



DRUCKMARKT impressions

2. OKTOBER 2023

141

PDF-Magazin für Print, Medien, Kommunikation und Design



Bildquelle: Mona Lisa, Da Vinci's artwork remixed by rawpixel



GEMEINSAM GEGEN DIGITAL ONLY

Seite 8

DAS INTERNET IST NICHT SCHULD. DAS MARKETING WAR'S.

Seite 19

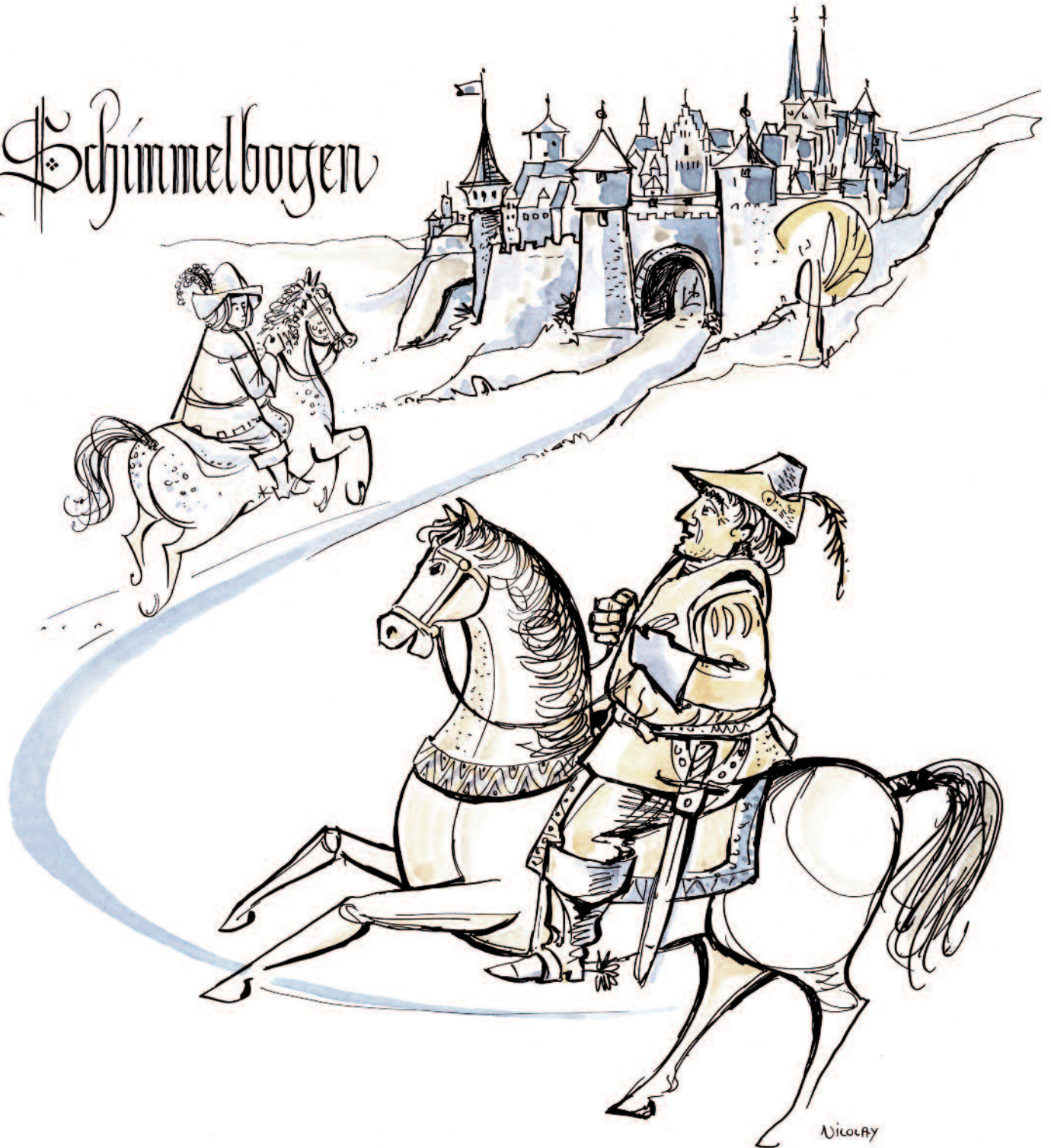
MIT KLEINEM AUFWAND GROSSE WERTE SCHÜTZEN

Seite 44

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST

Schimmelbogen

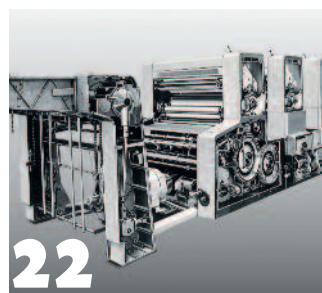


Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebfisch umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und passenden, zeitgemäßen Texten.

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

INHALT

Klicken Sie auf Bild,
Seitenzahl oder Titel,
um zum gewünschten
Beitrag zu gelangen.



4 Editorial: Print ist unverzichtbar

Markt & Zahlen

6 125 Jahre Druckmaschinenbau aus Radebeul

8 Vereint gegen ›digital only‹ in der Gesetzgebung

10 Ferag kauft Softwareanbieter

11 Vorgeschobene Umwelt-Argumente

12 Mehrheit an der AZ erworben

14 Stagnation auf hohem Niveau

15 Seit 25 Jahren wird gegoogelt

18 Die Rolle von Print in der Zukunft

19 Das Marketing war's

20 ›Starkmacher‹ für Print

22 125 Jahre sächsischer Druckmaschinenbau

44 Mit kleinem Aufwand große Werte schützen

Prepress

24 Es könnte an der Zeit sein, in neue CtP-Technik zu investieren

Print & Finishing

26 Bleisatz – Ein Werkstattbuch

27 Durchstarten mit Qualitätsversprechen

28 Produktiv, wirtschaftlich, verlässlich

30 Hyperlokalisierungs-Strategie bringt Erfolg

32 Baden mit Monet's Seerosen

33 Neue Versafire für die hybride Produktion

34 Haptische und tastbare Drucke

35 1.000. Nyala Flachbettdrucker

36 Ein neues Kapitel in der Buchherstellung

42 Mehr Effizienz durch neue Einstecktechnik

46 Richtiger Moment für den richtigen Markt

47 Lebensmittelechte Farben für Verpackungen

Papier & Design

40 Jupp speiegelglatt und durchsichtisch

Termine & Events

48 Terminklender

52 Seminare und sonstige Veranstaltungen

53 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

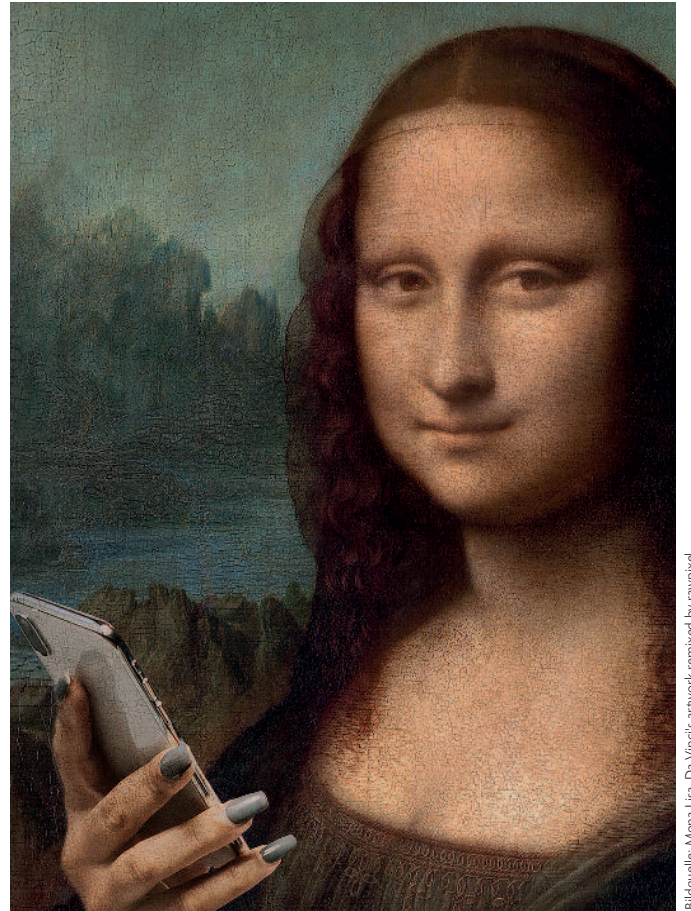
DIGITAL ONLY? PRINT IST UNVERZICHTBAR

Nein, es geht nicht um das Aufrechterhalten der Vergangenheit oder um das Festhalten an alten Gewohnheiten. Es geht darum, den digitalen Übereifer auszubremsen. Denn nicht jedes Produkt oder jede Dienstleistung ist für die Digitalisierung gemacht. Für eine Transformation in die digitale Welt müssen auch Informationen von Grund auf hinterfragt werden. Nur weil sie als PDF auf einen Server gestellt werden können, heißt das noch lange nicht, dass diese Form der Digitalisierung für die breite Bevölkerung von Nutzen ist.

Genau das stellt auch das gemeinsame Schreiben der fünf europäischen Verbände der Druck- und Papierindustrie an die *EU-Kommission* klar (siehe auch Seite 8) und kritisiert, dass Verweise in *EU-Rechtsvorschriften* auf die Abschaffung gedruckter Papierprodukte eine bedauerliche Folge missverstandenen digitalen Eifers ist. Digitales zum Standard zu erheben und Kommunikation ausschließlich digital anzubieten, widerspricht jeglicher demokratischer Fairness und dem Recht auf Zugang zu Informationen. Für eine Kommunikation, die das Grundrecht auf freien Zugang zu Informationen für jedermann respektiert, ist Print jedoch unverzichtbar. Denn die einseitige Förderung digitaler Technologien gegenüber bedrucktem Papier führt zu sozialer Ausgrenzung, was ältere Menschen und Menschen ohne digitale Fähigkeiten – und damit mehr als ein Drittel der *EU*-Bürger – besonders betrifft.

Das Favorisieren digitaler Kommunikation hat ja schon dazu geführt, dass Teile der Bevölkerung annehmen, Druck und Papier seien umweltschädlich und entbehrlich. In der Folge wird alles veräußert, was gedruckt ist – von der Tageszeitung über Werbeprospekte bis hin zur Verpackung.

So hat auch die *Deutsche Umwelthilfe* wieder einmal einen sogenannten »Verpackungscheck« veröffentlicht, der nicht unwidersprochen bleiben kann. Die Geschäftsführerin des *Deutschen Verpackungsinstituts* warnt in diesem Zusammenhang vor einer schnellen Vorverur-



Bildquelle: Mona Lisa, Da Vinci's artwork remixed by rawpixel

teilung. Zudem appelliert sie zu mehr Fairness und Sachlichkeit bei der Diskussion und fordert, alle Argumente zu betrachten und auf pauschale Urteile zu verzichten (siehe auch Seite 44).

Diesen Vorwurf muss sich auch die *Europäische Kommission* gefallen lassen, denn auch sie verkennt die Umweltrelevanz des erneuerbaren Rohstoffs Papier, der in Europa mit einer (wachsenden) Quote gesammelt und recycelt wird. Der ökologische Fußabdruck digitaler Lösungen werde dagegen kaum berücksichtigt, obwohl Rechenzentren, Server etc. einen extremen Energieverbrauch haben und auch digitale Endgeräte gleichzeitig für jede Menge Elektroschrott sorgen.

Auf nationaler Ebene wird über diese Thematik schon länger diskutiert und der *Druckmarkt* begleitet diese Diskussionen. Jetzt ist das Thema offenbar auch in Europa angekommen. Gut so, denn Print muss sich gegen »Digital only«-Forderungen zur Wehr setzen und massiv aufklären – bis hinein in die europäische Politik.



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

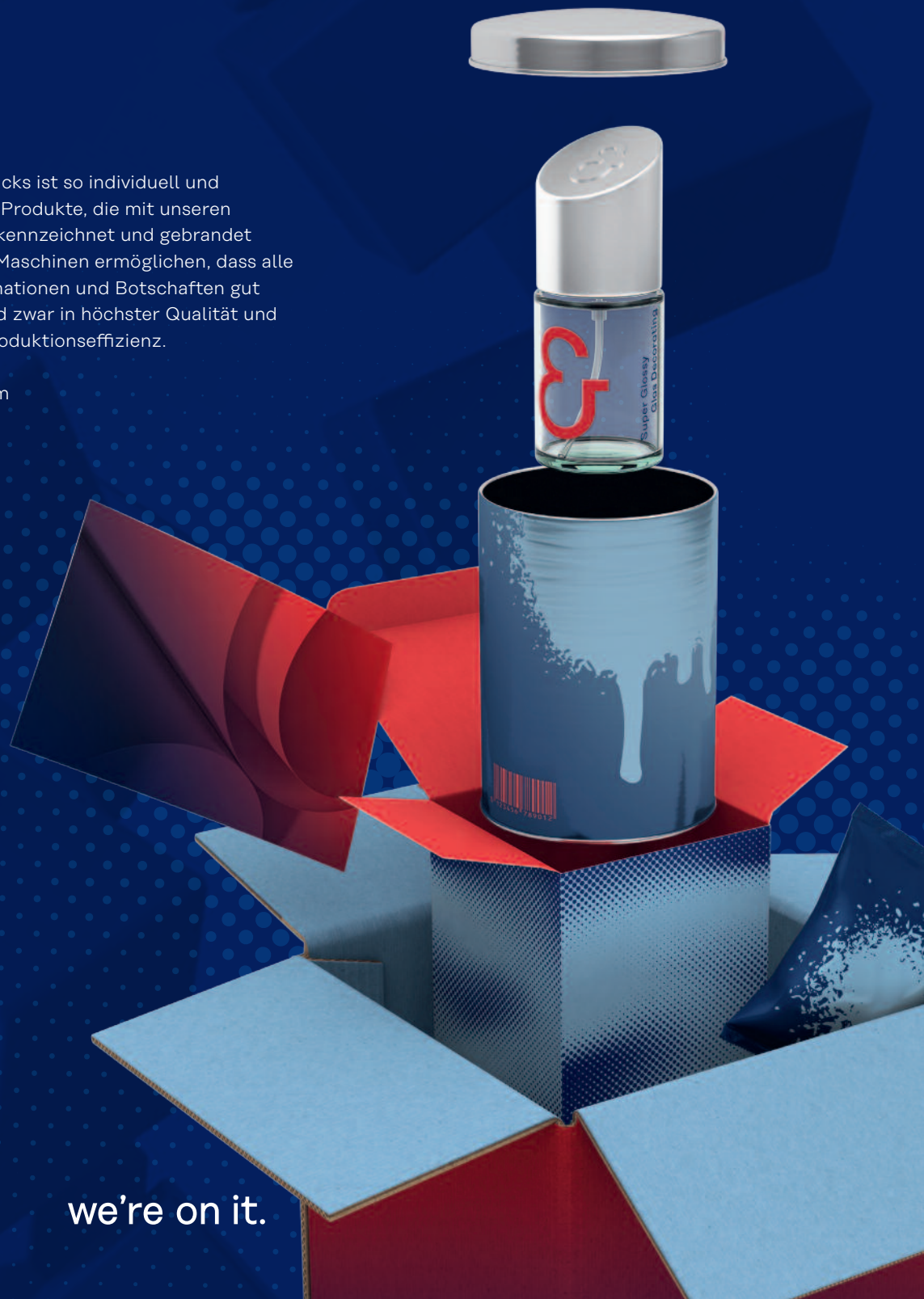
Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur *Druckmarkt*

KOENIG & BAUER

Exceeding Print – because it's more than just an impression

Die Welt des Drucks ist so individuell und vielseitig wie die Produkte, die mit unseren Technologien gekennzeichnet und gebrandet werden. Unsere Maschinen ermöglichen, dass alle wichtigen Informationen und Botschaften gut ankommen – und zwar in höchster Qualität und mit optimaler Produktionseffizienz.

koenig-bauer.com



we're on it.



KOENIG & BAUER

125 JAHRE DRUCKMASCHINEN AUS RADEBEUL

Am 29. September feiert Koenig & Bauer am Bogenoffset-Standort in Radebeul bei Dresden das 125-jährige Firmenjubiläum. Das Werk mit 1.800 Mitarbeitenden gilt heute als größter Maschinenbaubetrieb in Sachsen.

Hervorgegangen ist der heutige Betrieb aus der *Dresdner Schnellpressenfabrik*, die JOSEPH HAUSS und ALFRED SPARBERT 1898 auf der Blasewitzer Straße in Dresden gründeten. Schon zwei Jahre später erfolgte die Umsiedlung nach Brockwitz und 1911 nach Radebeul-Naundorf, wo sich auch heute der Firmensitz befindet.



Ein Teil der Mitarbeiter haben sich auf dem Werksgelände in Radebeul zu einer 125 formiert.

Innovative Lösungen für die Druckindustrie

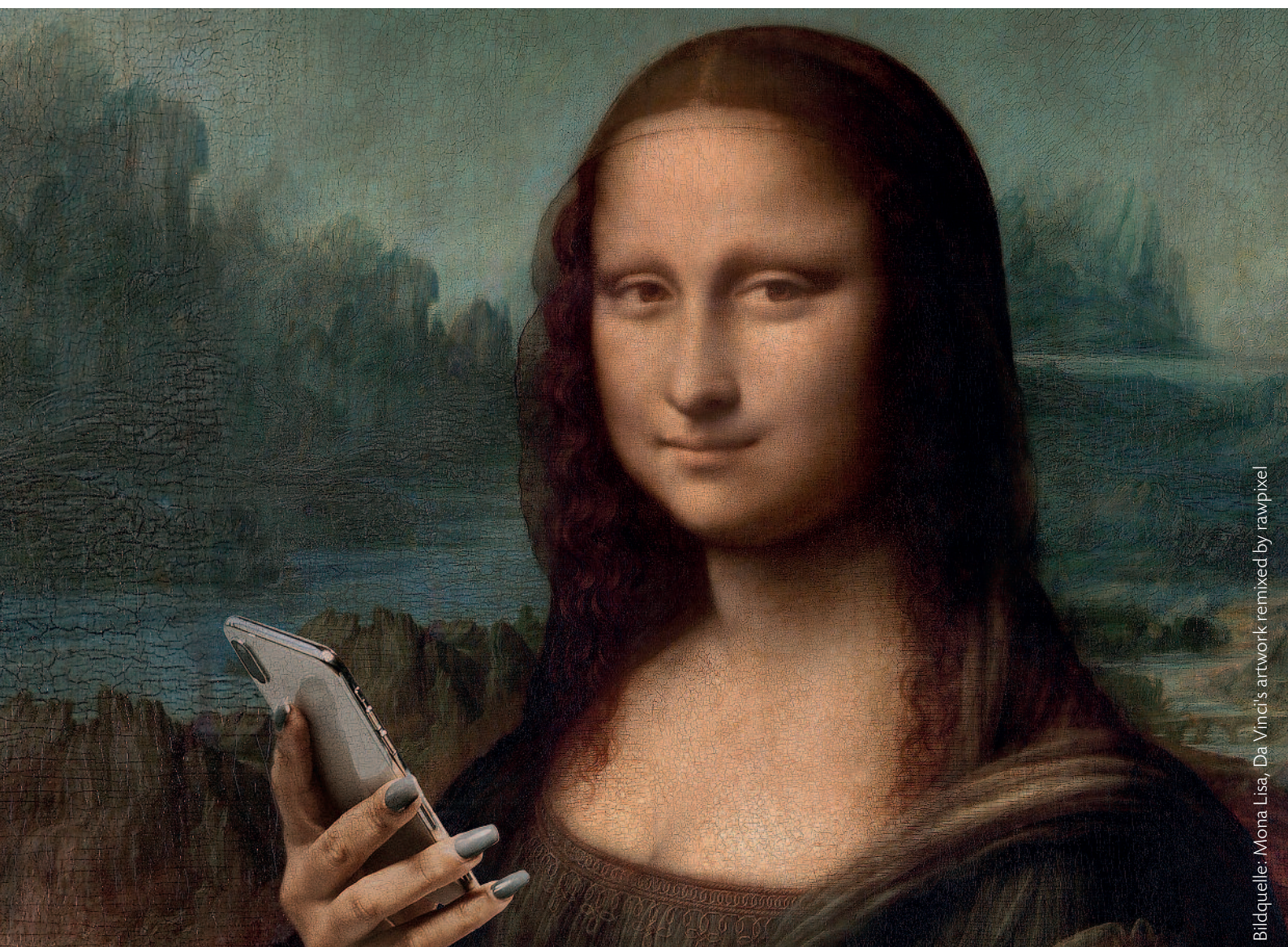
Von Anfang an erregte das Unternehmen mit innovativen Lösungen auf dem Weltmarkt Aufsehen. Es begann mit einer ›Vorrichtung zur Bewegung des Druckfundaments von Schnellpressen‹, dem sogenannten Planetenantrieb, der über Jahrzehnte namensgebend für die Produkte und ab 1938 auch für das ganze Unternehmen gewesen ist. 1932 lieferte *Planeta* die erste Vierfarben-Bogenoffsetmaschine der Welt. 1965 entwickelten die Radebeuler Druckmaschinenbauer die Aggregatbauweise für Bogenoffsetmaschinen. Diese Bauweise hat sich herstellerübergreifend durchgesetzt und ist im Druckmaschinenbau bis heute Standard.

In 125 Jahren Standortgeschichte galt es natürlich auch, Tiefen zu überwinden. Dazu gehörten zwei Weltkriege, Inflation, mehrere Währungsumstellungen, die Planwirtschaft in der DDR, der nachfolgende Unternehmensumbau auf marktwirtschaftliche Verhältnisse sowie die verheerende Elbeflut 2002. Immer wieder stand die Belegschaft zu ihrem Unternehmen – mit Herzblut, Geschick und vielen guten Ideen, mit denen sie den grafischen Maschinenbau voranbringen.

Lesen Sie die ganze Story ab Seite 22.

DRUCK- UND PAPIERVERBÄNDE

Vereint gegen ›digital only‹ in der Gesetzgebung



Bildquelle: Mona Lisa, Da Vinci's artwork remixed by rawpixel

Digitale Dokumente werden in der europäischen Gesetzgebung und Kommunikation immer mehr zur Standard-Option. Gegen diesen ›Digital-Only‹-Ansatz haben sich nun die führenden europäischen Verbände der Druck- und Papierindustrie, *Intergraf*, *CEPI*, *UNI Europa Graphical & Packaging*, *FEPE* und *IndustriAll Europe*, zusammengetan und eine gemeinsame Erklärung abgegeben, in der sie ihre Bedenken über die zunehmende Förderung digitaler Kommunikation als Standardoption in der europäischen Gesetzgebung zum Ausdruck bringen.

Auf nationaler Ebene wird schon länger darüber diskutiert und der Druckmarkt hat es in den letzten Ausgaben immer wieder thematisiert. Jetzt ist es offenbar auch in Europa angekommen. Das ist auch gut so, denn Print muss Position beziehen und darf sich nicht länger als Schmutzfink anprangern lassen.

In dem Statement von *Intergraf* (europäischer Dachverband der Druckindustrie), *CEPI* (Verband der europäischen Papierindustrie), *UNI Europa Graphical & Packaging* (Verband der Arbeitnehmer der Grafik- und Verpackungsindustrie), *FEPE* (Verband für Briefumschläge, Leicht- und E-Commerce-Verpackungen in Europa) und *IndustriAll* (Interessensvertretung der Angestellten in der Industrie in Europa) wird darauf verwiesen, dass die Betonung des digitalen Wandels durch die EU-Kommission in zahlreichen Gesetzgebungen bereits zur umfangreichen Abschaffung gedruckter Papierprodukte geführt habe.

Missverständener digitaler Wandel

»Auch wenn wir die Bedeutung des digitalen Wandels anerkennen«, schreiben die Verbände, seien Verweise auf die Abschaffung gedruckter Papierprodukte in EU-Rechtsvorschriften eine bedauerliche Folge missverständenen digitalen Wandels. So wird der Weg, Digitales zum Standard zu erheben und Kommunikation ausschließlich digital anzubieten, als »nicht neutral« bewertet. Das widerspreche digitaler Fairness und dem Recht auf Zugang zu Informationen für jedermann. Für eine inklusive Kommunikation, die die Grundrechte auf Zugang zu Informationen für alle respektiert, ist Print unverzichtbar.

So könne die einseitige »Förderung digitaler Technologien gegenüber gedrucktem Papier zu sozialer Ausgrenzung führen«, was im Besonderen ältere Menschen, Menschen mit Behinderung, begrenztem Einkommen oder ohne digitale Fähigkeiten – und damit mehr als ein Drittel der EU-Bürger – betreffe.

Mehrere Studien haben gezeigt, dass das Lesen in gedruckter Form im Vergleich zum digitalen Lesen pädagogische Vorteile hat und zu einem besseren Verständnis führt. Politische Entscheidungsträger sollten daher bedenken, dass die wahllose Förderung des Digitalen gegenüber dem Druck nicht neutral ist und in manchen Fällen sogar schädlich sein kann.

Wer sich also ausschließlich auf digitale Kommunikation konzentriert, geht zugleich auch soziale und wirtschaftliche Risiken ein, resümieren die Verbände.

Nachhaltigkeit von Papier und Druck

In der gemeinsamen Erklärung geht es den Verbänden aber nicht nur um die Teilhabe, sondern auch um die Nachhaltigkeit von Papier und Druck.

Bei den politischen Entscheidungsträgern habe sich offenbar der Irrglaube verbreitet, Papier und Druck-Erzeugnisse seien umweltschädlich oder gar entbehrlich. Dies habe zu Gesetzestexten geführt, in denen die Digitalisierung als beste Lösung (zum Nachteil von bedrucktem Papier) propagiert wird.

»Die digitale Technik wird immer wieder als völlig saubere Technologie dargestellt, ohne dass ihr ökologischer Fußabdruck zur Kenntnis genommen wird«, heißt es in dem Statement. »Die Unterstellung, dass Papier mit Umweltverschmutzung in Verbindung gebracht wird, verkennt die starke Umweltrelevanz von Papier. Drucksachen basieren auf dem erneuerbaren Rohstoff Papier, der in Europa mit einer (wachsenden) Recyclingquote von 71,4% hergestellt, gesammelt und recycelt wird. Diese Referenzen sollten bei der politischen Entscheidungsfindung nicht außer Acht gelassen werden.«

Der ökologische Fußabdruck digitaler Lösungen werde dagegen kaum berücksichtigt, obwohl Rechenzentren, Server etc. einen extremen Energieverbrauch haben und gleichzeitig für jede Menge Elektroschrott sorgen. Zudem würden dadurch »irreführende Stereotypen gegenüber Papier aufrechterhalten, die den Printmedien und ihren Branchen schaden und nicht auf wissenschaftlichen Erkenntnissen basieren«.

Druckindustrie nimmt Schaden

Das Befürworten von Digital-First- beziehungsweise Digital-Only-Ansätzen wirke sich, wie die Verbände weiter ausführen, zudem negativ auf die Unternehmen der Druckindustrie aus, die mit ihren Produkten jedoch einen wichtigen Beitrag für Wachstum, Demokratie, (Meinungs-)Bildung und Inklusion leisten. Stattdessen würde großen digitalen Unternehmen, die ihren Hauptsitz meist außerhalb der EU haben, auf Kosten lokaler Unternehmen noch mehr Macht verliehen.

