



DRUCKMARKT impressions

31. MÄRZ 2025

148

PDF-Magazin für Print, Medien, Kommunikation und Design



MEDIENKOMPETENZ

Seite 4

TERMINE, SEMINARE & SCHULUNGEN

Seite 28



Die Initiative

WE.LOVE.PRINT



Werde Teil
der Initiative!

**JETZT
BIST
DU
DRAN!**



... steht für eine starke Printbranche mit Zukunft.
Ein Netzwerk, von dem alle profitieren. Eine Initiative,
die alle(s) miteinander verbindet.



UND VIELE MEHR!



4	Editorial: Das eigene Tun wertschätzen
	Markt & Zahlen
6	Koenig & Bauer: Generationswechsel im Vorstand
8	Kapazitätsreduzierung bei grafischem Papier
8	Nachrichten
9	Mit Perspektive in die Zukunft
11	Koenig & Bauer: Geschäftsjahr erreicht Prognose
11	Berberich: Wechsel im Management
13	Offener Brief an die Branche

	Papier & Design
14	Nachrichten
16	Die Geschichte hinter dem Papier

	Print & Finishing
20	Nachrichten
22	Large Format Printing im ›Temple of Speed‹
24	Die fünfte von swissQprint
26	Die Zukunft des Großformatdrucks

	Termine & Events
28	Warum in Mitarbeiterschulung investieren?
29	Termine
30	OPS thematisiert Personalisierung und KI
32	Independent Paper Show zeigt analoge Kommunikation
34	Fespa und ihre Parallelveranstaltungen
35	Print & Digital Convention lässt Haptik brillieren
38	Terminkalender
39	Seminare, Kurse & Schulungen

41	Impressum, Business-to-Business
----	---------------------------------



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



Druckmarkt ist Medienpartner
des FMP und seiner Initiative
PRINT digital!
www.print-digital.biz

MEDIENKOMPETENZ DAS EIGENE TUN WERTSCHÄTZEN

Fast überall Nackenschläge, Insolvenzen, Rückzugsmeldungen. Zwar spricht die *Leipziger Messe* von einem großen Erfolg für das Medium Buch, doch müssen wir offenbar damit leben, dass die Druckindustrie mit ihren Produkten in der breiten Öffentlichkeit nicht mehr als das ›Geilste‹ im Medien-Universum gilt. Digitales wird bevorzugt. Was schon schlimm genug ist. Schlimmer ist aber, dass diese Einstellung auch die grafische Branche selbst erreicht hat. Es herrscht eine Mischung aus Resignation, Ignoranz und fehlender Wertschätzung für das eigene Tun. Von wirklicher Medienkompetenz ganz zu schweigen.



Auch wenn wir seit Kindesbeinen von Medien umgeben sind, müssen viele offenbar erst noch einmal lernen, mit Medien umzugehen. Auch in der Druckindustrie, die ja angeblich über Medienkompetenz verfügt. Darunter versteht man üblicherweise die Fähigkeit, Medien den eigenen Bedürfnissen adäquat zu nutzen und mit ihnen ihrer Qualität entsprechend umzugehen. Medienkompetenz ist angesichts des Überangebots an (vor allem elektronischen) Medien eine Voraussetzung für das Abwägen von Informationsschrott und Relevanz. Werden mediale Qualitäten aber nicht erkannt oder nicht geschätzt, verlieren sie zuerst ihre gesellschaftliche Bedeutung und dann auch ihre ökonomische Basis. Das scheint zu einem gravierenden Problem für alles zu werden, was gedruckt wird.

Denn Leser können immer weniger zwischen Werbung, einem Fachartikel, einem Kommentar oder Marketing-Geplärre unterscheiden. Wenn selbst Manager aus der Druckbranche als Meinung oder Kommentar gekennzeichnete Beiträge nicht als das erkennen, was sie sind, lassen sie Medienkompetenz vermissen. Denn ein Kommentar, ein Editorial oder eine Meinung können schlicht und einfach nicht objektiv sein, sondern sind zwangsläufig subjektiv. Zumal die Presse, auch die Fachpresse, den Auftrag hat, einen Beitrag zur freien Meinungsbildung zu leisten. Und wie anders könnte das geschehen als mit Meinungsbeiträgen? Mit reingewaschenen und zig-mal durch die Marketing-Mühle gedrehten Beiträgen sicher nicht.

