, scheidet Ende Februar 2023 auf eigenen Wunsch aus dem Vorstand und dem Unternehmen *Eppler Druckfarben AG* aus.

> www.eppler-druckfarben.de

FÜHRUNGSDUO Koenig & Bauer Coding



Seit Jahresbeginn ist DR. STEFAN BALLING neuer Geschäftsführer bei *Koenig & Bauer Coding* und bildet mit GER-

MAN STUIS ein Führungsduo. DR. BALLING folgt auf OLIVER VOLLAND, der im April 2022 unerwartet verstorben ist.

> www.koenig-bauer.com

ONLINEPRINTERS Sascha Krines wird neuer CFO



SASCHA KRINES ist neuer CFO bei *Onlineprinters*.

Der Finanz-

profi verantwortet künftig gruppenweit die Finanzbereiche und wird die Internationalisierung dieser Bereiche sowie die Steuerung der Konzernprozesse weiter vorantreiben. Zudem berichten die CFOs der Auslandsgesellschaften künftig an ihn. KRINES folgt auf DIRK MÜLLER, der das Unternehmen nach sechs Jahren verlässt.
> www.onlineprinters.de

IST METZ Geschäftsführer- wechsel



1. Januar 2023 ist TIM STERBAK alleiniger Geschäftsführer der *IST*

Metz GmbH & Co. KG.

CHRISTIAN-MARIUS METZ, Enkel von Firmengründer GERHARD METZ, fokussiert sich in Zukunft auf die Beteiligungsgesellschaft.

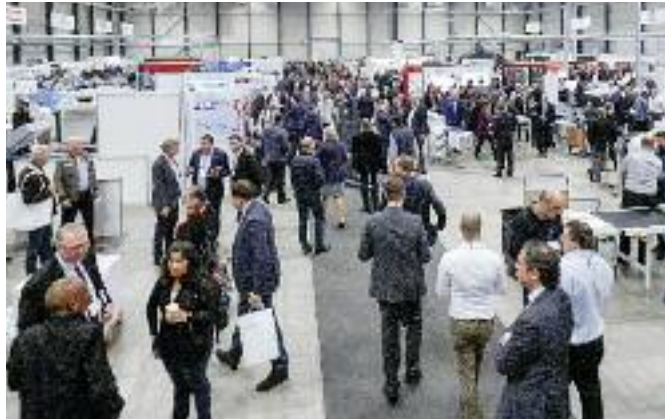
> www.ist-uv.de



HUNKELER INNOVATIONDAYS

VIEL ERFOLG AUF WENIG RAUM

Die Hunkeler Innovationdays, der Branchentreff der Digitaldrucker und Publisher, werden nach einer vierjährigen Pause vom 27. Februar bis 2. März 2023 auf dem Messegelände in Luzern ausgetragen.



Vom 27. Februar bis 2. März 2023 versammelt sich auf den Hunkeler Innovationdays einmal mehr die Weltelite des Digital Paper Processing.

Wenn 6.000 Menschen nach Luzern kommen, ist das für die Perle am Vierwaldstädter See nichts Besonderes. Wenn aber 6.000 Menschen (und es sind ja noch deutlich mehr, zählt man die Mannschaften der Aussteller mit) im Februar trotz Eis und Schnee wegen einer ›Hausausstellung‹ nach Luzern kommen, die sich um den Digitaldruck dreht, kann es nicht alleine an den Sehenswürdigkeiten der Schweizer Stadt und ihrem Umfeld liegen.

Seit 1994 veranstaltet *Hunkeler* nun seine *Innovationdays* zusammen mit Partnern und Kunden. Und dieser Event hat aufgrund seines Erfolgs Beispielcharakter. Warum sonst kämen Messeveranstalter aus dem In- und Ausland zum ›Vorwitzen‹? Sonst würden auch nicht viele andere Unternehmen diese Form der Kundeninformation favorisieren und sonst hätte *Hunkeler* nicht schon 2005 von der Stadthalle Zofingen auf das Messegelände in Luzern umziehen müssen.

Die üblicherweise im Zweijahresrhythmus durchgeführten *Innovationdays* (durch die Coronapandemie wurde auch dieser Rhythmus unterbrochen) sind inzwischen zu einer hoch relevanten Orientierungsplattform für den Digitaldruck sowie die Papierverarbeitung und damit zu einem Special-Interest-Event von Weltrang geworden. Nirgendwo sonst werden derart breit gefächerte und differenzierte Lösungsszenarien für den digitalen Druck und seine Weiterverarbeitung präsentiert. Und wenn selbst Weltkonzerne die Plattform der *Hunkeler Innovationdays* für die Präsentation von Weltpremieren nutzen, spricht das für die Bedeutung der Veranstaltung.

Dass ein echtes Bedürfnis befriedigt wird, zeigt die Tatsache, dass sowohl die Anzahl der Aussteller als auch der Besucherstrom stetig zugenommen haben. Auf vergleichsweise kleinem Raum treffen nahezu alle namhaften Hersteller der Branche auf Inhaber und Führungskräfte nicht nur zum Netzwerken – aber auch. Und was die Technik angeht, wie auf den folgenden Seiten ausschnittsweise dargestellt, kommt wirklich niemand zu kurz.

Die 14. Auflage der Hunkeler Innovationdays steht unter dem Motto »Next Level Automation«. Der Schwerpunkt der Hunkeler Innovationdays 2023 liegt folglich auf durchgängiger Workflow-Automation und automatisierten Prozessen.

Denn wenn die Auflagen sinken, steigt die Notwendigkeit, immer häufiger Produktionslinien umzustellen. Manuelle Eingriffe müssen minimiert oder vollständig eliminiert werden. Nur so lassen sich Kosten sparen und die Margen steigern. Denn vom Automatisierungsgrad hängt es letztlich ab, wie wirtschaftlich und profitabel auf Produktionslinien von der weißen Papierrolle bis zum fertigen Produkt gearbeitet wird.

Die rund 100 Partner werden in den beiden Hallen auf dem Luzerner Messegelände neue Produkte, Peripherie und digitale Druck- und Verarbeitungsprozesse präsentieren. Unter den Partnern der Hunkeler Innovationdays finden sich alle bekannten Hersteller von Druck- und Finishing-Systemen, Software-Entwickler sowie Anbieter von Veredelungs- und Verbrauchsmaterial. Wie bei früheren Events werden einige der Aussteller den exklusiven Charakter der Hunkeler Innovationdays nutzen, um Europa- oder Weltpremieren vorzustellen. Auf den Produktionssystemen der Gen8-Systemreihe informiert die Hunkeler AG, wie weit die Automatisierung von Produktionsabläufen fortgeschritten ist. Mehrere Aussteller sind zudem vernetzt und demonstrieren auf ihren Druck- und Finishingsystemen aufeinander abgestimmte und zusammenhängende Produktionsabläufe. So gewinnen die Besucher einen Einblick in vielseitige Szenarien mit einer hohen Praxisrelevanz.

BOWE SYSTEC Mailroom Automation

Nachdem der maschinelle Kuvertierprozess optimiert wurde, folgt nun der Schritt zur Automatisierung rund um den Kuvertiervorgang. Der auf Lösungen für die Postbearbeitung spezialisierte Geschäftsbereich der *Bowe Group* präsentiert Kuvertiertechnologie, eingebettet in ein Automatisierungs- und Postlogistikkonzept. Highlight bei *Bowe Systec* ist das Kuvertiersystem *Fusion Speed* mit einer Leistung von bis zu 30.000 Kuverts pro Stunde, das praktisch alle Applikationen in einem Mailroom abdeckt.

In Luzern wird die *Fusion Speed* in Kombination mit dem *BOXIT*-System zum automatischen Befüllen von Postboxen live vorgeführt. *BOXIT* übernimmt volle Umschläge, legt sie automatisch in Postboxen ab und reduziert den Personalbedarf auf nur eine Bedienperson.

Bowe Systec integriert in sein Konzept vor- und nachgelagerte Prozesse im Mailroom in eine durch-

gängige Automatisierung. Das erweiterte Szenario bezieht das Lager, den Wareneingang und den Ausgang der fertig verarbeiteten Post ein.

> www.bowe.com

BURGO EVO Inkjet- Sortiment

Das erneuerte *EVO*-Sortiment, eine Auswahl an Inkjet-Papieren in verschiedenen Ausführungen und mit Grammaturen von 65 bis 200 g/m²



steht im Mittelpunkt bei der Präsentation der *Burgo Group*.

Das Sortiment umfasst Papiere mit speziellen Behandlungen zur Verbesserung der Produktivität und Farbwiedergabe,

ohne dass während des Drucks Primer aufgetragen werden muss. Innerhalb der Kollektion präsentiert *Burgo* das neue *EVO Next*-Sortiment, eine Auswahl von Mehrzweckpapieren, die auf Rollen-Inkjet-Druckern getestet wurden, die mit Primern, Haftvermittlern, Optimierern oder Spezialtinten ausgestattet sind.

> www.burgo.com

CANON Skalierbare End- to-End-Lösungen

Es sind alternative Geschäftsmodelle und innovative Drucklösungen, mit denen sich Unternehmen an den aktuellen Wandel anpassen können. Dabei gilt es, die Produktivität und Flexibilität zu steigern, Prozesse zu optimieren, den Wert von Anwendungen zu erhöhen und damit den Zugang zu neuen Märkten zu ermöglichen und gleichzeitig zu einer verbesserten Nachhaltigkeit beizutragen. Für *Canon* münden diese Herausforderungen immer wieder in Detailverbesserungen und neue Technologien. >



Bowe Systec integriert in sein Konzept aktueller Kuvertiersysteme vor- und nachgelagerte Prozesse im Mailroom in eine durchgängige Automatisierung.



Um den engen Zusammenhang zwischen Canons Technologien und Geschäftsinnovationen zu unterstreichen und die breite Anwendungspalette zu verdeutlichen, werden in Luzern End-to-End-Finishing-Lösungen mit dem langjährigen Partner Hunkeler und acht weiteren Canon-Partnern vorgestellt.

Diesen Fortschritt will Canon mit Anwendungen von drei vor Ort produzierenden Digitaldrucksystemen zeigen. Auf dem Canon ProStream Inkjet-Rollendrucksystem, dem Canon varioPRINT iX Inkjet-Bogensystem und dem tonerbasierten imagePRESS V1000 Bogendruker werden diverse Anwendungen produziert. Darüber hinaus werden Anwendungen gezeigt, die auf ColorStream Inkjet-Rollenmaschinen vorproduziert wurden. Die Live-Demonstrationen werden von der Prisma Workflow-Software gesteuert, die die Produktion von der Vorstufe über den Druck bis zur Weiterverarbeitung automatisiert. Die skalierbaren Produktionslösungen von Canon zielen auf den Akzidenz- und Bücherdruck, Direct-mailings und die Geschäftskommunikation ab.

> www.canon.de

COMPART Output-Management

Compart, Hersteller von Software im Customer Communications Management (CCM), präsentiert Lösungen für die Prozessautomatisierung im Dokumenten- und Output Management – darunter für die Steuerung von Druckern und Verarbeitungsmaschinen sowie für den klassischen (papiergebundenen) und digitalen Versand.

> www.compart.com

CONTIWEB Inline-Prozess optimieren

Ein wichtiger Aspekt des digitalen Rollen-Inkjet-Marktes ist, dass viele Druckereien unter zunehmendem Druck stehen, die Lieferzeiten zu verkürzen, und sich daher für Inline-Lösungen entscheiden. Dies funktioniert nur, wenn die Drucksachen gut durch die Weiterverarbeitung laufen. Das Trocknen des bedruckten Papiers bei hohen Temperaturen kann diesen Prozess beeinträchtigen, da es aufgrund der hohen Trocknungstemperaturen

zu Papierstaus durch welchtes Papier kommen kann.