Die unterzeichnenden Verbände haben daher vier grundlegende Empfehlungen vorgelegt:

- Wir fordern die politischen Entscheidungsträger der EU auf, in der europäischen Gesetzgebung keinen Standard-Digital- oder Digital-Only-Ansatz umzusetzen.
- Gedrucktes sollte immer gleichwertig zur digitalen Kommunikation betrachtet werden.
- Die EU-Gesetzgebung sollte den ökologischen und recycelbaren Wert von Papierprodukten stets im Zusammenhang mit der aktuellen Klimakrise berücksichtigen.
- Die EU-Gesetzgebung sollte alle relevanten Aspekte berücksichtigen, die (insbesondere) die Kreislaufwirtschaft, die Integration und die Wahlfreiheit betreffen.

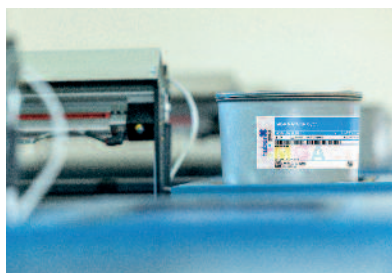
Zur ausführlichen gemeinsamen Erklärung der Verbände im englischen Original-Wortlaut:

> www.intergraf.eu/images/pdf/202309_JointStatement_Digital_is_not_neutral.pdf



DRUCKFARBEN

hubergroup stellt sich neu auf und kürzt 300 Stellen



Ziel ist es nach Informationen des Unternehmens, die gesamte Gruppe weiterzuentwickeln und in Zentral-Europa zurück zu profitablen Wachstum zu führen. Die Neuaufstellung werde von dem Gedanken geleitet, Überkapazitäten abzubauen, Lieferwege zu verkürzen und nahe am Kunden zu operieren. Dafür seien umfangreiche Prozessveränderungen notwendig, die wohl zum Verlust von voraussichtlich 300 Arbeitsplätzen in Deutschland führen werden. Die beiden Standorte in Kirchheim und Celle sollen erhalten bleiben.

Aufgrund des Wandels hin zu Online ging der für die hubergroup entscheidende europäische Markt für Druckfarben für Print-Medien zwischen den Jahren 2016 und dem ersten Quartal 2023 um etwa 50% zurück. Dies hätte vom vergleichsweise niedrigen Wachstum bei Verpackungsdruckfarben im gleichen Zeitraum nicht aufgefangen werden können. Bereits erfolgreich umgesetzte Optimierungsmaßnahmen der hubergroup seien daher vom Mengenverfall mehr als aufgezehrt.

Die unvorhersehbaren multiplen Krisen der letzten Jahre (Pandemie, Lieferkettenkrise, Ukraine-Krieg, Sanktionspolitik, etc.) hätten das Marktumfeld der hubergroup weiter verschlechtert. Zugleich verschob sich das Wachstum von Europa in andere Märkte, vor allem nach Asien. Hier rechnen Experten bis 2031 mit einem Wachstum des Marktes an Druckfarbe von 5,2% pro Jahr.

SHORTCUTS

168 junge Menschen beginnen dieser Tage bei **Koenig & Bauer** ihre Lehre. Gegenüber den Vorjahren hat der Druckmaschinenhersteller seine Ausbildungsplätze und die Praxisstellen für duale Studiengänge nahezu verdoppelt.

Nach dem ZUPI-Index von **zipper consulting** sind die Preise bei den Onlinedruckereien im 2. Quartal 2023 weiter gestiegen. Im Druckschnitt lagen die Preise bei einem Warenkorb von neun Anbietern im Durchschnitt um 24,9% höher.

Die **EsserDruck Solutions GmbH** in Ergolding wurde rückwirkend zum 1. Januar 2023 mit der in Bretten ansässigen **Esser printSolutions GmbH** verschmolzen. Das Unternehmen produziert an beiden Standorten.

Seit 25 Jahren ist das **Koehler Paper Werk** in Greiz mit der Produktion farbiger Recyclingpapiere und -kartons Teil der **Koehler-Gruppe**. Das Jubiläum wurde in Greiz entsprechend gefeiert.



INTRALOGISTIKLÖSUNGEN FERAG KAUFT SOFTWAREANBIETER

Die Schweizer **Ferag AG**, Hinwil, hat den australischen Softwareanbieter **dereOida**, Sydney, erworben, um Gesamtlösungen für alle intralogistischen Anforderungen anbieten zu können. **dereOida** ist im Bereich der Lagerautomatisierungssoftware aktiv.

doWarehouse, das Flaggschiffprodukt von **dereOida**, bietet eine ganzheitliche Sicht auf das gesamte Lager, heißt es in einer Pressemitteilung. Es revolutioniere das Sortiermanagement, ersetze umständliche Tabellenkalkulationen und optimiere die Nutzung der Lagerfläche.

Die Schweizer **Ferag** ist für ihre Versandraumsysteme bekannt, hat aber in den vergangenen Jahren den Fokus auf andere Branchen gerichtet, um intralogistische Gesamtlösungen im E-Commerce und Omnichannel anzubieten. Das seit über 65 Jahren am Markt agierende Familienunternehmen ist in über 20 Ländern vertreten und beschäftigt weltweit rund 600 Mitarbeitende.

VERTRIEBSKOOPERATION Fujifilm: Vertrieb von Lüscher-CtP-Belichter

Fujifilm hat auf der **Labelexpo Europe** in Brüssel eine Partnerschaft mit dem Schweizer CtP-Hersteller **Lüscher Technologies** bekannt gegeben. **Fujifilm** erhält einen globalen Vertriebsvertrag für die **Lüscher-Plattenbelichter MultiDX** und **Xpose**.

Die beiden Belichtermodelle bieten Auflösungsoptionen bis zu 10.160 dpi. Die Druckplatten werden bei der Belichtung nicht bewegt. Als weitere Vorteile nennt **Fujifilm** eine konstante Geschwindigkeit bei jeder Plattenstärke, keine Spannschienen oder zeitaufwendiges Aufkleben der Platten und kein Risiko der Ablösung der Druckplatten während der Belichtung. Darüber

hinaus arbeitet die Laserdiodentechnologie von **Lüscher** auch bei allen Ablationsplatten (Flexodruck- und Buchdruckplatten, Ablationsfolien) in einem Bereich von 980 nm.



Durch die seit Anfang des Jahres bestehende Partnerschaft von **Fujifilm** mit **Hybrid Software** stehen mehrere für die **Lüscher-CtP**-Technologie optimierte Hybrid-RIP-Optionen zur Verfügung.

TIEFDRUCK TSB-Gruppe übernommen

Die französische *Riccobono-Gruppe* hat die Übernahme der *TSB-Gruppe*, einem der wenigen verbliebenen deutschen Illustrations-Tiefdruckunternehmen, abgeschlossen. Das gaben die beiden Unternehmen jetzt offiziell bekannt. *TSB* produziert den Angaben zufolge mit rund 300 Mitarbeitern auf insgesamt sechs großformatigen Tiefdruckmaschinen unter anderem Zeitschriften, Kataloge und Prospekte für Verlage sowie den Versand- und Onlinehandel. Spezialisiert ist das Unternehmen auf hochauflagige Drucke für die Märkte in Deutschland, Benelux, Großbritannien und Frankreich. *Riccobono* baut im Zuge der Übernahme die internationalen Aktivitäten weiter aus.

Durch diese Akquisition werde die *Riccobono-Gruppe* mit über 3.000 Mitarbeitern zum größten Tiefdruckunternehmen Europas. Die Übernahme gehe gleichzeitig mit einem Umstrukturierungsplan einher. Dieser ermögliche die sozialverträgliche Anpassung der vorhandenen Kapazitäten an die Entwicklung des deutschen Marktes, schreibt *Riccobono* in einer Mitteilung. Nähere Angaben dazu machte das Unternehmen nicht.

SHORTCUTS

Die *Ringier Axel Springer Schweiz AG* (*RASCH*) ist Geschichte. *Springer* verlässt die Schweiz, *Ringier* übernimmt alle Anteile. Künftig werden die bisherigen *RASCH*-Titel und die *Blick-Gruppe* als *Ringier Medien Schweiz* unter einem Dach vereint.

Am 1. September 2023 starteten rund 150 junge Frauen und Männer ihre Ausbildung oder ihr duales Studium bei *Heidelberg*. Die Erfahrung der letzten Jahre zeigt, dass 98% von ihnen nach erfolgreichem Abschluss im Unternehmen bleiben.

Lange Zeit schien es für den Onlinehandel nur eine Richtung zu geben: Aufwärts. Doch das scheint vorbei zu sein. Inzwischen bekommen auch Onlineriesen wie *Amazon*, *Otto* oder *Zalando* die Konsumflaute zu spüren. Im ersten Halbjahr 2023 lagen die Umsätze im E-Commerce nach Angaben des Branchenverbandes *bevh* um 13,7% unter Vorjahresniveau. Trotz des Rückgangs liegen die Umsätze aber noch über dem Vor-Corona-Niveau.

EMAIL STATT PAPIER VORGESCHOBENE UMWELT-ARGUMENTE

Viele Marken und Organisationen stellen ihre Kundenkommunikation von Papier auf digitale Kanäle um und heben die Umweltfreundlichkeit der Maßnahme hervor. Doch viele Kunden vermuten dahinter eher grüngewaschene Kosteneinsparungen.



Unter Greenwashing ist eine Praxis zu verstehen, bei der sich ein Unternehmen oder seine Handlungen nachhaltiger darstellt, als dies den tatsächlichen Umständen entspricht. Dadurch werden Verbraucher getäuscht.

Viele Kunden glauben nicht, dass Unternehmen ihre Kommunikation der Umwelt zu liebe von Papier auf digitale Nachrichten umstellen. Viel mehr vermuten sie meist, dass Kostengründe ausschlaggebend sind und die Maßnahme lediglich als ›grün‹ verkauft wird. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage, die von *Two Sides*, dem internationalen Lobbyverband der Papier- und Druckindustrie, unter 10.000 Menschen in 16 Ländern durchgeführt wurde.

55% der Verbraucher sind demnach der Meinung, dass der wahre Grund für die Umstellung von Papier auf elektronische Rechnungen und Kontoauszüge durch einen Dienstleister meist darin besteht, Kosten zu sparen. Dieser Anteil stieg seit dem Jahr 2021 (49%). Selbst wenn die Verbraucher gezwungen sind, auf die digitale Variante umzusteigen, sind 62% der Befragten der Meinung, dass sie für den Erhalt einer Papierrechnung oder eines Kontoauszugs keine höheren Gebühren zahlen sollten.

Die Umfrage ergab auch, dass 76% der europäischen Verbraucher der Meinung sind, dass sie das Recht haben sollten, zu

wählen, wie sie Mitteilungen erhalten. Die Gewährleistung einer Wahlmöglichkeit unterstützt nicht nur die Mündigkeit der Verbraucher, sondern stellt auch sicher, dass Menschen, die keinen Zugang zu digitalen Informationen haben, nicht benachteiligt werden.

Dabei sind 56% der Verbraucher besorgt darüber, dass ihre persönlichen Daten im Netz gehackt werden.

Allerdings geht die Mehrheit der Verbraucher davon aus, dass digitale Kommunikation umweltfreundlich ist. Die Umweltauswirkungen werden dabei jedoch meist übersehen.

Auf die Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) entfallen 5 bis 9% des Stromverbrauchs, was mehr als 2% der weltweiten Treibhausgasemissionen entspricht. Bleibt der Fußabdruck der IKT unberührt von Nachhaltigkeits-Maßnahmen, könnte er bis 2040 auf 14% der weltweiten Emissionen ansteigen.

Dagegen ist der Druck- und Papiersektor in Europa mit 0,8% einer der kleinsten industriellen Treibhausgasemittenten.

CEWE Zunahme im Online-Druck

Die Cewe Stiftung steigerte im 1. Halbjahr 2023 Umsatz und Ertrag um satte 10,7% beziehungsweise 2,2 Mio. €. Der Umsatz der Gruppe legte deutlich um 29 Mio. € auf 299,9 Mio. € zu.

Maßgeblich getragen wird den Cewe-Zahlen zufolge der Ertragszuwachs vom Geschäftsfeld Foto-finishing (+2,9 Mio. € EBIT) und dem kommerziellen Online-Druck (+1,0 Mio. € EBIT).

Mit der Entwicklung der ersten sechs Monate liegt Cewe auf Kurs. Das Management prognostiziert für die Gruppe einen Umsatz von bis zu 780 Mio. €.

SAPPI Keine Preis- Erhöhungen

Sappi Europe will die Preise für holzfreie gestrichene Papiere bis Jahresende nicht weiter erhöhen. Das sicherte jetzt der Papierhersteller zu. Damit wolle das Unternehmen Unsicherheiten in der Lieferkette vermeiden. Für die Kunden soll damit das geschäftsträchtige vierte Quartal besser kalkulierbar werden, so Sappi.

RTL DEUTSCHLAND Beef wird eingestampft

Die Liste der von RTL-Group-CEO THOMAS RABE eingestellten Magazine des früheren Verlagshauses Gruner + Jahr



wird länger. Bisher fielen mehr als 20 Magazine dem Rotstift zum Opfer. Jetzt soll auch das Food-Magazin Beef eingestellt werden. Und das trotz einer Auflage von 45.000 Exemplaren und 25.000 Abo. Die letzte Ausgabe des preisgekrönten Männer-Koch- und Grillmagazins mit Kultstatus soll im Oktober 2023 erscheinen.

Der Titel 11 Freunde geht jedenfalls wie erwartet an den Spiegel Verlag, der den Mehrheitsanteil von 51% an dem Fußball-Magazin übernimmt.

Nachdem die Übernahme des Kunstmagazins Art durch den Spiegel-Verlag geplatzt ist, verbleibt der Titel im Magazinportfolio von RTL.

NPG ÜBERNIMMT Schwäbisches Tagblatt

Die Neue Pressegesellschaft GmbH, Ulm, wird vorbehaltlich der kartellrechtlichen Freigabe des Kartellamts mit Wirkung zum 1. Januar 2024 sämtliche Anteile des Verlags Schwäbisches Tagblatt GmbH in Tübingen übernehmen. Die Neue Pressegesellschaft ist bereits seit 19 Jahren Minderheitsgesellschaft der Tübinger Verlags.

ARCUS CAPITAL MEHRHEIT AN DER AZ DRUCK UND DATENTECHNIK

Die Beteiligungsgesellschaft Arcus Capital AG aus München erwirbt gemeinsam mit dem Portfoliounternehmen Pinsker Druck und Medien GmbH die Mehrheit an der AZ Druck und Datentechnik GmbH aus Kempten.

Das Allgäuer Unternehmen wurde 1998 als 100%-iges Tochterunternehmen des Allgäuer Zeitungsverlages gegründet und hat sich seither zu einem der erfolgreichsten Spezialdruckhäuser Deutschlands entwickelt. Produziert werden als Verlagsdienstleister und Partner der Industrie Bücher, Bildbände, Broschüren, Kunstkalender und andere hochwertige Geschäftsdrucksachen. Mit rund 150 Mitarbeitern erwirtschaftet die AZ Druck und Datentechnik einen Jahresumsatz in zweistelliger Millionenhöhe.



Die mehrstufige Druckerei aus dem Allgäu ist bereits das fünfte mittelständische Druckunternehmen aus Süddeutschland, das Arcus Capital AG in sein Portfolio integriert: »Die AZ Druck und Datentechnik entspricht zu 100 Prozent unseren Vorstellungen eines gesunden und profitablen Druckunternehmens. Zudem gibt es Gemeinsamkeiten mit den anderen Unternehmen aus unserer Print-Gruppe, weshalb wir Kompetenzen bündeln und Synergien freisetzen können«, sagt STEFAN EISHOLD, CEO der Arcus Capital AG.



»Wir haben uns für die Kooperation mit Arcus und Pinsker entschieden, um den nächsten Schritt in der Entwicklung unseres Unternehmens zu machen. Arcus bringt ein funktionierendes Netzwerk aus der Druckindustrie sowie ein tiefes Verständnis der heutigen und zukünftigen Bedürfnisse der Kunden mit. Das war für uns ein entscheidendes Argument«, erläutert GÜNTHER HARTMANN, Geschäftsführer der Kemptener AZ Druck und Datentechnik GmbH.

GESCHRUMPFTE PRIVATVERMÖGEN

Der weltweite Wohlstand geht um 2,4% zurück – Schweizer sind Spitzenreiter



Laut Global Wealth Report ist das weltweite Privatvermögen erstmals seit 2008 geschrumpft. Damals war die Bankenkrise, heute ist Krieg und Inflation. Das Privatvermögen ist jedenfalls seit vergangenem Jahr um 2,4% auf 454 Billionen US-Dollar gesunken. Die Schweiz liegt bei den Privatvermögen übrigens weiterhin ganz vorn: Pro Person liegt der Durchschnittswert bei 685.000 \$. Darin ist neben Geld und Wertpapieren auch der Immobilienbesitz enthalten. In Deutschland sind es 256.000 \$. Und wie das bei Durchschnittswerten beim Wohlstand so ist, gibt es auch Menschen, die von solchen Beträgen meilenweit entfernt sind.

AGFA OFFSET SOLUTIONS HEISST JETZT ECO3

**NEUER NAME.
DERSELBE GROSSARTIGE WERT
UND SERVICE.**

ECO3 (ehemals Agfa Offset Solutions) ist ein weltweit führender Anbieter von Druckvorstufensystemen für die Druckindustrie. Akzidenz-, Zeitungs- und Verpackungsdrucker verlassen sich auf uns, denn wir bieten das umfassendste Angebot an integrierten Lösungen, von Druckplatten und Computer-to-Plate-Systemen über Workflow- und Druckmanagementsoftware bis hin zu Chemikalien für den Drucksaal.

Unsere Lösungen sind so konzipiert, dass sie in jeder Phase des Druckprozesses höhere Produktivität, niedrigere Kosten und umweltfreundlichere Ergebnisse liefern.

www.ECO3.com

**YOU
PRINT.
WE
CARE.**



BUCHHANDEL STAGNATION AUF HOHEM NIVEAU

Nach den Zahlen des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels wurden im Buchhandel 2022 über sämtliche Vertriebswege etwa 9,4 Mrd. € umgesetzt. Zwar lagen die Umsatzzahlen im Pandemiejahr 2021 mit 9,63 Mrd. € höher, doch hat Corona das Geschäft mit Büchern nicht nachhaltig belebt. Noch zwischen 2010 und 2018 war der Umsatz des Buchhandels rückläufig, die Einnahmen fielen vom Höchststand von 9,73 Mrd. € um 600 Mio. € auf 9,13 Mrd. € im Jahr 2018. Im Jahr 2021 konnte der Buchmarkt allerdings nahezu wieder das Rekordhoch

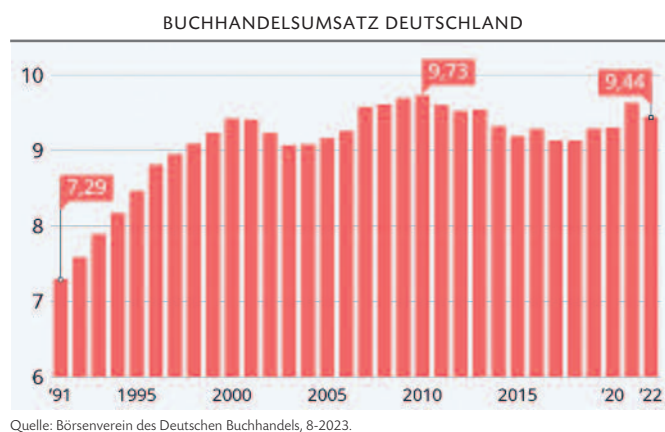
von 2010 erreichen, was auch den Ausgangsbeschränkungen während der Pandemie geschuldet sein dürfte, die nahezu jede Art des heimischen Medienkonsums angekurbelt hatten. 2022 gingen die Umsätze im Buchhandel um knapp 2% zurück. Die größten Einbußen gab es beim Versandbuchhandel (-28,1%), bei Buchgemeinschaften (-23,8%) und im Internethandel (-12,6%). Der ortsgebundene Sortimentsbuchhandel hingegen scheint wieder zu florieren. 2022 wurden in den Ladengeschäften 5%

mehr als im Vorjahr und etwa 4 Mrd. € umgesetzt, was knapp 42% des Gesamtumsatzes entspricht. Der Umsatz im Internetbuchhandel, zu dem auch das Online-Geschäft der Händler zählt, ging dagegen um 12,6% zurück.

Der Umsatz mit E-Books wuchs 2022 nach einem vorübergehenden Anstieg während der Pandemie nicht weiter und stagnierte mit -0,2%. Damit entfielen im vergangenen Jahr 6,0% der Umsätze auf dem Publikumsmarkt (ohne Schul- und Fachbücher) auf E-Books. 3,0 Millionen Menschen kauften E-Books, das sind rund 400.000 weniger als 2021. Demgegenüber ist das Hörbuch weiter auf Wachstumskurs. Der Umsatz ist im Vergleich zum

Vor-Pandemie-Jahr 2019 um 35,2% gestiegen: von 2021 auf 2022 um 6,6%.

Aus europäischer Sicht ist Deutschland einer der wichtigsten Märkte für den Handel mit Büchern. 2021 betrug der Gesamtumsatz im Buchmarkt in Europa laut der *Federation of European Publishers* etwa 24 Mrd. €, wovon etwa 41% auf die Bundesrepublik entfielen. Auch hinsichtlich der Verlage mit den höchsten Umsätzen ist Deutschland ein globaler Player: 2021 lag Bertelsmann mit einem Umsatz von 4,1 Mrd. € auf dem dritten Platz weltweit hinter den US-Verlagen RELX Group und Thomson Reuters.



KONJUNKTUR SEPTEMBER STABIL AUF NIEDRIGEM NIVEAU

Im September 2023 stabilisierte sich das saison- und kalenderbereinigte Geschäftsklima der deutschen Druck- und Medienbranche über dem Vorjahresniveau

Im September bewerteten die vom *ifo Institut* befragten Entscheider ihre Geschäftslage besser als im Vormonat. Analog dazu stiegen auch die Erwartungen hinsichtlich der Ge-

schäftsentwicklung der nächsten sechs Monate an. Die Werte für das Geschäftsklima steigen daher gegenüber dem Vormonat an. Der Geschäftslageindex brach im September zwar den Negativtrend der letzten drei Monate, lag jedoch weiterhin unter dem Vorjahresniveau. 53% bewerteten die Geschäftslage ihres Unternehmens im September als neutral, 16% positiv und 31% negativ. Geprägt wurden die Beurteilungen von den weiterhin geringen Auftragsbeständen und einer Verschlechterung der Ertragslage. 56% bewerteten ihre Auftragslage im September als zu gering ein, während 42% eine neutrale Bewertung abgaben. Zusätzlich belastet die Ertragslage die Druckereien.

Die Erwartungen hinsichtlich der zukünftigen Geschäftslage stiegen im September. Jedoch gaben nur 10% Unternehmen an, eine signifikante Besserung ihrer Geschäftslage in den nächsten sechs Monaten zu erwarten. 53% gingen von einer gleichbleibenden Lage aus, während 37% mit einer Verschlechterung rechnen.

59% der Betriebe erwarten eine gleichbleibende Produktionstätigkeit in den nächsten drei Monaten, während 26% sinkende Produktionszahlen erwarten. Auch die Kostensituation der Betriebe ist weiterhin angespannt und dürfte die Gewinnmargen der Betriebe weiter belasten.

> www.bvdm-online.de/kt

ELEFANTENHOCHZEIT

Smurfit Kappa und Westrock fusionieren

Der irische Verpackungshersteller *Smurfit Kappa* und sein US-Rivale *Westrock* haben ihre Fusionsabsichten bestätigt. Der größte europäische und das zweitgrößte US-Verpackungsunternehmen planen demnach eine Fusion zu einem neuen Verpackungsriesen. Der neue Konzern wäre nach Umsatz die Nummer eins der Branche.

Smurfit Kappa und *Westrock* erzielten in den letzten zwölf Monaten zusammen einen Umsatz von rund 34 Mrd. US-Dollar. Der neue Konzern *Smurfit Westrock* werde seinen weltweiten Hauptsitz in Dublin haben und an der New Yorker Börse notiert sein.

ÜBERNAHME

Durst verstärkt nachhaltige Drucklösungen mit Aleph

Die *Durst Group*, Hersteller digitaler Druck- und Produktionslösungen, hat *Aleph Srl*, den Vorreiter von nachhaltigen digitalen Lösungen für Textilien und Innen- und Außendekorationen, übernommen. Mit diesem Schritt will die *Durst Group* ihre Position bei wasserbasierten nachhaltigen Drucktechnologien ausbauen.

Im Jahr 2000 in Lurate Caccivio (Como) gegründet, hat *Aleph* in den letzten 20 Jahren den Weg von einer Softwarefirma und Anbieter von Verbrauchsmaterialien für die Textilindustrie zum Hersteller innovativer digitaler Drucksysteme mit wasserbasierten Technologien durchlaufen. Heute erwirtschaftet das Unternehmen mehr als 60% seines Umsatzes außerhalb von Italien in über 20 Ländern.

In den letzten Jahren haben die Märkte für digitale Drucktechnologien mit wasserbasierten Tintenanwendungen ein rasantes Wachstum erlebt, das durch die steigende Nachfrage nach umweltfreundlichen und individualisierbaren Produkten verstärkt wird. Um diesen Markttrend gerechtzuwerden, sind nicht nur Hochleistungs-Drucksysteme mit umweltfreundlichen Tintensystemen notwendig, sondern auch umfangreiche Prozess-Kenntnisse und integrierte Softwarelösungen, die beide Unternehmen durch den Zusammenschluss zusammenführen.

SHORTCUTS

Der **Heraeus-Konzern** veräußert sein Spezialgeschäft **Heraeus Noblelight** an die US-amerikanische **Excelitas Technologies Corp.** in Massachusetts. *Heraeus Noblelight* ist einer der Technologieführer für Lichtquellen im Wellenlängenbereich von Ultraviolett bis Infrarot. Der offizielle Abschluss der Transaktion wird zum Jahresende 2023 erwartet.

Die **Durst Group** baut ihre Partnerschaft mit **Omet**, einem Hersteller von Etikettendruckmaschinen, aus. Das künftige *Durst-Portfolio* bei Etiketten und Verpackungen wird um Hybrid-drucksysteme erweitert, die die Unternehmen gemeinsam entwickeln und herstellen wollen.

Wien bleibt im Rahmen der Neuausrichtung der **Heidelberger Druckmaschinen AG** weiterhin der Hub für die Region »Eastern Europe« und steuert von dort die Geschäfte mit Druckmaschinen und Verbrauchsmaterial sowie den Service.

SUCHMASCHINEN

SEIT 25 JAHREN WIRD GEGOOGLT

Als *Google* am 4. September 1998 gegründet wurde, waren damals noch eher spärliche Online-Informationen vorwiegend über Katalogseiten wie *Yahoo* erschlossen, die ähnlich wie ein Branchenbuch funktionierten.