Doch mangelnde Medienkompetenz macht sich auch in anderen Bereichen bemerkbar. Wenn uns namhafte Hersteller, Agenturen und Druckereien mitteilen, man möchte die ›Werbebriefe‹ an die Presse-

Abteilung (die eindeutig als Belegexemplare gekennzeichnet sind) nicht mehr erhalten, fragen wir uns schon, wie diese sogenannten Medienunternehmen wirklich ticken. Schließlich versenden wir unsere Publikationen nicht an Frittenbuden oder Jahrmarktsbetreiber, sondern an ausgewählte Druckereien und Hersteller, die ihr Geld mit und in der Branche verdienen.

Da stellt sich schon die Frage, woher die ihre Informationen beziehen, um auf die Bedürfnisse des Marktes und ihrer Kunden zu reagieren: *Facebook*, *X*, *Instagram*? Bestellen Druckereien ihre Kontingente an Druckplatten oder Papier wirklich über ›soziale Medien‹? Aber genau da werden Tausende von Euros versenkt. Mit dem Effekt, dass Gedrucktes – und damit die eigene Leistung – immer weniger wertgeschätzt wird.

Es sollte also Pflicht jedes Einzelnen sein, sich in Medienkompetenz zu üben. Und statt ziellos durch den Wald der analogen und digitalen Medien zu taumeln, noch einmal über die Relevanz von Print, Fachmedien und Gedrucktem im Allgemeinen nachdenken. Lesen Sie dazu auch den offenen Brief der *Druckmacher* auf Seite 13.



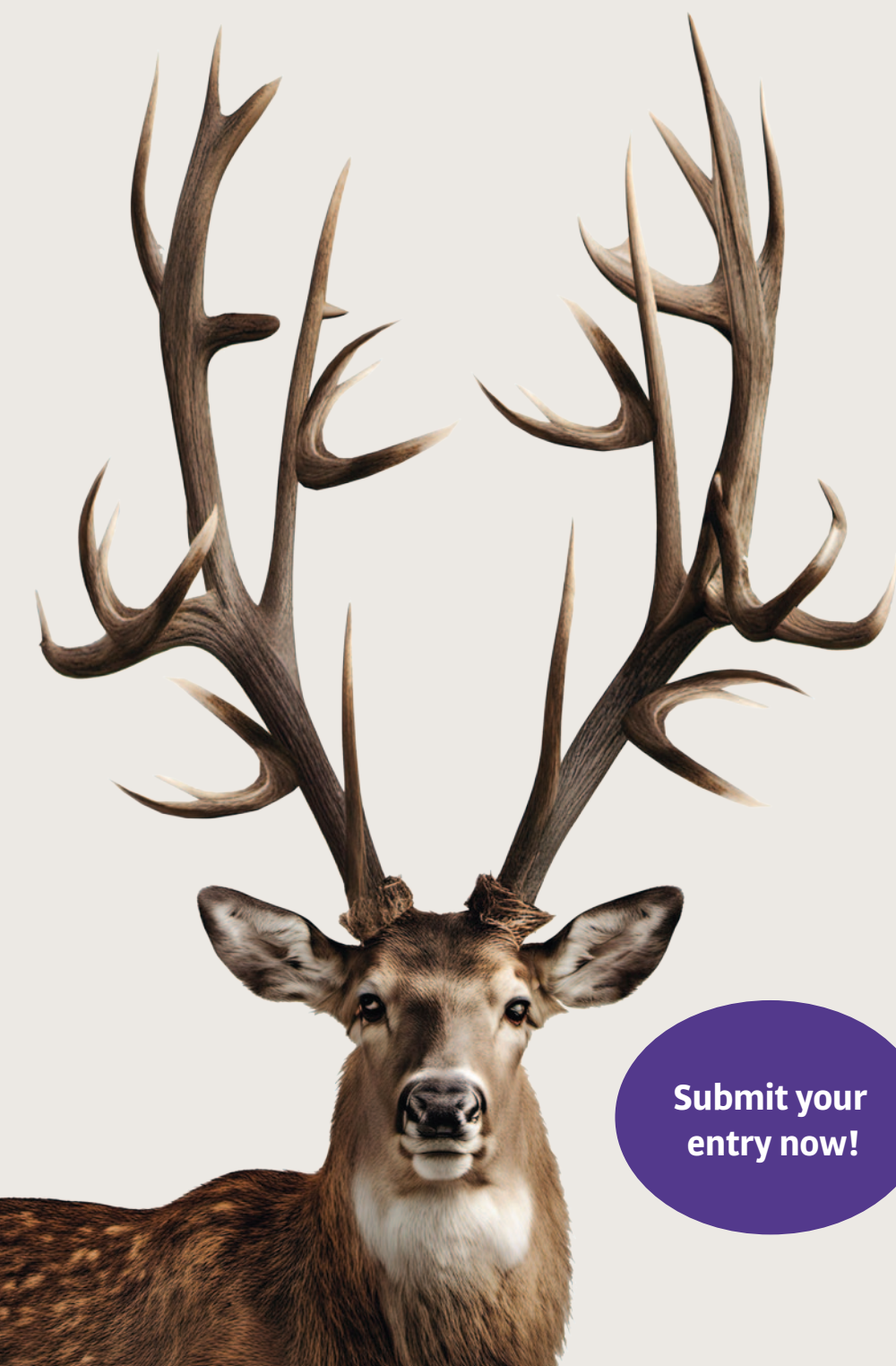
Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre und alles Gute.