Mit seinen Wurzeln im Heatset-Rollenoffset weiß Contiweb, Hersteller von Trocknungs- und Web-Handlingsystemen, um die Problematik und wird einen Digital Fluid Applicator (DFA) für die Wiederbefeuchtung ausstellen. Daneben wird Contiweb seinen Variable Coater für die Nachbeschichtung vorstellen.

> www.contiweb.com

DOXNET Am 28. Februar vor Ort

Zu Vorträgen und zum Networking treffen sich die DOXNET-Mitglieder in Luzern. Durch die Kombination der DOXNET vor Ort mit den Hunkeler Innovationdays (6.000 Besucher) werden auch dieses Jahr wieder rund 500 Besucher bei der DOXNET vor Ort erwartet. Die Veranstaltung findet am Dienstag, 28. Februar 2023 ab 13:00 Uhr im Forum der Messe Luzern statt.

> www.doxnet.de

>

MACHT ENTSCHEIDER ENTSCHEIDUNGS- SICHER

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



DRUCKMARKT
PRINT | PAPER | PASSION

www.druckmarkt.com

ENFOCUS

Tausende Stunden Zeit sparen

»Der Ausdruck ›Zeit ist Geld‹ ist heute wahrer denn je. Druckereien müssen mehr Aufträge in kürzerer Zeit als je zuvor abwickeln, ohne dass die Qualitätsstandards auch nur im Geringsten sinken. Die einzige Lösung für dieses Problem ist die Automatisierung, die im Laufe eines Jahres Tausende von Stunden manueller Arbeit einsparen kann«, sagt TOMAS VAN ROSSOM, General Manager bei *Enfocus*. Der Softwareentwickler *Enfocus* arbeitet mit dem Prepress-Lösungsanbieter *Impressed* zusammen und stellt seine Suite moderner Automatisierungslösungen vor. Dabei geht es um die Integration mehrerer Systeme in einen einzigen nahtlosen Workflow.
> www.enfocus.com

HORIZON

Smarte Finishing-Lösungen

Dem Veranstaltungsmotto ›Next Level Automation‹ folgend, zeigt *Horizon* auf den *Hunkeler Innovationdays 2023* Weiterverarbeitungstechnologien für die vernetzte und

automatisierte Digitaldruckproduktion. Alle gezeigten Lösungen sind mit *iCE LiNK*, dem cloudbasierten Workflow-Service verbunden. So können in Echtzeit Auftragsfortschritt und Statusberichte eingesehen und Analysedaten zur Optimierung der Produktion genutzt werden. Angebunden an *Hunkeler* Produktionssysteme der neuen *Gen8*, entstehen automatisierte Finishing-Workflows. So beispielsweise eine Roll-to-Book-Lösung, die den *iCE Binder BQ-500* mit den neuen Komponenten *ESF-1000* Vorsatzanleger, *GF-500* Gaze-Einheit sowie dem *iCE Trimmer HT-300* kombiniert. So können Softcover-Bücher und Buchblöcke für die Hardcover-Produktion gefertigt werden. Broschüren von der Rolle werden durch die kontinuierliche Zuführung durch Abroller und Querschneider von *Hunkeler* und dem *iCE Stitch Liner Mark V* mit einer Produktionsgeschwindigkeit von 6.000 Broschüren pro Stunde möglich. Auftragswechsel für unterschiedliche Broschürenstärken erfolgen ohne Rüstzeiten.

Weitere Konfigurationen sind die Inline-Anbindung von *iCE Binder BQ-500* und Buchblockanleger *LBF-500* an eine Rolle-Blatt-Lösung mit neuer Transferstation von *Hunkeler* sowie ein hochautomatisiertes Inline-System zur Produktion von Direct Mailings mit integrierten Coupons und Antwortkarten. Auf dem Stand des schweizerischen *Horizon*-Vertriebspartners *Gietz* werden außerdem verschiedene Einzelmaschinen präsentiert.
> www.horizon.de

HUNKELER

Next Level Automation

Vom Automatisierungsgrad hängt es letztlich ab, wie wirtschaftlich und profitabel der Digitaldruck auf Produktionslinien von der weißen Papierrolle bis zum Endprodukt ist. Auf den Produktionssystemen der neuen *Gen8* demonstriert die *Hunkeler AG*, wie weit die Automatisierung von Produktionsabläufen fortgeschritten ist.
> www.hunkeler.ch



Hochkarätig veredelt wird am KAMA-Stand mit Effekten wie Nano- und Mikroembossing, Multi-Level-Prägung und Relief.

KAMA

Hochwertige Veredelung

Am Start ist die Generation *Servo* der *ProCut 76 Foil* mit weiterentwickelten Features und hoher Automatisierung. Die Stanz-, Präge- und Veredelungsmaschine deckt von der Veredelung mit Heißfolie, Hologramm und Reliefschnitt bis zum Stanzen, Rillen und Perforieren eine breite Palette an Anwendungen ab und erfüllt höchste Anforderungen für Akzidenzen und Faltschachteln. *KAMA* präsentiert die *ProCut 76 Foil* mit dem neuen *AutoRegister AR3*, das bei voller Geschwindigkeit jeden Bogen exakt in Position bringt.

Hochkarätig veredelt wird am KAMA-Stand mit eindrucksvollen Effekten wie Nano- und Mikroembossing, Multi-Level-Prägung und Relief.
> www.kama.info

KERN

Kuvertiertechnik mit der Kern 3200

Eine neue Dimension in der Kuvertiertechnik verspricht *Kern* mit dem Modell *3200 flash*. Das System aus der Schweiz eröffnet neue Perspektiven in Sachen Intelligenz, Flexibilität und Jobsicherheit für anspruchsvolles Kuvertieren, so der Hersteller. Präsentiert wird die *Kern 3200 flash* als modulares Multiformat-Kuvertiersystem für Kuvertierjobs im Leistungsbereich bis 22.000 Kuvertierungen. Aufgrund unterschiedlicher Konfigurationsmöglichkeiten ist die Maschine für den Einsatz im Transaktions- und Direktwerbe-markt sowie in Lettershops geeignet.

>



Automatisierte Auftragswechsel und flexible Buchproduktion kleiner und mittlerer Auflagen mit Loseblattsammlungen werden als Inline-Anbindung von *iCE Binder BQ-500* und Buchblockanleger *LBF-500* an eine Rolle-Blatt-Lösung mit neuer Transferstation von *Hunkeler* gezeigt.

Jetzt spring doch!



Niemand macht seinen ersten Sprung gleich vom Zehnmeter-Turm.

Schöne Salti gelingen auch vom Einserbrett. Und dann geht's weiter zum Dreier und Fünfer – bis ganz nach oben.

Gleiches gilt fürs Programmatic Print. Stufe für Stufe steigern Sie Ihr Können. Die Programmatic Print Alliance hilft Ihnen dabei in Theorie und Praxis: von der Grundlagenvermittlung bis zum Aufsetzen Ihres ersten Pilotprojektes.

Sprechen Sie mit uns, bevor Sie den Sprung ins programmatische Wasser wagen.

Programmatic Print Alliance
www.programmatic-print.org

Die PPA ist eine Initiative des f:mp.

Unterstützt vom DRUCKMARKT. Als Plattform steht die PPA allen am Programmatic Print Prozess Beteiligten zur Verfügung: potenziellen Auftraggebern wie auch den Auftragnehmern in Software, Prepress, Print, Postpress und postalischen Diensten.
Werden Sie PPA-Mitglied!

PPA
Programmatic
Print Alliance

Dabei bietet das System Funktionen wie Gruppieren, Falzen, Drehen und Wenden auch in Kombination. Zudem kann die *Kern 3200 flash* mit Modulen kombiniert werden, die ab Rolle (mit dem Schneidemodul *Kern 996*) oder dem Einzelblattanleger *Kern 971* arbeiten. Es können auch bis zu 16 Beilagenstationen mit Frikations- und Rotationsanleger kombiniert werden.
> www.kernworld.com

KODAK Prosper Ultra 520 Druckmaschine

Digitalen Hochgeschwindigkeitsdruck in Offsetqualität bei hoher Produktivität in Aktion zeigt Kodak mit der *Prosper Ultra*

520. Die vor Kurzem auf den Markt gebrachte Inkjet-Rollenmaschine wird erstmals in Europa zu sehen sein. Die Maschine schöpft laut Kodak die *Ulstream* Continuous-Inkjet-Technologie voll aus und liefert bei hohen Geschwindigkeiten eine dem Offsetdruck entsprechende Qualität. Zu sehen ist eine Rolle-Konfiguration mit *Hunkeler UW8*-Abwickler und *RW8*-Aufwickler sowie dem *Hunkeler W18* Bahninspektionssystem und wird drei Versionen eines »Magalogs« (Kombination aus Magazin und Katalog) mit unterschiedlichen Inhalten drucken. Gedruckt wird auf Standard-Offsetpapier bei 150 m/Min. mit hoher Farbflächendeckung.



Kyocera zeigt auf den Hunkeler Innovationdays den Highspeed-Inkjet-Bogendrucker TASKalfa Pro 15000c.

Um eine effiziente Produktion in der Digitaldruckumgebung zu ermöglichen und ein »Smart Factory«-Konzept zu realisieren, wird die *Prinergy On Demand Business Solutions* demonstriert, die durchgängige, integrierte Workflow-Lösung. Sie steuert den Digitaldruck-Workflow und verfolgt den gesamten Fertigungsprozess des Druckauftrags bis zum sammelgehefteten Endprodukt.
> www.kodak.com

KYOCERA Highspeed im Inkjet-Bogendruck

Kyocera nutzt die *Hunkeler Innovationdays* als Plattform für die Vorstellung des Highspeed-Inkjet-Bogendruckers *TASKalfa Pro 15000c*.

Das Drucksystem wurde mit dem Know-how und der Technologie des japanischen Herstellers (Kyocera-Druckköpfe und eigene Tinten) sowie mit dem Blick auf die Herausforderungen der Druckereien wie Kostenoptimierung, Produktivität, Medienflexibilität und Nachhaltigkeit entwickelt. Der *TASKalfa Pro 15000c* ist eine Lösung, die den Produktionsdruck neu definieren und Business Excellence vorantreiben kann. In Live-Demonstrationen auf den *Innovationdays* werden die Vorteile des Systems im Detail erläutert und mit einer Reihe von Mustern belegt.
> www.kyoceradocument-solutions.eu.com

und Bogenpapiere gibt es in Grammaturen von 60 bis 300 g/m² mit verschiedenen Oberflächenbehandlungen. »Alle unsere Highspeed-Inkjet Papiere haben eine optimierte Trocknungszeit, insbesondere die



vorbehandelten und pigmentierten Papiere«, erklärt BERNHARD CANTZLER, Head of Marketing & Innovation bei *Mondi Uncoated Fine Paper*. »Damit erzielen unsere Kunden satte Farben, reduzieren den Tintenverbrauch und sparen Kosten.« *Mondi-Inkjet-Papiere* werden auf den *Hunkeler Innovationdays* unter anderem bei Kyocera in Produktion zu sehen sein.
> www.mondi.net



Besucher des Kodak-Stands können eine umfangreiche Kollektion von Anwendungen sehen, die auf der *Prosper Ultra 520* (Bild oben) sowie der *Prosper 7000 Turbo*, der mit Geschwindigkeiten von bis zu 410 m/Min. weltweit schnellsten Digitaldruckmaschine, gedruckt wurden. Das Spektrum der Druckmuster umfasst Fachpublikationen, Farbbücher, Zeitungen, Kataloge, Postkarten und Direktwerbung.