Dagegen war die Idee der *Google*-Gründer LARRY PAGE und SERGEY BRIN revolutionär: Sie hielten Treffer für relevanter, wenn es für sie mehrere Verlinkungen gibt. Auch wenn PAGE und BRIN lange auf Geldgeber für die als »Spinnerei« abgewertete Idee warten mussten, schlug die Suchmaschine schnell zuvor populäre Programme wie *AltaVista*. Heute kommt *Google* bei den Suchmaschinen auf einen Marktanteil von rund 91% in Deutschland, weit vor dem zweitplatzierten Angebot *Bing* von *Microsoft* (5%). Weltweit liegt der Marktanteil aktuell bei rund 92%. Mittlerweile gehen bei *Google* rund 3,5 Milliarden Suchanfragen am Tag ein.

Aus der Suchmaschine ist in den vergangenen 25 Jahren ein Konzern unter dem neuen Namen *Alphabet* entstanden, der nicht nur Informationen im Internet auffindbar macht,

sondern auch Cloud-Dienste anbietet, ein Smartphone-Betriebssystem entwickelt hat, Hardware produziert und vieles mehr.

Die Suchmaschine ist nach wie vor das Kernprodukt des Konzerns. Nur, wie lange noch? Wir können heute Sprachassistenten befragen und Chatbots geben Antworten. Da stellt sich schon die Frage, ob Suchmaschinen in Zukunft noch den Stellenwert behalten, den sie heute haben, da sich unser Suchverhalten und auch die Erwartungen verändern.

Künstliche Intelligenz könnte dazu führen, dass wir in einigen Jahren keine Stichworte mehr in Suchmaschinen eingeben und uns durch Ergebnis-Links klicken, sondern einer KI eine konkrete Frage stellen und eine ausführliche Antwort mit Quellenhinweisen erhalten, ohne im Internet zu surfen.

BEHERRSCHEND

92% Marktanteil weltweit hält *Google* bei den Suchmaschinen. In Deutschland sind es 91%.

Quelle: Bitkom

ONLINEPRINTERS

›Bester Online-Händler‹

Zufriedene Kunden haben *Onlineprinters* erneut zum ›Besten Online-Händler‹ in der Kategorie ›Druckereien‹ gewählt. Die Auszeichnung des *Handelsblatt* würdigt herausragende Leistungen im Bereich des E-Commerce und unterstreicht die Position von *Onlineprinters* in der Online-Druckindustrie. Sie wird jährlich an Unternehmen verliehen, die in ihrem jeweiligen Bereich Spitzenleistungen in Bezug auf Qualität, Kundenservice und Innovationskraft erbringen.

STUDIE

Multichannel stagniert

Der Wachstumstrend im Multichannel-Marketing stagniert erstmals seit Jahren, allerdings auf hohem Niveau. So setzen weiterhin rund zwei Drittel der Unternehmen auf digitales Marketing über eine Vielzahl von Kanälen. Der *Deutsche Dialogmarketing Verband e. V.* (DDV) hat in Kooperation mit *absolit Dr. Schwarz Consulting* die Studie ›Digital Marketing Benchmarks 2023‹ herausgegeben, die Einblicke in die Digital- und Dialogmarketingpraxis von über 5.000 Unternehmen aus der D/A/CH-Region gibt.



KOMMUNIKATION

Wochenzeitungen sind für viele unverzichtbar

Zwei Drittel der Verbraucher lesen wöchentlich kostenlose Wochenzeitungen. Diese Blätter seien ein reichweitenstarkes Trägermedium für die Angebotskommunikation. Das sind Ergebnisse aus dem neuen Prospektmonitor von *IFH Media Analytics*.

Für sie wurden im ersten Quartal 2023 in einer repräsentativen Onlinebefragung 1.260 Konsumenten mit verschiedenen Haushaltsgrößen und -nettoeinkommen befragt. Eine kostenlose Wochenzeitung ohne beiliegende Prospekte ist demnach für viele Menschen kaum denkbar: 51% geben an, dass sie die kostenfreie Zeitung im Briefkasten vermissen würden, falls sie nicht mehr erscheinen sollte. Bei Familien mit Kindern (58%) und Alleinerziehenden (63%) ist das Interesse an kostenlosen Wochenzeitungen aus dem Briefkasten noch ausgeprägter.

Auch das Zusammenspiel von einem redaktionellen Trägermedium mit Printprospekten trifft auf Zustimmung: Knapp zwei Drittel bevorzugen eine im Anzeigenblatt gebündelte Zustellung anstatt des losen Empfangs von Prospekten. Und 30% empfinden Prospekte als glaubwürdiger, wenn sie von redaktionellem Inhalt begleitet sind. Geschätzt werden in erster Linie lokale Inhalte (65%), aber auch Informationen zu Produkten und günstigen Angeboten (47%) und die beiliegenden Prospekte (41%). Die wöchentliche Zustellungsfrequenz trifft bei 60% auf Zustimmung, ebenso die Zustellung am Freitag (34%) oder Samstag (44%).

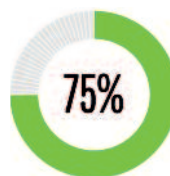
SERVICES

Persönliche Betreuung

Digitalisierung führt zu mehr Self-Service-Angeboten, die den Alltag an vielen Stellen vereinfachen und einige Prozesse auch beschleunigen – von der Buchung eines Tickets bis hin zu komplexen Vertragsabschlüssen. Doch was viele als Vereinfachung sehen, lässt andere zögern: Gerade im Servicebereich wird der persönliche Kontakt bevorzugt. Laut einer Umfrage des Telekommunikationsanbieters Freenet AG sprechen sich 62,1% für eine persönliche Betreuung aus. Bei komplexen Verträgen sind es sogar 74,7%, die eine persönliche Beratung wünschen. Der Faktor Mensch ist den Deutschen also auch im Zeitalter der immer weiter voranschreitenden Digitalisierung wichtig.

SERVICES

Bis zu rund 75% der Deutschen ziehen eine persönliche Beratung bei digitalen Services vor.



Quelle: Freenet AG

GEWINNER

Gestaltungswettbewerb für Auszubildende

Ob auf Bahnhöfen, an Bushaltestellen oder am Straßenrand: Die Vermieter von Werbeflächen versuchen, mit Plakaten Werbekunden zu gewinnen. Zu sehen sind meistens Plakate wie »Hier könnte Ihre Werbung stehen«.

Die Aufgabe für die Auszubildenden der Druck- und Medienwirtschaft war es daher, ein Plakat zu gestalten, das Werbekunden davon überzeugt, mit ihrer Werbung auf Plakatflächen Aufmerksamkeit und ihre Zielgruppe erreichen zu können.

Der 1. Platz ging an *JESSICA BAIER*, im ersten Ausbildungsjahr bei der *Formrausch GmbH* in Koblenz. Sie erhält ein Preisgeld von 750 €.



Auch wenn die Jury die kreative Idee lobte, den Schritt zur Werbung auf Werbeflächen an etwas so Großartiges und Erfolgreiches wie die Mondlandung anzulehnen, liegt das Plakat der Zweiplatzierten *AILEEN-SARAH LIEHMANN*, im zweiten Ausbildungs-



jahr bei der *Union Betriebs-GmbH* in Rheinbach, in unserer Redaktion ganz vorn. Es greift die Vorliebe vieler Werber für Online-Kommunikation auf und präsentiert selbstbewusst eine noch bessere Lösung: Print. Gleichzeitig wird ein konkreter Nutzen in Aussicht gestellt: Die Reichweite erhöhen. Die Gestaltung ist enorm reduziert und genau dadurch gelingt es, konzentriert und zu 100% die Botschaft zu transportieren.

Unique

Nehmen Sie an den
EDP Awards teil und präsentieren Sie der Welt
Ihre einzigartige Lösung.

HONOURING
BEST-IN-CLASS INNOVATIONS



AWARDS 2024

Die 2007 von der *European Digital Press Association* (einem Zusammenschluss von 20 führenden europäischen Fachzeitschriften) ins Leben gerufenen *EDP Awards* sind die renommiertesten technischen Auszeichnungen in der digitalen Druck- und Verpackungsbranche. Mit den EDP Awards werden jährlich die innovativsten und leistungsfähigsten Lösungen ausgezeichnet.

Die Kategorien 2024:

- Software
- Large & Wide format print
- Commercial print
- Packaging
- Finishing & Embellishment
- Automation & Quality Control
- Inks & Substrates

Bewerben Sie
sich jetzt!

www.edpawards.com

DIE ROLLE VON PRINT IN DER ZUKUNFT

»Print führt mehr und mehr ein trauriges Schattendasein, gestrig, ungeliebt, hilflos, vernachlässigt. Die Professionals haben sich in Richtung Digital Communication abgewendet, Vorbilder und Ausbilder in puncto Print Expertise verschwinden auf das Altenteil, würdige Nachfolger wachsen nicht nach. Wie auch? Unternehmen stampfen ihre Business Reports zugunsten digitaler Formate ein. Die letzten Printobjekte landen in den Werbeagenturen auf den Tischen von lustlosen und überforderten Junioren, die in dieser Arbeit weder Spaß noch Perspektive erkennen können. Und der dringend notwendige Support der überlasteten Chefs bleibt größtenteils aus. Die Resultate bekommen wir heute serviert.«

Schreibt Michael Bilek im Intro seines Dossiers »Reklamiker«



(siehe auch nächste Seite).

Aber ist es wirklich so schlimm? Gibt es denn keinen hoffnungsvollen Ausblick mehr in der Agenturszene und in Print? Doch. Alle zwei Jahre veranstalten der Verband *Druck- und Medien Bayern* und das Team des *Grafikmagazin* die **Druck und Design Konferenz**. Im Fokus stehen die Leidenschaft für Papier und herausragende Printprodukte, die Belange und Herausforderungen der Druck- und Medienindustrie sowie ein optimistischer Blick in die Zukunft der Kommunikationsbranche.

»Wir vom *Grafikmagazin* kennen den Wert nachhaltiger, effizienter Kommunikation auf und mit Papier. Wir gehen der Frage nach, warum in Zeiten der datengetriebenen Produkt- und Arbeitswelten gerade Kreativität und Print eine sehr erfolgversprechende und zukunftsweisende Rolle zufällt.«

Dazu eingeladen sind Kreative, Marketingexperten, Druck- und Papierbegeisterte, um Vorträge zu diesem und weiteren Themen zu erleben und zu diskutieren.

Im Ambiente von *Die Macherei München* ist viel Raum zum Austausch und Networking auch bei der ausgezeichneten kulinarischen Verköstigung.

Dienstag, 17. Oktober

ab 9:30 Uhr – Frühstück
10:30 bis 10:45 Uhr – Begrüßung

10:45 bis 11:30 Uhr – Keynote:
DOMINIK WICHMANN, *Looping Group*
Über die Relevanz des Gedruckten in digitalen Zeiten

11:30 bis 12:15 Uhr – Keynote:
KRISTIN JANOSCHKA, *Peter Schmidt Group*
Wandel erfordert Wertschätzung: Warum Marken gerade jetzt durch Design Nähe aufbauen müssen – und welche Rolle Print dabei spielt

12:15 bis 12:30 Uhr – Keynote:
MAGNUS GEBAUER, *MedienNetzwerk Bayern*
Chancen durch Anpassungsfähigkeit: Die wichtigsten Trends für die Druck- und Medienbranche

13:35 bis 16:45 Uhr – **Workpanels** mit:
TIM ROTTER, *IAN In A Nutshell*,
MAREN MARTSCHENKO, *Markenberaterin*,
JULIA SCHOLZ-KÖBERLEIN, *Kontextlab*,
MICHELLE JAROSCH und HELENA STROHL,
Brand Design,
MICHI HUML und ANDREAS ULLRICH, *The Happy Club*.

16:45 bis 17:15 Uhr – Keynote:
LORENZ BOEGLI, *Atelier für Siebdruck*
Mal umgekehrt: auf Schwarz Rot, Grün und Blau drucken ergibt Weiß

Wann? 17. Oktober 2023

Wo? *Die Macherei München*

Preis? Tickets ab 133,- Euro (Angebot für Studierende ab 74,- Euro erhältlich).

> www.druckunddesign.org



Das Internet ist nicht schuld. Das Marketing war's.

Mit 560 Seiten im Format 28 x 25 cm kommt es daher. Das im März 2023 erschienene Dossier *Reklamiker*. Das Dossier von MICHAEL BILEK ist mehr als ein bibliophiles Meisterstück zum Thema Werbung. Es ist eine Hommage an die klassische Werbung und an Print, ein starkes Zeitdokument, aus dem kritisch und kompromisslos Insiderwissen und Fakten, persönliche Notizen, Feuilletonistisches und Vergnügliches quellen.

Man muss sich Zeit nehmen, um das Werk durchzulesen/durchzublättern. Darin sinniert MICHAEL BILEK über verlorene Qualitäten und Tugenden von Sprache, Stil, Handwerk und Esprit in der Werbebranche und plädiert für Respekt vor Konsumenten, für Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und vor allem für Kreativität und Qualität der Werbung.

Nach Jahrzehnten als leidenschaftlicher Werber zoomt der Autor nahe an das ›goldene Zeitalter der Werbung‹ heran. Er blickt auf fähige Köpfe, große Projekte und Kampagnen und auf alles, was hinter guter Werbung steckt an Mut, Strategie und Talent, an Graphik, Textarbeit und Fotografie.

Gestalterisch spiegelt das hochwertige Hardcover-Buch die Qualität des Inhalts wider. Erstklassig in der Verarbeitung, erfüllt es Seite für Seite die Kriterien exzellenter Buchgestaltung und Typografie (auch wenn das Lesen durch den Bund gelegentlich Mühe bereitet).

Das Buchprojekt erzählt von einer Branche, die sich radikal verändert hat und glaubt, Print transformieren zu müssen. MICHAEL BILEK stellt dabei das Verblässen von Qualitäten und Tugenden in Bezug auf Sprache, Stil, Handwerk und Esprit fest. Es geht ihm dabei um die Würdigung geradezu entsorgter Grundprinzipien.

Deshalb ist *Reklamiker* kein versöhnliches Buch, das nach dem Motto ›Früher war alles besser‹ schmunzelnd einen Backstage-Spaziergang auf der Werbephase der 1960er-Jahre (und folgender) macht. Es ist ein akkurat konzipiertes Werk, das die Werbeszene und ihre Macher über 50 Jahre dokumentiert, ein lehrreicher *Reklamiker*, der den heutigen Werbe- und Marketingprofis und deren Kunden bis hinein in die Chefetagen die Leviten liest. Genau so wie das Buch mit dem Vorwort von JOCHEN PLÄCKING beginnt:

»DAS GOLDENE ZEITALTER DER KLASSISCHEN WERBUNG IST VORBEI. 50 Jahre hat es gedauert. Nach dem Krieg musste sich die Werbung von Propaganda und Reklame erst einmal emanzipieren. Das gelang circa 20 Jahre später. [...] Sensationelle Kampagnen wurden geboren. Produkte, denen man wenig Erfolg prognostiziert hatte, wurden Welterfolge durch intelligente, kreative Positionierungen. Es war nicht nötig, den Verbraucher mit Reklame zu fluten – ein guter Gedanke konnte Millionen Werbemark-



einsparen. Aber dazu gehörte Mut auf beiden Seiten. Auf der des Kunden und auf seiten der Agenturen. Denn neue Gedanken konnte man nicht testen. Viele der großen Kampagnen wurden trotzdem gemacht. Und wurden große Erfolge: zum Beispiel *Ritter Schokolade*, *VW Käfer* oder *Fiat Panda*. [...] Das änderte sich mit der Einführung des Marketings als Management-Funktion. Die Generation ›Slim-Fit‹ wurde geboren – junge Product-Manager mit roten *Nielsen*-Berichten unter dem Arm. Diese Product-Manager hatten keine Ahnung von lateralem Denken, von Typografie, Fotografie, Layout, Sprache, kurz, vom Handwerk des guten Werbens. Außerdem hatten sie keinen Humor. Sie kannten nur Zahlen. Marktforschungs- und Absatzzahlen.

Und das Internet hat die klassische Werbung gekillt, denn das Internet transportiert nur das, was man ihm sagt. Die Bibel genauso wie Porno. Die Werbung verkam also vom positionierenden großen Gedanken zum Erfüllungsgehilfen.«

Das sollte zum Überdenken der eigenen Verhaltensweisen anregen. Darauf lenkt MICHAEL BILEK den Blick. Mit einem nicht nur an Seiten starken Dossier.

»Und so sprechen wir hier nicht über die digitale Transformation oder den Verlust von Print«, ist da zu lesen und weiter. »Wir sprechen über den Verlust von Intellekt und Augenhöhe.«

> www.reklamiker.de

REKLAMIKER. EIN DOSSIER.

MICHAEL BILEK

560 Seiten, Format 28 x 25 cm

Hardcover, Fadenheftung

135,00 Euro

ISBN 978-3-9820769-1-1

edition mixtumcompositum



›Starkmacher‹ für Print

Das Jahresmagazin des *Verbandes Druck und Medien Bayern (VDMB)* fokussiert sich in diesem Jahr auf die ›Starkmacher‹ der Druck- und Medienbranche. ›Starkmacher‹ – das sind laut *VDMB* erfolgreiche Unternehmerpersönlichkeiten, die der Branche ein Gesicht geben – aber auch die starke Gemeinschaft des Verbandes.

Text *VDMB*, Fotos *Verena Rembeck*

Dazu erzählt der Verband die Geschichten von vier Persönlichkeiten, die auf ganz unterschiedliche Weise in der Print-Branche erfolgreich sind. So erklärt *JOHANNES HELMBERGER*, Chef der Rollenoffsetdruckerei *Fr. Ant. Niedermayr* in Regensburg, warum eine hocheffiziente industrielle Fertigung nicht ohne Umweltschutz auskommt und warum er sein Unternehmen konsequent nachhaltig ausrichtet. Die Leserinnen und Leser erfahren, wie *ANNA RUHLAND*, Geschäftsführerin von *MyPoster*, das Beste aus den Welten eines Start-ups und eines Familienunternehmens vereint und welche Recruiting-Hebel sie in Bewegung setzt, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.

Es wird *KERSTIN DENZLER*, Geschäftsführerin des Fürther Druck- und Veredelungsspezialisten *effektiv Druck+Veredelung*, vorgestellt. Sie brennt für außergewöhnliche Druckprodukte und ist mit ihrem Team immer auf der Suche nach der perfekten Kombination von Papier, Druck und Veredelung. Somit war sie auch die Richtige, um den Umschlag des Jahresmagazins zu produzieren.

Auch *PETER WIESENDANGER* liebt Print in allen Facetten, ist passionierter Netzwerker und mit seinem Unternehmen *Wiesendange medien* immer mittendrin. Und er liebt die Herausforderung, Produkte zu realisieren, an die sich sonst keiner heranwagt. Für den *VDMB* Grund genug, ihn mit der Produktion seines Jahresmagazins zu beauftragen.

Optisch, haptisch und inhaltlich stark

Das Magazin überzeugt auch in diesem Jahr nicht nur inhaltlich, sondern auch gestalterisch und produktionstechnisch. »Nicht zuletzt soll unser Jahresmagazin wie immer auch ein Blickfang sein, zeigen, was Print kann und mit Optik, Haptik und Inhalt überzeugen«, so *HOLGER BUSCH*, Hauptgeschäftsführer des *VDMB*.

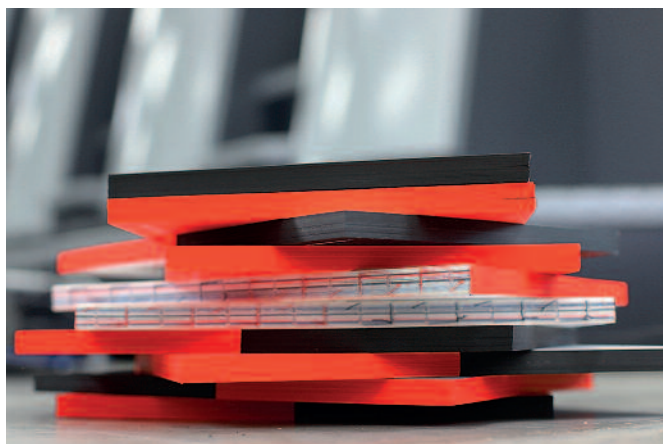


»Als Vertreter der bayerischen Druckereien wissen wir um die ungebrochene Faszination eines gut gemachten Druckprodukts. Dass Print die Menschen im wahrsten Sinne des Wortes so berührt wie kein zweites Medium wollen wir jedes Jahr auf's Neue mit einem außergewöhnlichen Jahresmagazin unter Beweis stellen.«

Für sein Jahresmagazin, das in der Vergangenheit immer wieder mit den unterschiedlichsten Branchenpreisen wie dem *Red Dot Design-*, dem *MediaV-* oder dem *Druck&Medien-Award* ausgezeichnet wurde, hat das Kommunikationsteam des *VDMB* auch dieses Mal keine Mühen gescheut. So war die Produktion des Jahresmagazins 2023 eine Gemeinschaftsarbeit mehrerer Druckereien. *Wiesendanger medien* verantwortete den Druck und die Gesamtkoordination, *effektiv Druck+Veredelung* das Cover, das Schieberätsel in der Heftmitte produzierte *Elanders Kaisheim* und gebunden wurde das Magazin von der *Josef Spinner Großbuchbinderei* als Flatbook.

Ein kraftvolles Printprodukt

Das Wendehaft mit offener, zweifarbiger Fadenbindung überzeugt mit feinen *Gmund*-Papieren und anspruchsvollen Drucktechniken. Die Portraits der ›Starkmacher‹ wurden zunächst schwarz gedruckt, bevor sie cellophanisiert und anschließend noch einmal mit silberner Farbe überdruckt wurden – so entsteht ein beeindruckender 3D-Effekt. Veredelt wurde das Magazin mit Blindprägungen auf dem Cover, mehreren Effektstanzungen, einem einzigartigen zweifarbigen Farbschnitt und einem aufwendig konstruierten Funktionsrätsel in der Heftmitte. Im neuen Corporate Design der Verbände Druck und Medien gestaltet, ist das Jahresmagazin 2023 damit ein echter Hingucker und ein kraftvolles Printprodukt.



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

KOENIG & BAUER 125 JAHRE DRUCKMASCHINENBAU IN SACHSEN

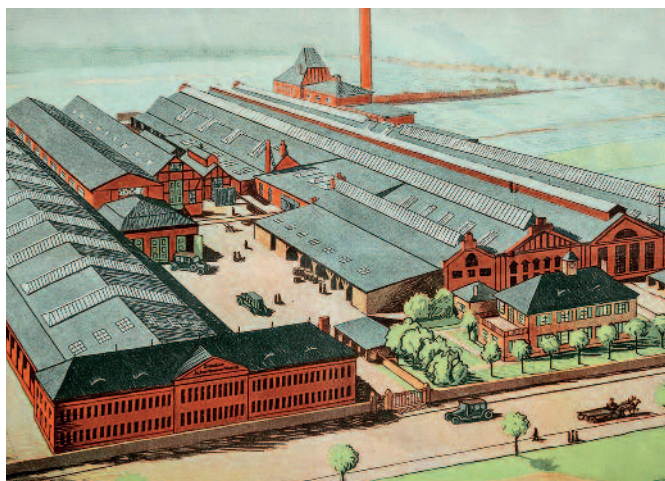
Am 29. September feierte *Koenig & Bauer* am Bogenoffset-Standort in Radebeul bei Dresden das 125-jährige Firmenjubiläum. Das Werk mit 1.800 Mitarbeitenden gilt heute als größter Maschinenbaubetrieb in Sachsen. Das Portfolio reicht heute vom Bogenoffset, über den Inkjet-Verpackungsdruck, das Stanzen, Faltschachtelkleben bis hin zu digitalen Services.

Text und Bilder: *Koenig & Bauer*

Hervorgegangen ist das Werk in Radebeul aus der *Dresdner Schnellpressenfabrik*, die JOSEPH HAUSS und ALFRED SPARBERT 1898 auf der Blasewitzer Straße in Dresden gründeten. Schon zwei Jahre später erfolgte die Umsiedlung nach Brockwitz und 1911 nach Radebeul-Naundorf, wo sich auch heute noch der Firmensitz befindet. Von Anfang an erregte das Unternehmen mit innovativen Lösungen auf dem Weltmarkt Aufsehen. Es begann mit einer ›Vorrichtung zur Bewegung des Druckfundaments von Schnellpressen‹, dem sogenannten Planetenantrieb, der über Jahrzehnte namensgebend für die Produkte und ab 1938 auch für das ganze Unternehmen wurde. 1932 lieferte *Planeta* die erste Vierfarben-Bogenoffsetmaschine der Welt.

1965 entwickelten die Radebeuler Druckmaschinenbauer die Aggregatbauweise für Bogenoffsetmaschinen. Diese Bauweise hat sich herstellerübergreifend durchgesetzt und ist im Druckmaschinenbau bis heute Standard.

Neueste Entwicklungen, mit denen *Koenig & Bauer* im Bogenoffset international erfolgreich ist, sind Automatisierungslösungen wie *DriveTronic SIS* (ziehmarkenfreie Anlage), vollautomati-



Das erste Werk des Druckmaschinenherstellers in Radebeul-Naundorf.

sche Druckplattenlogistik und Digitalisierungslösungen für die Branche. In vielen Formaten sind die *Rapida*-Bogenoffsetmaschinen heute die leistungsstärksten der Welt und ›Rüstzeitweltmeister‹.

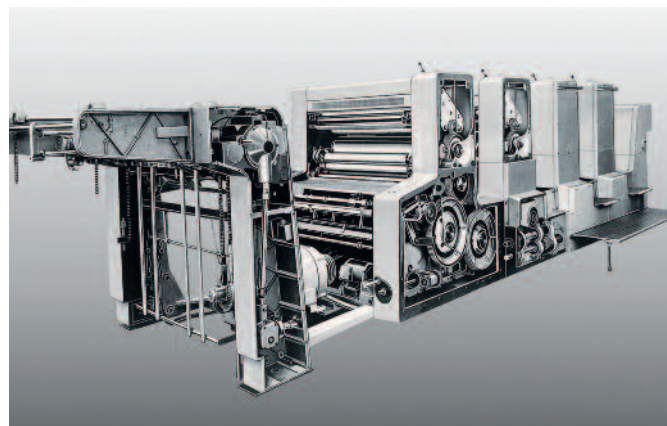
In 125 Jahren Standortgeschichte galt es natürlich auch, Tiefen zu überwinden. Dazu gehörten zwei Weltkriege, Inflation, mehrere Währungsumstellungen, die Planwirtschaft in der DDR, der nachfolgende Unternehmensumbau auf marktwirtschaftliche Verhältnisse sowie die verheerende Elbeflut 2002. Immer wieder stand die Belegschaft zu ihrem Unternehmen – mit Herzblut, Geschick und vielen guten Ideen, mit denen sie den grafischen Maschinenbau voranbringen.

Komplettlösungen für Verpackungen

Das *Koenig & Bauer*-Werk in Radebeul steht heute innerhalb der Unternehmensgruppe für weit mehr als den klassischen Bogenoffset im Akzidenzdruck.

Hier bündeln sich auch alle Aktivitäten des Konzerns für einen durchgängigen Workflow in der Verpackungsproduktion. In Radebeul werden heute unter anderem Rotationsstanzen auf Basis der Offset-Technik gebaut. Flachbettstanzen liefert die Tochtergesellschaft *Koenig & Bauer Iberica* in Barcelona. Hinzu kommen Faltschachtelklebeanlagen von *Koenig & Bauer Duran* aus Istanbul. Auf diese Weise decken die Produkte von *Koenig & Bauer* die komplette Prozesskette in der Faltschachtelproduktion ab.