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt

Unique

**Enter the EDP Awards
and showcase your unique solution to the world.**

Winners' announcement during FESPA 2025.



Launched in 2007 by the European Digital Press Association (which brings together 20 leading European trade magazines), the annual EDP Awards honor the most innovative and powerful solutions in the international digital print business.

THE 2025 CATEGORIES:

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

**Submit your
entry now!**

www.edpawards.com

KOENIG & BAUER

Generationswechsel im Vorstand

Dr. Stephen Kimmich, bisher Finanzvorstand und stellvertretender CEO, folgt zur Hauptversammlung am 4. Juni 2025 auf Dr. Andreas Pleßke als Vorstandsvorsitzender. Pleßke übernimmt Sonderaufgaben im Konzern und geht zum Ruhestand. Dr. Alexander Blum wird am 1. Juli 2025 neuer CFO.

DR. STEPHEN KIMMICH folgt als Vorstandsvorsitzender der *Koenig & Bauer AG* auf DR. ANDREAS PLESSKE.



DR. KIMMICH ist seit 2020 bei *Koenig & Bauer* und hat in dieser Zeit zunehmend mehr Verantwortung für das Unternehmen übernommen.

Er studierte Maschinenbau und Betriebswirtschaft in den USA, UK und Deutschland. Seine 25-jährige weltweite Industrie-Erfahrung im Maschinenbau und in der Automobil-Industrie haben ihm nicht nur ein tiefes Verständnis für internationale Geschäftsprozesse vermittelt, sondern auch die Fähigkeit, Unternehmen in einem dynamischen Umfeld zu führen und zu transformieren.

Für *Koenig & Bauer* hat er zunächst als CFO die Finanzbereiche, die Kapitalmarktkommunikation, IT und strategisches M&A (Mergers & Acquisitions) verantwortet. Im Dezember 2023 wurde er zum stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden ernannt und hat im April 2024 zusätzlich die Leitung des Segments Special als Segment-Vorstand übernommen. Nun erfolgt die konsequente Weiterentwicklung mit seiner Ernennung zum Nachfolger von DR. ANDREAS PLESSKE als Vorstandsvorsitzender. Die Bestellung erfolgt für fünf Jahre.