MONDI Highspeed-Inkjet- Papiere

Mondi Uncoated Fine Paper, Teil des Verpackungs- und Papierunternehmens *Mondi*, hat ein Portfolio an Highspeed-Inkjet-Papieren entwickelt. Die Rollen-



Müller Martini stellt in Luzern zahlreiche technische Neuheiten für die digitale und hybride Produktion vor, darunter mit dem Sammelhefter Prinova Digital auch eine Weltpremiere.

MÜLLER MARTINI Weltpremiere mit Prinova

Der Event in Luzern liefert für Müller Martini den Rahmen, zwei Neuheiten für die digitale und hybride Produktion vorzustellen. Der erstmals vorgestellte Sammelhefter *Prinova Digital* zeigt, dass sich in der Smart Factory längst nicht mehr alles nur

um Softcover- und Hardcover-Produktionen dreht. Auch sammelgeheftete Magazine, Broschüren und Kataloge werden digital gedruckt und hergestellt. Um Kleinauflagen effizient, kostengünstig und möglichst ohne händische Eingriffe zu produzieren, ist auch hier ein automatisierter Workflow von der Druckvorstufe bis zum

Endprodukt nötig. Der mit 9.000 Takten pro Stunde produzierende Hybrid-Sammelhefter eignet sich als Einstiegsmodell für die digitale Sammelheftung und verarbeitet auch konventionell gedruckte Aufträge. Zudem ist der Sammelhefter eine attraktive Lösung für die Produktion bis hinunter zur Auflage 1. Die im Markt hundertfach

bewährte Klebebindelinie *Vareo PRO* glänzt auf dem Messestand mit zahlreichen Weiterentwicklungen, die mehr Effizienz und Produktivitätssteigerung bieten. Gezeigt werden bei Müller Martini neben neuen Modellen auch Real-Life-Jobs. Der *Prinova Digital* wird sieben digital gedruckte Magazine in verschiedenen Formaten und Varianten

produzieren sowie ein Hybrid-Produkt, bei dem zusätzlich zum digitalen Inhalt Offset gedruckte Signaturen und ein Umschlag zugeführt werden. Auf der *Vareo PRO*-Linie werden fünf unterschiedliche Hard- und Softcover-Jobs mit wechselnden Formaten in Kleinstauflagen hergestellt.

>

Toscana

Edle Weine der

www.poggioalsole.com

Graubünden

Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch

Demonstriert werden auch die Vorzüge des Workflow-Systems *Connex* – dem Rückgrat der digitalen Weiterverarbeitung bei *Müller Martini*.

> www.mullermartini.com

ONEVISION Reibungslose Integration

Die vollständige Vernetzung von Unternehmensprozessen erfordert Softwarelösungen, die sich reibungslos in bestehende Systemlandschaften einfügen und individuell konfigurieren lassen. Als Middleware automatisiert *OneVision* die Produktion vom Dateneingang bis zu Druck, Veredelung und Weiterverarbeitung. Durch die Zusammenarbeit mit Herstellern von MIS/ERP-Systemen, Druckmaschinen und Weiterverarbeitungsanlagen wird ein bedarfsgerechtes Paket angeboten.

Auf der »Road to Automation« nimmt *OneVision* die Besucher mit und gibt Einblicke, wie durch integrierte Softwarelösungen die »Next Level Automation« gelingt.

> www.onevision.com

RICOH PRO Z75 Noch immer in der Warteschleife

Ricoh kommt mit verbesserten Drucksystemen nach Luzern. Das seit 2019 angekündigte B2-Bogen-Inkjet-System *Pro Z75* befindet sich noch immer im Betatest. Im letzten Jahr wurde es bei der US-amerikanischen Akzidenzdruck-



Ricoh-Anwendungsmuster.

ckerei *Heeter* auf die Probe gestellt. In Europa soll die *Ricoh Pro Z75* voraussichtlich ab Mitte 2023 verfügbar sein. Aussagekräftige technische Details hat *Ricoh* bisher aber nicht veröffentlicht. Es sollen aber Muster gezeigt werden.

Software- und Hardwareverbesserungen gab es für die *Ricoh Pro VC70000e* Highspeed-Inkjet-Farbdruckmaschine, die die Bedienung vereinfachen und die Druckqualität verbessern sollen.

Die kompakte Schwarz-Weiß-Inkjet-Maschine *Ricoh Pro V20100*, mit der Beipackzettel, Broschüren, Transaktionsdrucke und Bücher produziert werden können, wird wie vor vier Jahren ausgestellt.

Ebenfalls zeigt *Ricoh* die Bogenmaschine *Pro C9200*.

> www.ricoh.de

SCHMEDT Hardcover und Buchschnitt

Schmedt präsentiert mit dem Partner-Unternehmen *GP2 Technologies* Hardcover in Kleinauflage. Mit dabei sind das komplette *Cover-1-System* von *GP2* sowie die vollständig neue Buchpresse *Schmedt PräForm Pro* mit größerem Formatbereich und höherer Produktivität.

Außerdem wird die neue Version des Buchkantendruckers *PräziEdge* vorgestellt.

> www.schmedt.de

SCODIX Veredelung für B2- und B1-Formate

Scodix, Anbieter digitaler Veredelungsmaschinen, will mit der erstmals in Europa gezeigten *Ultra 6000* Drucker ansprechen, die im B1- und B2-Format arbeiten. Das System ist für die digitale Veredelung von beispielsweise Buchumschlägen und Luxusverpackungen geeignet. Darüber hinaus will *Scodix* die *SHD-Technologie* (*Smart High Definition*) vorstellen, die für eine besonders hohe Auflösung sorgen soll.

SCREEN Neue Truepress Jet520HD+

Eines der Unternehmen, die auf den *Hunkeler Innovationdays* mit komplett neuen Techniken aufwarten, ist *Screen*. So wird das Unternehmen in Luzern zwei seiner neuesten Produkte ausstellen. Dazu gehören die *Truepress Jet 520HD+* mit *Screens SC+*-Tinte der neuen Generation sowie die brandneue *Truepress PAC 520P*. Diese Hochgeschwindigkeits-Digitaldruckmaschine für den wasserbasierten Inkjet-Druck, die speziell für flexible Verpackungen konzipiert wurde, arbeitet mit den neu entwickelten Pigmenttinten auf Wasserbasis, die die einschlägigen Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit einhalten.

Mit der neu eingeführten *SC+*-Tinte ist die *Truepress Jet520HD+* eine der produktivsten Druckmaschine auf dem Markt. In Luzern wird sie mit dem *Hunkeler Rotationsschneider CS8* vorgeführt.

»Die *Truepress Jet520HD+* bietet hohe Druckqualität auf Standard-Offsetpapier mit hohem Durchsatz. Außerdem ermöglicht sie den variablen Datendruck und Print-on-Demand in Kleinauflagen«, erklärt TAISHI MOTOSHIGE, Marketing Director bei *Screen*

Europe. »Seit ihrer Markteinführung ist sie bei über 100 Anwendern erfolgreich im Einsatz und druckt mit den *SC*-Tinten von *Screen* auf gestrichenes, glänzendes, seidenmattes und mattes Offsetpapier ohne Vorbehandlung«. Ebenfalls neu ist die *Truepress PAC520P*, die *Screen* als Reaktion auf den Trend zur Verringerung des Plastikanteils in Verpackungen entwickelt hat. Die Highspeed-Digitaldruckmaschine für den wasserbasierten Inkjet-Druck hat nach Angaben von *Screen* eine weitaus geringere Umweltbelastung als herkömmliche Druckverfahren, was auf eine drastische Reduzierung des Energie- und Materialverbrauchs zurückzuführen ist. So verwendet die *PAC 520P* neu entwickelte proprietäre Pigmenttinten, die die Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit für flexible Verpackungen einhalten.

Außerdem wird *Screen* die Zusammenarbeit mit *Solimar Systems* zur Optimierung der Produktionsprozesse erläutern, die eine stärkere Automatisierung erlauben und gleichzeitig Produktionsverluste und Fehler beim Drucken verringern.

> www.screeneurope.com

W+D Weltpremiere beim Kuvertieren

Die *Winkler+Dünnebier GmbH (W+D)*, Anbieter von Kuvertiertechnologie für Direktmailings, wird als Weltpremiere sein Kuvertiersystem *BB820+* vorstellen.

Neu ist die *Truepress PAC520P*, die *Screen* in Luzern vorstellt.





Digital Buchproduktion mit einer Xeiikon SX30000.

Mit dem System ist die Verarbeitung des größten Formatbereichs von Direktmailing-Umschlägen und auch von Großbriefen möglich. Dabei ist die neue Maschine 25% schneller als das Modell BB700 S2.

Die W+D BB820+ verarbeitet Umschlaggrößen vom C6-Kuvert bis zum B4-Umschlag mit einer Produktstärke von bis zu 15 mm. Das Hochleistungssystem kuvertiert mit einer Geschwindigkeit von bis zu 20.000 Ex./h.
> www.w-d.de

XEIKON Kleinauflagen im Bücherdruck

In den vergangenen 20 Jahren hat die digitale Technologie den Markt der Bücher mit Lösungen belebt, kleine bis mittlere Auflagen rentabel und on-Demand zu produzieren. Der digitale Buchdruck gilt vom Volumen her als

die am schnellsten wachsende digitale Anwendung. 2020 hat Xeiikon seine Trockentoner-Technologie *Sirius* auf den Markt gebracht, die in den Rollendruckmaschinen Xeiikon SX30000 und SX20000 zum Einsatz kommt.

Nach einer Reihe erfolgreicher Installationen, darunter bei *BookBaby* in den USA, wo zwei Xeiikon SX30000 für die Book-on-Demand-Produktion eingesetzt werden, wird die *Sirius*-Technologie auf den *Hunkeler Innovationdays* erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt.

Dort druckt die Xeiikon einen Reisebildband, einen Vollfarb-Reiseführer und ein reich illustriertes Architektur-Fachbuch. Die Xeiikon SX30000 wird inline mit einer Gen8 Rolle-Stapel-Lösung von *Hunkeler* Buchblöcke produzieren, die dann offline auf einem Klebender *Vareo PRO* von *Müller Martini* gebunden werden.

Das Papier sowohl für die Innenseiten als auch die Einbände der Bücher wird von *Sappi* und *UPM Specialty Papers* geliefert.

Als produktivstes Modell der *Sirius*-Reihe kann die Xeiikon SX30000 pro Stunde bis zu 2.545 B2-Bögen produzieren – das entspricht 404 vollfarbigen DIN-A4-Seiten pro Minute.

Dabei unterstützt die Maschine in dieser Kategorie die breiteste Palette an Bedruckstoffen, denn sie verarbeitet ungestrichene Papiere, gestrichene Digitaldruckpapiere (seidenglänzend, glänzend, matt) und Standard-Offsetpapiere bis 350 g/m². Dabei ist die Maschine mit ihrer Auflösung von 1.200 dpi neben dem Bücherdruck auch bei Direktmailings, PoS-Material und Akzidenzen einsetzbar.

> www.xeiikon.com

XEROX Strategien für den Druckbetrieb

Xerox stellt bei seinem Auftritt in Luzern ein auf vier Säulen basierendes Konzept vor, das durch die sinnvolle Kombination unterschiedlicher Technologien erreicht werden soll. Dabei geht es einmal um Kostenoptimierung.

Toner- oder Tintenkosten pro Seite oder Auftrag sollen so berechnet werden, dass Entscheidungen darüber getroffen werden können, ob und wie Aufträge von einem Drucksystem auf ein anderes migriert werden können. Zweitens sollte der Maschinenpark flexibel entsprechend der jeweiligen Anforderungen sein. Die Fähigkeiten beziehungsweise das Geschäft könnte erweitert werden, indem den Kunden ein Mehrwert angeboten wird oder zusätzliche Kundenanforderungen erfüllt werden können.