Neben den Bogenoffsetmaschinen hat der Radebeuler Druckmaschinenhersteller in einem Joint-Venture mit *Durst*, dem italienischen Hersteller von Large Format Printern, die *VariJet 106* entwickelt, eine Digitaldruck-Anlage, die die Vorzüge des



Mit der Aggregatbauweise für Bogenoffsetmaschinen setzte *Planeta* 1965 Maßstäbe. Diese Bauweise hat sich herstellerübergreifend durchgesetzt und setzt bis heute den weltweiten Standard

Inkjets mit denen des Offsetdrucks verknüpft. Sie vereint wichtige Elemente, um den Verpackungsdruck auf eine neue Stufe zu stellen und innovative Verpackungslösungen für die Zukunft zu produzieren. Erste Maschinen dieser Baureihe gingen in den vergangenen Monaten bei Anwendern in Produktion.

Über die Unternehmensgruppe hinaus

Das Werk in Radebeul ist heute der größte Standort von *Koenig & Bauer*. Hier sind drei Business Units ansässig: *Koenig & Bauer Sheetfed* mit Zuständigkeit für die Marktsegmente Bogenoffsetdruckmaschinen und Postpress-Equipment (inklusive Entwicklung, Produktion, Vertrieb und Service), *Koenig & Bauer Industrial* als interner und externer Pro-

duktionsdienstleister sowie *Koenig & Bauer Deutschland* als Vertriebs- und Servicegesellschaft für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Alle drei Gesellschaften sind Bestandteile der Unternehmensgruppe *Koenig & Bauer*. Daneben bilden sie – mit allen ihren Lieferanten und Geschäftspartnern – eine starke Basis für den regionalen und überregionalen Arbeitsmarkt im Dresdner Elbtal. Mit einer Exportquote von nahezu 90% liegen die Ausfuhren von *Koenig & Bauer Sheetfed* zudem weit über dem sächsischen und gesamtdeutschen Durchschnitt.

Mitarbeiterfest und weitere Jubiläums-Events

Den 125. Firmengeburtstag begehen und begehen die Radebeuler Druckmaschinenspezialis-



Die Rapida 106 X produziert mit Leitungen bis zu 20.000 Bogen/h. Mit ihren umfangreichen Automatisierungslösungen ist das Spitzenprodukt für den Bogenoffset der Zukunft

DRUCKMASCHINENBAU IN SACHSEN

(Auszug)

- 1898** Gründung der *Dresdner Schnellpressenfabrik*
- 1902** Patent für den Planetenantrieb; er wurde zum Produkt- und später zum Firmennamen
- 1924** Fusion zur *Dresden-Leipziger Schnellpressenfabrik*
- 1932** *Planeta Deca*: Erste Vierfarben-Bogenoffsetmaschine der Welt
- 1938** Umbenennung des Unternehmens in *Planeta Druckmaschinenwerk*
- 1948** Gründung des *VEB Druckmaschinenwerk Planeta*
- 1952** Schnellläufer *Planeta Super-Tertia*
- 1965** Vorstellung der *Planeta Variant*, der ersten Bogenoffsetmaschine in Aggregatbauweise
- 1967** Patent für die umstellbare Schön- und Widerdruckeinrichtung für Aggregatmaschinen
- 1972** Fertigstellung der 42.000 m² großen Montagehalle
- 1986** Lieferung einer Bogenoffsetmaschine mit zehn Druckwerken in die USA
- 1991** Schrittweise Übernahme von der *Treuhand* und Integration in den *Koenig & Bauer* Konzern
- 1998** 100. Firmenjubiläum
- 2002** Jahrhunderthochwasser der Elbe bedroht Werk
- 2008** *Rapida 106* als Rüstzeitweltmeister: Sie produziert innerhalb von 59 Minuten und 36 Sekunden 15 Aufträge mit je 520 Gutbogen
- 2016/18** Mit der Integration von *Iberica* und *Duran Machinery* steht das komplette Know-how für Druck und Postpress in der Verpackungsproduktion zur Verfügung
- 2021** Erste *Rapida*-Maschinen mit vollautomatischer Druckplattenlogistik
- 2023** Auslieferung der ersten *VariJet 106*, einer digitalen Inkjet-Druckmaschine für die Verpackungsproduktion der Zukunft

ten gleich mehrfach: Am 23. August besuchte Sachsens Ministerpräsident MICHAEL KRETSCHMER das Werk im Rahmen einer informellen Runde ›Grill & Chat‹. Am 29. September fand ein Fest für die Mitarbeitenden mit Vertretern des Aufsichtsrats, Vorständen, Geschäftsleitungsmitgliedern sowie ehemaligen Vorständen statt. Im Rahmen dieses Fests erlebten die Beschäftigten ›Ihre Firma‹ einmal ganz anders – mit Festzelt und Aktionsständen, kulturellen und musikalischen Höhepunkten sowie Speis und Trank.

Für den Oktober sind daneben weitere Veranstaltungen mit Kunden, Anteilseignern, Geschäftspartnern und Mitarbeitern anderer Standorte im 125-jährigen Druckmaschinenwerk geplant. Ebenso entstand eine gut gebildete Festschrift, die manch ungewöhnlichen Blick hinter die Kulissen des Druckmaschinenbaus bietet und einige der 1.800 Druckmaschinenbauer in spannenden Geschichten vorstellt.





COMPUTER-TO-PLATE

ES KÖNNTE AN DER ZEIT SEIN, IN NEUE CTP-TECHNIK ZU INVESTIEREN

Druckvorstufe und Druckformherstellung dienen seit jeher dem Zweck, den Drucksaal kontinuierlich mit Druckplatten zu versorgen, um ein reibungsloses Rüsten der Druckmaschinen sowie zuverlässiges und hochwertiges Drucken zu ermöglichen. Computer-to-Plate (CtP) ist seit Langem fest etabliert und als bewährte Technologie im Einsatz.

Von Druckmarkt-Redaktion/Kodak

Allerdings haben sich die Zeiten im Druckgeschäft geändert. Angesichts sinkender Auflagen gibt es einen Trend zu Produktionsmethoden, die eine

stärkere Automatisierung ermöglichen, weniger Abfall produzieren, Durchlaufzeiten verkürzen und eine höhere Effizienz sowie Kosteneinsparungen versprechen.

Was Offsetdruckmaschinen betrifft, hat dies beispielsweise zur

Entwicklung von Lösungen für autonomes oder vollautomatisches Drucken geführt. Dabei wickeln Druckmaschinen Aufträge von A bis Z ohne jegliche Bedieneingriffe ab. Diese Form der Automatisierung komplexer Produktionsanlagen kann unter

Umständen eine Möglichkeit sein, dem Fachkräftemangel zu begegnen.

Darüber hinaus haben sich die seit einigen Jahren zu beobachtenden Bemühungen um mehr Nachhaltigkeit und ökologische

Die Sonora Xtra ist die fortschrittlichste prozessfreie Platte von Kodak und ermöglicht eine effiziente sowie umwelt- und ressourcenschonende Druckformherstellung.

Verfahren im Druck und seinem Umfeld verstärkt.

Geänderte Anforderungen an CtP

Im Zuge dieser Entwicklungen haben sich auch die Rahmenbedingungen für die Druckformenherstellung verändert. Deshalb stellt sich für Druckereien die Frage, ob die vorhandene CtP-Technik noch den heutigen Anforderungen entspricht oder ob eine Neuinvestition ins Auge gefasst werden soll, die höchst wahrscheinlich Produktivitätszuwächse bringen wird. Die Anschaffung einer CtP-Lösung der neuesten Generation kann zumindest ein effektiver Schritt für Druckereien sein, ihre

Druckvorstufe zukunftssicher auszustellen. Zumal aktuelle Plattenbelichter üblicherweise einen signifikant höheren Durchsatz bieten als in die Jahre gekommene Modelle. So bebildert zum Beispiel der *Kodak Magnus Q800* CtP-Belichter mit *T-Speed Plus*-Option als weltweit schnellstes CtP-System in der B1- beziehungsweise 8-Seiten-Formatkategorie bis zu 84 Platten pro Stunde.

Ein höherer Durchsatz ist schon deshalb relevant, weil bei kleiner werdenden Druckauflagen mehr Platten in kürzerer Zeit benötigt werden.

Die Investition in einen modernen Plattenbelichter eröffnet somit die Möglichkeit, zwei oder noch mehr ältere CtP-Systeme

ohne Beeinträchtigung der Produktivität zu ersetzen. Dadurch lassen sich die Abläufe in der Druckvorstufe erheblich verschlanken; zudem sinkt der Wartungsaufwand und darüber hinaus wird Platz eingespart.

Druckformherstellung auf der Höhe der Zeit

Angesichts der fortschreitenden Automatisierung des Druckens ist es nur folgerichtig, auch die Druckformherstellung entsprechend zu optimieren.

Mittels CtP-Automatisierung lassen sich Personalengpässe und menschliche Fehler ausräumen sowie Arbeitskosten einsparen. So hat *Kodak* heute für seine *Magnus*-, *Trendsetter*- und *Achieve*-Plattenbelichter eine Reihe an Optionen für vollautomatisches Laden und Entladen von Druckplatten im Angebot.

Druckereien können dabei eine Automatisierungslösung wählen, die optimal auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten ist. Beispielsweise bietet *Kodak* für das *Magnus Q800* CtP-System Einzel- und Mehrkassetteneinheiten sowie Einzel- und Mehrpalettenlader (MPL) an. Der MPL

Die Automatisierung lässt sich mit der mobilen *Kodak CtP Control App* unterstützen, mit der Anwender bis zu zehn *Kodak* Plattenbelichter via Smartphone oder Tablet fernsteuern und überwachen können. Sie zeigt an, ob das CtP-System in Betrieb ist oder aus irgendeinem Grund gestoppt hat. Außerdem liefert die App Informationen zum aktuell laufenden Auftrag, zu den Warteschlangen, zur Anzahl der aktiven Plattenkassetten, zu den Umgebungsbedingungen, zeigt den Ereignisverlauf und vieles mehr.

Nachhaltigkeit durch moderne CtP-Technologie

Natürlich muss sich Prepress auch der Tatsache stellen, dass Nachhaltigkeitsfragen keinen Deut an Dringlichkeit verloren haben.

Wenn jedoch Hochleistungs-Plattenbelichter von *Kodak* zur Bebilderung der prozessfreien *Sonora*-Platten genutzt werden, ist das einen großen Schritt hin zu mehr Nachhaltigkeit und zur Reduzierung von Umweltbelastungen unterschiedlicher Art. *Sonora*-Platten werden in einem vollautomatischen Prozess bebildert, können ohne irgendeine Behandlung direkt in die Druckmaschine eingespannt werden, laufen frei und beginnen mit dem Druck. Das trägt zu einer deutlichen Verkürzung der Durchlaufzeiten bei.

Durch den Umstieg von konventionellen Druckplatten mit nasschemischer Verarbeitung auf prozessfreie Platten entfällt der gesamte Verbrauch von Wasser, Plattenentwickler, Regenerat, Gummierlösung und anderen Chemikalien, die bisher bei der herkömmlichen Plattenverarbeitung erforderlich waren. Ohne Chemikalien müssen auch keine Plattenverarbeitungsanlagen gereinigt und gewartet werden.



Mit der mobilen Kodak CTP Control App lassen sich bis zu zehn Kodak Plattenbelichter fernsteuern und überwachen.

für den *Magnus Q800* hält bis zu 3.200 Platten in bis zu vier Formaten vor, was die Plattenbebilderung über lange Zeiträume ohne menschliche Eingriffe ermöglicht.



Der Kodak Magnus Q800 Plattenbelichter mit Mehrpalettenlader (MPL). In den MPL können Paletten eingeführt werden, auf denen sich bis zu 1.500 Platten befinden.

Dementsprechend fallen auch keine chemischen Abfälle und kontaminierte Restflüssigkeiten an, die (zum Teil teuer) entsorgt werden müssen.

Mit der Investition in eine neue CtP- und Druckplattenlösung der neuesten Generation kann der ökologische Fußabdruck der Druckformenherstellung folglich noch weiter verkleinert werden. Durch den Wegfall von Chemikalien und Reinigungsarbeiten werden gleichzeitig die Betriebskosten gesenkt.

Außerdem verbrauchen die neuesten CtP-Systeme von Kodak weniger Energie als ältere Modelle. Dank einer ganzen Reihe technischer Verbesserungen benötigen einige Kodak CtP-Systeme über 90% weniger Strom als vergleichbare Systeme.

Gleichzeitig beugt der Ersatz veralteter Systeme ungeplanten Unterbrechungen bei der Plattenherstellung vor und reduziert Einsätze von Servicetechnikern, da sie gegenüber früheren Systemgenerationen verbesserte Servicefreundlichkeit bieten.

Umfassenden Optionen – alle aus einer Hand

Es gibt also genügend Gründe, auf neue, produktivere CtP-Technologie zu setzen.

In diesem Zusammenhang sollte nicht vergessen werden, dass Kodak inzwischen als einziger Hersteller komplette CtP-Lösungen entwickelt, herstellt, verkauft und wartet. Das Angebot reicht von Plattenbelichtern und zugehörigen Automatisierungslösungen, Druckplatten sowie Workflow-Softwareplattformen. Bei den Plattenbelichtern reicht Kodaks Angebot von Modellen im B2- beziehungsweise 4-Seiten-Format bis zum weltweit größten, hochautomatisierten Plattenbelichter, dem bereits angesprochenen *Kodak Magnus Q4800*, der Platten in Formaten bis 1.600 x 2.870 mm für 96-Seiten-Rollenoffsetmaschinen bebildern kann.

In jedem Fall bedeutet das, dass Druckbetriebe jeglicher Größe und Spezialisierung bei Kodak eine Komplettlösung aus einer Hand bekommen. Dabei können Druckereien sicher sein, dass die verschiedenen Lösungskomponenten (CtP-Systeme, Druckplatten, die Lauffähigkeit in verschiedenen Druckmaschinen etc.) sehr genau aufeinander abgestimmt sind, sodass im täglichen Einsatz maximale Zuverlässigkeit und Leistung gewährleistet sind – so das Versprechen von Kodak.

> www.kodak.com



RHEINWERK DESIGN

BLEISATZ – EIN WERKSTATTBUCH

Das Drucken mit beweglichen Lettern begleitet uns bis heute. Na ja, nicht ganz, denn seit etwa der Mitte des 20. Jahrhunderts ist der Hochdruck, das Drucken von Blei, keine relevante industrielle Technik mehr. Dennoch war GUTENBERGS Erfindung Mitte des 15. Jahrhunderts der Start einer langen, nun gut 570 Jahre andauernde Reise. Und auch wenn es eine wahre Medienrevolution war, liegt der Bleisatz seitdem auf dem Sterbebett, überrannt vom Fotosatz, vom digitalen Satz und Offsetdruck.



Aber es gibt das Blei noch, es gibt eine wachsende Zahl an Werkstätten, aktive Museen, es gibt das Blei an Schulen und noch immer noch taucht es aus den Kellern von Druckereien auf. Im deutschsprachigen Raum gibt es allein gut 200 druckgrafische Werkstätten, man findet sie quer durch Europa, und darüber hinaus. Und in Nord- und Südamerika blüht eine fantastische Handpressenszene (Letterpress).

So wäre es naheliegend, dass es zahlreiche Bücher zum Bleisatz gibt. Aber es ist keine zeitgemäße Literatur zu finden. Und ausgerechnet in Deutschland, wo das Drucken mit Blei seinen Ausgang nahm, gibt es nicht ein einziges Buch zum Thema. Zumindest keines, das den Anspruch eines Fachbuches hätte und nicht schon 50 Jahre alt wäre. Also war das Buch überfällig, bevor das Wissen der letzten Setzer und Buchdrucker, die in den späten 1970er-Jahren im Bleisatz und an Hochdruckmaschinen ausgebildet wurden, in Vergessenheit gerät. Echte Veteranen, die ihr Wissen noch weitergeben können, werden immer weniger. Es ist also höchste Zeit, das Fachwissen nicht nur zu konservieren, sondern die Lust an dieser einmaligen Kulturtechnik zu wecken und all denen, die daran interessiert sind, eine Hilfe an die Hand zu geben.

Das vorliegende Buch bringt uns mit Anleitungen, Anekdoten und liebevollen Details die »Schwarze Kunst« näher. Es beginnt mit einem Rundgang durch die Druckwerkstatt: Werkzeuge, Arbeitsmethoden und der Workflow des Bleisatzens werden anhand von aktuellem Fotomaterial gezeigt. Danach bietet es einen Überblick über klassische Druckschriften, Papier, Farbe, Weiterverarbeitung und Veredelungen und natürlich das Drucken.

Das reich bebilderte Buch ist unerlässlich für alle, die die Ursprünge und Vorgänger ihrer heutigen Berufe verstehen möchten. Denn es erklärt nicht nur die Technik des Bleisatzes, sondern geradezu wie nebenbei die Geschichte der »Schwarzen Kunst«, die sich heute Druck- und Medienindustrie nennt. Gott grüß die Kunst!

BLEISATZ

SCHNOTALE, WÖRGÖTTER

319 Seiten, Format 17 x 24 cm

Hardcover, in Farbe

39,90 Euro

ISBN 978-3-8362-8770-8

Rheinwerk Design

2022

RAFF & CANTZ DRUCK DURCHSTARTEN MIT QUALITÄTSVERSPRECHEN

Gut zwei Jahre nach Gründung wurde aus der *Raff & Wurzel Druck GmbH* die *Raff & Cantz Druck GmbH*. »Es ist uns in einem schwierigen Umfeld gelungen, uns neu zu positionieren und uns fit für die Zukunft zu machen«, ist Geschäftsführer THOMAS UEHLING überzeugt.

Am 27. April 2023 wurde der Erfolg mit einem Fest im Beisein von vielen Kunden, Mitarbeitern und Wegbegleitern gefeiert. »Wir haben kräftig investiert und unsere Prozesse verbessert. Jetzt starten wir mit *Raff & Cantz* richtig durch«, verkündete THOMAS UEHLING vor mehr als 100 Gästen.



Zum 1. Mai 2023 wurde die *Raff & Wurzel Druck GmbH* in die *Raff & Cantz Druck GmbH* umbenannt. »Wir wollen mit der Namensänderung den Fokus stärker auf die Historie und das Qualitätsversprechen der Unternehmen *Raff* und die 2021 übernommene *Dr. Cantz'schen Druckerei* legen«, so UEHLING.

Die im Februar 2021 gegründete *Raff & Wurzel Druck GmbH* entstand aus dem Zusammenschluss der *raff media group* und Teilen der insolventen *Esslinger Wurzel Mediengruppe*, darunter die *Dr. Cantz'sche Druckerei*. In den vergangenen zwei Jahren wurden die Produktionsprozesse digitalisiert, automatisiert, effizienter und nachhaltiger gestaltet.

Investitionen in Technik und Nachhaltigkeit

Seit 2021 stieg die Mitarbeiterzahl von 27 auf 40 Mitarbeiter und es ist offenbar gelungen, positive Ergebnisse zu erwirtschaften, sodass die 3,5-Millionen-Euro-Investition in eine Druckmaschine von *Koenig & Bauer* zu stemmen war.

Die *Rapida 106 X* ist wichtiger Baustein für weiteres Wachstum. Es handelt sich um eine Achtfarbenmaschine mit Bogenwendung und Lackturm. Sie ersetzt eine sechs Jahre alte, ähnlich konfigurierte Offsetmaschine im Mittelformat. Hinsichtlich ihrer Leistungsdaten setzt die neue Maschine Benchmarks mit Druckleistungen bis zu 20.000 Bogen/h auch im Wendebetrieb, einem Mehr an Automatisierung und mit umfangreichen Features zur Inline-Qualitätsüberwachung.

So verschafft sie dem Unternehmen den gewünschten technologischen Sprung nach vorn.

Flankierend wird ein sechsstelliger Betrag in ein neues MIS/ERP-System investiert, um die Prozesse rund um die Maschine zu automatisieren – vom Dateneingang bis zur Lieferung an den Kunden.

Für das Jahr 2023 sind weitere Investitionen für eine Photovoltaik-Anlage beauftragt, um ein Drittel des benötigten Stroms selbst zu produzieren. Zu den Investitionen im Energiebereich gehört auch ein Kompressor mit Wärmenutzung und einer Wärmepumpe zum Ersatz alter Kühlanlagen. Alle Anlagen werden von der *KfW* und *bafa* gefördert.

Blick auf Traditionsdruckereien

Bei der Feier der jetzigen *Raff & Cantz Druck GmbH* wurde auch an die beiden namensgebenden Traditionsdruckereien *Raff* und *Cantz* erinnert. In diesem Jahr feiert *Raff* sein 50-jähriges Jubiläum und die *Dr. Cantz'sche Druckerei* blickt auf eine 90-jährige Geschichte zurück.

Beide Unternehmen hatten stets in technische Innovationen und neue organisatorische Maßnahmen investiert. So war es *Raff*, der Mitte der 1990er-Jahre die vierte Maschine weltweit installierte, die den beidseitigen vierfarbigen Druck ermöglichte. Die *Dr. Cantz'sche Druckerei* folgte kurz darauf diesem Beispiel.

Schon ab 1949 hatte die *Dr. Cantz'sche Druckerei* Bücher für US-amerikanische Verlage gedruckt. In zahlreichen Kunstbüchern und Ausstellungskatalogen nationaler Verlage und Museen findet sich seitdem der Hinweis »Printed in Germany by *Cantz*«.

Dem Anspruch der Auftraggeber auf höchste drucktechnische und herstellerische Qualität will sich das Unternehmen auch heute stellen, um diese Tradition unter dem neuen Namen fortsetzen zu können.

SHORTCUTS

Die dänische Druckereigruppe **Erritsø Tryk** erweitert ihre Kapazitäten mit einer *Continent-Zeitungsrotation* von **Koenig & Bauer** als Ersatz für eine ältere Wettbewerbsmaschine.

Softcover-Produkte lässt die **Gremper AG** in Basel derzeit noch extern binden. Doch jetzt investiert das Familienunternehmen in einen *Vareo PRO* von **Müller Martini** und holt die Klebebindung ins eigene Haus.

Die **Druckerei Roser** aus Salzburg stellt sich mit dem *Sammelhefter Primera Pro* von **Müller Martini** in der Weiterverarbeitung neu auf.

Die **Klinge Paper & Packaging Group** investiert erneut in eine *ChromaCut X Pro* von **Koenig & Bauer Celmach**. Die Maschine soll im Juli 2024 die Produktion aufnehmen. Die Partnerschaft zwischen beiden Unternehmen findet damit eine erfolgreiche Fortsetzung.

FLINT GROUP

Kein Mineralöl mehr

Nach Angaben der *Flint Group* sind ihre Bogenoffset-Prozessfarben von *K+E* jetzt mineralölfrei. In den letzten Jahren hatte die Skepsis gegenüber den Umweltauswirkungen von Druckfarben auf Mineralölbasis zugenommen. Frankreich verbietet seit Januar dieses Jahres die Verwendung von mehr als 1% Mineralöl in Druckfarben, wobei dieser Grenzwert bis 2025 auf nur 0,1% gesenkt werden soll.

KOOPERATION

Chromos und Zeller+Gmelin

Die Schweizer *Chromos Group AG* repräsentiert die Produkte des Druckfarbenherstellers *Zeller + Gmelin* seit mehr als 20 Jahren in der Schweiz. Jetzt wird die Zusammenarbeit auf Österreich ausgeweitet. Im Vordergrund steht der Vertrieb von UV-, LED-UV- und LE-UV-härtenden Druckfarben und Lacken für den Bogenoffsetdruck. Mit der Erweiterung der Zusammenarbeit wird die *Chromos Österreich GmbH* in Schwarzach (Vorarlberg) aktiv in den Vertrieb von strahlungshärtenden Druckfarben und Lacken eingebunden. Gleichzeitig erweitert die *Chromos Österreich GmbH* ihr Produktportfolio um Druckfarben und Lacke für Bogenoffsetdruckmaschinen.

> www.chromos.ch

> www.zeller-gmelin.de

»Die Umsetzung durch TA Triumph-Adler hätte nicht besser laufen können«, fasst Klaus Vollmer zusammen. Er ist Geschäftsführer der 1977 als Lettershop gegründeten dataform dialog-services GmbH, die heute in Buchschwabach bei Nürnberg zu Hause ist. »Unser Anspruch ist Leistungsstärke, Sparsamkeit, Schnelligkeit und Zuverlässigkeit. Diese Forderung erfüllt auch die TA Pro 15050c und druckt zuverlässig eine Million Druckseiten im Monat im Dreischichtbetrieb.«



Ein Teil des 90.000 m² Fläche umfassenden Betriebsgebäudes. Vom Wareneingang, Logistik, Verpackung, Versand bis zum Retourenmanagement: dataform ist eCommerce Partner für Intralogistik.

DATAFORM PRODUKTIV, WIRTSCHAFTLICH, VERLÄSSLICH

Die *dataform dialogservices GmbH* ist für innovative Lösungen in den verwandten Gebieten Print, Dialogmarketing und Fulfillment bekannt. Seit 2022 setzt das Unternehmen auf das Inkjet-Hochleistungsdrucksystem von *TA Triumph-Adler*: die *TA Pro 15050c*. Ein Erfahrungsbericht aus der Sicht eines Intralogistiklers.

Text und Bilder: *TA Triumph-Adler*

Als reine Digitaldruckerei bestand der Maschinenpark der *dataform dialogservices GmbH* bis letztes Jahr ausschließlich aus tonerbasierten Drucksystemen. 2022 entschied **KLAUS VOLLMER**, Geschäftsführer der *dataform dialogservices GmbH*, die Druckerflotte um ein Inkjet-Hochleistungsdrucksystem zu erweitern. »Zur Ergänzung unseres Maschinenparks suchten wir ein Einzelblattsystem für den

re Ansprüche. Wir wurden dann auf die Inkjet-Maschine *TA Pro 15050c* von *Triumph-Adler* aufmerksam. Nach ausführlichen Tests war klar: Die Maschine bietet genau das, was wir suchen«, so **VOLLMER**.

Unkompliziert und zuverlässig

Die *TA Pro 15050c* ist ein modular aufgebautes Inkjet-Hochleistungsdrucksystem, das sich durch

von unseren Partnern. *Triumph-Adler* erfüllt diese Anforderungen bestens: Der Aufbau und die Installation der Maschine liefen schnell und unkompliziert, innerhalb von drei Tagen war die *TA Pro 15050c* betriebsbereit. Seither druckt sie wie gewünscht zuverlässig eine Million Druckseiten im Monat«, berichtet **KLAUS VOLLMER**. »Glücklicherweise brauchen wir den Service im Vergleich zu den tonerbasierten

MER. Auch die Schnelligkeit und Zuverlässigkeit im Betrieb seien von Anfang an überzeugend gewesen.

»Die Maschine arbeitet im Dreischichtbetrieb absolut zuverlässig. Und wenn es doch einmal ein Problem gibt, ist das schnell gelöst«, erklärt **VOLLMER**. Die Druckgeschwindigkeit und -qualität seien ebenfalls ausgesprochen hoch. »Durch den Einsatz des leistungsstarken Inkjet-



Produktiv, wirtschaftlich, verlässlich – darum setzt *dataform* auf die *TA Pro 15050c*.

Transaktionsdruck«, so **VOLLMER**. Leistungsstark, sparsam, schnell und zuverlässig sollte die Maschine sein. »Da wir im Dreischichtbetrieb arbeiten, haben wir zudem einen hohen Anspruch an Wartung und Service«, erläutert **VOLLMER**.