»Ich freue mich sehr, dass STEPHEN KIMMICH meine Nachfolge antritt. Er hat in den letzten Jahren als CFO und



stellvertretender CEO bewiesen, dass er *Koenig & Bauer* erfolgreich führen kann«, bekräftigt DR. PLESSKE den Führungswechsel. »Mit seinem umfangreichen Wissensschatz – sowohl in unseren Märkten und Technologien, im Ma-

schinenbau als auch im Finanzwesen – ist er die ideale Besetzung für diese Position. Zudem bringt jeder Generationenwechsel auch immer neue Impulse für ein Unternehmen mit sich.«

DR. STEPHEN KIMMICH weiß um die 200-jährige Erfolgsgeschichte von *Koenig & Bauer* und hat sich in den letzten fünf Jahren »für dieses Unternehmen und unsere Branche begeistern können. Ich freue mich darauf, *Koenig & Bauer* gemeinsam mit dem neuen Führungsteam und unseren engagierten Mitarbeitenden in die Zukunft zu führen und gemeinsam mit unseren Kunden und Partnern erfolgreich zu sein.«

Die Position von DR. KIMMICH als Finanzvorstand übernimmt am 1. Juli



2025 DR. ALEXANDER BLUM. Er studierte und promovierte Betriebswirtschaft, bevor er im Industrieumfeld seine Karriere begann. In den letzten 20 Jahren hat er unter anderem im IT-Sektor, in der Logistik sowie im Maschinenbau als CFO in diversen Unternehmen agiert. Er bringt Erfahrungen aus einem breiten Umfeld von Familienunternehmen, Private-Equity geführten sowie in börsennotierten Unternehmen mit.

DR. BLUM wird bereits am 1. Mai 2025 seine Arbeit bei *Koenig & Bauer* aufnehmen, damit ein ordentlicher Übergang der künftigen CEO- und CFO-Rollen stattfinden kann.

Verkleinerung des Vorstands auf den Weg gebracht

Die im November 2024 angekündigte Neuaufstellung des Konzerns wird zügig vorangetrieben. Im Wesentlichen sieht diese die Reduzierung von bisher drei auf zwei Segmente und eine Verkleinerung des Vorstands von bisher fünf auf künftig zwei Vorstände vor.

DR. ANDREAS PLESSKE hat die Nachfolgeregelungen und den gleichzeitigen Generationenübergang, verbunden mit einer Neuaufstellung der Konzernsegmente, gemeinsam mit

dem Aufsichtsrat sorgfältig vorbereitet.

Durch den Wegfall der Position eines Chief Operating Officer (COO) im Dezember 2024, der Niederlegung des Amtes von CHRISTOPH MÜLLER als Vorstand im März 2025 sowie dem Ausscheiden von RALF SAMMECK, der im Juni 2025 in den Ruhestand geht, ist der Vorstand zum 1. Januar 2026 auf die geplante Größe von zwei Personen angepasst.

Neue Segmentstruktur

Die neue Segmentstruktur von *Koenig & Bauer*, die nur noch zwei statt bisher drei Segmente vorsieht, wird sukzessive umgesetzt.

Bereits zum 1. Dezember 2024 hat CHRISTIAN STEINMASSL die Leitung verschiedener Bereiche des Segments Special & New Technologies über-



nommen. Das Segment Paper & Packaging Sheetfed Systems wird seit 1. Februar 2025 von MARKUS WEISS verantwortet (siehe auch *Druckmarkt impressions* 147). Er hat die Nachfolge



von RALF SAMMECK angetreten, der im Juni 2025 in den Ruhestand gehen wird. Beide, STEINMASSL und WEISS, sind Mitglieder der Konzernleitung und vertreten ihr jeweiliges Segment in der Konzernleitung.

Im Zuge der strategischen Neuausrichtung hat CHRISTOPH MÜLLER bekanntgegeben, dass er im Rahmen des Generationenwechsels sein Amt als Vorstandsmitglied zum 31. März 2025 auf eigenen Wunsch niederlegt. Dies ist ein weiterer Schritt der angestrebten perspektivischen Verkleinerung von ursprünglich fünf auf künftig zwei Vorstände.