Zudem geht es um Automatisierung und Produktivitätssteigerung, indem redundante oder zeitaufwendige Arbeiten entfallen oder automatisiert werden.

Dieses Konzept soll mit bestehenden Technologien aus dem Druck- und Softwarebereich umgesetzt werden. So etwa mit dem Drucksystem Xerox *Baltoro HF Inkjet* mit Color Accelerator oder mit der Sechsfarben Xerox *Iridesse Production Press*. Als Software nennt Xerox die *XMPIe Web2Print*- und Omnichannel-Marketing-Plattform oder den *Free-Flow Workflow*.

> www.xerox.com

ZAIKIO Druckerei und Prozess vernetzen

Zaikio ist eine Digitalisierungsplattform für die Druckindustrie und verbindet unter anderem Druckereien mit deren Lieferanten. Auf den *Hunkeler Innovationdays* präsentiert *Zaikio* erstmals live *Mission Control* mit realen Daten.

> www.zaikio.com



**ORIENTIERUNG.
WEGWEISER.
WEITERBILDUNG.**

DER SEMINARKALENDER

in den Druckmarkt impressions –
kostenlos abonnieren!

 **DRUCKMARKT.
impressions**
www.druckmarkt.com

PROGRAMMATIC PRINT

EINMALIGE CHANCE FÜR PRINT: DIE COOKIE-LOSE ZEIT

Was lange den digitalen Kanälen vorbehalten war, setzt sich jetzt auch bei Print durch: Gedruckte Werbemittel auf Basis von Nutzerdaten ... individualisiert quasi in Echtzeit. Mit aktuellen Digitaldruck- und Finishingtechniken, intelligenten Algorithmen und zeitgemäßen Logistik-Konzepten werden diese vollindividualisierten und automatisiert hergestellten Werbemittel möglich.

Von Klaus-Peter Nicolay

Programmatic Print ist die Bezeichnung für die entsprechende Anwendungs-Technologie und steht für die datenbankbasierte Print-Produktion und dem postalischen Versand der personalisierten Drucksachen. Aus technischer Sicht ist *Programmatic Print* also eine Produktionsfolge aus Datengenerierung, softwaretechnischer Aufbereitung, Highspeed-Digitaldruck, Finishing sowie Distribution und gehört damit zum Databased oder auch Dynamic Publishing. Die in einer Marketing-Automationskette erzeugten Druckprodukte werden dabei durch einen bestimmten Anlass angestoßen.

Die Kombination aus schnellen, digitalen Drucktechnologien, intelligenten Algorithmen und Datenbanktechniken erlaubt es, haptisch hochwertige Druckprodukte vollindividualisiert zu produzieren. Damit wird Print genauso variabel, messbar und aktuell wie es bisher die Digitalkanäle waren.

- *Programmatic Print* wird vor allem da eingesetzt, wo Individualisierung und Personalisierung einen Zusatznutzen bieten – wie etwa bei Mailings, Katalogen und Magazinen.

- *Programmatic Print* kann als Kampagne in einer Auflagenproduktion oder anlassbezogen ausgelöst werden.

Sogenannte Trigger sind beispielsweise ein abgebrochener Warenkorb, der neue Saison-Katalog, der Geburtstag eines Kunden, das baldige Auslaufen eines Servicevertrages oder der nahende TÜV-Termin.

- *Programmatic Print* erhöht nachweislich die Conversion Rate, die Warenkorb-Umsätze und den Return on Advertising Spend. Aber auch jenseits der monetären Ziele sorgt *Programmatic Print* durch seine persönliche Ansprache für Vertrauensgewinne bei jedem einzelnen Kunden.

Interesse, aber keine Gegenliebe

Das ist aber nicht alles plötzlich über Nacht entstanden und hat folglich eine, wenn auch überschaubare Historie. Seit der Vorstellung der ersten Digitaldruckmaschinen nach heutigem Maßstab im Jahr 1993 macht der Begriff der Personalisierung die Runde. Er stieß in der Druckindustrie hierzulande zwar auf Interesse, nicht aber auf viel Gegenliebe. Datenschutz, nicht vorhandene Datenbanken und alle möglichen andere Gründe wurden aufgeführt, warum das Personalisieren in Mitteleuropa nicht funktionieren könne, während es in den angelsächsischen Ländern rege umgesetzt wurde. 1993 war auch das Jahr, in dem ernsthaft von einem Durchbruch des Internets gesprochen werden

kann, nachdem es Browser für Jedermann gab. Auch hier dauerte es noch einige Jahre, bis sich die Möglichkeiten des neuen Mediums herumgesprochen hatte.

Von Realtime-Bidding und Programmatic Advertising

Doch ab 2000 kannte die Erfolgskurve der Internetwerbung nur noch eine Richtung: steil nach oben. Grund dafür waren die sogenannten »Cookies«. Diese kleinen Zählpixel spähnten auf den Computern der Nutzer alles aus, was die so lieben und treiben. Google machte es im Jahr 2000 vor und startete *Google AdWords*. Facebook trat 2004 den Social-Media-Boom los. Dann mischten die großen Verleger mit ihren »Digital first«-Kampagnen mit – in der Annahme, sie könnten an dem Kuchen teilhaben. Heute verfluchen sie ihre Strategie, bauen Paywalls auf, um zu verhindern, dass sich jeder an ihrem geistigen Eigentum ohne zu zahlen bedient.

Schließlich sprangen auch *Amazon* und andere Retailer auf den Zug auf. Und wer große Mengen an Userdaten hatte, versteigerte sie auf Auktionen als Third-Party-Cookies.

So entwickelte sich das sogenannte Real-Time Bidding (RTB) oder auch Real-Time Advertising (RTA). Real-Time-Bidding beschreibt eine Methode, Werbe-

plätze und -flächen in Echtzeit an Werbetreibende zu verkaufen. So entstanden immer mehr werbefinanzierte Targeting-Dienste, die immer automatisierter miteinander vernetzt wurden.

Vor etwa zehn Jahren kam dafür schließlich der umfassendere Begriff *Programmatic Advertising* in den Sprachgebrauch und löste das bisherige RTB und RTA ab. *Programmatic Advertising* oder kurz PA (programmatische Werbung) ist der (durchaus kritisierte) automatisierte Einkauf von Werbeflächen und die Ausspielung von Werbung im Internet.

Rund um PA entstand eine neue Szene von Adtech-Dienstleistern. Milliarden an Werbegeldern flossen seither an die Big Player *Google*, *Apple*, *Facebook* (jetzt *Meta*) und *Amazon*. Geld, das anderen Mediengattungen wie Print fehlt.

Qualität und Speed zu bezahlbaren Preisen

Doch die Zeiten ändern sich. Im letzten Jahrzehnt entwickelte sich der Digitaldruck weiter, indem er auch an Marketing-Automation-Systeme angeschlossen werden konnte. Damit wurden hochaktuelle Printmailings möglich. So beschrieb GERHARD MÄRTTERER ab 2016 und in der *Druckmarkt*-Ausgabe Januar 2018 das, was er damals noch »Real-Time Printing« nannte.

Er nutzte diesen Begriff bewusst, um die jungen Onliner in der Sprache ihrer Welt anzusprechen. Zum Beispiel, wenn es galt, das Retargeting von Warenkorb-Abrechern mit personalisierten Postkarten zu erklären. Zwar war der Qualitäts-Digitaldruck 2016 noch relativ langsam und teuer, aber die Grundlagen waren gelegt.

Mit der Ankündigung und kurz späteren Einführung neuer Tinten und Druckköpfe ab den *Hunkeler Innovationdays* 2017 konnte der Digitaldruck im Highspeed-Inkjet erstmals auch HighQuality liefern, also alles das, was der Markt benötigte: hohe Qualität bei hoher Geschwindigkeit zu bezahlbaren Preisen.

Nun konnte »Real-Time Printing« im industriellen Maßstab umgesetzt werden. In dieser Zeit wurde auch der Begriff *Programmatic Print* geboren. In der Gedankenwelt der Onliner mutierte dabei ein Blatt Papier zum »flachsten Bildschirm der Welt«. Und die zu präsentierenden Inhalte kann *Programmatic Print* genauso individuell und persönlich auf Papier bespielen, wie andere einen elektronischen Bildschirm.

Gattungsmarketing

Von der Druckindustrie noch nicht wirklich als Geschäftsmodell wahrgenommen, startete der Münchener *HighText-Verlag* im Juni 2020 eine Plattform, die online und in gedruckten Magazinen die 76.000 Abonnenten der Publikationen *ONEtoONE*, *Versandhausberater* und *iBusiness* erreichte. Das Ziel war und ist es, Vorurteile gegen Print abzubauen und erste Schritte ins *Programmatic Printing* aufzuzeigen.

Leser des *Druckmarkt* werden sich an die Beilagen der Sonderhefte *Programmatic Print* in den Ausgaben der Jahre 2020 und 2021 erinnern. Seither unterstützt der *Druckmarkt* die Initiative durch Artikel in seinen Ausgaben.

Das »Cookie-lose Zeitalter« bricht an

Der große Erfolg des *Programmatic Advertising* im Internet hatte (und hat noch immer) auch seine Schattenseiten. Die Bombardierung der Nutzer mit Werbeanzeigen, die sich im schlimmsten Fall noch nicht einmal wegklicken lassen, nerven die Nutzer, die Klickraten sinken immer weiter in die Nachkommastellen des Promillebereichs und die User installieren Adblocker, um die Werbung auszubremsen (290 Millionen Werbeblocker an Desktops und 530 Millionen an mobilen Endgeräten sind installiert). Schließlich machten sogar die großen Browseranbieter den Cookies schon ab Werkseinstellung das Leben schwer.

Außerdem wurde Europa mit der DSGVO und der ePrivacy-Richtlinie zum ernsthaften Technologiewächter der Welt. Am 20. Januar 2022 verabschiedeten die Abgeordneten des *Europa-Parlaments* in Straßburg mit deutlicher Mehrheit die neue EU-Verordnung über digitale Dienste, den sogenannten *Digital Services Act* (DSA). Damit sollen die derzeit geltenden Regeln der E-Commerce-Richtlinie aus dem Jahr 2000 aktualisiert werden. Das Gesetz soll noch 2023 in Kraft treten. Zusammen mit dem bereits im Dezember 2021 verabschiedeten *Digital Markets Act* (DMA) wird damit die personalisierte Werbung im Internet, wie bisher mittels Cookies, nicht mehr möglich sein. Dann wird auch dem letzten Optimisten in der Adtech-Branche klar: Cookies werden sterben!

Nun sucht eine ganze Branche händeringend nach alternativen Targeting-Möglichkeiten für personalisierte Werbung: Ob First-Party-Daten, ID-Lösungen, Contextual Targeting oder das von Google in Aussicht gestellte Kohorten-System – keine dieser Lösungen kann restlos überzeugen.

Die Chance für Programmatic Print

Das ist die historisch einmalige Chance für *Programmatic Print*. Deshalb wurde am 20. Januar 2022, dem Tag, an dem die EU für den *Digital Services Act* stimmte, die *Programmatic Print Alliance* (PPA) gegründet.

Und so wie rund um *Programmatic Advertising* die sogenannte Adtech-Branche entstand, so entwickelt sich seit einiger Zeit rund ums *Programmatic Printing* eine neue Generation von Druckereien.



Die Maschinen und Tools der (neudeutsch) Print Service Provider sind ausgereift und die Workflows eingespielt.