Der Geschäftsführer ließ eine Benchmark-Analyse durchführen, um ein geeignetes System zu finden. »Schnell war klar: Unsere bisherigen Hersteller haben kein passendes Produkt für unse-

Leistungsstärke, Zuverlässigkeit und Wirtschaftlichkeit schon bei anderen Installationen ausgezeichnet hat.

Aufgrund des Dreischichtbetriebs war es für *dataform* wichtig, die neue Maschine problemlos in den Arbeitsablauf einzugliedern. Ebenso wichtig war neben der Verfügbarkeit des Systems auch die der Servicemitarbeiter von *TA Triumph-Adler*.

»Unsere Kunden erwarten von uns Schnelligkeit und sehr guten Service – das erwarten wir auch

Maschinen, die wir einsetzen, überraschend selten – und wenn, ist er auch verlässlich da.«

25 bis 30 Prozent Kostenersparnis

Die *TA Pro 15050c* ist mittlerweile unverzichtbarer Bestandteil des Produktportfolios von *dataform*. »Inzwischen lässt sich grob sagen: Bei einer Million Seiten pro Monat ist die *TA Pro 15050c* beim Preis pro Seite 25 bis 30 Prozent günstiger als vergleichbare Tonermaschinen«, so **VOLL-**

Systems sind wir in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden noch flexibler geworden: Wir produzieren je nach Anforderung Toner- oder Inkjet-basiert, hochvariabel, Einzelblatt oder Rolle, je nach Applikation und anschließendem Finishing. Mit Blick auf die Zukunft können wir sagen: Der Einsatz einer zweiten *TA Pro 15050c* ist nur eine Frage der Zeit.«



KODAK PROSPER 6000C HYPERLOKALISIERUNGS-STRATEGIE BRINGT ERFOLG

Die Verlagswelt hat seit der Jahrtausendwende gravierende Veränderungen erfahren, primär unter dem Einfluss des Internets und digitaler Medien. Der Wandel setzt sich mit ungebremsster Dynamik fort. Diese Veränderungen veranlassten die französische Verlagsgruppe *Sogemedia* schon im Jahr 2016 dazu, einen neuen Weg in die Zukunft einzuschlagen.

Text und Bilder: Kodak

Mit der Investition in eine *Kodak Prosper 6000C* Druckmaschine wechselte das Unternehmen vom Zeitungsoffset zum Digitaldruck und begann damit, bei seinen Titeln das Konzept der Produktion hyperlokaler Publikationen umzusetzen. Eine Inkjet-Rollendruckmaschine von *Kodak* wurde in Avesnes-sur-Helpe in Nordfrankreich bei der *Sogemedia*-Tochter *Imprimerie de l'Avesnois* installiert, die am Markt unter dem Namen *Digitaprint* agiert.

»Meine Analyse war, dass es in der Internetära nicht länger sinnvoll ist, allen Leserinnen und Lesern ein und dieselben Inhalte anzubieten, da sie ja auch im Internet Informationen nach ihren spezifischen Vorlieben wählen können. Die traditionelle Logik der Verlage besteht darin, ein einziges Produkt herzustellen und davon so viele Kopien wie



möglich zu verkaufen«, sagt JEAN PIERRE DE KERRAUL, CEO der *Sogemedia-Gruppe*.

»Unsere Schlussfolgerung war jedoch, dass wir unsere Inhalte den Bedürfnissen verschiedener Lesergruppen anpassen müssen und ihnen nicht weiter ein starres Produkt aufzwingen sollten. Das war die ursprüngliche Idee, als ich die Investition in den Digitaldruck und dessen variable Produktionsmöglichkeiten beschloss.«

Wegweisende Entscheidung

Dass die Wahl auf *Kodak* fiel, hatte laut JEAN PIERRE DE KERRAUL einmal den Grund, dass *Kodak* mit 300 m/Min. die höchste Druckgeschwindigkeit anbieten konnte und zudem Interesse daran zeigte, neue digitale Publikationsanwendungen voranzubringen. *Kodak* hatte auch bereits Erfahrungen in der Anbindung der *FoldLine*-Finishinglinie von *manroland Goss web systems* an die Inkjet-Rotation. Das war von Bedeutung, weil *Sogemedia* eine In-line-Produktion von der Papierrolle bis zu fertig gefalzten und gestapelten Zeitungen realisieren wollte.

Ein weiter wesentlicher Faktor war, dass *Kodak* die Inkjet-Tinten

selbst entwickelt und produziert und daher die volle Kontrolle über die Tinte und deren Kosten hat. Das ist von Belang, weil die Tinten einen erheblichen Anteil der Produktionskosten im Inkjet ausmachen und somit die Wirtschaftlichkeit des Verfahrens mit bestimmen.

Zeitungen wirtschaftlicher als im Offset

Bei der *Sogemedia-Gruppe* erscheinen heute 24 lokale Wochenzeitungen für unterschiedliche Regionen in Frankreich. Außerdem gibt das Unternehmen mit 240 Beschäftigten einige Zeitschriften heraus und ist in Werbung und Mediaberatung aktiv. 20 der eigenen Wochenzeitungen

druckt *Digitaprint* auf der *Prosper 6000C* Druckmaschine, die auf der *Kodak Stream Continuous Inkjet*-Technologie basiert. Einige weitere *Sogemedia*-Titel werden aufgrund der geografischen Entfernung bei *Midi Libre* in der Nähe von Montpellier in Südfrankreich gedruckt – ebenfalls auf einer *Kodak Prosper 6000C*.

Zusätzlich zu den *Sogemedia*-Zeitungen laufen auf der *Kodak Prosper 6000C* Druckmaschine bei *Digitaprint* 30 Zeitungstitel im Auftrag anderer Verlage. 28 davon sind wöchentlich erscheinende Blätter, während es sich bei den zwei anderen Titeln um Auflagen italienischer Tageszeitungen handelt, die jede Nacht



Im Durchschnitt beträgt die Auflagenhöhe der auf der *Prosper 6000C* produzierten Zeitungen 5.000 Exemplare bei einem Umfang von 36 Seiten.



Die Prosper 6000C ist im Schnitt elf Stunden pro Tag im Einsatz, wobei sie mit einer Geschwindigkeit von 280 m/Min. bei 600 x 600 dpi Auflösung betrieben wird.



Die geringe Makulaturquote wird nicht durch die Inkjet-Maschine, sondern durch Besonderheiten der Weiterverarbeitungstechnik verursacht.

für den belgischen und französischen Markt produziert werden. Im Durchschnitt beträgt die Auflagenhöhe der auf der Prosper 6000C produzierten Zeitungen 5.000 Exemplare bei einem Umfang von 36 Seiten.

»Wir können auf der Maschine Auflagen bis 10.000 mit bis zu 24 Seiten oder zum Beispiel 5.000 Exemplare mit bis zu 48 Seiten profitabel und wirtschaftlicher als im Offset drucken«, erläutert JEAN PIERRE DE KERRAUL. »Die Vorteile des Digitaldrucks sind neben dem Wegfall von Druckplatten und deren Herstellung die minimalen Rüstzeiten und die niedrige Makulatur. Das ist gerade jetzt aufgrund der enormen Papierpreissteigerungen ein entscheidender Vorteil. Wenn im Zeitungsoffset vielleicht 1.500 Exemplare Anlaufmakulatur anfallen, sind es bei der digitalen Produktionslinie 20 bis 30 Exemplare – und diese niedrige Makulaturquote wird nicht durch die Inkjet-Maschine, sondern durch Besonderheiten der Weiterverarbeitungstechnik verursacht.«

Weniger Personaleinsatz

JEAN PIERRE DE KERRAUL führt es auf die generell sinkenden Auflagen und die Papierkosten zurück, dass sich heute mehr Verlage als in der Anfangszeit der Prosper 6000C bei Digitaprint für den Digitaldruck interessieren: »Wenn die Verlage vor sechs oder sie-

ben Jahren noch Auflagen von vielleicht 15.000 Exemplaren hatten, sind es heute Auflagen, in denen der Digitaldruck unter Kostengesichtspunkten eine Alternative darstellt. Das bringt uns neue Kunden.«

Die Prosper 6000C ist im Schnitt elf Stunden pro Tag im Einsatz, wobei sie mit einer Geschwindigkeit von 280 m/Min. bei 600 x 600 dpi Auflösung betrieben wird; 600 x 900 dpi wäre auch möglich.

Dienstag, Mittwoch und Donnerstag sind die Hauptproduktionstage für Wochenzeitungen. Dann druckt die Inkjet-Maschine jeweils rund 20 Stunden. An der gesamten Anlage – Prosper und Finishinglinie einschließlich Stapelsystem – sind jeweils zwei der insgesamt 35 Mitarbeiter von Digitaprint tätig. Deren Aufgaben bestehen im Wesentlichen in der Überwachung der Funktionen und der Entnahme der fertigen Produktstapel.

Dagegen erforderte die Produktion auf der alten Offsetrotation fünf Personen pro Schicht.

»Die Farbwiedergabe der Prosper Druckmaschine ist sehr stabil; sie erfüllt die Anforderungen unseres Zeitungsgeschäfts in Bezug auf Druckqualität und Auflösung perfekt«, berichtet JEAN PIERRE DE KERRAUL. »Wir führen einmal pro Woche eine gründliche Wartung durch, um eine konsistente Druckqualität und den zu-

verlässigen Betrieb der Druckmaschine sicherzustellen.«

Leserschaft entgegen dem Trend vergrößert

Die Hyperlokalisierung von Zeitungen im Markt bedeutet einen gewissen Aufwand, räumt JEAN PIERRE DE KERRAUL ein. Schließlich muss den Verlagen vermittelt werden, dass sie ihre Inhalte und die Werbung in den Zeitungen individualisieren beziehungsweise auf spezifische Mikrozonenzuschneiden müssen, um erfolgreich zu sein. Die Verlage müssten ihre Redakteure und Anzeigenvertriebsteams entsprechend

schulen und für eine Änderung der Gewohnheiten sorgen. »Ich bin aber nach wie vor überzeugt, dass die Hyperlokalisierung eine gute Strategie ist. Die Erfahrung mit unseren eigenen Zeitungen belegt, dass wir durch die Personalisierung von Inhalten Leser halten können«, kommentiert DE KERRAUL. »Nur ein Beispiel: Bei einer unserer lokalen Wochenzeitungen, die in der Mitte des Landes erscheint, hatten wir vor der Prosper Druckmaschine nur eine Ausgabe. Jetzt produzieren wir sieben verschiedene Versionen mit spezifischen Inhalten und spezifischen Werbeanzeigen für sieben verschiedene Bezirke in dem Verbreitungsgebiet. Dadurch ist es uns gelungen, die Leserschaft entgegen dem generellen Trend zu vergrößern und für Werbekunden ein attraktiver Partner zu bleiben.«

Anhaltend gute Aussichten

JEAN PIERRE DE KERRAUL zeigt sich zuversichtlich, dass Digitaprint mit den Möglichkeiten der Kodak Prosper 6000C weitere Verlage als Kunden gewinnen und künftig noch mehr Zeitungen drucken kann. »Für mich hat sich bestätigt, dass die Entscheidung für Inkjet und die Technologie von Kodak absolut richtig war«, merkt er abschließend an.

> www.kodak.com



FIRUS DRUCK Konica Minolta AccurioLabel 400

Als erster *Konica Minolta*-Kunde in Deutschland produziert *Firus Druck* aus Kröv an der Mosel mit dem neuen digitalen Etikettendrucksystem *AccurioLabel 400*.

Die familiengeführte Druckerei bietet ihren Kunden – Weinkellereien, Weingüter und Spirituosenherstellern aus ganz

markter, den Handel und die Industrie.

»Dabei kommen verschiedene Druckverfahren und -techniken zum Einsatz. Für individualisierte Etiketten setzen wir jedoch auf den digitalen Druck«, sagt *WIR*-Geschäftsführerin *JASMIN REISSNER*. Hier setzte das Unternehmen seit 2017 auf eine *HP Indigo 6800*, die nun von einer *HP Indigo 6K* abgelöst wird.



Sebastian Firus, Geschäftsführer bei Firus Druck, auf seiner neuen AccurioLabel 400 von Konica Minolta.

Europa – auch Etiketten mit weißem Toner als 5. Farbe.

Mit Leistungen von bis zu 39,9 m/Min. sorgt die Maschine für hohe Produktivität. Die Gesamtlänge pro Auftrag lässt sich auf bis zu 3.000 Laufmeter einstellen.

> www.konicaminolta.de

DRUCKEREI REISSNER Familienunternehmen setzt auf HP

Die *WIR - Werbeideen und Etikettendruckerei Reissner GmbH* aus Vöhringer hat die Installation einer *HP Indigo 6K* angestoßen. Geegründet im Jahr 2009, produziert das in zweiter Generation geführte Familienunternehmen selbstklebende Rollenetiketten für Direktver-

PARTNERSCHAFT Koenig & Bauer und SEE

Die *Sealed Air Corporation (SEE)* und die *Koenig & Bauer AG* bauen ihre Partnerschaft mit dem Ziel aus, die Entwicklung von Digitaldrucktechnologie, -dienstleistungen und -ausrüstungen und voranzutreiben. Die entwickelten Lösungen sollen skalierbar sein und digital gedruckte Materialien schneller verfügbar machen.

Künftig werden die Rollendigitaldruckmaschinen der *RotaJet*-Serie von *Koenig & Bauer* mit dem Know-how sowie der Soft- und Hardware der *SEE*-eigenen Marke *prismiq* ausgestattet.

> www.koenig-bauer.com

> www.sealedair.com

BILDERGIPFEL BADEN MIT MONET'S SEEROSEN

Die eigenen vier Wände mit Kunst zu gestalten, ist gängige Praxis. Doch anstatt Bilder nur an die Wand zu hängen, gibt es einen Trend, Kunst als außergewöhnliche Interior-Elemente zu nutzen.



Wer sich für seine Einrichtungsprojekte ein ganz bestimmtes Bild aus den 70.000 Motiven von Bildergipfel wünscht, wird von den Experten unterstützt und beraten. Ein Angebot der Onlinegalerie ist die Möglichkeit, Motive als Tapeten oder als selbstklebende Folien zu erhalten.

»Wenn es um die individuelle Gestaltung von Einrichtungen geht, gibt es kaum Grenzen – auch nicht vor Kunst und Fotografien«, weiß *UWE SUTHMANN*, einer der Gründer der Onlinegalerie *bildergipfel.de*, die eine Auswahl von rund 70.000 Motiven bietet. »Unsere Bilder kommen als Kunstdrucke beispielsweise hinter Acryl- oder Echtglas kaschiert als Rückwände für Duschen und Badewannen oder Wandverkleidungen in Küchen zum Einsatz«, sagt *SUTHMANN*. Möglich macht dies die enge Zusammenarbeit der Onlinegalerie mit Experten in Sachen Druck und Finish. »Wir können bei nahezu all unseren Bildern jede gewünschte Größe anbieten – zum Beispiel, um Schranktüren mit einem Motiv aus unserer Auswahl zu bedrucken.«

Neben der Veredlung von Wandverkleidungen oder Möbelfronten mit Kunst- und Fotografie-Motiven ist auch der Einsatz individuell bedruckter Stoffe eine Möglichkeit, Kunst in die Raumgestaltung zu integrieren. »Mit großformatigen Textildrucken lassen sich Wände in Kunstwerke verwandeln«,

sagt *SUTHMANN*. Gerade wenn es um funktionelle Einrichtungen geht, entscheiden sich viele Kunden für eine schalldämpfende Rahmung ihrer Motive, die einen Raum dadurch optisch und akustisch aufwerten. Die textilen Kunstwerke lassen sich auch als Leuchtbild verwenden.

Ein weiteres Angebot der Onlinegalerie ist die Möglichkeit, Motive als Tapeten oder als selbstklebende Folien zu erhalten. »Auch was die Umsetzung betrifft, stehen wir unseren Kunden mit Rat und Tat zur Seite und geben zum Beispiel Tipps, wie sich Folien am besten auftragen lassen, um ein optimales Endergebnis zu erzielen.«

Damit individuelle Einrichtungselemente nicht nur als temporäre Deko, sondern als dauerhaftes Highlight dienen, ist vor allem die Qualität der Drucke und Materialien entscheidend. Bei *Bildergipfel* wird daher jedes einzelne Werk in Bezug auf Größe und Material exakt nach den Wünschen der Kunden angefertigt.

> www.bildergipfel.de

HEIDELBERG NEUE VERSAFIRE FÜR DIE HYBRIDE PRODUKTION

Der Digitaldruck bleibt der lukrative Wachstumsmarkt in der Druckbranche weltweit. Mittlerweile entfallen bereits rund 20% des weltweiten Druckproduktionsvolumens auf den Digitaldruck bei einem Wachstum von jährlich rund 3%. Mit der neuesten Generation der *Versafire* bietet *Heidelberg* weiterentwickelte Digitaldruckmaschinen für den Akzidenzdruck.

Text und Bild: Heidelberg

Damit vertieft das Unternehmen nach eigener Aussage die Integration von Offset- und Digitaldruck und stärkt seine Marktposition im Digitalbereich. »Wer Offset- und Digitaldruck gleichzeitig effizient einsetzen und kombinieren möchte, wird an unseren integrierten Angeboten nicht vorbeikommen. Denn *Heidelberg* besitzt umfassendes Prozess- und Applikationswissen in beiden Druckverfahren«, sagt DR. LUDWIN MONZ, Vorstandsvorsitzender bei *Heidelberg*. Praktisch jede Offsetdruckerei mit Schwerpunkt im Akzidenzbereich hat heute bereits eine Digitaldruckmaschine im Einsatz. Deshalb stattet *Heidelberg* die neuen Digitaldrucksysteme *Versafire LV* und *Versafire LP* mit einem weiterentwickelten *Prinect Digital Front End (DFE)* aus. Die Software sorgt in Verbindung mit einer neuen Bedienoberfläche für ein flexibles, standardisiertes, produktives und intuitives Zusammenspiel von Offset- und Digitaldrucktechnologie, erklärt *Heidelberg*.

In die neue Generation sei das Integrations-Know-how und die Erfahrung aus mehreren Tausend weltweit bei Kunden installierten *Versafire*-Digitaldrucksystemen eingeflossen. Eine Entscheidung für eine Digitaldrucklösung von *Heidelberg* sei daher die bevor-



Die neuen Modelle der *Versafire*-Serie sind in etwa baugleich mit der neuen *Ricoh*-Maschine, unterscheidet sich aber vor allem in der Integration des weiterentwickelten *Prinect Digital Frontend*.

zugte Wahl für Druckereien mit hybriden Workflows.

»Mit der neuen *Versafire*-Generation investieren Kunden in eine verbesserte Gesamtperformance und Wettbewerbsfähigkeit«, so FRANK SCHAUM, Leiter Segment Print Solutions bei *Heidelberg*. Dabei sei bei der *Versafire* ein besonderer Fokus auf das durchgehend konstante Farbmanagement in der hybriden Druckproduktion gelegt worden.

Versafire LP und LV

Das Modell *Versafire LP* ist laut *Heidelberg* eine Lösung für die Produktion größerer Volumina beziehungsweise vieler Kleinauflagen. Mit bis zu einer Million Klicks im Monat gehöre sie zu den produktivsten tonerbasier-ten Digitaldruckmaschinen im

A3-Format auf dem Markt und verleihe der digitalen Druckproduktion einen industrielleren Schub.

Funktionen wie automatisches Register, Kalibration, Inline-Farb-messung und Inhaltsüberwachung sorgen für Produktions-sicherheit.

Mit der Möglichkeit für ein fünftes Farbwerk und in Verbindung mit der Auswahl unter sieben Sonderfarben ist die *Versafire LV* eine flexible Lösung für vielfältige Applikationen im Kleinauflagen-druck. Mit ihrem hohen Automatisierungsgrad und ihrer Aufrüstbarkeit bietet die *Versafire LV* große Flexibilität.

Die beiden SRA3-CMYK-Bogen-Digitaldruckmaschinen drucken bis zu 4.500 A3-Bogen/Stunde oder maximal 135 A4-Seiten pro

Minute. Dabei kommen Gram-maturen von 40 bis 470 g/m² zum Einsatz.

Das kleinste Papierformat ist 14 × 10 cm und maximal können 103 × 33 cm beidseitig bedruckt werden. Zudem können Banner bis zu einer Länge von 126 cm simplex gedruckt werden.

Das *Prinect Digital Frontend* ist eine Eigenentwicklung von *Heidelberg*. Die nun vorgestellte zweite Generation der Software unterstützt die Standardisierung der Produktion in Druckereien. So können laut *Heidelberg* Auftrags-anlage, Preflight-Prüfung, Farbmanagement oder Ausschließen automatisiert und auf vorkalkulierter Kostenbasis erfolgen.

> www.heidelberg.com



NEUES FLAGGSCHIFF

Ricoh Pro C9500

Ricoh stellt das neue digitale Farb-Bogendrucksystem Ricoh Pro C9500 vor. Die neue Generation ist eine Weiterentwicklung der Pro C9200, die mit leistungsstarker Technologie ausgestattet, nicht nur die Produktivität und Qualität der Druckereien steigert, sondern gleichzeitig Arbeitsabläufe vereinfacht und bei der Erschließung neuer Anwen-



Mit der neuen Ricoh Pro C9500 können kommerzielle Druckdienstleister neue Einnahmequellen erschließen und ihre betriebliche Effizienz erhöhen.

dungsmöglichkeiten und Einnahmequellen unterstützt.

Für eine verbesserte Automatisierung und betriebliche Effizienz sorgt die neue Auto Color Diagnosis Unit, die drei kritische Prüfungsvorgänge im kommerziellen Druck automatisiert: Qualität, Registerhaltigkeit und Farbschwankungen.

Weitere Funktionen und Verbesserungen der Ricoh Pro C9500 sind eine verbesserte Medienverarbeitung von Papier zwischen 40 und 470 g/m² mit erweiterten Ein- und Ausgabeoptionen für Formate bis zu 1.260 mm.

Ein Produktivitätsmodul, das auch nach der Installation noch montiert werden kann, bietet höhere Geschwindigkeiten von bis zu 135 Seiten pro Minute.

> www.ricoh.de

KYOCERA

Neue MFP und Drucksysteme

Kyocera Document Solutions hat sein Portfolio um insgesamt zehn neue Ecosys- und Taskalfa-Druck- und Multifunktionssysteme erweitert.

Die A4-Farbdrucker bieten Geschwindigkeiten von 35 bis 45 Seiten pro Minute. Mit einer Auflösung von 1.200 dpi und einem erweiterten Farb- raum bieten die neuen Systeme nach Angaben

des Herstellers gestochen scharfe Ausdrücke mit lebendigen Farben aufgrund des dünnen und gleichmäßigen Tonerauftrags.

> www.kyocera.de



Ricoh hat die Markteinführung der neuen A3-Farb-MFP-Serie IM-Cxx10 bekannt gegeben. Leider hat sich das Unternehmen in der zugehörigen Pressemitteilung ausschließlich darum bemüht, die Nachhaltigkeit des Geräts anzupreisen. So ist zu lesen, dass es sich um die weltweit ersten MFPs handelt, deren Gehäuse zu 50 Prozent aus recycelten Kunststoffen bestehen und dass überflüssiges Verpackungsmaterial eingespart wurde. Was das Gerät an Leistung, Finishing oder Ähnliches bringt, ist der Pressemitteilung leider nicht zu entnehmen.

CANON

HAPTISCHE UND TASTBARE DRUCKE

Canon hat mit Prismaelevate XL den Nachfolger von Arizona Touchstone vorgestellt. Damit werden taktile, reliefartige Drucke mit 3D-Effekt auf den Großformatdruckern der Arizona-Serie möglich.



Mit Prismaelevate XL lassen sich tastbare, haptische Drucke herstellen – einschließlich Struktureffekten, Braille-Schrift und erhabenen Schriftzügen mit einer Höhe bis zu 2 mm.

Mit Prismaelevate XL, Teil der Prisma XL Suite, lassen sich Anwendungen mit strukturierten Effekten erzeugen, strukturierte Oberflächen nachahmen und Prägungen, Bildreliefs oder erhabene Schriftzüge bis zu 2 mm drucken. Damit bietet die Softwareanwendung die doppelte Taktilhöhe bei bis zu 20% höheren Geschwindigkeiten auf den Flachbettserien Arizona 1300 und 2300. Es können Beschilderungen, Innen- und Außendekorationen, Kunstreproduktionen oder Verpackungsprototypen, barrierefreie Beschilderungen einschließlich Blindenschrift produziert werden. Dazu nutzt Canon die patentierte Advanced Layer Printing System (ALPS)-Technologie für die Arizona-LFP-Systeme, die den Druck mehrerer Tintenschichten übereinander ermöglichen und die beeindruckenden funktionalen und haptischen Elementen erzeugen. Ein Adobe Photoshop- und Illustrator-Plugin ermöglicht die präzise 3D-Gestaltung.

Die UV-härtenden Tinten von Canon erfüllen hohe Umweltstandards und wurden mit dem UL Greenguard Gold-

Zertifikat ausgezeichnet, was sie selbst für den Einsatz in Krankenhäusern, Schulen oder Geschäften und öffentlichen Einrichtungen sicherer macht. Die Kombination wird beispielsweise bei der Christlichen Bibliothek für Blinde und Sehbehinderte (CBB), einem der größten Brailledruckdienstleister in Europa für den Reliefdruck eingesetzt. »Dank des Systems können wir unseren Kunden jetzt Braille, Großdrucke, Audio, Prägung und digitales Lesematerial in einem Komplettpaket anbieten«, sagt ANDREA HAKLAND, Braille- und Relief-Managerin bei CBB. »90 Prozent unserer auf der Arizona gedruckten Produkte sind solche Hochdrucke.« Früher war es weder möglich, Reliefdrucke mit Feinstrukturierung oder Vollfarbe zu kombinieren, noch war es möglich, Reliefdrucke auf verschiedenen Materialien zu drucken. Jetzt ist dies alles möglich.

> www.canon.de

SWISSQPRINT

1.000 NYALA FLACHBETTDRUCKER

Das *swissQprint*-Produktionsteam hat am Schweizer Hauptsitz einen besonderen Drucker gefeiert: den 1.000. *Nyala*, der im Juni fertiggestellt und ausgeliefert wird.



Im Mai 2012 brachte *swissQprint* den UV-Flachbettdrucker *Nyala* auf den Markt. Jetzt, genau elf Jahre später, hat der Schweizer Hersteller das 1.000. Exemplar dieses Erfolgsmodells verkauft.

Der 3,2 Meter breite Flachbettdrucker schreibt seit seiner Einführung im Mai 2012 Jahren Erfolge. Rund um den Globus hat der *Nyala* eine große Anhängerschaft und im europäischen Markt ist er seit acht Jahren in Folge der meistverkaufte seiner Klasse.

swissQprint charakterisiert den Drucker als Symbiose aus Premium-Druckqualität, Multifunktionalität und Effizienz. »Aufgrund seiner Dimensionen und Modularität bietet *Nyala* große Freiheit bei den Applikationen und Formaten bei hohen Druckqualitäten bis zu einer Auflösung von 1.350 dpi. Kunden schätzen auch die hohe Systemverfügbarkeit und den geringen Energieverbrauch«, sagt CARMEN EICHER, Leiterin Verkauf und Marketing bei *swissQprint*.