Bereits Mitte 2024 übergab MÜLLER die Position des CEO der *Digital & Webfed AG & Co. KG* an PHILIPP ZIMMERMANN, um sich als Vorstandsmit-

>

glied auf den Ausbau von Technologien und Partnerschaften im Bereich Digitaldruck zu konzentrieren. Um seine langjährige Expertise sowie das über Jahrzehnte gewachsene internationale Netzwerk zu Kunden und Partnern weiterhin für *Koenig & Bauer* nutzbar zu machen, wird er das Unternehmen zukünftig als Executive Advisor unterstützen.



CHRISTOPH MÜLLER spielt eine entscheidende Rolle bei der Transformation vom traditionellen

Tiefdruck hin zum modernen Hochleistungs-Digitaldruck. Unter seiner Führung wurden wegweisende Projekte angestoßen, die das Unternehmen im Verpackungs- und Digitaldruck vorangebracht haben. Auch die Zusammenarbeit mit Partnern wie *Sealed Air* war ein wichtiger Baustein, die den Grundstein für die Entwicklung der industriellen Digitaldruckmaschine *RotaJet* legte, die neben dem Verpackungs- und Bücherdruck auch den industriellen Hochleistungsdruck bei Dekoren und Getränkekartonagen bedient. Zudem führte das Netzwerk von CHRISTOPH MÜLLER zu einer erfolgreichen Zusammenarbeit mit *Hewlett Packard*, bei der die Produkte *HP PageWide T1190*, *T700* und *T500* entstanden sind. Neben diesen Partnerschaften spielte der Anteilserwerb an *Celmacch* eine wichtige Rolle beim Einstieg des Konzerns in den Wellpappendirektdruck. Diese strategischen Allianzen haben das Produktportfolio von *Koenig & Bauer* nachhaltig erweitert und die Marktposition gestärkt.

»Nach vielen Jahren in operativer Verantwortung freue ich mich, *Koenig & Bauer* auch in der nächsten Phase als Executive Advisor verbunden zu bleiben, um mein über Jahrzehnte aufgebautes Netzwerk weiterzugeben und um Kundenbeziehungen und Partnerschaften zu stärken und zu fördern. Der enge Austausch mit unseren globalen Kunden und Partnern ist für mich eine Herzensangelegenheit und ich bin überzeugt, dass wir gemeinsam noch weitere Chancen erschließen«, erklärt MÜLLER.



CHRISTIAN STEINMASSL übernimmt am 31. März 2025 als Mitglied der Konzernleitung

zusätzlich zu seinen bisherigen Aufgabenbereichen der Industrial, Vision & Protection, *Kyana* sowie dem Konzerneinkauf die Verantwortung für den Bereich Digital & Webfed innerhalb des Segments Special & New Technologies. »Druck ist unser Kerngeschäft und Innovation unser Antrieb, daher freue ich mich auf die Zusammenarbeit mit dem von PHILIPP ZIMMERMANN geführten Bereich Digital & Webfed, um das Geschäftsfeld erfolgreich weiterzuentwickeln. Es liegen große Chancen vor uns im Digitaldruck mit der *RotaJet*«, bekräftigt CHRISTIAN STEINMASSL. »Jeder Tag bietet neue Möglichkeiten zu lernen und etwas zu bewegen, gemeinsam mit dem Digital & Webfed-Team, unseren Kunden und den spannenden Projekten, die vor uns liegen.«

> www.koenig-bauer.com



„Wir haben 4,5 Millionen Seiten pro Tag erreicht. Das ist ein absoluter Durchbruch.“



John Place, CEO
Mercury Print Productions



Die **KODAK PROSPER 7000 Turbo Druckmaschine** bietet eine unübertroffene Kombination aus Geschwindigkeit und Qualität, die es führenden Unternehmen wie Mercury Print Productions ermöglicht, ihre Produktivität und ihren Gewinn zu maximieren.

Scannen, um ihre Geschichte zu sehen.