>

Sie können Schnittstellen zu den CRM-Systemen und Recommendation Engines einrichten und Print in der Marketing Automation genauso persönlich, individuell und zeitgenau ausspielen wie es E-Mails, SMS oder Messenger-Dienste bisher konnten. Dabei brauchen sie weder Double-Opt-in-Berechtigungen, noch sonstige Einwilligungen. Denn es gilt die vom Gesetzgeber definierte Regel: Volladressierte postalische Mailings dürfen selbst dort in Briefkästen zugestellt werden, wo »Werbung – nein danke!« draufsteht.

Weitere Auswirkungen durch KI

Am 2. Februar 2022 veröffentlichte der Facebook-Mutterkonzern Meta seine Quartalsergebnisse. In der Folge verlor die Meta-Aktie ein Viertel ihres Wertes. Dieser extreme Kurssturz, der innerhalb eines Tages mehr als 200 Mrd. US-Dollar vernichtete, vermittelt eine Vorahnung davon, welche gravierenden Veränderungen das Cookie-lose Zeitalter bringen wird. Denn es ist nicht der Rückgang der Nutzerzahlen durch den Konkurrenten TikTok oder die konjunkturelle Werbedelle, wie uns MARC ZUCKERBERG weißmachen will, sondern es ist der massive Verlust der Cookies auf Apple-Geräten, der Meta den Gewinn verdirbt. Und wenn die EU 2023 mit dem Digital Services Act ihren schärfsten Wachhund gegen Cookies von der Leine lässt, dann wird man sich an den 2. Februar 2022 als den Tag erinnern, der die Werbewelt im Internet verändert hat. Es gibt für Google, Meta und andere aber noch einen anderen Spaßverderber: Künstliche Intelligenz. Dass KI auch das Marketing auf den Kopf stellen würde, war absehbar. Dass es aber so schnell gehen würde, nicht. Nicht umsonst ist Google nervös geworden, nachdem OpenAI am 30. November 2022 seine Ent-

wicklung ChatGPT zugänglich machte, die Gedichte schreiben, Texte zusammenfassen oder sogar programmieren kann. Der Name steht für »Chat Generative Pre-trained Transformer« und ist ein textbasiertes Dialogsystem. Der Chatbot ist eine Anwendung, die Künstliche Intelligenz verwendet, um sich mit Menschen in ihrer Sprache zu unterhalten und basiert auf einem Modell, das maschinelle Eingaben versteht, lernt und auf natürlich klingende Weise beantwortet.

Diese Fähigkeit könnte aber auch das Ende des Search Engine Advertising (SEA) bedeuten. Denn wenn nach der Eingabe in einer Suchmaschine – die zweifellos anders aussehen würde als heute – statt verlinkter Suchtreffer eine KI per Chat die gesuchte Antwort gibt, muss das auch Auswirkungen auf die Vermarktung haben. Findige und intelligenten Menschen bei den Tech-Giganten oder ihren Wettbewerbern, die nur darauf warten, eine Schwachstelle nutzen zu können, wird dann schon was einfallen. KI-Advertising vielleicht, wie es KARSTEN ZUNKE in der absatzwirtschaft darlegt?

Werbekampagnen würden in einer Datenbank hinterlegt und die KI sucht daraus eigenständig genau jene Botschaften, die am besten zur Frage oder zum generierten Inhalt passen und wählt aus den geeigneten Anzeigenkandidaten den Höchstbietenden aus.

Das alles spielt Programmatic Print in die Hände. Denn Print lässt sich auch mit einer KI-Suchmaschine vernetzen und die in einer Datenbank hinterlegte Werbekampagne lässt sich sicher auch drucken. Es dürfte nur eine Frage der Zeit sein, bis es so oder so anders kommt.



TRENDS 2023 DIGITALDRUCK? WÄCHST!

Einige Fakten in der Druckindustrie spielen dem Digitaldruck in die Hände: rückläufige Auflagen, kürzere Fertigungszyklen, geringere Margen und steigende Kosten.

Quelle: Konica Minolta

Zahlreiche Druckereien glauben, diese Herausforderungen am ehesten mit dem Digitaldruck lösen zu können. So wachsen digitale Drucktechnologien beharrlich weiter – insbesondere der Inkjet. Und auch die Wertschöpfung dürfte größer sein als in klassischen Drucktechnologien. Gestützt auf Marktzahlen des Beratungsunternehmens Smithers (Quelle: Smithers, »The Future of European Printing to 2027«) legt Konica Minolta Trends vor, die wir (Redaktion *andersfarbig kursiv*) einfach kommentieren müssen. Nach diesen Zahlen soll der Wert des Digitaldrucks in ganz Europa von 27,6 Mrd. € im Jahr 2017 auf 41,2 Mrd. € im Jahr 2027 steigen. Das digital gedruckte Volumen würde sich von 351 Mrd. A4-Ausdrucken auf 582 Mrd. Seiten erhöhen – und damit in zehn Jahren um 66% wachsen. Insgesamt soll der Digitaldruck im Jahr 2027 knapp 20% aller gedruckten Produkte ausmachen. Smithers bezeichnet den Digitaldruck als den »wachstumsstärksten Sektor des Print-for-Profit-Bereichs, der auch die Lieferketten und Geschäftsmodelle verändert«.

Um die Zahlen etwas einzuordnen: Ein Wachstum von 66% in zehn Jahren sind 6% per anno. Das ist ohne Zweifel beachtlich, aber völlig undifferenziert. Welcher Digitaldruck ist gemeint? Nur der sogenannte Pro-

duktionsdruck? Oder sind beim Inkjet nicht noch vielleicht doch das Large-Format-Printing dabei? Aber wie lässt sich beispielsweise eine bedruckte Glastür in A4-Seiten umrechnen? Wir wissen auch nicht, was der Print-for-Profit-Bereich ist. Es kann aber nur der professionelle Druck damit gemeint sein. Dass sich Geschäftsmodelle und Lieferketten verändern, wenn eine Druckerei zum Digitaldruck wechselt, ist aber nicht besonders, sondern Teil des Wandels.

Die Digitaldrucktechnologie ist also auf dem Vormarsch. Der 8. drupa Global Trends Report stellt ebenfalls fest: »Druckereien und Zulieferer sind entschlossen, ihr Geschäft auszubauen und ab 2023 die notwendigen Investitionen zu tätigen«.

Ja, aber der Report spiegelt die weltweite Stimmung wider. So erwarten Asien und Südamerika gute Geschäfte nach der Pandemie. Europa ist hingegen angesichts des Krieges in der Ukraine und dessen Folgen eher pessimistisch, was die nächsten Jahre angeht.

Trend 1: Inkjet-Druck ist der neue Star

Inkjet-Druck ist in vielen Kategorien das am schnellsten wachsende Druckverfahren. Es hätten sich die Technologie fulminant weiterentwickelt und auch die Anteile an allen digitalen Druckverfahren.

>

So soll der Umsatz von 61,4% (2017) auf 74,0% im Jahr 2032 steigen – eine Entwicklung, die zeige, dass der Inkjet-Druck die digitalen Verfahren entscheidend dominieren werde. Auch beim gedruckten Volumen erwartet *Smithers* eine Entwicklung von 62,4% auf 77,5% im Jahr 2032. So würden im Jahr 2032 etwa 25% des gesamten Druckvolumens digital produziert.

Es ist schon erstaunlich, wie man ohne absolute Basiswerte mit Prozentzahlen imponieren kann.



Dabei liegt das Wachstum in 15 Jahren bei gerade mal 1%.

Generell gibt es im Inkjet-Druck eine breite Palette von Maschinen: kostengünstige, großformatige Maschinen, spezialisierte Integrationen und eine breite Palette von Rollen- und Bogendruckmaschinen in verschiedenen Formaten. Für jede Betriebsgröße und jeden Bedarf lässt sich ein neues Inkjet-Drucksysteme finden und die Qualität steigern.

Trend 2: Agile, digitale Drucktechnologie

Das Konsumverhalten ändert sich immer schneller – auch vor dem Hintergrund der aktuellen, wirtschaftlich angespannten Lage. Marken und Einzelhändler benötigen daher Flexibilität, Automatisierung und schnelle Reaktion seitens ihrer Druckereien. Nur so können sie sich der rasant an-

dernden Nachfragemuster ihrer Kunden bedienen. Unternehmen, die die Digitalisierung im Druck vorangetrieben haben, besitzen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil, weil sie auf den schnellen Wechsel agil reagieren können. Der Digitaldruck bleibt damit auch in den nächsten Jahren der Wachstumsmotor. Bis zum Jahr 2032 wird der Digitaldruck laut *Smithers* einen Wert von 230,5 Mrd. US-\$ umfassen und fast ein Viertel aller Drucke und gedruckten Verpackungen

(knapp 30 Billionen Drucke) ausmachen. Der Analyse zufolge wird der Wert des Digitaldrucks ab 2022 mit einer konstanten Rate von 5,8% wachsen, während das Volumen um den gleichen Betrag zunehmen wird. Dies entspricht einem Gesamtwachstum von 75,2%.

Agilität hilft nur dann wirklich weiter, wenn auch ein Auftragsbestand vorhanden ist, mit dem man flexibel umgehen kann. Daraus aber abzuleiten, der Digitaldruck werde fast 25% aller Drucke ausmachen, klingt schon ambitioniert. Das bedeutet, dass Smithers den gesamten Markt für Drucksachen mit 1.000 Mrd. \$ (eine Billion) bewertet. Andere Marktforscher und Marktexperten sehen jedoch alleine den Verpackungsmarkt in dieser Größenordnung. Die Zahlen von Smithers sind also mit Vorsicht zu genießen.

Trend 3: Intelligente Printproduktion

Innovative Druckunternehmen automatisieren und optimieren ihre Prozesse und befinden sich bereits auf dem Weg zur Smart Factory. Die Automatisierung von Prozessen, wo immer sie möglich ist, senkt die Arbeitskosten und maximiert die Produktivität. Wenige manuelle Eingriffe tragen dazu bei, menschliche Fehler zu vermeiden, die zu kostspieligen Verzögerungen oder Fehlern in der Produktion führen können.



per und auch teurer werden. Hier schlagen die ressourcenschonenden Aspekte des Digitaldrucks zu Buche: Weniger Makulatur, Hilfs- sowie Verbrauchsmaterial und damit eine Reduktion von Abfall schlagen sich positiv auf die Umweltbilanz nieder. Neben guten Argumenten im Kundengespräch hilft dies dem Druckunternehmen, Preis- und Energiekostensteigerungen in den Griff zu bekommen.

»In einer Welt, in der sich Verbraucher immer bewusster mit ihrem Konsum und der Verknappung natürlicher Ressourcen auseinandersetzen, ist der Digitaldruck das Aushängeschild für jeden Druckdienstleister. Das Zeitalter der kanalübergreifenden Kommunikation verändert unsere Art, miteinander zu interagieren, uns zu verstehen, zu begreifen und auch zu leben. Aber durch nichts lässt sich die Begeisterung ersetzen, die Print über visuelle Impulse und Haptik erzeugt«, sagt JOERG HARTMANN, Geschäftsführer *Konica Minolta Business Solutions* Deutschland und Österreich.

Wenn Sie unsere Anmerkungen so nicht stehen lassen und lieber noch einmal nachlesen wollen, können Sie die Studie bei Smithers auch für 6.750,00 US-\$ erwerben.