Multifunktional dank Optionen

swissQprint-Anwender stellen ihren Drucker auf ihre Bedürfnisse abgestimmt zusammen und können die Konfiguration später ausbauen und verändern. Seit jeher bestellen praktisch alle Kunden die Rollenoption und bekommen damit quasi zwei Geräte in einem.

Zu den weiteren Optionen zählen die Doppelrollenoption, die Plattenoption für bis zu vier Meter lange Platten oder die Glasoption, die dieses Jahr mit einem der begehrten EDP-Award ausgezeichnet wurde.



AWARD 2022/2023

Außerdem verfügt *Nyala* über neun frei konfigurierbare Farbkanäle: Ergänzend zu CMYK stehen Light-Farben, Weiß, Effektlack, Orange, Neon und ein Primer zur Auswahl.

Auch bei der Energieeffizienz zeigt *Nyala* (wie das gesamte *swissQprint*-Sortiment) Stärken: Alle aktuellen Modelle sind nach ISO-Norm 20690:2018 für ihre »top in class«-Energieeffizienz ausgezeichnet und verbrauchen im Durchschnitt 2,2 kWh, was dem Verbrauch eines handelsüblichen Wasserkochers entspricht.

Die Langlebigkeit der Großformatdrucker – praktisch alle 1.000 *Nyalas* sind nach wie vor im Einsatz – leistet einen wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeit und Rentabilität der Schweizer Produkte.

> www.swissqprint.com

MACHT ENTSCHEIDER ENTSCHEIDUNGS- SICHER

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

MÜLLER MARTINI EIN NEUES KAPITEL IN DER BUCHHERSTELLUNG

Am 21. September wurde im *Print Finishing Center* von *Müller Martini* ein neues Kapitel in der Buchherstellung aufgeschlagen. Über 120 Besucher erlebten live, welcher Automatisierungsgrad heute in der Buchproduktion möglich ist. Die vorgestellten Buchproduktionslinien dürften die Produktivität in der Druckweiterverarbeitung nachhaltig steigern.

Text und Bilder: Müller Martini

Über 120 Gäste aus der D/A/CH-Region und Osteuropa folgten der Einladung von *Müller Martini* in das *Print Finishing Center (PFC)* nach Zofingen. »Wer die Besucher beobachtet hat, spürte regelrecht, dass sie davon überzeugt sind, dass sich für die Druckbranche neue Chancen und interessante Geschäftsmodelle auf tun werden. Wir von *Müller Martini* arbeiten mit Hochdruck daran, innovative und zukunftsorientierte Ansätze und Lösungen zu entwickeln. Um das damit ver-



bundene Potenzial aufzuzeigen, braucht es Veranstaltungen wie unser Open House«, versichert, BRUNO MÜLLER, der CEO von *Müller Martini*.

Smart Factory ist näher gerückt

Das absolute Highlight war die Präsentation einer neuen kompakten Buchfertigungslinie, die für Anwendungen konzipiert wurde, die im Digitaldruck auf der Rolle gedruckt werden. Aus der Kombination der *SigmaLine Compact*, dem neuen Klebbin der *Antaro Digital* und dem Dreischneider *InfiniTrim* kann die digitale Buchfertigung jetzt auf ein neues Produktivitätsniveau gehoben werden.



Am 31. September begrüßte Müller Martini im *Print Finishing Center* in Zofingen etwa 120 Besucher; weitere Gäste kamen am 26. September zum Open House des Herstellers von Systemen zur Druckweiterverarbeitung.

»Bestehend für mich sind die Produktivität, die Variabilität und Kompaktheit der kompletten Buchlinie. In Verbindung mit einem Inkjet-Rollendrucksystem erhält man eine komplette, leistungsfähige Digitaldruckerei quasi out of the Box. Der Trend bei Printproduktionen geht in Richtung kleine, aber individualisierte Aufträge. Mit dieser Anlage lassen sich die Anforderungen, die damit einhergehen – speziell für die Broschüren- und Buchproduktion – optimal umsetzen«, bemerkt MARTIN WLACIL, Geschäftsführer *Print Alliance GmbH*, Österreich.

In jeder Hinsicht nachhaltig

Die Fakten zu der neuen Buchfertigungslinie sind beeindruckend. Der Output liegt bei 2.000 Exemplaren pro Stunde bei einer Dickenvarianz von 20

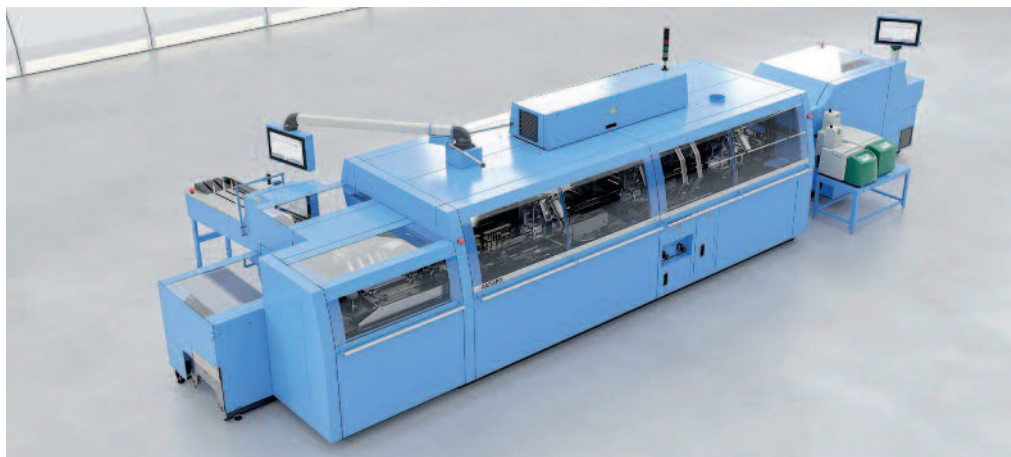
mm von Buch zu Buch – und das ohne Geschwindigkeitsverlust. Das entspricht einer Verdreifachung des Outputs im Vergleich zu bisherigen Lösungen. Zur Bedienung der kompletten Fertigungslinie sind nur zwei Personen erforderlich – ein Maschinenführer und ein Helfer. Der Platzbedarf für die gesamte Prozesskette vom Falzen über das Kleben bis zum Schneiden liegt gerade einmal bei 170 m². Früher wurde dafür ein Platzbedarf von weit über 300 m² veranschlagt. Die durchgängig barcode-basierte Produktion ermöglicht eine komplett berührungsfreie Umstellung. Das geschieht de facto on-the-fly und bietet die Flexibilität, die gerade bei Kleinaufträgen oder bei einer Book-of-one-Produktion erforderlich ist. »Ein Wechsel der Falzschema auf

Vierfach-Nutzen benötigt keine zehn Sekunden«, versicherte INGOLF FRITZSCHE, Produkt Manager *Digital Solutions* bei *Müller Martini*.

Schon das erste Buch ist verkaufbar

Im Rahmen der Produktpräsentation wurden 50 Aufträge, die bei Auflage, Format und Dicke unterschiedlich aufgebaut waren, live ohne manuellen Eingriff produziert. Damit hat *Müller Martini* einmal mehr untermauert, wie flexibel und effizient etwa Softcover-Broschüren, Hardcover-Buchblöcke oder Layflat-Broschüren hergestellt werden können.

Das digitale Mastermind der Buchlinie ist der *Connex-Workflow*, der die Daten in der entsprechenden Form für die Pro-



Die neue Klebebinder-Plattform Antaro erreicht eine einmalige Ausbringleistung sowohl für digital- (2.000 T/h) als auch offset-gedruckte (4.000 T/h) Produkte.

duktion aufbereitet. Auch in Sachen Nachhaltigkeit hat die Lösung einiges zu bieten und spart Makulatur und Energie. In der Regel ist bereits das erste Buch verkaufbar. »Wir haben in die Entwicklung des Klebebinders *Antaro* alle bisher gesammelten Erfahrungen aus früheren Produktgenerationen sowie neue Ideen einfließen lassen«, betonte ROLAND REDDMANN, Produkt Manager Klebebinde-Systeme.

Der formatvariable Dreischneider *InfiniTrim* hat sich schon in anderen Konstellationen in der Praxis bewährt. Mit der Buchproduktionslinie hat *Müller Martini* die aktuellen Anforderungen des Marktes erkannt und eine innovative Lösung geschaffen.

Größte Variabilität mit dem Antaro

»Vor allem der neue Klebebinder *Antaro* ist für uns als Buchbinde- reier sehr interessant. Er vereint die Anforderungen sowohl der analogen als auch der digitalen Welt der Druckweiterverarbei-

tung. *Müller Martini* hat damit eine Symbiose aus beiden Welten geschaffen«, kommentiert CHRISTIAN BURKHARDT, CEO der *BuBu AG*. Und in der Tat hat die digitale und konventionelle Buchherstellung damit eine neue Dimension erreicht.

Mit dem in zwei Varianten erhältlichen *Antaro* hat *Müller Martini* eine flexibel einsetzbare Klebebinde-Plattform lanciert, die im On-Demand-Bereich (Near-line oder Inline) und in der konventionellen Herstellung einsetzbar ist.

- *Antaro Digital*: Vollautomatisierte Einzelbuchproduktion mit manueller Zuführung oder Inline-Anbindung an das digitale Buchfertigungssystem *SigmaLine Compact*. Mit sechs Klammern können bis zu 2.000 Einzelbücher pro Stunde hergestellt werden.
- *Antaro*: Kombiniert mit einer Zusammentragmaschine und einem Dreischneider eignet sich der *Antaro* für konventionelle Offset-Aufträge und erreicht eine Leistung von 4.000 Takten/h.

Zudem erreicht der neue digitale Klebebinder im Vergleich zu aktuellen Lösungen für die Einzelbuchproduktion die gleiche Leistung mit weniger als der Hälfte an Bedienern.

Alle *Antaro*-Varianten verfügen über ein kontinuierlich laufendes Schwenklammersystem, bei dem die Buchblöcke horizontal auf dem Rücken stehend transportiert und von den komplett geöffneten Klammern übernommen werden. Neben diesem Klammerprinzip ermöglicht im *Antaro Digital* die große Klammerteilung von 610 mm die Fertigung von Broschüren mit einer Blockdickenvarianz von Buch zu Buch von bis zu 20 mm. Die Dicken werden dabei vollautomatisch umgestellt.


Erstklassige Endprodukte

Der *Antaro* produziert mit zwei Rückenfrässtationen und sorgt für eine perfekte Rückenbearbeitung. Die Leimwerke können einfach ausgetauscht werden. Zum Einsatz kommen EVA und PUR sowie in der PUR-Düse ein Leimüberwachungssystem, das

den korrekten Auftrag des Leims kontrolliert.

In der Digitalversion garantiert der neu konzipierte Trommel-Umschlaganleger, kombiniert mit einem nachgelagerten Pufferrad, die prozessichere Vereinzelnung der Umschläge. Zudem ermöglicht er durch die kontinuierliche Beschickung eine unterbrechungsfreie Produktion. Via Barcode-Leser wird sichergestellt, dass Buchblock und Umschlag zusammenpassen.

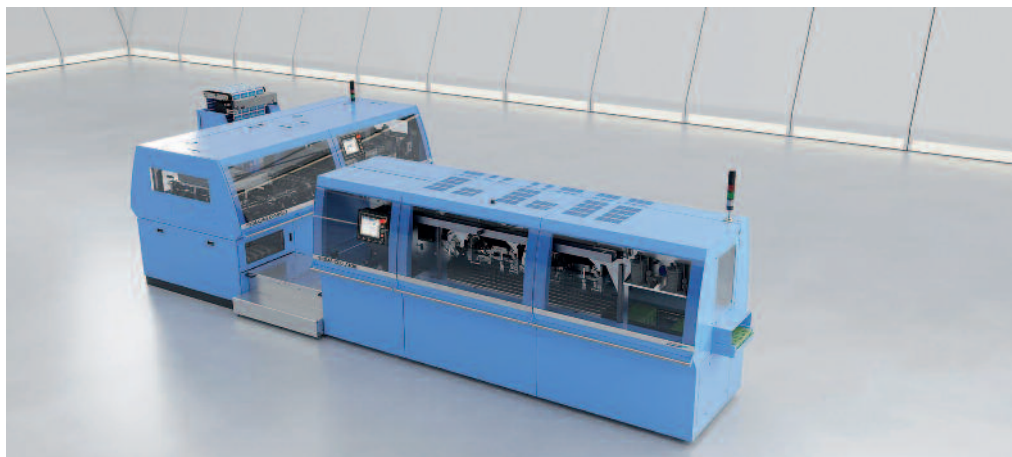
Durch das Pufferrad wird eine ausreichend lange Distanz zwischen der Barcode-Lesestelle des zugeführten Buchblocks und der Barcodeerfassung des dazugehörigen Umschlages geschaffen. Kommt es zu einem Miss-Match, kann immer noch automatisch reagiert werden, ohne dass bereits im Bindeprozess befindliche Bücher stoppen müssen. In Kombination mit der in diesem Fall ebenfalls serienmäßigen und vor der Rillung positionierten Umschlagausschleusung wird Makulatur effektiv unterbunden und ein neues Produktivitätslevel erreicht. >



**ÜBERBLICK.
EINBLICK.
DURCHBLICK.**

DRUCKMARKT
impressions
www.druckmarkt.com

Die neue SigmaLine Compact deckt alle Optionen der Weiterverarbeitung ab: Softcover, Hardcover, Fadenheftung und Sammelheftung. Sie hebt im Zusammenspiel mit dem Workflow-System Connex das Thema Finishing 4.0 auf ein neues Level.



Softcover oder Buchblock-Varianten

Der neu entwickelte *Antaro* vereint die bewährte Technik aus *Müller Martini*-Anlagen und kombiniert diese mit neuen Funktionalitäten. Er verarbeitet alle gängigen Arten von Buchblocks wie Signaturstapel, vorverleimte oder fadengeheftete Buchblocks oder Einzelblattstapel. Ist keine Inline-Anbindung vorhanden, können diese auch manuell zugeführt werden.

Möglich sind je nach Ausstattungsgrad Softcover-Broschüren oder Hardcover-Buchblöcke, Flex-Broschüren, abgeleimte Buchblöcke und Layflat-Broschüren (wie etwa für *Swiss*- oder *Otabind*-Broschüren).

RALF SCHRAUD von der *Online Printers Produktions GmbH* in Neustadt an der Aisch sieht im neuen Klebebinder interessante Perspektiven: »Für uns kann der *Antaro* ein Schritt sein, um die gesamte Prozesskette der Klebebindung auf ein komplett neues Niveau zu bringen. Er ist eine vielversprechende Lösung auf dem Weg zur Digital Factory. Darüber hinaus verfügt *Müller Martini* mit dem *Connex*-Workflow über sehr viel Know-how, wie über eine durchgehende Barcode-Steuerung eine vollautomatisierte Produktion in der Praxis auf die Beine gestellt werden kann.«

Mehr Buch pro Rolle

Nach der Ankündigung im letzten Jahr hat *Müller Martini* die *SigmaLine Compact* nun für den Verkauf freigegeben: Sie soll es Rollen-Digitaldruckern ermöglichen, mit weniger Personal mehr Produkte zu fertigen.

Die Erweiterung der *SigmaLine*-Familie macht sich insbesondere durch kurze Umrüstzeiten bemerkbar. So erfordert der Wechsel der Falzschemen von Drei- auf Vierfach-Nutzen keine zehn Sekunden. Auch verringert der *Connex*-Workflow die Einricht- und Umrüstzeiten markant. Dass bei einem Formatwechsel nur wenige Meter Makulatur anfallen, ist angesichts der aktuellen Material- und Energiepreise ein wichtiges Argument.

Mit der *SigmaLine Compact* trifft Finishing 4.0 auf Nachhaltigkeit in der Herstellung von Büchern, Broschüren und Magazinen. Die für die Verarbeitung digital gedruckter Rollen bis 22,5 Zoll entwickelte *SigmaLine Compact* ist eine Lösung für Digitaldrucker, die in einer Smart Factory Vorprodukte für Softcover-, Hardcover-, fadengeheftete und sammelgeheftete Printprodukte fertigen wollen.

Finishing 4.0

Die *SigmaLine Compact* bringt die Thematik Finishing 4.0 im Zusammenspiel mit *Connex* auf ein neues Level. Denn das Work-

flow-System von *Müller Martini* sorgt für einen automatisierten Produktionsfluss ohne händische Eingriffe von der Druckvorstufe bis zum Endprodukt.

Digitaldrucker, die in diese Technologie investieren, verschaffen sich einen Vorteil, da sie mehr Bücher und Broschüren mit weniger Personal in kürzerer Zeit produzieren.

Highlight der Maschine, die die *SigmaLine III* mit Bahnbreiten bis zu 42 Zoll ergänzt, ist die Flexibilität in der Buchblock-Fertigung. Während bekannte digitale Falzer mit einem Schwert-, Trichter- oder Pflugfalzaggregat arbeiten, kommt bei der *SigmaLine Compact* für die Verarbeitung der Signaturen das von *Müller Martini* patentierte Luftschwert zum Einsatz. »Wir haben diese Technologie in den vergangenen Jahren kontinuierlich verbessert und setzen bei der 22,5-Zoll-Linie die identische Technologie ein wie im Highspeed-Bereich«, sagt INGOLF FRITZSCHE. Er pflegt seit Jahren einen engen Kontakt mit Partnern in der Digitaldruckbranche und ist überzeugt, dass im Digitalbereich tätige Unternehmen auf diese Technologie gewartet haben.

Die *SigmaLine Compact* benötigt eine Produktionsfläche von nur 40 m².

> www.mullermartini.com

CEWE Automatisierung dank Polar

Als »Meilenstein für die autonome Weiterverarbeitung« wurde der *AirGo Jog* Ende 2020 erstmals vorgestellt. Die Entwicklung lief in Kooperation mit dem Fotodienstleister *Cewe*. Nach erfolgreichem Feldtest sind nun zwei Exemplare des Rüttlers im Einsatz.

Der *Polar AirGo Jog* automatisiert den Belade- und Rüttelprozess vollständig. Zuerst übernimmt ein *Transomat*-Belader ganze Lagen von einer Palette und transportiert sie in einen Rüttelautomaten. Dort beginnt der Rüttelvorgang – mit einem Belüftungssystem. Während das Material gerüttelt wird, wird Luft in die Schneidlage geblasen. Das ermöglicht ein erstklassiges, kantengenaues Rüttel-Ergebnis. Anschließend kann die gerüttelte Schneidlage geschnitten werden.

Mittlerweile läuft der Rüttler im Regelbetrieb rund um die Uhr mit einer Zykluszeit von 60 bis 90 Sekunden. Ende 2022 hat *Cewe* ein zweites Modell nachgerüstet.

> www.polar-mohr.com



STUDIE**Papierindustrie kann klimaneutral**

»Mit den richtigen politischen Weichenstellungen ist eine klimaneutrale Papierproduktion machbar«, behauptet der Verband *Die Papierindustrie* und bezieht sich auf eine eigene Klimastudie, die Strategien für eine Transformation der Branche aufzeigt. Der Schlüssel zur Transformation liege in der ausreichenden Verfügbarkeit erneuerbarer Energien zu wettbewerbsfähigen Preisen, heißt es in der 50-seitigen Studie.

Der jährliche Energieverbrauch der deutschen Papierproduktion liegt laut Studie bei etwa 60 TWh und geht mit rund 12 Mio. Tonnen an fossilen CO₂-Emissionen einher. Diese Energie werde benötigt, um rund um die Uhr Dampf, Strom und gasförmige Brennstoffe für den Produktionsprozess bereitzustellen. Für eine klimaneutrale Papierindustrie seien allerdings fossilfreie Lösungen nötig. Dafür müssten fossile Brennstoffe durch einen Mix aus Windkraft, Photovoltaik, grünen Gasen wie Wasserstoff und nachhaltigen Festbrennstoffen wie etwa Faserrückständen ersetzt werden.

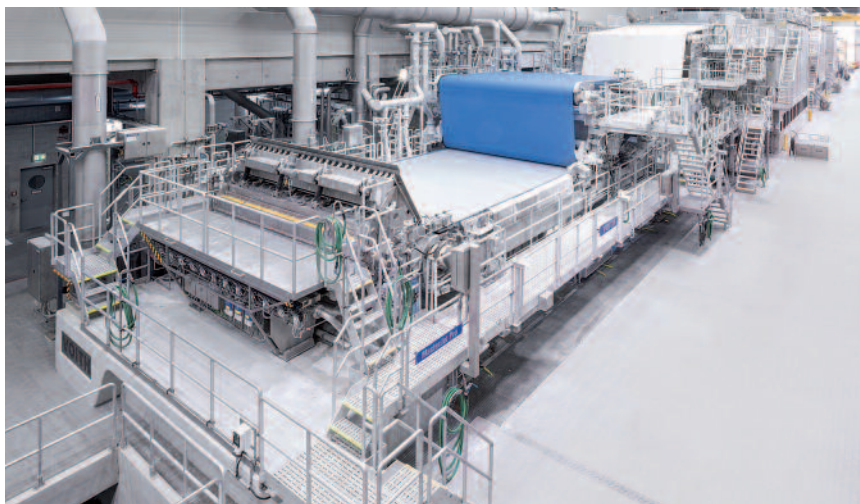


Die Studie berechnet verschiedene Szenarien und verweist darauf, dass viele Kraftwerke der Industrie bereits technisch auf den Einsatz von Wasserstoffgemischen vorbereitet seien und

die Branche an der Reduzierung ihres Energieverbrauchs arbeite. Angesprochen wird auch der branchenübergreifende Transformationsbeitrag, den die Papierindustrie beispielsweise als Energielieferant für öffentliche Strom- und Fernwärmenetze leiste.

Die Studie, einen Erklärfilm und Beispiele aus der Branche gibt es auf der Internetseite des Verbandes.

> www.papierindustrie-transformation.de

**KOEHLER PAPER****Virtuelle 360°-Tour gewährt Einblicke in die Papierproduktion in Kehl**

Seit Kurzem ermöglicht *Koehler Paper* am Standort Kehl einen Blick hinter die Kulissen der Papierproduktion. Die interaktive und virtuelle 360°-Tour macht die Papierproduktion erlebbar. In dem 1988 in Betrieb genommenen Werk stellen 555 Personen auf drei Papiermaschinen Thermo- und Dekorpapiere her. 2019 wurde die Produktionslinie 8 in Betrieb genommen, für die das Unternehmen mehr als 300 Mio. € investierte. Auf der neuesten Papier- und Streichmaschine werden flexible Verpackungspapiere und innovative Barrierepapiere produziert. > www.koehlerpaper.com

BERBERICH**FaktenFalter Digitaldruck**

Der Digitaldruck gewinnt immer mehr an Bedeutung. Ob personalisierte Einladungskarten, individuelles Fotoalbum oder exklusive Broschüren – der neue *FaktenFalter Digitaldruck* zeigt auf, welche Druckprojekte für das digitale Druckverfahren prädestiniert sind, wie genau es funktioniert sowie welche Vorteile und Möglichkeiten sich dadurch eröffnen.

Bei dem Flyer handelt es sich um eine Unikat-Edition, die das Thema Digitaldruck anschaulich demonstriert. Jedes der über 3.500 gedruckten Exemplare des *FaktenFalters* trägt einen individuellen Namen und ist ein einzigartiges, personalisiertes Druck-Erzeugnis. Ein für jeden Flyer eigens erstellter QR-Code leitet auf eine spezielle Website und gibt zusätzliche Infos über Exemplarnummer, Digital-Druckmaschine, Papierqualität und Grammaturn des jeweiligen Flyers und erwei-

tert ihn so auf crossmediale Weise. Die Online-Version des *FaktenFalters* ist im *Berberich*-Downloadbereich erhältlich.

> www.berberich.de

**OLIN MILLESIME
Hochwertiger
Bristolkarton**

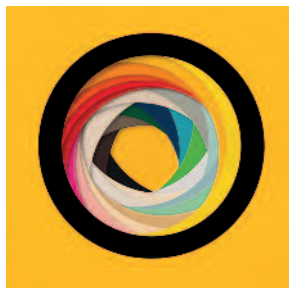
Antalis führte kürzlich *Olin Millesime* ein, einen Bristolkarton, der eine ultrasatinierte Oberfläche, hohe mechanische Eigenschaften und brillantes Weiß bietet. Mit einer hohen Opazität von über 95% und einem seidigen Touch bereichert *Olin Millesime* die Welt der Premiumkartons.



ANTALIS

Aus Pop'Set wird Olin Colours

Die Papiersorte *Pop'Set*, bekannt für ihre Palette an pastelligen und kräftigen Farben, lebt in *Olin Colours* neu auf. Die 26 intensiven Farbtöne reichen von Pastellfarben über verschiedene Grautöne bis hin zu hochpigmentierten Farben. In Zusammenarbeit mit *Arjowiggins* konnte *Antalis* als neuer Markeninhaber die Produktion bekannter Farbtöne, darunter *Grey*, *Storm*, *Ivory* und *Fawn*, in gewohnter Qualität fortführen. Das Sortiment umfasst zudem passende Umschläge. Zusätzlich zu den *Pop'Set*-Farben bietet *Olin Colours* acht neue Farbtöne. *Olin*



Colours Black ist nun in Grammaturen von 80 bis 700 g/m² erhältlich und bietet zwei Digitalformate (bis 320 g/m²), die für den Einsatz auf Trockentoner- und *HP Indigo*-Druckmaschinen konzipiert wurden. Die glatte Oberfläche eignet sich für alle Druck- und Veredelungstechniken einschließlich Heißfolienprägung, Prägung und Siebdruck.

> www.antalis.com

SHORTCUTS

Antalis agiert seit Ende letzten Jahres als Brand Owner der Premiumpapier-Qualitätsmarken *Conqueror*, *Curious Collection*, *Keaycolour*, *Pop'Set*, *Rives*, *Opale* und *Creative Labels*, die vorher zur **Arjowiggins Scotland Ltd.** gehörten, die im September 2022 in die Insolvenz ging.

Der Einreichungszeitraum für den **Gmund Award 2024** ist vom 1. März bis 12. Juli 2024. Zugelassen sind alle Projekt auf *Gmund Papier* – ganz egal aus welcher Branche.

UPM Specialty Papers bietet jetzt eine kompostierbare Lösung für papierbasierte Lebensmittelaufkleber an. Die Etikettenpapiere *UPM LabelCoat* und *LabelCoat Prime* sind industriell- und haushalts-kompostierbar zertifiziert und helfen, die Anforderungen der EU-Verordnung über Verpackungen und Verpackungsabfälle (PPWR) zu erfüllen.



SORTIMENTSERWEITERUNG

JUPP SPEEGELGLATT UND DURCHSICHTISCH

»Et blieb nix wie et wor« (Es bleibt nichts, wie es war): Getreu dem kölschen Grundgesetz gibt es bei der Papierfamilie *Jupp* Zuwachs: *Jupp speegelglatt* (*spiegelglatt*) und *Jupp durchsichtisch* (*durchsichtig*).



Zugegeben, an die kölschen Namen der Färbungen beim Papiersortiment *Jupp* muss man sich erst einmal gewöhnen. Das täuscht aber nicht darüber hinweg, dass es sich bei *Jupp* um ein grundsolides Markenpapier einschließlich Kuverts handelt.