PRINT
THAT PAYS

SCHLEUNUNG Nachhaltigkeits- bericht

Während andere ihren Nachhaltigkeitsbericht digital verbreiten, setzt *Schleunung* aus Marktheidenfeld bewusst nur auf Print. »Herzblut für morgen ist mehr als nur eine Sammlung von Zahlen und Maßnahmen. Es ist unser ehrlicher Blick in den Spiegel – stolz auf das Erreichte und mit dem Antrieb, noch mehr zu tun. Der Bericht selbst spiegelt unsere Vielseitigkeit wider: Gedruckt auf FSC Mix Papier Juwel-Offset, holzfrei, ist er ein wahres Schmuckstück unter den Druck-Erzeugnissen. Dass das Konzept, der Text und das gesamte Layout aus eigener Hand stammen, geschaffen von unserem Mediendesign-



Der *Schleunung* Umwelt- und Verantwortungsbericht.

Team, unterstreicht unsere Kompetenz und zeigt, dass wir als erstklassiger Partner jede Herausforderung im Medienmix meistern«, so *Schleunung-druck*.

> www.schleunung.com

UPM COMMUNICATION PAPERS KAPAZITÄTSREDUZIERUNG BEI GRAFISCHEM PAPIER

UPM richtet seine Papierkapazität an der Kundennachfrage aus und plant die Schließung der Papierfabrik Ettringen für Juli 2025. Das würde zur jährlichen Kapazitätsreduzierung von 270.000 Tonnen ungestrichener Papiere führen.

Die Umsetzung der Pläne hätte Auswirkungen auf 235 Positionen am Standort Ettringen. Die Beteiligung der Arbeitnehmervertreter wird gemäß der nationalen Gesetzgebung aufgenommen.

»In einem Markt, der seit Jahren von Überkapazitäten geprägt ist, kommt der Wettbewerbsfähigkeit eine besondere

Um Vorteile einer skalierbaren und effizienten Beschaffung zu realisieren, plant UPM, das Central European Mill Support (CEMS)-Team aufzulösen und den Mill Sourcing- und RCP Sourcing-Teams entsprechend den neuen Kapazitäten anzupassen. Alle betroffenen Werke und Funktionen werden im Laufe des Jahres



UPM Communications Paper will im Segment der grafischen Papiere weiterhin wettbewerbsfähig bleiben und passt die Produktionskapazitäten der Nachfrage an.

Bedeutung zu. Wir sichern durch unser Engagement auf den nach wie vor großen Märkten für grafisches Papier ab und bleiben langfristig Partner für unsere Kunden«, sagt GUNNAR EBERHARDT, Executive Vice President, *UPM Communication Papers*. Selbst wenn die Produktionskapazitäten an die Kundennachfrage angepasst würden, bleibe der globale Papiermarkt bedeutend.

Durch Benchmarking und weitere bewährter Verfahren zwischen allen Werken will *UPM Communication Papers* die Effizienz steigern, die Flexibilität verbessern und die Organisationsstrukturen innerhalb der Werke Augsburg, Schongau, Kaukas, Kymi, Rauma, Jämsänkoski, Blandin und Caledonian verbessern.

Darüber hinaus sieht UPM weiteres Optimierungspotenzial durch die Zentralisierung von Prozessen innerhalb der Logistikkabläufe in den deutschen Werken.

2025 ihre eigenen Umsetzungsschritte einleiten. Gemäß den Plänen erwartet das Unternehmen, dass etwa 227 Positionen in den Werksorganisationen und Funktionen betroffen sein werden.

»Mit den geplanten Maßnahmen verbessern wir unsere Kosteneffizienz und Wettbewerbsfähigkeit und stellen eine zuverlässige Versorgung unserer Produktionsstandorte in Finnland, Deutschland, Großbritannien und den USA sicher«, sagt ANTTI HERMONEN, Senior Vice President Operations, *UPM Communication Papers*.

Mit den Plänen setzt das Unternehmen die notwendigen Schritte fort, die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und die Kapazität für grafische Papiere der Kundennachfrage anzupassen. Die Umsetzung der geplanten Maßnahmen würde Kosteneinsparungen von 39 Mio. € jährlich zur Folge haben.