Trend 4: Nachfrage nach nachhaltiger Produktion

Die Nachfrage nach nachhaltigen Produktionsmethoden durch die Einsparung von Ressourcen steigt. Dies wird immer wichtiger, vor allem weil Rohstoffe immer knap-



DIGITALISIERUNG DER SUPPLY CHAIN

FÜNF JAHRE DIGITALDRUCK BEI CHRISTIANSEN PRINT

Vor fünf Jahren nahm *Christiansen Print* an seinem Standort in Ilsenburg die erste digitale Rollendruckmaschine von *HP* in Deutschland in Betrieb. Bei einem Event anlässlich des Jubiläums zog das Unternehmen positive Bilanz und betonte die Bedeutung des Digitaldrucks für die Digitalisierung der gesamten Supply Chain.

Text und Bilder: Thimm

Die Anforderungen an Verpackungen und ihre Bedruckung werden immer höher: In der schnelllebigen Handelslandschaft von heute müssen auch kleinste Auftragsmengen hochwertig bedruckt und dabei kurzfristig liefer- und zudem personalisierbar sein.

Die passende Antwort auf diese Entwicklungen gibt *Christiansen Print* seit fünf Jahren mit der Technologie des Digitaldrucks. 2017 installierte das Unternehmen am Standort Ilsenburg die erste digitale *PageWide* Rollendruckmaschine *T1100S* von *HP* in Deutschland – damals zudem die größte Digitaldruckanlage der Welt. Seither profitieren Kunden von *Christiansen Print* von den schnellen und agilen Produktionsprozessen im Digitaldruck. Diese ermöglichen die Produktion hochwertiger Druckprodukte, die kurzfristig angepasst und geliefert werden und zudem durch eine unbegrenzte Anzahl an möglichen Druckbildern personalisiert und individualisiert werden können.

So können Verpackungen beispielsweise mit QR-Codes bedruckt werden, durch die der Endverbraucher Informationen zum enthaltenen Produkt abrufen kann. Da es keine Mindestbestellmenge gibt, können im Digitaldruck auch kleine Aufträge umgesetzt werden. So wird stückgenau die Menge produziert, die

tatsächlich benötigt wird. Das spart Ressourcen im Produktionsprozess und vermeidet unnötigen Abfall.

Baustein der Digitalisierungsstrategie

In den vergangenen fünf Jahren konnte sich der Digitaldruck als erfolgreiches Druckverfahren bei *Christiansen Print* etablieren: »Was 2017 noch ein absolutes Novum war, ist heute fester Bestandteil unserer Druckproduktion. Wir haben sehr früh in den Digitaldruck und die damit einhergehenden Chancen investiert. Das hat sich gelohnt, denn die Tech-



nologie wird am Markt immer stärker nachgefragt. Wir verdoppeln unser Digitaldruckvolumen jedes Jahr«, berichtet MICHAEL WEBER, Leiter Corporate Strategie + Marketing bei der *Thimm-Gruppe* und Geschäftsführer der

Christiansen Print GmbH. Das Druckverfahren ist zudem zentraler Baustein der Digitalisierungsstrategie bei der *Thimm-Gruppe*.

»Wir treiben die Digitalisierung unserer eigenen Produktionsworkflows zur direkten und digitalen Anbindung unserer Kunden voran, um ihnen kürzeste Lieferzeiten und individualisierte Druckbilder bei kleinsten Bestellmengen zu bieten«, erklärt MICHAEL WEBER. »Unsere übergeordnete Vision geht aber noch deutlich weiter: Unser Anspruch ist es, die gesamte Supply Chain von der Bedruckung des Papiers über die Verpackungsherstellung bis zum Kunden und zum Handel zu digitalisieren. Dabei eröffnet der Digitaldruck völlig neue Möglichkeiten. Beispielsweise können dank aufgedruckten intelligenten Codes auf den Papierrollen die Maschinen zur Wellpappenerzeugung und Weiterverarbeitung automatisiert gesteuert werden.«

Marktführer im Flexo- und digitalem Rollenvordruck

Die dynamische Weiterentwicklung des Unternehmens und der Spirit, neue Dinge voranzutreiben, wohnt dem Team von *Christiansen Print* schon von Beginn an inne: Seit der Firmengründung 2005 wird auf modernste Maschinen gesetzt, sodass sich das Unternehmen schnell einen Namen am europäischen Preprint-Markt machen konnte.

Die frühe Partnerschaft mit *Thimm* ab 2010 legte dabei den Grundstein für den Ausbau der Marktposition als größter Flexovordrucker Europas für die Wellpappenindustrie. Seit 2016 gehört *Christiansen Print* vollständig zur *Thimm-Gruppe*. *Christiansen Print* ist als Teil der *Thimm-Gruppe* europäischer Marktführer im Flexo- und digitalem Rollenvordruck. Der Geschäftsbereich bedruckt Papierrollen im modernsten Digitaldruck- und Flexodruck-Verfahren für Wellpappenhersteller und die Markenartikelindustrie. Aus drei Standorten in zentraler Lage Europas versorgt *Christiansen Print* so namhafte Unternehmen mit Preprint für Verpackungen, Displays und andere industrielle Anwendungsfelder. Das Unternehmen beschäftigt aktuell über 150 Mitarbeitende, davon 104 am Standort Ilsenburg.



Die Digitaldruck-Großanlage bei Christiansen Print.

> www.christiansenprint.de





**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

PRINT & DIGITAL CONVENTION PRINT UND HAPTİK WERDEN ZUM ERLEBNIS

Rund drei Monate vor dem Start am 16. Mai ist die Kongressmesse *Print & Digital Convention 2023* (PDC) auf Erfolgskurs: Der aktuelle Buchungsstand liegt über dem Vorjahresniveau, internationale Branchenplayer sind erneut vertreten und machen die Düsseldorfer PDC zur richtungsweisenden Plattform für Multichannel- und Dialogmarketing.

Text und Bilder: f:mp.

Wie Print zum Erlebnis wird, wie Haptik brilliert und wie Digital- und Online-Strategien von morgen aussehen können, zeigen Aussteller und Referenten der *Print & Digital Convention 2023* und bieten zahlreiche Möglichkeiten, Trends zu entdecken und sich inspirieren zu lassen.

Unternehmen wie *Konica Minolta*, *Canon*, *Xerox*, *RISO* oder *Kurz* sind als Aussteller mit an Bord und präsentieren den Teilnehmern ihre Lösungen und Anwendungen für eine moderne und nachhaltige Medienproduktion.

»Es ist ein toller Erfolg, dass wir bei der Ausstellerakquise bereits zum jetzigen Zeitpunkt ein Plus von fünf Prozent gegenüber der Vorveranstaltung erreicht haben«,



erklärt RÜDIGER MAASS, Geschäftsführer *Fachverband Medienproduktion e. V. (f:mp.)*. »Was uns besonders freut: Wir liegen aktuell bei 20 Prozent Erstausstellern.«

Messekonzept überzeugt

Einer dieser neuen Aussteller ist *Zaikio*, ein Entwicklerstudio, das aus der Softwarefirma *Crispy Mountain* und der *Heidelberger Druckmaschinen AG* entstanden ist. »Das Format der *Print & Digital Convention* überzeugt mich: Die Atmosphäre ist familiär und ermöglicht intensiven Austausch

auf Augenhöhe. Ich treffe alte Bekannte und lerne Neues. Damit ist die PDC für mich eine geniale



Schnittstelle zur Branche«, erklärt THOMAS AHLRICHS, Berater bei *Zaikio*. »Wir haben ja eine gewisse Schwäche für offene Schnittstellen«.

So ist die PDC nicht nur eine Kongressmesse, sondern auch ein



Erlebnis-, Content- und Mitmachformat. Ein Konzept, das auch KIM NIEMEYER, Marketing & Kommunikation, *FKS Ing. Fritz Schroeder GmbH*, überzeugt: »Auf der *Print & Digital Convention* wird immer wieder und auf vielfältige Art und Weise gezeigt: Print lebt und ist vielseitig. Die Aussteller machen Print erlebbar. Wir freuen uns,

Teil davon zu sein und die Möglichkeiten aufzuzeigen, die die Druckweiterverarbeitung und -Veredelung bieten und den Mix aus Technik, Wissenstransfer und Networking mitzugestalten.« Mit seinen Lösungen und Anwendungen passt auch *Konica Minolta*



hervorragend in das vielfältige Themenspektrum der Kongressmesse. MIRKO PELZER, Offering Manager Deutschland & Österreich bei der *Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH*,

bestätigt: »Als langjähriger Partner der *Print & Digital Convention* freuen wir uns, auch 2023 wieder eines der wichtigsten Branchentreffen der grafischen Industrie mitzugestalten. Nach dem Motto ›Nutze deine Möglichkeiten‹ zeigen wir mit *GLAMPRINT*, wie Kunden ihr kreatives Potenzial ausschöpfen können und aus Print ein einmaliges Erlebnis wird, das seine Wirkung in allen Facetten entfaltet.«

Was die *Print & Digital Convention* so besonders macht, ist auch die Präsentation innovativer Technologien in Highlight-Projekten, die praxisorientierte Gesamtlösungen zeigen. In einem dieser Highlight-Projekte engagiert sich zum Beispiel die *Leonard Kurz Stiftung & Co. KG*, ein weltweit führendes Unternehmen für Dünnschicht-



technologie. ELKE ANDERSCH, Marketing Manager Packaging and Print bei *Kurz*, hebt hervor: »Das ganzheitliche Kongresskonzept der *Print & Digital Convention* bietet dem Veredelungsspezialisten *Kurz* die Möglichkeit, den Besuchern eine Vielzahl umfangreicher Lösungen aus dem analogen sowie digitalen Veredelungsbereich vorzustellen. Gemeinsam mit dem Tochterunternehmen *Scribos* wird *Kurz* im geplanten Highlight-Projekt eine Kombination aus Veredelung und funktionellen Sicherheitselementen de-

monstrieren. Dass *Kurz* auch in Sachen Nachhaltigkeit punktet, ist dabei selbstverständlich.«

Rahmenprogramm

Die Teilnehmer erwartet neben spannenden Exponaten und intensiver Fachberatung bei den Ausstellerständen auch ein umfangreiches und hochkarätiges Vortragsprogramm an beiden Messtagen.

Neben den drei parallel verlaufenden Vortrags-Slots mit den Schwerpunktthemen ›Value Added Printing‹, ›Marketing Automation & Programmatic Printing‹ sowie ›Nachhaltige Medienproduktion‹ gibt es auch wieder inspirierende Panelvorträge auf dem ›Forum Stadthalle‹ im Ausstellungsbereich.



Die *Print & Digital Convention* findet vom 16. bis 17. Mai 2023 in Düsseldorf statt und wird vom *Fachverband Medienproduktion (f:mp.)* in Kooperation mit der *Messe Düsseldorf* und der *drupa* veranstaltet. Tickets und weitere Informationen auf der Internetseite der PDC.

> www.printdigitalconvention.de

Ab der nächsten Ausgabe werden wir die Aussteller und ihr Programm detaillierter vorstellen.



ICE EUROPE EINBLICK IN DIE CONVERTING-ZUKUNFT

Vom 14. bis 16. März 2023 treffen sich Converting-Experten aus verschiedensten Industriebereichen zur 13. *Internationalen Converting-Messe* in München.

Als international führende Messe für die Verarbeitung flexibler und bahnförmiger Materialien deckt die *ICE Europe* entscheidende Themen wie Effizienz, Produktivität, Automatisierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit ab. Bei Live-Demonstrationen neuer Maschinen und Anlagen und den persönlichen Fachgesprächen auf den Messeständen dreht sich alles um innovative Strategien und Lösungen für die aktuellen Herausforderungen der Branche. Die Mischung macht die *ICE Europe* zur führenden Plattform für die Converting-Community in diesem dynamischen Industriezweig.

»Die Messe zieht weiterhin wichtige Technologieexperten an wie Kroenert, Olbrich, Davis-Standard, Erhardt+Leimer, Jagenberg, Converting Machinery Cevenini, BST, Guidolin Giotto – um nur einige zu nennen«, sagt PATRICK HERMAN, Event Direktor der Converting, Paper and Print Events, im Namen von RX.