Das neue Naturpapier *Jupp speegelglatt* vereint die Vorteile von ungestrichenem und gestrichenem Papier. Die Haptik eines Naturpapiers trifft auf eine Druckqualität und Farbbrillanz, wie sie sonst nur von gestrichenen Papieren bekannt sind. *Jupp speegelglatt* ist ein hochweißes Papier mit einer Weiße von 167 CIE, das mit Detailtreue und hohen Kontrasten überzeugt. Es ist für den Laserdruck garantiert und eignet sich zum Prägen, Rillen und Stanzen. Es ist in Grammaturen von 90 bis 350 g/m² verfügbar.

Mit seiner transparent matten Oberfläche hebt *Jupp durchsichtisch* Botschaften aller Art effektiv hervor. Es ist im Flexo-, Offset- und Siebdruckverfahren bedruckbar, besteht aus 100% chlorfrei gebleichtem Zellstoff und ist in Grammaturen von 90 bis 210 g/m² erhältlich.

Beide Papiere sind ab sofort bei *Römerturn Feinstpapier* erhältlich. Eine Sache bleibe bei den beiden neuen *Jupp*-Papieren allerdings doch »so wie et wor: De Qualität es ech jot (...so wie es war:

Die Qualität ist echt gut), betont *Römerturn*.

Neben den beiden neuen gibt es noch weitere Papiere in der Serie. Von den ältesten Familienmitgliedern (*Jupp wies* und *Jupp crääm*) über den Zuwachs der letzten Jahre (*Jupp ech öko* und *Jupp pummelisch*) bis zu den Neuzugängen (*Jupp speegelglatt* und *Jupp durchsichtisch*) überzeugt die Papierserie vor allem durch seine Natürlichkeit und erfreut sich in der Druck- und Grafikdesignbranche sowie bei Agenturen großer Beliebtheit.

Dementsprechend hat *Jupp* sich neben den elf Paragraphen des »Kölschen Grundgesetzes« noch einen ganz eigenen geschaffen. Diesen und die elf anderen Paragraphen können Interessierte bei www.kreatorsklub.de nachlesen und erfahren obendrein alles Wissenswerte zu den Papieren aus dem *Römerturn*-Sortiment.

> www.roemerturm.de

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

BADISCHE NEUESTE NACHRICHTEN MEHR EFFIZIENZ DURCH NEUE EINSTECKTECHNIK

Eine stetig wachsende Anzahl von Beilagen und die Konzentration der Anzeigenblatt-Produktion aufs Wochenende haben die *Badische Neueste Nachrichten Badendruck GmbH* in Karlsruhe zu einer Investition im Versandraum veranlasst. Der Austausch von Produktionskomponenten ermöglicht es jetzt, flexibler und effizienter zu produzieren.

Text und Bilder: Ferag

Die *Badischen Neuesten Nachrichten (BNN)* konnten am 1. März 2021 ihr 75-jähriges Bestehen feiern. Im selben Jahr wurde auch die *Badische Tagblatt GmbH* in Baden-Baden übernommen. *Badendruck*, der technische Betrieb der *BNN*, befindet sich schon seit 1972 in Karlsruhe-Neureut, wohin später das gesamte Unternehmen umgezogen wurde. Der Druckereibau hat deshalb bereits mehrere Generationen von Druck- und Weiterverarbeitungstechnik beherbergt. Zuletzt wurden im Jahr 2012 neue Druckmaschinen vom Typ *Koenig & Bauer Commander CT 6/2* mit je zwei 24-seitigen Drucktürmen aufgestellt, die auf zwei *Ferag MSD*-Linien entsorgt wurden. Seither wird auch im rheinischen Format (350 x 510 mm) gedruckt.

In der Druckerei der *BNN* mit den Abteilungen Arbeitsvorbereitung, Vorstufe, Druck, Weiterverarbeitung und Wartung/Instandhaltung sind rund 100 Voll- und Teilzeit-Beschäftigte tätig – plus Aushilfskräfte. Produziert werden Zeitungen, Anzeigenblätter und Magazine. Hauptprodukt ist die Tageszeitung *Badische Neueste Nachrichten*, von der aktuell sechsmal pro Woche rund 125.000 Exemplare in zehn Teilausgaben gedruckt werden. Dazu kommen etwa 600.000 eigene Anzeigenblätter pro Woche.

Der Markt veränderte sich

Mit der neuen Drucktechnik kamen 2012 auch zwei *Ferag* Einstecktrommeln *MSD* mit je sieben Anlegern ins Haus. Doch bereits zwei Jahre später setzte

auf dem Werbemarkt eine dynamische Entwicklung hin zu mehr Zeitungsbeilagen ein, die bis zu Beginn der Corona-Pandemie 2020 anhielt.

»Da die sieben Anleger oft nicht ausreichten, mussten wir die Druckproduktion vor allem bei den Anzeigenblättern in Vor- und Hauptprodukte splitten, erläutert MATTHIAS KÖHLER, Leiter Produktionskoordination. »Dann wurden viele unterschiedliche Wickel zum Einstecken in das Vorprodukt erstellt – ein sehr komplexes und fehleranfälliges Prinzip und eine relativ ineffektive Produktion.«

Die Produktionsfenster wurden immer länger, auf der anderen Seite führte die steigende Nachfrage nach kleinteiliger Beilagebelegung dazu, dass die *JetFeeder*-Anleger ständig umgebaut wer-

den mussten und die hohe Geschwindigkeit der Einstecktrommeln nicht ausgenutzt werden konnte.

Der allgemeine Einbruch der Werbemaßnahmen in den ersten Corona-Monaten hatte auch für die in Karlsruhe produzierten Anzeigenblätter Folgen. Die bereits vorhandene Tendenz zur Bündelung und Zusammenlegung verstärkte sich. Ausgaben, die bislang in der Wochenmitte erschienen, wurden teils eingestellt, teils mit den Wochenend-Editionen zusammengelegt. Mit entsprechenden Auswirkungen auf die ohnehin schon vollen Produktionstage von Donnerstag bis Samstag.

»Das zeigte uns deutlich, dass wir ein leistungsfähigeres System mit höherem Nettoausstoß benötigen. Wir mussten handeln«, er-



Nach dem von *Ferag* entwickelten Konzept können alle von *Badendruck* eingesetzten Kreuzleger beliebig den Versandraumstrecken zugewiesen werden. Um ein Höchstmaß an Flexibilität zu erreichen, wurden die bisher für den Abtransport eingesetzten PKT-Strecken zu einer »Acht« verbunden.



Unter minimaler Beeinträchtigung des laufenden Betriebs hat *Ferag* die Beilageproduktion von *Badendruck* auf den neuesten Stand der Technik gebracht. *Badendruck* kann dadurch auf die sich schnell verändernden Anforderungen des Werbemarktes jederzeit flexibel und kostengünstig reagieren.

läutert KÖHLER. So erfolgte neben einer Umorganisation des Produktportfolios die Evaluierung der in Frage kommenden Systeme und im Januar 2022 wurden dann mit der Ferag die Verträge unterschrieben.

Zukunftsorientierung und Flexibilität

Die neue Linie bestand aus EasySert Einstecktrommel, FlyStream Zusammentragstrecke und 23 Anlegern, davon zwei für die automatische Zuführung ab Wickel.

»Wir können auch Tapefix-Produktionen machen, wenn nötig – also Beilagenkollektionen bilden ohne Trägerprodukt. Wir haben auch alle Öffnungsarten zur Verfügung – Blasluft-, Vakuum- und Vorfalzüffnung. Und wir können beschnittene Produkte fertigen oder autark über den Handanleger Jacket-Produktionen machen, also Beilagen in Beilagen stecken«, so KÖHLER: Zum neuen Konzept gehörte zudem der

Umbau der Kreuzleger-Anbindung und des Paketabtransports. Je drei der sechs MTS-Kreuzleger waren bislang einer Versandraum-Linie fest zugewiesen. Fiel ein Stacker aus, ging die Leistung der entsprechenden Produktion jedoch sehr schnell in die Knie. Beim neuen Konzept können nun alle sechs Kreuzleger beliebig den beiden Versandraumstrecken zugewiesen werden: Es

kann auch zum Beispiel eine Linie auf fünf und die andere nur auf einen Stacker geführt werden – ein Baustein für mehr Flexibilität. Die beiden bisherigen Strecken für den Abtransport mussten deshalb auch zu einer »Acht« verbunden werden. Im Mai 2022 begann die Umsetzung des Projektes mit der schrittweisen Demontage der MSD-Linie. Gut erhaltene Teile

wurden für die neue Produktionsstrecke wiederverwendet. Im Gegensatz zu vielen anderen Betrieben stand in Karlsruhe kein freier Platz zur Verfügung, wo die neue Linie hätte aufgebaut werden können, bevor die alte Produktionsstrecke außer Betrieb genommen wurde. Eine gewisse Zeit lang konnte die MSD noch ihren Beitrag leisten – wenn keine Beilagen im Produkt waren. Ab Mitte Juli war dann über mehrere Wochen aber die Produktion nur auf einer Linie im Versandraum machbar. Klare Vorgabe an Ferag war: Das Projekt musste bis zum Beginn der Vorweihnachtszeit durch sein. »Ab Anfang November 2022 konnten wir auf der neuen Linie voll produzieren«, schildert MATTHIAS KÖHLER.

> www.ferag.com



Dank der von Ferag realisierten neuen Linie aus EasySert Einstecktrommel, FlyStream Zusammentragstrecke und 23 Anlegern konnte Badendruck innerhalb kürzester Zeit die Produktionsdauer spürbar reduzieren und den Nettoausstoß der Beilagenproduktion am Standort Karlsruhe-Neureut signifikant steigern.



Toscana

Edle Weine der

www.poggioalsole.com

Graubünden

Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch

VERPACKUNG MIT KLEINEM AUFWAND GROSSE WERTE SCHÜTZEN

Am 20. Juli 2023 veröffentlichte die *Deutsche Umwelthilfe (DUH)* einen in zwölf Supermärkten durchgeführten ›Verpackungscheck‹. Das *Deutsche Verpackungsinstitut* kritisiert die nicht repräsentative Recherche sowie die dort getroffenen Pauschalurteile und rät zu einer faktenbasierten Betrachtung.

Von Druckmarkt-Redaktion

Bei den meisten Märkten gibt es viel heiße Luft und ein weiter ungelöstes Abfallproblem«, urteilte die *DUH* nach ihrem ›Verpackungscheck‹. Nun liegt es uns fern, für Lebensmittelsupermärkte die Hand ins Feuer zu legen, doch erscheinen uns die vorgetragenen Vorwürfe zu allgemein, sodass mit dem negativen Urteil der *DUH* die Verpackung an sich in Misskredit gerät.

Auch das *Deutsche Verpackungsinstitut (dvi)* kritisiert die von der *DUH* getroffenen Pauschalurteile, weist auf die Rolle des Konsums sowie die erheblichen Fortschritte der Verpackungsbranche bei Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft und Abfallvermeidung hin, betont die Rolle der Verpackung für Klima-, Umweltschutz und Ressourcenschonung und rät zu einer faktenbasierten Betrachtung auch beim Thema Einweg versus Mehrweg.

»Anders als die nicht repräsentative Recherche der *Deutschen Umwelthilfe* behauptet, machen die Unternehmen der Verpackungswirtschaft seit Jahrzehnten erhebliche Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit«, sagt



KIM CHENG, Geschäftsführerin des *Deutschen Verpackungsinstituts*.



Verbraucher werden durch eine vorschnelle Vorverurteilung durch nicht repräsentative Studien verunsichert und kommen bei der Beurteilung der Klimawirkung von Verpackungen zu völlig falschen Einschätzungen.

So konnten beispielsweise seit 1991 alleine durch leichtere Verpackungen mehr als 23 Millionen Tonnen Material eingespart werden. Dass es trotzdem bis 2021 einen stetigen Zuwachs an Verpackungen gab, liegt vor allem am steigenden Konsum und der steigenden Zahl verkaufter Produkte.

»Der steigende Konsum hat alleine im Jahr 2020 zu einem Mehraufwand von 22,2% gegenüber 1991 geführt. Dafür die Verpackung verantwortlich zu machen, geht an den eigentlichen Ursachen vorbei. Denn pro Produkt wird immer weniger Verpackung benötigt und die eingesetzten Verpackungen werden gleichzeitig immer nachhaltiger und kreislaufgerechter. Wer über das Verpackungsaufkommen reden möchte und den Konsum nicht

thematisiert, drückt sich an einem zentralen Thema vorbei«, so die *dvi*-Geschäftsführerin.

Zentrale Rolle der Verpackung

Sie weist zudem auf die zentrale Rolle der Verpackung für Klima- und Umweltschutz sowie Ressourcenschonung hin.

»Im Durchschnitt entstehen beispielsweise nur 3% der Klimawirkungen verpackter Lebensmittel durch die Verpackung. 97% des Fußabdrucks stecken im Produkt. Wenn Lebensmittel verderben oder frühzeitig ungenießbar werden, weil sie unzureichend verpackt sind, gehen alle Ressourcen, die von der Saat über die Ernte bis hin zur Verarbeitung hineingesteckt wurden, verloren. Verpackungen schützen mit kleinem Aufwand große Werte.

Gleichzeitig senkt eine Verdreifachung der Haltbarkeit die Abfallrate bei Lebensmitteln um 80 Prozent.«

Verpacken ist kein Selbstzweck

»Die ökologischen Vorteile der Verpackung werden leider noch immer massiv unterschätzt. Pauschale Aussagen, dass das Verpacken von Obst und Gemüse unnötig sei, sind nicht belegte Vereinfachungen«, betont KIM CHENG.

Und an die Adresse der *DUH* gerichtet, führt die Geschäftsführerin des *Deutschen Verpackungsinstituts* aus:

»Wenig zielführend ist auch, sich vier ›robuste‹ Waren herauszupicken und die Schlussfolgerung dann auf die gesamte Bandbreite sehr unterschiedlicher Lebensmittel umzulegen.«

Und als wenig hilfreich ordnet das *dvi* auch die Behauptungen im Bereich Einweg und Mehrweg ein. »Mehrweg und Einweg grob vereinfachend gegeneinander auszuspielen, ist kontraproduktiv. Beides hat Vor- und Nachteile. Es kommt auf das Produkt und die jeweilige Anwendungssituation an. Man sollte sich schon die Mühe machen, die konkrete Ökobilanz einer Verpackung zu betrachten, bevor man ein Urteil fällt.«

>

WER HAT DEN GRÖßEREN FUSSABDRUCK?
PRODUKT ODER VERPACKUNG?



Das sagen die Verbraucher (links). Und das ist die Realität.

Aufklärung ist also nach wie vor das Gebot der Stunde.

Denn wie Innofact im März 2023 in einer repräsentativen Umfrage für das Deutsche Verpackungsinstitut herausgefunden hat, klaffen die Meinungen der Verbraucher und die Realität weit auseinander. Die Fragestellung war eindeutig:

»Denken Sie an einen typischen Einkauf im Supermarkt. Fast alle Produkte sind verpackt. Was hat Ihrer Ansicht nach im Durchschnitt die größere Auswirkung auf Umwelt und Klima (CO₂, Verbrauch von Wasser, Energie, Rohstoffe etc.): Die Verpackung oder das verpackte Produkt?«

Die Antworten fielen nicht eben schmeichelhaft für die Verpackung aus:

50,5% der Befragten sind der Meinung, dass die Verpackung den größeren CO₂-Ausstoß gegenüber dem Produkt hat. 20,7% konnten die Frage nicht beantworten und nur 28,8% sahen die größeren Emissionen beim Produkt. In Wahrheit ist es so, dass im Durchschnitt nur 3,2% der Klimawirkungen verpackter Lebensmittel auf die Verpackungen entfallen. Rund 97% entfallen auf die Verpackung.

Folglich ist der Klimafußabdruck des verpackten Lebensmittels (Produktion, Distribution) etwa 30 Mal höher ist als der Carbon Footprint der Verpackung.

Mehrweg ist kein Naturgesetz

So hat eine jüngst veröffentlichte Studie der GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung gezeigt, dass sich bis 2040 die gefahrenen Transportkilometer um 200% und die benötigte Lagerfläche um 80% erhöhen, wenn die von der Europäischen Kommission vorgeschlagenen fixen Mehrwegquoten umgesetzt werden.

»Mehrweg kann eine großartige Lösung sein, aber das ist kein Naturgesetz. Recyclingfähige Einwegverpackungen können in vielen Fällen die ökologisch bessere Wahl sein, das gilt auch für den Getränkebereich«, argumentiert das dvi. Man solle nicht vergessen, dass Mehrweg auch mehr Aufwand bedeuten kann – zum Beispiel beim Transport und bei der Reinigung.

»Bei der ökobilanziellen Berechnung sollten die Fakten zählen. Wer von idealen regionalen Ketten ausgeht, die es in der Realität nicht gibt oder vergisst, dass auch mitgebrachte Mehrweg-Behälter oder -Netze sorgfältig gereinigt werden müssen, um Hygiene und Produktqualität zu gewährleisten, unterschlägt Faktoren, die real trotzdem ins Gewicht fallen«, so CHENG.

Verpackungen sind eine Ressource

»Ob Verpackungen nach ihrer Nutzung zur Belastung werden, haben wir selbst in der Hand. Eine recyclingfähige Verpackung ist vor allem ein wertvoller Sekundärrohstoff, der bei sachgerechter stofflicher Wiederverwertung zum Ausgangspunkt für neue Verpackungen oder andere Produkte werden kann. Gerade in Ländern mit einer guten Recyclinginfrastruktur wie Deutschland sind Verpackungen kein Müll, sondern eine Ressource. Das gilt unabhängig davon, ob es sich dabei um eine Einweg- oder

um eine Mehrwegverpackung handelt«, stellt CHENG fest.

Den Menschen in Deutschland sei das durchaus bewusst, wie eine vom dvi in Auftrag gegebene repräsentative Bevölkerungsbefragung von März 2023 ergeben habe.

Sie zeigt, dass Recycling für 76% der Menschen in Deutschland die Top-Präferenz im Umgang mit genutzten Verpackungen ist. Die dvi-Geschäftsführerin weist in diesem Zusammenhang auch auf eine neue Studie der GVM und des ifeu-Institut für Energie- und Umweltforschung, Heidelberg, hin, die das dvi gemeinsam mit anderen Branchenverbänden im Mai 2023 in Auftrag gegeben hat.

Die Studie prognostiziert weitere Steigerungen bei den Recyclingzuführungs- und Rezyklateinsatzquoten.

RECYCLINGQUOTEN

	2021	2045
Glas	85,0%	93,2%
Kunststoff	63,5%	79,3%
Aluminium	94,2%	95,9%
Papier + Karton	89,8%	90,2%

Quelle: GMG, ifeu-Institut, dvi Mai 2023
© Druckmarkt-Grafik 9/2023

REZYKLETEINSATZ

	2021	2045
Glas	69,0%	81,0%
Kunststoff	15,0%	53,0%
Aluminium	94,2%	95,9%
Papier + Karton	89,8%	90,2%

Quelle: GMG, ifeu-Institut, dvi Mai 2023
© Druckmarkt-Grafik 9/2023

Das Deutsche Verpackungsinstitut mahnt im Zusammenhang mit einer schnellen Vorverurteilung zu mehr Fairness und Sachlichkeit bei der Diskussion: »Wer sich zum Schiedsrichter ernennen und rote Karten verteilt, sollte selber fair bleiben und alle Argumente betrachten.«



PACKAGING DIGITAL RICHTIGER MOMENT FÜR RICHTIGEN MARKT

Wellpappenhersteller und -verarbeiter im deutschsprachigen und im Benelux-Raum sollen ab Ende 2023 mit Druckdienstleistungen wie Verpackungen und Displays der *packaging.digital GmbH* aus Weilerswist bei Köln bedient werden. Dazu nutzt das Unternehmen die Single-Pass-Druckmaschine *Xeikon Idera*.

Text und Bild: **Xeikon**

Die *packaging.digital GmbH* will ihren B2B-Kunden eine Kombination aus hochwertiger Digitaldrucktechnologie und fundierter Fachberatung bieten. Dem Geschäftsmodell liegen OEM-Verpackungsdienstleistungen zugrunde, die für integrierte Wellpappenwerke, Verarbeiter, den stationären Handel und E-Commerce-Unternehmen an-

Gründer der führende OEM-Verpackungsdienstleister werden, der sich nicht nur auf die heutigen Anforderungen des Marktes einstellt, sondern auch zukünftige Herausforderungen proaktiv antizipiert. Bei der Evaluation von Digitaldrucktechnologien, die für das Geschäftsmodell gesucht wurde, stellte *packaging.digital* einer Ver-

digital gedruckte Wellpappenformate auf dem Markt arbeite. Darüber hinaus könne die *Xeikon Idera* gestrichene und ungestrichene Bögen mit einer Breite von bis zu 1.600 mm verarbeiten und Materialien von F- bis BC-Welle bedrucken. »Wir wollen die Möglichkeiten des Digitaldrucks weiter vorantreiben und Partner sein, den

Xeikon und die *Flint Group* hatten im Sommer 2020 unter dem Markennamen *Idera* eine neue Lösung für den Direktdruck von Wellpappen angekündigt. Die erste Maschine wurde 2021 an einen Anwender in den USA geliefert. Die *Xeikon Idera* soll Verarbeitern Schnelligkeit, Flexibilität, Agilität bieten und die Produktivität er-



geboten werden und richtet sich an Hersteller und Verarbeiter von Verpackungen und Displays aus Wellpappe, die nicht über eigene Digitaldruck-Produktionsanlagen verfügen. Dazu bringt *packaging.digital* nach eigenen Angaben einen großen Erfahrungsschatz in der Wellpappenproduktion und der Weiterverarbeitung wie Stanzen, Kleben und Veredeln mit. Mit diesem Geschäftsmodell wollen die *packaging.digital*-

Die Xeikon Idera wurde entwickelt, um den Wellpappenmarkt mit hochwertigem Digitaldruck zu versorgen. Das OEM-Service-Modell von packaging.digital ist ein Beispiel dafür.

lautbarung gemäß fest, dass die *Xeikon Idera*-Technologie ihre strengen Kriterien erfüllte. Die zu 100% wasserbasierten Tinten ohne UV-Komponenten erfüllten die Umwelt- und Nachhaltigkeitsziele, während die Technologie mit dem niedrigsten bekannten Stromverbrauch für

Verarbeiter nutzen können, ohne in eigene Digitaldruckressourcen investieren zu müssen«, erklärt MARIO DEILEN, Co-CEO von *packaging.digital*. »Die *Xeikon Idera* ist eine Digitaldrucktechnologie, die es uns erlaubt, Individualisierung zu realisieren, Kleinauflagen zu verarbeiten und in einer Geschwindigkeit zu liefern, die der Prozess der Wellpappenverpackung und Displayproduktion erfordert.«

höhen. Die *Idera* verarbeitet gestrichene und ungestrichene Wellpappen in einer Breite von bis zu 1,6 m und einer Länge von bis zu 2,8 m. Sie druckt mit Geschwindigkeiten zwischen 6.000 und 12.000 m/Min.

> www.xeikon.com
> www.flintgrp.com
> www.packaging.digital



EBRO COLOR LEBENSMITTELECHTE FARBEN FÜR VERPACKUNGEN

Ebro Color gehörte zu den ersten Verpackungsdruckern, die mit der *Jet Press* arbeiteten und ist nun der erste Anwender der lebensmittelechten Tinte von *Fujifilm* in Europa. Auch in das High-Speed-Modell *Jet Press 750S* hat das süddeutsche Unternehmen mit 90-jähriger Tradition investiert.

Text und Bilder: **Fujifilm**

Verpackungen und Aufsteller aus Karton und Pappe begeistern die Kunden von *Ebro Color* aus ganz unterschiedlichen Branchen: Kosmetik, Lebensmittel, Schmuck, Tourismus etc. 1925 in Albstadt gegründet, wurde kontinuierlich in die jeweils neueste Technik investiert. Heute wird das Unternehmen von den Brüdern GERMAN und SIMON BRODBECK als Co-Geschäftsführer geleitet.

Die Konzentration auf Kleinauflagen schon ab 25 Stück sind Spezialität und Alleinstellungsmerkmal in einem. Denn in diesem Segment wollte *Ebro Color* noch flexibler und wirtschaftlicher agieren. Nach einer sorgfältigen Entscheidungsfindung investierte das Unternehmen 2019 in die *Fujifilm Jet Press 720S*.

»Mit der *Jet Press 720S* konnten wir Kleinstauflagen (und sogar Einzelstücke) schnell und rentabel

anbieten, hochwertige Produktmuster und Prototypen anfertigen, den Endkundenmarkt gezielt ins Visier nehmen und einen Online-Shop etablieren«, sagt GERMAN BRODBECK.

Seit Kurzem ist *Ebro Color* das erste Unternehmen in Europa, das die *Jet Press 720S* mit der neuen lebensmittelechten Tinte *FS-1* von *Fujifilm* einsetzt. »Bislang mussten wir alle Verpackungen für Lebensmittel für unsere Kunden im Offset drucken, ganz gleich, wie hoch die Auflage war«, so BRODBECK. »Mit der *Jet Press 720S* und der lebensmittelechten Tinte von *Fujifilm* haben wir die Möglichkeit, entsprechende Verpackungen schneller und günstiger zu produzieren.« Ein Unterschied zum Offset sei nicht erkennbar.

»Wir nutzen die Maschine nicht nur für Lebensmittelverpackungen, sondern auch für Spielwa-

ren und Kosmetik, denn dort müssen unsere Kunden ebenfalls einschlägige Vorschriften mit Blick auf die Sicherheit ihrer Produkte einhalten. Letztendlich können wir damit als Unternehmen effizienter arbeiten und eine größere Vielfalt an Aufträgen übernehmen«, erläutert BRODBECK.

»Nach unseren Erfolgen mit dem Einsatz der *Jet Press 720S* haben wir uns im Oktober 2021 zur Investition in das Highspeed-Modell *750S* entschieden, denn wir wollten der steigenden Nachfrage von Seiten unserer Kunden gerecht werden. Hauptgrund für die Wahl dieser Maschine war ihre Leistung und das Volumen, das sie produzieren kann. Mit ihr haben wir Stillstandzeiten auf ein Minimum reduziert. An anderen Stellen im Werk konnten wir Aufträge vom Offset auf den Digitaldruck umstellen.«

Ein weiterer Grund für die Investition waren die Vorteile mit Blick auf die Nachhaltigkeit. Als Verpackungsunternehmen stehe Nachhaltigkeit für die Kunden ganz oben auf der Tagesordnung.

Ebro Color hat auch eine *Acuity B1*, die für den Druck großformatiger Verpackungsprodukte zum Einsatz kommt.

»Normalerweise gibt es viele Kinderkrankheiten, wenn ein neues Drucksystem installiert wird. Mit unseren Investitionen in *Fujifilm* konnten wir dagegen sofort loslegen und sie nahtlos in unseren vorhandenen Workflow integrieren. Die Kommunikation mit *Fujifilm* läuft ausgezeichnet, und bei Bedarf bekommen wir dort immer kompetente Hilfe«, so BRODBECK abschließend.

> www.fujifilm.eu



German Brodbeck, Geschäftsführer Ebro Color, ist mit der Investition in die Maschine sowie in die lebensmittelechten Farben zufrieden.



Außer Verpackungen für Lebensmittel bedruckt Ebro Druck mit den lebensmittelechten Farben auch Spielwaren und Kosmetikverpackungen.