> www.upm.com

RTL Verkauf von Zeitschriften

Der TV-Konzern *RTL Deutschland* reduziert sein Verlagsgeschäft und verkauft die Zeitschriften *Brigitte*, *Gala* und *Eltern* an die *Funke Mediengruppe*. Rund 300 Beschäftigte sind betroffen.

»*Funke* ist eine der führenden Verlagsgruppen im deutschsprachigen Raum mit einem klaren Fokus auf Print und Publishing – ein Umfeld, in dem *Brigitte*, *Gala* und *Eltern* bestmöglich weiterentwickelt werden können«, erklärte RTL. Mit dem Verkauf löst der RTL-Mutterkonzern *Bertelsmann* die traditionsreiche Verlagsgruppe *Gruener+Jahr* (G+J) endgültig auf. RTL war 2021 mit G+J fusioniert worden und hatte dessen Titel übernommen. Seitdem wurden 28 eingestellt oder weiterverkauft. Bei RTL bleiben nun nur noch der *Stern* und die Magazine *Geo* und *Art*.

Mit diesem Schritt hat aber nicht nur RTL sein Verlagsgeschäft zurückgefahren, auch *Bertelsmann* hat sich weiter von Print getrennt.

Ursprünglich sollten die Zeitschriften mit dem TV- und Streaming-Angebot von RTL unter der Marke *RTL+* zu einem umfassenden Medienangebot gebündelt werden. Von dieser Idee hat sich *Bertelsmann* aber längst wieder verabschiedet.

KOENIG & BAUER ÜBERNIMMT GC MIT PERSPEKTIVE IN DIE ZUKUNFT

GC *Graphic Consult*, das Beratungsunternehmen für die Druck-, Medien- und Verpackungsindustrie, wird Teil der *Koenig & Bauer-Gruppe*.

Damit erweitert der Druckmaschinenhersteller sein Portfolio um Beratungs-Know-how. GC *Graphic Consult* soll als eigenständiges Unternehmen bestehen bleiben und seine operative Unabhängigkeit wahren. GC *Graphic Consult* ist seit mehr als 55 Jahren spezialisiert auf die Druckindustrie und bietet Beratung in den Bereichen Strategie, Organisation, Personalsuche, M&A, Prozesse, Technologie und Vermarktung an.

Mit der Übernahme stärkt *Koenig & Bauer* sein Portfolio und seine Position als Lösungsanbieter für die Branche.

»Seit 25 Jahren haben mein Bruder PETER und ich die Geschicke der GC gelenkt. Jetzt ist es Zeit für eine neue Phase der Entwicklung. Die Zugehörigkeit zur *Koenig & Bauer-Gruppe* ermöglicht es der GC, weiter – auch international – zu wachsen und weiterhin umfassende Lösungen und Beratung auf Spitzenniveau zu bieten«, sagt WOLFGANG JESCHKE, Geschäftsführer der GC *Graphic Consult*. »*Koenig & Bauer* genießt einen exzellenten Ruf in der Branche und verfügt über ein tiefes Verständnis der Herausforderungen und Chancen unserer Kunden. Wir freuen uns mit *Koenig & Bauer*, den idealen Partner für unsere Nachfolge und die Weiterentwicklung des Unternehmens gefunden zu haben.«

Um die operative Unabhängigkeit von GC *Graphic Consult* zu gewährleisten, wurde ein Kodex für die Zusammenarbeit zwischen *Koenig & Bauer* und der GC entwickelt. Dieser regelt die Interaktion zwischen beiden Unternehmen und stellt sicher, dass Synergien nur dann genutzt werden, wenn es im Interesse des Kunden und von diesem ausdrücklich gewünscht ist. »Die Partnerschaft mit GC *Graphic Consult* ist ein wichtiger strategischer Schritt, um unseren Kunden ganzheitliche Lösungen und Dienstleistungen anzubieten«, sagt RALF SAMMECK, Vorstand der *Koenig & Bauer AG*.