Die Messe zieht Experten aus einer Vielzahl von Sektoren an, darunter Verpackung, Druck, Kunststoff, Textilien und Vliesstoffe, Papier, Maschinenbau, Chemie, Medizin und Pharma, Automobil, Luftfahrt, Lebensmittel und Elektronik.

Auch in diesem Jahr werden auf der *ICE Europe* wieder die renommierten *ICE Awards* verliehen. Ausstellende Unternehmen werden hier für Best Practice, Exzellenz, Innovation und außergewöhnliche Leistungen ausgezeichnet. Für dieses Jahr wurden über 30 Beiträge in den Kategorien »Digitale Converting-Lösungen«, »Nachhaltige Produkte und Verarbeitungspro-

zesse« und »Effiziente Produktionslösungen« eingereicht. Die Verleihung der *ICE Awards* findet am ersten Messetag statt.

Sowohl die *ICE Europe*-Ausstellerliste als auch die Online-Messevorschau mit detaillierten Informationen zu den Ausstellern und Produkten werden auf der Internetseite regelmäßig aktualisiert.

Das Ausstellerverzeichnis hilft den Nutzern, sich effektiv auf ihren Besuch vorzubereiten, indem es die wichtigsten Unternehmen und Produkte auflistet. Die Online-Messevorschau gibt einen ersten Überblick über die Vielfalt der Innovationen, Technologien und Systeme, die auf der Messe gezeigt werden.

Die *ICE Europe* findet parallel zur *CCE International* statt, Europas wichtigster Veranstaltung für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie, in der auch die Angebote der *InPrint Munich* integriert sind. Besucher können sich ab sofort registrieren und ihr Ticket über den Online-Ticket-Shop erwerben.

Das *ICE Europe*-Ticket gilt auch für die parallel stattfindende *CCE International*, einschließlich der *InPrint Munich*.

Die *ICE Europe* 2023 findet in den Hallen A5 und A6 auf dem Münchner Messegelände statt, während die *CCE International*, einschließlich der *InPrint Munich*, in Halle B6 auf dem Münchner Messegelände stattfindet.

Die Messen sind von 9:00 bis 17:00 Uhr und am 16. März von 9:00 bis 16:00 Uhr geöffnet.

> www.ice-x.com

ONLINE PRINT SYMPOSIUM EMPOWERING THE FUTURE OF PRINT

Die Stärkung und das Wachstum des Onlineprints prägt das Programm des 10. *Online Print Symposium*, das am 23. und 24. März 2023 im *Science Congress Center Munich* stattfindet.

Mit großer Spannung wird die Keynote von ROBERT KEANE, CEO des Onlineprint-Marktführer *Cimpress*, erwartet. Thematisch wird er die Chancen Künstlicher Intelligenz (unter anderem *ChatGPT*), Onlineprint in virtuellen Welten (*Metaverse*), Nachhaltigkeit und agilen E-Commerce im Online-druck betrachten.

Am Nachmittag des ersten Symposiumstages wird es eine »Special Celebration« geben, für die sich die Veranstalter (*zipcon consulting GmbH* und der *Bundesverband Druck und Medien*) etwas ganz Besonderes haben einfallen lassen. Was genau, ist allerdings noch streng geheim.

Einige Referenten sind bereits bekannt, jetzt kommen weitere prominente Namen hinzu. Der für ARD und ZDF tätige Digitalexperte JÖRG SCHIEB wird in seiner Closing Keynote den Hype um *ChatGPT* erläutern und einordnen. Und er klärt die Frage, wie sich KI im E-Commerce nutzen lässt.

BJÖRN OGNIBENI ist Strategic Director des XR-Labs am *Marketing Center Münster* der Westfälischen Wilhelms-Universität und spezialisiert auf digitale Transformation. Der China-Experte forscht zu den Potenzialen virtueller Realitäten und gibt in seinem Vortrag einen Einblick in das Online-Business der Virtual Reality. Dabei blickt OGNIBENI nicht nur in virtuelle Welten, sondern auch auf den gigantischen E-Commerce-Markt China.

MONIKA SOMMERFELD, Geschäftsführerin der *allcop Farbbild-Service GmbH*, wird sich mit der Transformation eines Fotounternehmens von analog zu digital auseinandersetzen.

PETER BOTTENBERG ist Geschäftsführer der *Moss-Gruppe*, einem Anbieter im Large-Format-Print. Er wird Mass Customization im Large-Format thematisieren und sich darüber hinaus dem Thema Change-Management widmen.

Zehn Referenten und sieben Start-Ups werden in diesem Jahr Einblicke in ihre Geschäftsmodelle geben und sich den Fragen des Publikums stellen.

Der Kreis der Partner des *OPS* wächst. Neben bereits bekannten Marktplayern sind in diesem Jahr *Landa Digital Printing*, die *Deutsche Post* und *Konica Minolta* wieder beim *OPS*. Neuer Partner ist die *Durst Image Technology Deutschland GmbH*, die als Hersteller von Digitaldrucktechnologien ihre Lösungen für verschiedene Geschäftsbereiche präsentieren wird.

Netzwerken können die Besucher nicht nur an den Partnerständen, sondern vor allem während der beiden Abendveranstaltungen. Sowohl beim Insider-Get-Together am Vorabend des Symposiums wie auch beim Networking Dinner am Abend des ersten Symposiumstages stehen der Austausch auf Augenhöhe und das Knüpfen neuer Kontakte im Mittelpunkt.

Wer sich seinen Platz beim *Online Print Symposium* 2023 sichern will oder sich über das Programm informieren will, findet die entsprechenden Daten und Fakten auf der Internetseite.

> www.online-print-symposium.de



Bildquelle: rclassenlayouts | 123rf.com

Termine	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2023			
27. 02. – 02. 03. 2023	Hunkeler Innovationdays	Luzern	 > www.hunkeler.ch
08. 03. 2023	INGEDE-Symposium	München	 > www.ingede.com
09. 03. – 10. 03. 2023	Shaping the Future with Packaging	Brüssel	 > www.intergraf.eu
14. 03. – 16. 03. 2023	CCE International	München	 > www.cce-international.com
14. 03. – 16. 03. 2023	ICE Europe	München	 > www.ice-x.com
14. 03. – 16. 03. 2023	InPrint Munich	München	 > www.inprintmunich.com
15. 03. 2023	Haptica Erlebniswelt Haptische Werbung	Bonn	 > www.haptica.live
21. 03. – 22. 03. 2023	ESMA Academy: Industrial Digital Printing	Stuttgart	 > www.esma.com
23. 03. – 24. 03. 2023	Online Print Symposium	München	 > www.online-print-symposium.de
30. 03. – 31. 03. 2023	18. Deutscher Verpackungskongress	Berlin	 > www.verpackung.org
30. 03. – 01. 04. 2023	wetec	Stuttgart	 > www.messe-stuttgart.de
25. 04. – 26. 04. 2023	GlassPrint	Düsseldorf	 > www.glassprint.org
04. 05. – 10. 05. 2023	Interpack 2023	Düsseldorf	 > www.interpack.de
09. 05. – 11. 05. 2023	ESMA Academy: Functional Printing	Bremen	 > www.esma.com
15. 05. – 16. 05. 2023	EMPACK Regionale Fachmesse für die Verpackungsindustrie	Dortmund	 > www.empack-messen.de
16. 05. – 17. 05. 2023	Print & Digital Convention	Düsseldorf	 > www.printdigitalconvention.de
23. 05. 2023	Gmund UNFOLDED Festival 2023	Gmund	 > www.gmund.com
23. 05. – 26. 05. 2023	Fespa Global Print Expo	München	 > www.fespa.com
24. 05. 2023	Fogra: Digitaldruck trifft Offset	Aschheim	 > www.fogra.org
06. 06. – 07. 06. 2023	EcoPrint Summit The Future of Sustainable Print	Genf	 > www.ecoprint.events
14. 06. – 15. 06. 2023	EMPACK Regionale Fachmesse für die Verpackungsindustrie	Hamburg	 > www.empack-messen.de
19. 06. – 21. 06. 2023	25. DOXNET Fachkonferenz & Ausstellung	Baden-Baden	 > www.doxnet.de
04. 07. – 06. 07. 2023	IST Metz UV Days 2023	Nürtingen	 > www.ist-uv.de
07. 07. 2023	Bayerischer Druck- und Medientag 2023	Grainau	 > www.vdmb.de
02. 09. – 04. 09. 2023	unique 4+1	Leipzig	 > www.leipziger-messe.de
11. 09. – 14. 09. 2023	Labelexpo Europe	Brüssel	 > www.labelexpo-europe.com
14. 09. – 15. 09. 2023	ZLV Verpackungssymposium 2023	Kempten	 > www.zlv.de
28. 11. – 29. 11. 2023	IPI Industrial Print Integration	Düsseldorf	 > www.ipi-conference.com