Bildquelle: Enrico-da-prato-Pah at unsplash

Termine	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2023			
17. 10. 2023	Druck und Design – die Konferenz	München 	> druckunddesign.org
28. 09. – 01. 10. 2023	Art Salon Zürich	Zürich 	> www.artsalonzurich.com
09. 11. 2023	Obility Insight	Maria Laach 	> www.obility.de
10. 11. – 12. 11. 2023	Týpo St. Gallen	St. Gallen 	> www.typo-stgallen.ch
28. 11. – 29. 11. 2023	IPI Industrial Print Integration	Düsseldorf 	> www.ipi-conference.com
30. 11. – 01. 12. 2023	Dresdner Verpackungstagung	Dresden 	> www.verpackung.org
2024			
21. 02. – 22. 02. 2024	Fogra: Colour Management Symposium	München 	> www.fogra.org
14. 03. – 15. 03. 2024	Online Print Symposium	München 	> www.online-print-symposium.de
19. 03. – 24. 03. 2024	European Sign Expo	Amsterdam 	> ese.fespa.com
19. 03. – 24. 03. 2024	Fespa Global Print Expo	Amsterdam 	> www.fespa.com
19. 03. – 24. 03. 2024	Personalisation Experience	Amsterdam 	> personalisationexperience.com
28. 05. – 07. 06. 2024	drupa	Düsseldorf 	> www.drupa.de
19. 09. 2024	Gmund Unfolded Analog Design Festival	Tegernsee 	> www.unfolded-festival.com
01. 10. – 03. 10. 2024	Graphispag	Barcelona 	> www.messe-barcelona.de
05. 11. – 06. 11. 2024	Fogra: Anwenderforum UV-Druck	Aschheim 	> www.fogra.org
2025			
11. 03. – 13. 03. 2024	CCE International	München 	> www.cce-international.com/de



SEIT SEPTEMBER Fogra-Web Academy mit 60 Sessions

Im Herbst beginnen die neuen Weiterbildungsangebote der *Fogra*: Die *Fogra Web Academy* öffnet mit 60 Onlinesessions erneut ihre digitalen Tore für Wissbegierige. Montags um 9.00 Uhr und 17.00 Uhr können sich Interessierte sowohl die Basics als auch spezifisches Wissen aneignen. Ab Oktober können alle, die ihre Kenntnisse vor Ort und Hands-on auffrischen oder vertiefen wollen, zwölf Kurse in Aschheim besuchen. Vom Farbmanagement über Drucktechniken bis hin zur Weiterverarbeitung – egal ob online oder in Präsenz – bei den *Fogra*-Schulungen ist für alle etwas dabei.

> www.fogra.org

10. 10. 2023 TGM: Rejected Vortrags- reihe 2023

Die *Typographische Gesellschaft München e. V. (TGM)* startete vor einiger Zeit eine Vortragsreihe mit dem Motto: »Rejected«. Unter diesem Themendach werden (wurden) an sieben Abenden Auftragsarbeiten präsentiert: Hintergründe, Lösungen – und ihr Scheitern.

Sie ermöglichen ungewöhnliche Einblicke in digitale und analoge Kreativarchive. Alle Veranstaltungen finden in München mit Livestream im *Gasteig Hp8* statt.



Verliebende Termine, die online gebucht werden können, sind der 10. Oktober und 5. Dezember.

> www.tgm-online.de

13. 10. 2023 Jahrestagung der dmpi mit Fachtagung KI

Am 13. Oktober wagt die *dmpi*-Jahrestagung einen Blick in die Zukunft. Gemeinsam mit Experten werden die Auswirkungen von KI diskutiert – konkret für die Printmedien, die Papier, Pappe und Kunststoff verarbeitende Industrie.

Nach den Mitgliederversammlungen der Verbände am Vormittag beginnt nachmittags die Fachtagung zur Künstlichen Intelligenz.

Keynote-Speaker ist STEFFEN MAIER, Herausgeber des *Digital Publishing Report*. Über den Einsatz von KI in der Content-erstellung berichtet RAMON KADEL vom *handwerk magazin*. Die Auswirkungen von KI auf die Produktion in Drucksaal und Fertigung erläutert MATTHIAS BEYER von *Heidelberg*

ger Druckmaschinen. Für »kreative Generalisten in einer KI-geprägten Arbeitswelt« plädiert CHRISTINA D'ILIO, Geschäftsführerin *netzstrategen*. DR. ANNE ZÜHLKE, Projektleiterin *IHK*, schildert erste Erfahrungen mit dem Bildungspilot *KI B3* für KI-Fachkräften von morgen. Der Branchenevent findet im Verbändehaus *Look 21* in Stuttgart statt.

> www.dmpi-bw.de

17. 10. 2023 Druck & Design – die Konferenz in der Machelei

Faszinierende Printprodukte, spannende Impulsvorträge, praxisbezogene Workpanels und vor allem die gelungene Vernetzung von Designern, Druckern und Kunden – das alles bietet *Druck und Design – die Konferenz*. Im inspirierenden Am-



biente der *Machelei* in München dreht sich 2023 alles um die Frage, wie Design und Druck auch in Zukunft eine prägende Rolle im Marketingmix behalten werden. Und darum, wie erstklassige und begeisterte Druckprodukte möglich werden im engen Zusammenspiel von Druckern, Designern und Print-buyern.

> www.druckunddesign.org



19. 10. 2023 26. Deutscher Verpackungsdialog in Heidelberg

Unter dem Motto »Mutige Marken – müde Märkte« blickt am 19. Oktober in Heidelberg der 26. *Deutsche Verpackungsdialog* mit Marktführern und mutigen Marken-Verantwortlichen auf die Konsum-Möglichkeiten von Verbrauchern in der Inflation.

Wie können starke Marken in Deutschland und aus Deutschland für die Welt zum Erfolg geführt werden? Wie schätzen wir die Lage von Verbrauchern aktuell ein? Welche Veränderungen und Rücksichten auf die Konsumenten-Situation sind nötig? Wohin mit den Kosten der Inflation? Mehr denn je bewährt sich in schwierigen Zeiten die Qualität des menschlichen Dialogs und direkter Gespräche von Angesicht zu Angesicht. Dazu referieren Vertreter aus der Industrie und von Familien-Unternehmer aus unterschiedlichen Branchen. Wie in den Vorjahren ist die Veranstaltung auf 100 Sitzplätze begrenzt. Schnell anmelden lohnt sich.

> verpackungsmuseum.de

9. 11. 2023 Obility Insight wieder in Maria Laach

Auch beim diesjährigen Kunden- und Branchentreffen *Obility Insight* am 9. November 2023 im *Seehotel Maria Laach* in der Eifel lautet das Motto

»Voneinander lernen – miteinander profitieren«. Einmal mehr lädt *Obility* Kunden und Partner aus der D/A/CH-Region zum Informationsaustausch rund um die jüngsten Trends bei der Optimierung von Geschäftsprozessen ein. Ebenso sind Interessenten willkommen, die sich intensiver mit dem Thema Digitalisierung beschäftigen oder *Obility* kennenlernen wollen.

Auch in diesem Jahr will *Obility Insight* praxisnahe Antworten auf die Frage geben, was Druckereien heute tun müssen, um ihre betrieblichen Abläufe effizienter zu gestalten und ihre Zukunft abzusichern. Dazu referieren die *Obility*-Kunden *Hinzke GmbH* aus Lübeck und *Rainer Herrmann GmbH* aus Weinsheim, PROF. DR.-ING. MICHAEL DATTNER, der auf den Wert von Qualitäts- und Prozess-Daten für die Kommunikation eingeht, MARKUS MORAWE von der *Tessitura GmbH* und nicht zuletzt *Obility*-Geschäftsführer FRANK SIEGEL, der den Tag mit einem Vortrag zum Thema »Die Macht der richtigen Einstellung« eröffnen wird. Generell wird *Obility* einen Einblick in aktuelle Entwicklungen geben.

> www.obility.de

10. 11. 2013 Vertriebskongress 2023 in Düsseldorf

Vertriebsverantwortliche und Unternehmer der Druck- und Medienindustrie treffen sich am 10. November auf dem Vertriebskongress der Druck- und Medienverbände. Nachdem die Veranstaltung zweimal virtuell stattfand, freuen sich Veranstalter nun auf ein persönliches Treffen im *Van der Valk Hotel* in Düsseldorf.

Der Vertrieb in der Branche unterliegt einem intensiven Veränderungsprozess: Die Prozesse werden digitaler, sodass Vertriebsverantwortliche neue Wege gehen und sich einstellen müssen auf die Vertriebsinstrumente unserer Zeit. Komplexer gewordene Preisverhandlungen und ein gewandeltes Kundenverhalten sorgen für veränderte Anforderungen an die Vertriebsorganisation. Die Teilnehmer erwarten Impulse zu Trends für den Vertrieb der Druck- und Medienindustrie, Tools und Praxiswissen aus der Branche und motivierende Top-Speaker. Die Kosten betragen 320 € für Mitglieder der Druck- und Medienverbände sowie 540 € für Nicht-Mitglieder. Die Anmeldung zum Vertriebskongress erfolgt online.

> www.vdmnw.de



10. - 12. 11. 2023 Typo St.Gallen: »What nobody talks about«

Das dreitägige Typografie-Symposium *Typo St.Gallen* gilt als wichtiger Branchentreff für Gestalter und Gestalterinnen im deutschsprachigen Raum. In der 7. Ausgabe wird darüber gesprochen, worüber selten jemand spricht oder was sich niemand zu fragen wagt. Rund 20 hochkarätige Referenten teilen ihre Erfahrungen aus dem Arbeitsalltag und sprechen über Tabuthemen wie Kritik und Shitstorms, Rückschläge und Zweifel, Geld und Auftraggeber, das Darknet oder KI und verraten vielleicht auch das eine oder andere Betriebsgeheimnis. Die 7. Ausgabe der *Typo St.Gallen* findet vom 10. bis 12. November 2023 statt und wird von der *Schule für Gestaltung St.Gallen* organisiert. Begleitet wird das Symposium von Rahmenveranstaltungen wie der Buchvernissage und der Feier zum 90. Geburtstag von JOST HOCHULI oder dem sonntäglichen Abschluss in der *Bibliothek Hauptpost* oder im *Zeughaus Teufen*.

> www.typo-stgallen.ch

29. 11. 2023 9. Expertentreff Fachkonferenz in Osnabrück

Zum neunten Mal findet in Osnabrück der von *Innoform Coaching* veranstaltete Expertentreff »Verpackungsdruck – Digital denken!« statt. An zwei Tagen (29. bis 30. November 2023) erfahren die Teilnehmer neues über Technologien, Materialien und Strategien in der Verpackungsproduktion.

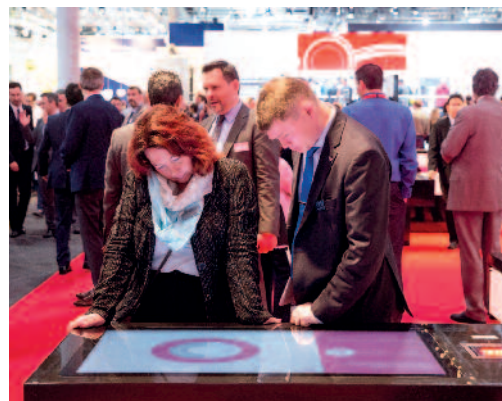


Der Fokus liegt auf der Reduzierung von Kosten, der Erweiterung der Vielfalt, der Integration digitaler Vorstufentechnologien und der Anpassung an den E-Commerce-Markt. Gleichzeitig gewinnt auch das Thema Nachhaltigkeit und geschlossenen Kreislauf an Bedeutung.

Die Themen:

- Kleinauflagen und Megaaufträge,
 - Nachhaltigkeit und Wiederverwertbarkeit,
 - E-Commerce und Individualisierung,
 - Digitale Repro und Cloud-Anbindung.
- Die Referenten kommen von Unternehmen wie *Adphos, Fujifilm, Gallus, Hell, Koenig & Bauer, manroland Goss, Siegwerk, uTraxx* und der *Warburger Klischee-Anstalt*.

Alle Programm-Details:
> <https://vd.innoform.de>



DRUPA 2024 Ticketshop ist ab sofort geöffnet

Der Ticketverkauf für die *drupa 2024* hat begonnen. Unter dem Motto »we create the future« stellt die *drupa* die Innovationskraft der Branche in den Mittelpunkt und bietet Zukunftstechnologien eine bedeutende Plattform. Elf Tage lang wird hier alles zu sehen sein, was die Zukunft der ganzen Branche prägt. Vom 28. Mai bis 7. Juni 2024 findet die mit Spannung erwartete *drupa* nach acht Jahren pandemiebedingter Pause wieder in Düsseldorf statt. Zahlreiche Services unterstützen die Planung und den Besuch der Messe.

Einen Überblick über die Aussteller, deren Innovationen und Kontaktmöglichkeiten für Terminvereinbarungen im Vorfeld bietet die neue Aussteller- und Produktdatenbank der *drupa*.

Interessante Produkte, persönliche Empfehlungen und der eigene Terminplan: Mit *MyOrganizer* kann man schon jetzt in wenigen Schritten seinen persönlichen Weg durch die Messehallen vorbereiten. Der *MyOrganizer* kann nach der Registrierung im Ticketshop genutzt werden.

Tipps zur Anreise gibt es ebenfalls auf der *drupa* Website. Hier findet man beispielsweise Informationen zum günstigen Veranstaltungsticket der *Deutschen Bahn* oder zum *Düsseldorf-Ticket* für den Öffentlichen Nahverkehr in der Stadt.

Ebenfalls im Ticketshop erhältlich sind die Tickets für spannende *Guided Tours* in Zusammenarbeit mit der *Print & Digital Convention* und dem *Fachverband Medienproduktion*. Auf dem Programm stehen Touren durch die Messehallen zu aktuellen Themen wie Interactive Printing, Digitaldruckveredelung, High-Speed-InkJet oder Label & Etiketten. Die Teilnahme ist an verschiedenen Tagen und Terminen möglich. Die Tickets für die *drupa 2024* sind ab sofort im Ticketshop erhältlich. Hier gibt es Informationen zu den verschiedenen Ticketarten und Preisen. Der Online-Ticketkauf bietet vergünstigte Konditionen und vermeidet Wartezeiten vor Ort.

> www.drupa.de

14. UND 15. 3. 2024 Online Print Symposium 2024 goes global

Am 14. und 15. März 2024 geht das *Online Print Symposium (OPS)* im *Science Congress Center München* mit Teilnehmern aus aller Welt in die 11. Runde. Nach dem fulminanten Jubiläums-Event 2023 zeichnen sich die Themen für 2024 heute schon ab: KI in der realen Anwendung im Print-Umfeld, neue KI-getriebene Geschäftsfelder, intelligente Kooperationsnetzwerke, smarte Anwendungen, die Print und Digital verbinden und neue Anwendungen im Bereich Mass Customization. Es wird sich viel ändern im Onlineprint: Wie JÖRG SCHIEB in seiner Closing Keynote beim Jubiläums-OPS im März 2023 sagte, ist »Künstliche Intelligenz die größte Innovation seit der Erfindung der Druckerpresse«. Das wird man auch auf der Bühne des *Online Print Symposiums 2024* erleben.

Aber nicht nur Künstliche Intelligenz mit all seinen Chancen und Risiken wird ein Fokusthema sein. Digital Commerce, Mass Customization, digitale Transformation und Web-to-Print sind aktueller denn je und werden von hochkarätigen Referenten thematisiert.

Erneut werden sich innovative Start-ups dem Publikum vorstellen – wer das sein wird, wird wie immer erst kurz vor dem Event bekannt gegeben. Geschäftsführer und Entscheider führender Unternehmen nutzen jedes Jahr die vielen Möglichkeiten zum Netzwerken, die das OPS bietet. Das vielseitige Programm, die Rahmenveranstaltungen mit dem

Insider-Get-Together sowie dem Networking Dinner und die einmalige Atmosphäre machen das OPS jedes Jahr zu einem besonderen Branchentreff.

Nicht nur der Onlinedruck befindet sich in einer rasanten Weiterentwicklung, auch das OPS hat Neuerungen zu bieten: Da immer mehr internationale Gäste zu dem Leit-event der Onlineprint-Industrie kommen, wird die Hauptsprache ab sofort Englisch sein. Aber wie immer sind Simultandolmetscher vor Ort, sodass jeder Teilnehmer in seiner bevorzugten Sprache den Vorträgen folgen kann. Aber das war noch nicht alles: Rund um das OPS hat sich eine Community gebildet, die auch unterjährig miteinander in Kontakt stehen möchte. Mit einer neuen *Online-Community-Plattform* bieten die Veranstalter ab sofort allen Teilnehmern die Möglichkeit, das ganze Jahr die Vorteile der gut vernetzten Community zu nutzen. In der neuen OPS-Community, der man nur durch einen Ticketkauf beitreten kann, warten exklusive Vorteile, Zugriff auf die Präsentationen der Referenten etc.

Veranstaltet wird das *Online Print Symposium* von der *zipcon consulting GmbH* und der *Verband Druck und Medien Beratung GmbH*.

Ab sofort sind die Ticket- und Partnerbuchungen zu Early-Bird-Preisen über die Webseite des OPS möglich.

> www.online-print-symposium.de

SHORTCUTS

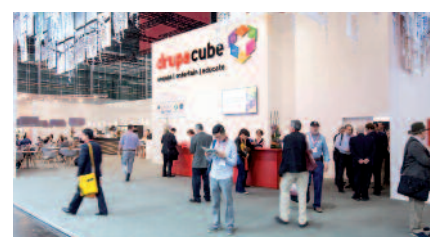
Der Zeitraum für Einreichungen zum **Gmund Award** ist vom 1. März 2024 bis 12. Juli 2024. Die Preisverleihung findet am 19. September 2024 auf Gut Kaltenbrunn am Tegernsee statt.

Deadline für Einreichungen zu den **EDP Awards 2024** ist der 31. März 2024. Die Awards werden während der **drupa-Laufzeit** vergeben.

Spaniens Plattform der Druck- und Grafikindustrie, die **Graphispag** findet vom 1. bis 3. Oktober 2024 in Barcelona statt.

28. 5. – 7. 6. 2024 drupa- Sonderforen für Zukunftsthemen

Als größte Messe für Drucktechnologien steht die *drupa* wie keine andere für Innovationen und neue Denkansätze. So sind auch im kommenden Jahr wieder fünf Sonderforen geplant, die dann zum Hot Spot für neue Technologien, Anwendungen und Ideen werden sollen. Der *drupa cube*, *drupa next age (dna)* sowie die *touchpoints packaging*, *textile* und *sustainability* greifen globale Megatrends, Zukunftstechnologien mit Wachstumspotenzial und Best Practices auf und bieten ein umfassendes Themenspektrum.



Auch auf der *drupa 2024* wird es unter anderem wieder den bei Besuchern beliebten *drupa cube* geben.

Der *drupa cube* soll auch 2024 die zentrale Bühne für zukunftsweisenden Content mit Keynotes, Expert Panels sowie Workshops sein und für Wissenstransfer stehen.

Das Sonderforum *drupa dna* ist als innovativer Technologietreiber für die Vernetzung von Newcomern, Young Talents, Start-ups sowie etablierten Unternehmen gedacht und soll Raum bieten für den Ausblick auf Zukunftstechnologien und richtungsweisende Impulse. Der *touchpoint packaging* stellt visionäre Verpackungslösungen in den Mittelpunkt und will Brand-Owner, Designer, Materiallieferanten, Druckdienstleister und Converter zusammenbringen. Die Einbindung junger Talente in Partnerprojekte mit Ausstellern verspricht smarte Verpackungslösungen.

Die Textilindustrie eröffnet Querschnittstechnologien für zahlreiche Branchen – der *touchpoint textile* bringt diese Unternehmen zusammen, bietet Raum für branchenübergreifende Zusammenarbeit, neue Projekte sowie Produkt- und Fertigungsideen.

Der *touchpoint sustainability* ist Anlaufstelle, um mehr über Kreislaufwirtschaft und nachhaltige Druckproduktion zu erfahren. Der VDMA ist für die Sonderschau verantwortlich.


> www.drupa.de

2024

Termine 2023	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
09. 10.	dmpi: Prozessoptimierung im Drucksaal	Kemnat	dmpi-bw.de
09. 10. – 13. 10.	centro del bel libro ascona: Praktische und verspielte Magnete	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
10. 10. – 12. 10.	vdmh: Sicherer Einstieg in das Layouten mit InDesign	Frankfurt	vdmh.de
11. 10.	dmpi: Farbausgabe Spezial – Colormangement korrekt einsetzen	Kemnat	dmpi-bw.de
12. 10.	dmpi: Adobe Photoshop Aufbau – Retuschieren: Bildqualität steigern	Kemnat	dmpi-bw.de
13. 10.	dmpi: Adobe Photoshop Aufbau – Besser und schneller werden	Kemnat	dmpi-bw.de
16. 10. – 17. 10.	cleverprinting: Digidrucker	Düsseldorf	cleverprinting.de
16. 10. – 20. 10.	centro del bel libro ascona: Die Schönheit der Wiederholung in Buch und Form	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
17. 10.	dmpi: Fertigen nach Standard – Normierung, Messtechnik, Abstimmlicht	Kemnat	dmpi-bw.de
18. 10.	dmpi: Adobe InDesign Spezial – InDesign automatisieren	Kemnat	dmpi-bw.de
20. 10.	dmpi: Fotografie Spezial – Produktfotografie	Kemnat	dmpi-bw.de
23. 10. – 25. 10.	VDMNW: Adobe InDesign – Basiswissen Layout und Satztechniken	Düsseldorf	vdmnw.de
23. 10. – 26. 10.	centro del bel libro ascona: Sewn Boards Binding	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
24. 10.	vdmh: Tipps und Tricks für effizienteres Arbeiten mit InDesign	Frankfurt	vdmh.de
24. 10. – 26. 10.	dmpi: Adobe Illustrator Grundlagen – Einstieg in die Grafikerstellung	Kemnat	dmpi-bw.de
25. 10.	vdmh: Tipps und Tricks für effizienteres Arbeiten mit Photoshop	Frankfurt	vdmh.de
26. 10.	VDMNW: PDF/X – Erzeugung perfekter Druckdaten	Düsseldorf	vdmnw.de
27. 10.	dmpi: Adobe Illustrator Spezial – Infografiken und Diagramme	Kemnat	dmpi-bw.de
27. 10. – 04. 11.	centro del bel libro ascona: Das Buch als dreidimensionales Objekt	CH-Zürich	cbl-ascona.ch
30. 10. – 31. 10.	VDMNW: Adobe Illustrator – Komplexe Vektorgrafiken und Effekte	Lünen	vdmnw.de
02. 11.	sbvv, InDesign für die Buchbranche (Grundkurs)	Webinar	sbvv.ch
06. 11. – 09. 11.	Medien-Akademie: Data Manager – Ein Intensivkurs mit Zertifikat	Webinar	medien-akademie.de
08. 11. – 09. 11.	cleverprinting: Reinzeichner	München	cleverprinting.de
09. 11.	sbvv, InDesign für die Buchbranche (Grundkurs)	Webinar	sbvv.ch
13. 11. – 14. 11.	cleverprinting: Digidrucker	München	cleverprinting.de
13. 11. – 17. 11.	VDMNW: Grundlagen Digitaldruck	Lünen	vdmnw.de
15. 11.	cleverprinting: Packaging mit InDesign und Illustrator	München	cleverprinting.de
15. 11. – 16. 11.	cleverprinting: Skripting mit InDesign	Düsseldorf	cleverprinting.de
15. 11. – 16. 11.	VDMNW: Adobe Premiere CC	Düsseldorf	vdmnw.de
16. 11.	cleverprinting: Illustrator für fortgeschrittene Anwender	München	cleverprinting.de
16. 11. – 17. 11.	dmpi: Adobe Acrobat Pro Spezial – PDFs erzeugen, prüfen und bearbeiten	Kemnat	dmpi-bw.de
17. 11.	cleverprinting: PDF First!	Webinar	cleverprinting.de
20. 11.	dmpi: Adobe XD Grundlagen – Einstieg in das Prototyping	Kemnat	dmpi-bw.de
20. 11. – 21. 11.	VDMNW: Grundausbildung Mediengestalter – Datenausgabe PDF	Webinar	vdmnw.de
20. 11. – 21. 11.	VDMNW: Typografie – Mr. Univers contra Metamann	Düsseldorf	vdmnw.de
21. 11.	dmpi: Adobe InDesign Aufbau – Für Fortgeschrittene 1: Besser und schneller werden	Kemnat	dmpi-bw.de
22. 11.	dmpi: Adobe InDesign Aufbau – Für Fortgeschrittene 2: Profi-Funktionen & Reinzeichnung	Kemnat	dmpi-bw.de
22. 11.	dmpi: Adobe Photoshop Spezial – Bilder für den Druck vorbereiten	Kemnat	dmpi-bw.de
22. 11. – 24. 11.	centro del bel libro ascona: Stickbinding	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
23. 11.	VDMNW: PDF/X – Analyse und Korrekturen mit Adobe Acrobat	Düsseldorf	vdmnw.de
27. 11. – 28. 11.	cleverprinting: Reinzeichner	Hamburg	cleverprinting.de
27. 11. – 29. 11.	VDMNW: Adobe Illustrator – Basiswissen Vektorgrafik	Düsseldorf	vdmnw.de
27. 11. – 15. 11.	VDMNW: Bogenoffset – Vertiefung Drucktechnologie	Düsseldorf	vdmnw.de
29. 11. – 30. 11.	cleverprinting: Skripting mit InDesign	München	cleverprinting.de
29. 11. – 01. 12.	dmpi: Papier, Karton, Pappe – Praxiskurs mit Laboreinheiten	Gernsbach	dmpi-bw.de
30. 11.	VDMNW: PDF/UA – Barrierefreie PDFs mit InDesign und Acrobat	Düsseldorf	vdmnw.de
04. 12. – 06. 12.	VDMNW: Adobe Illustrator – Basiswissen Vektorgrafik	Lünen	vdmnw.de
06. 12. – 07. 12.	VDMNW: Adobe Photoshop – Komplexe Freisteller und Masken	Düsseldorf	vdmnw.de
08. 12.	cleverprinting: Barrierefreie PDF/A und PDF/UA	Webinar	cleverprinting.de

DRUCKEREIBEDARF

„ Das **Aus** für Leuchtstoffröhren im **SEP 2023** – sind Sie vorbereitet? „



JUST
NORMLICHT

TECHKON
Erfolg ist messbar



www.techkon.com

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

SOS-KINDERDORF STIFTUNG



WERDEN SIE ZUKUNFTSSTIFTER!
Nachhaltig und langfristig helfen
www.sos-kinderdorf-stiftung.de

„ **DIGITAL LIGHT SYSTEMS**
The standard for color communication



JUST
NORMLICHT


DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



Z

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

wir freuen uns über Ihren Besuch:
www.xyz.ch

WEITERVERARBEITUNG

binderhaus
BINDERMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

Thermotype-Stanzriegel

- Heißfolie
- Blindprägen
- Stanzen
- Repetierbetrieb
- 5.500 Takte/h
- Touchdisplay

binderhaus GmbH & Co. KG
Tel. 0711/3584545
www.binderhaus.com



binderhaus



DRUCKMARKT impressions

Neues «aus den Kantonen» gibt's auch im Internet.

www.druckmarkt-schweiz.ch

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

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

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

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

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

DRUCK PAPIER LEIDEN- SCHAFT

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch



Photo by Insung Yoon on Unsplash

DRUCKMARKT
PRINT | PAPER | PASSION