Termine	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
24. 02.	dmipi: WordPress Aufbau – Mehrere Ausgabekanäle bespielen	Kemnat	dmipi-bw.de
27. 02. – 28. 02.	VDMNW: Adobe Illustrator – Komplexe Vektorgrafiken und Effekte	Lünen	vdmnw.de
28. 02.	vdmh: Tipps und Tricks für effizienteres Arbeiten mit InDesign	Frankfurt	vdmh.de
01. 03.	PubliCollege: Adobe CC 2021 - 23 Update – InDesign, Photoshop, Illustrator	CH-Burgdorf	publiccollege.ch
01. 03. – 03. 03.	vdmh: Sicherer Einstieg in das Layouten mit InDesign	Frankfurt	vdmh.de
02. 03. – 03. 03.	VDMNW: Adobe Photoshop – Medienneutrale Farbkorrekturen mit ICC-Profil	Düsseldorf	vdmnw.de
03. 03.	sbvv: Nachhaltigkeit im Verlagswesen	CH-Zürich	sbvv.ch
03. 03.	VDMB: Enfocus Pitstop	Aschheim	vdmh.de
04. 03.	SVI: Start Lehrgang Packaging Manager mit eidg. Diplom	CH-Altstetten	svi-verpackung.ch
06. 03.	PubliCollege: Barrierefreie PDF-Dokumente aus InDesign	CH-Burgdorf	publiccollege.ch
07. 03.	vdmh: Photoshop für Webdesign und digitale Medien	Frankfurt	vdmh.de
07. 03.	vdmh: Tipps und Tricks für kreatives Arbeiten mit Illustrator	Frankfurt	vdmh.de
08. 03. – 11. 03.	Buchbinder Colleg: Grundlagen der Papierrestaurierung	Stuttgart	buchbinder-colleg.de
09. 03.	dmipi: Fotografie Spezial – Produktfotografie	Kemnat	dmipi-bw.de
09. 03.	Innoform Coaching: Klebstoffe – konform mit Lebensmittelverpackungen einsetzen	Webinar	innoform-coaching.de
09. 03.	VDMNW: Adobe InDesign & ePub – Digitale Bücher mit dem ePub-Format	Düsseldorf	vdmnw.de
10. 03.	VDMNW: Adobe InDesign – Layout-Workflows automatisieren	Düsseldorf	vdmnw.de
13. 03.	dmipi: Farbausgabe Spezial – Colormanagement korrekt einsetzen	Kemnat	dmipi-bw.de
13. 03. – 16. 03.	Medien-Akademie: Data Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	Webinar	medien-akademie.de
13. 03. – 17. 03.	dmipi: Project Manager Publishing – Crossmediale Projekte konzipieren und steuern	Kemnat	dmipi-bw.de
13. 03. – 27. 03.	centro del bel libro ascona: Einfach machen – Notizhefte spielerisch binden und gestalten	CH-Zürich	cbl-ascona.ch
14. 03.	dmipi: Fertigen nach Standard – Normierung, Messtechnik, Abstimmlicht	Kemnat	dmipi-bw.de
14. 03. – 15. 03.	Deutsches Verpackungsinstitut dvi: Basiswissen Verpackung	Leipzig	verpackung.org
14. 03. – 16. 03.	VDMNW: Adobe Illustrator – Basiswissen Vektorgrafik	Hamburg	vdmnw.de
15. 03.	dmipi: Adobe InDesign Spezial – InDesign automatisieren	Kemnat	dmipi-bw.de
16. 03.	dmipi: Adobe InDesign Aufbau – Für Fortgeschrittene 1	Kemnat	dmipi-bw.de
16. 03.	dmipi: Kreativitätstechnik – Innovatives und kreatives Design	Kemnat	dmipi-bw.de
16. 03.	VDMB: Adobe Illustrator kompakt	Aschheim	vdmh.de
16. 03. – 17. 03.	Buchbinder Colleg: Kalkulation in der Buchrestaurierung	Stuttgart	buchbinder-colleg.de
17. 03.	dmipi: Adobe InDesign Aufbau – Für Fortgeschrittene 2	Kemnat	dmipi-bw.de
20. 03.	sbvv: InDesign für die Buchbranche (Grundkurs)	Webinar	sbvv.ch
20. 03.	PubliCollege: Adobe InDesign Einstieg	CH-Burgdorf	publiccollege.ch
20. 03. – 22. 03.	dmipi: Adobe InDesign Grundlagen – Einstieg in die Layouterstellung	Kemnat	dmipi-bw.de
20. 03. – 22. 03.	VDMNW: Adobe InDesign – Basiswissen Layout und Satztechniken	Lünen	vdmnw.de
21. 03. – 22. 03.	Innoform Coaching: Crashkurs Tief- und Flexodruck – vom Design zur Verpackung	Osnabrück	innoform-coaching.de
22. 03. – 23. 03.	VDMNW: Adobe Premiere CC	Lünen	vdmnw.de
23. 03. – 24. 03.	VDMNW: Adobe Illustrator – Komplexe Vektorgrafiken und Effekte	Düsseldorf	vdmnw.de
24. 03.	cleverprinting: Next Generation Publishing mit InDesign und Photoshop	Webinar	cleverprinting.de
24. 03.	dmipi: Adobe Illustrator Spezial – Infografiken und Diagramme	Kemnat	dmipi-bw.de
24. 03.	dmipi: Adobe Photoshop Aufbau – Besser und schneller werden	Kemnat	dmipi-bw.de
24. 03.	dmipi: Digital Marketing – Digitale Kanäle zur Kundengewinnung	Webinar	dmipi-bw.de
27. 03.	dmipi: Adobe Photoshop Aufbau – Retuschieren: Bildqualität steigern	Kemnat	dmipi-bw.de
27. 03. – 29. 03.	centro del bel libro ascona: Origami und Buchbinden	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
28. 03.	dmipi: Adobe Photoshop Spezial – Bilder für den Druck vorbereiten	Kemnat	dmipi-bw.de
28. 03.	Innoform Coaching: Migrationsprüfungen an Lebensmittelverpackungen	Webinar	innoform-coaching.de
28. 03. – 29. 03.	f.mp.: Start Medienproduktioner/f.mp.	Frankfurt	f-mp.de
29. 03.	dmipi: Adobe InDesign Spezial – Inhalte aus WordPress übernehmen	Kemnat	dmipi-bw.de
30. 03.	Fogra Academy: KI für Mediengestalterinnen/-gestalter	Aschheim	fogra.org
30. 03.	SVI: Einführungstag in das Verpackungswesen	CH-Olten	svi-verpackung.ch

Termine	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
03. 04. – 04. 04.	dmipi: HTML/CSS Grundlagen – Einstieg in Standard-Webtechnologien	Kemnat	dmipi-bw.de
04. 04.	dmipi: SEO Grundlagen – Websites fit machen für Google und Co.	Webinar	dmipi-bw.de
13. 04.	PubliCollege: PDFX-ready-Workflow für Printprodukte	CH-Burgdorf	publiccollege.ch
13. 04.	VDMNW: Augmented Reality – AR für Nicht-Programmierer mit AERO und andere	Düsseldorf	vdmnw.de
19. 04. – 22. 04.	Buchbinder Colleg: Restaurierung von Einbandleder	Stuttgart	buchbinder-colleg.de
20. 04.	cleverprinting: Packaging mit InDesign und Illustrator	Hamburg	cleverprinting.de
20. 04.	Typographische Gesellschaft München: Effizienter arbeiten in InDesign Teil 1	Webinar	tgm-online.de
20. 04. – 04. 05.	f.mp.: Geprüfter Medienproduktionsleiter/f.mp. – Digitaldruck	Gelsenkirchen	f-mp.de
21. 04.	PubliCollege: Adobe Photoshop Einstieg	CH-Burgdorf	publiccollege.ch
21. 04.	VDMB: Colormanagement Basics	Aschheim	vdmb.de
22. 04.	Akademie für Textilveredlung: Punchen Basic – Grundkenntnisse der Stickmustergestaltung	AT-Ebbs	aka-tex.de
24. 04.	dmipi: Adobe Photoshop Spezial – Screendesign und Bilder fürs Web optimieren	Kemnat	dmipi-bw.de
24. 04. – 25. 04.	cleverprinting: Reinzeichner	Hamburg	cleverprinting.de
24. 04. – 28. 04.	centro del bel libro ascona: Techniken der Buchreparatur und Buchrestaurierung	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
25. 04.	PubliCollege: Affinity Designer – Grafiken und Illustrationen vom Feinsten!	CH-Burgdorf	publiccollege.ch
25. 04. – 24. 05.	f.mp.: Junior Medienproduktionsleiter/f.mp.	Monheim	f-mp.de
25. 04. – 26. 04.	Fogra Academy: Farbmanagement – Grundlagen	Aschheim	fogra.org
26. 04. – 27. 04.	cleverprinting: Skripting mit InDesign	Düsseldorf	cleverprinting.de
27. 04.	cleverprinting: Illustrator für fortgeschrittene Anwender	Hamburg	cleverprinting.de
27. 04.	Fogra Academy: Farbmanagement für den Multicolor-Druck	Aschheim	fogra.org
27. 04.	Typographische Gesellschaft München: Effizienter arbeiten in InDesign Teil 2	Webinar	tgm-online.de
27. 04.	VDMB: Digitaldruck – Performance steigern, Qualität verbessern	Aschheim	vdmb.de
28. 04.	Fogra Academy: Farbmanagement im Digitaldruck	Aschheim	fogra.org
28. 04.	Innoform Coaching: Einstieg Kaschier-/Barriere- und Druckträgerfolien	Webinar	innoform-coaching.de
02. 05.	PubliCollege: Vertiefungsworkshop – Mehr aus Adobe InDesign herausholen!	CH-Burgdorf	publiccollege.ch
03. 05.	PubliCollege: PDFX-ready – Creator-Zertifikat erwerben	CH-Burgdorf	publiccollege.ch
04. 05.	PubliCollege: Adobe Photoshop Vertiefungsworkshop	CH-Burgdorf	publiccollege.ch
04. 05.	Typographische Gesellschaft München: Effizienter arbeiten in InDesign Teil 3	Webinar	tgm-online.de
05. 05.	cleverprinting: PDF First!	Webinar	cleverprinting.de
08. 05.	VDMB: Print-Know-how – Druckvorstufe	Aschheim	vdmb.de
08. 05. – 11. 05.	Buchbinder Colleg: Konservierende Buchreparatur	Stuttgart	buchbinder-colleg.de
08. 05. – 12. 05.	centro del bel libro ascona: Buchbinden für erfahrene Amateure – 10 schlaue Buchstrukturen	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
09. 05.	Fogra Academy: Prozesskontrolle im Offsetdruck	Aschheim	fogra.org
09. 05. – 10. 05.	cleverprinting: Digidrucker	Hannover	cleverprinting.de
09. 05. – 10. 05.	f.mp.: Digitale Marketing-Mechanismen übersetzt auf Print-Strategien Teil I+II	Frankfurt	f-mp.de
10. 05.	PubliCollege: Zoom-Kurzseminar – Mikrotypografie mit Adobe InDesign	Webinar	publiccollege.ch
10. 05. – 12. 05.	dmipi: Adobe Illustrator Grundlagen – Einstieg in die Grafikerstellung	Kemnat	dmipi-bw.de
10. 05. – 12. 05.	Fogra Academy: Fehler an Druckerzeugnissen	Aschheim	fogra.org
10. 05. – 12. 05.	VDMNW: Adobe Photoshop – Basiswissen Bildbearbeitung	Lünen	vdmnw.de
11. 05. – 12. 05.	VDMNW: Grundlagen der Messtechnik	Lünen	vdmnw.de
15. 05.	VDMB: Print-Know-how – Drucktechnik	Aschheim	vdmb.de
15. 05. – 16. 05.	VDMNW: Adobe InDesign – Komplexe Layouts und Formate	Lünen	vdmnw.de
15. 05. – 19. 05.	centro del bel libro ascona: Die Can-Can Technik	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
22. 05. – 23. 05.	cleverprinting: cleverprinting:	Düsseldorf	cleverprinting.de
22. 05. – 26. 05.	centro del bel libro ascona: Clip-Technik	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
23. 05.	vdmh: Tipps und Tricks für effizienteres Arbeiten mit Photoshop	Frankfurt	vdmh.de
23. 05. – 24. 05.	VDMNW: Typografie – Mr. Univers contra Metamann	Hamburg	vdmnw.de
24. 05.	Deutsches Verpackungsinstitut dvi: Möglichkeiten des Digitaldrucks	Webinar	verpackung.org
24. 05.	PubliCollege: Grenzenlose Bildbearbeitung mit Affinity Photo	CH-Burgdorf	publiccollege.ch

DRUCKEREIBEDARF



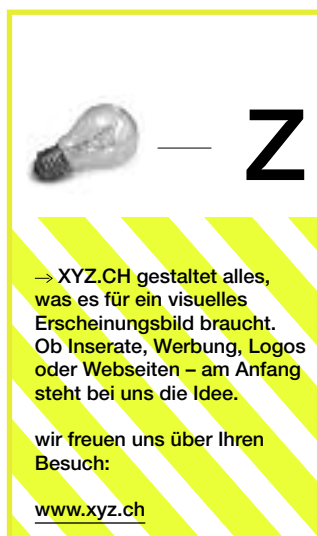
Empfehlungsanzeigen
auch für das schmale Budget:

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

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



DESIGN & TYPOGRAFIE



WEITERVERARBEITUNG



IMPRESSUM »Druckmarkt« ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Druck- und Medienindustrie und erscheint im 27. Jahrgang sechs mal jährlich. Daneben erscheinen weitere Publikationen wie »Druckmarkt impressions« als PDF-Magazin und »Druckmarkt Collection« in loser Reihenfolge. Alle Angaben in den Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet und recherchiert. Für die Vollständigkeit oder Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.

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

Heft-Einzelverkauf:
12,00 Euro plus Versandkosten.

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

Redaktion:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay (Chefredakteur)
nico@druckmarkt.com
Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36
Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel

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

Internet:
www.druckmarkt.com

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

© by Druckmarkt 2023



www.edp-net.org

Druckmarkt ist Mitglied der EDP European Digital Press Association



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



www.f-mp.de

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



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 Insung Yoon on Unsplash

DRUCKMARKT
PRINT | PAPER | PASSION