HEIDELBERG

Finanzvorständin geht Ende März

TANIA VON DER GOLTZ, Finanzvorständin der *Heidelberger Druckmaschinen AG*, hat den Aufsichtsrat des Unternehmens darüber informiert, ihren Vertrag nicht über die aktuelle Laufzeit hinaus verlängern zu wollen und wird ihr Amt mit Abschluss des Geschäftsjahres zum 31. März 2025 niederlegen.

Der Schritt erfolgt laut einer Information des Unternehmens

in bestem Einvernehmen. CEO JÜRGEN OTTO übernimmt bis auf Weiteres die Führung des Finanz-Ressorts.

Der Aufsichtsrat respektiert die Entscheidung von TANIA VON DER GOLTZ. Trotz eines herausfordernden Marktumfelds habe sie dazu beigetragen, die Profitabilität und Liquidität von *Heidelberg* zu verbessern und die Finanzkraft des Unternehmens zu stärken, sagte DR. MARTIN SONNENSCHNIG, Vorsitzender des Aufsichtsrats von *Heidelberg*.

> www.heidelberg.com

IOP

Zwei neue Mitglieder

Ab sofort wird die *Initiative Online Print (IOP)* durch zwei neue Mitgliedsunternehmen verstärkt – beides renommierte Akteure im B2B-Onlineprint-Umfeld, die einstimmig in das Netzwerk aufgenommen wurden und frischen Wind sowie zusätzliche Expertise einbringen:

Die *risc solutions GmbH* aus Ludwigsburg unterstützt bereits seit über 20 Jahren Unternehmen und Marken darin, interne und externe Cloud-basierte Print- und Publishing-Services zu realisieren. Als Web-to-Publish-Spezialist und mit dem umfangreichen Editor-Tool *printformer* verbindet *risc solutions* Mass Customization und Automatisierung auf effiziente Weise.

Die *Moss GmbH* ist ein global agierendes Unternehmen mit aktuell vier Standorten in den USA, Deutschland, Polen und Großbritannien. 2025 soll ein weiterer Standort in Spanien hinzukommen. Als ausgewiesener Textilspezialist mit mehr als 40 Jahren Erfahrung ist die *Moss GmbH* ein zuverlässiger und geschätzter Partner für alle textilen Lösungen in den Bereichen Messen, Events, Einzelhandel und Web-to-Print.

> www.initiative-online-print.de

SILBER DRUCK

Printnow - OPS Online Print Service

Die *Silber Druck GmbH & Co. KG* übernimmt ab sofort die bisher separat agierende *Printnow - OPS Online Print Service GmbH & Co. KG*. *Printnow* wird künftig als Marke von *Silber Druck* geführt. Ziel der Integration ist die Vereinfachung interner Prozesse und eine optimierte Zusammenarbeit mit den Kunden.

Silber Druck und *Printnow* waren bislang separate Unternehmen, die jedoch am selben Standort tätig waren.

Ursprünglich wurden die klassischen Druckdienstleistungen von *Silber Druck* bewusst von den Online-Druckservices von *Printnow* getrennt. Diese Struktur entsprach der damaligen Überzeugung, dass beiden Geschäftsbereiche unterschiedliche Anforderungen und Zielgruppen bedienen.

Die Zusammenführung erfolgt nun auf Kundenwunsch und zur Effizienzsteigerung. »Mit der Integration von *Printnow* als Marke von *Silber Druck* schaffen wir eine einheitliche Effizienz für alle Druckdienstleistungen«, sagt MARTIN SILBER, Geschäftsführer der *Silber Druck GmbH & Co. KG*. > www.silberdruck.de

PARTNERSCHAFT

Zecher GmbH und Chromos

Die *Zecher GmbH* und die *Chromos Group* geben die Ausweitung ihrer Zusammenarbeit bekannt. Am 1. Februar 2025 übernahm *Chromos* den exklusiven Vertrieb der *Zecher* Rasterwalzen in den Regionen Baden-Württemberg, Saarland, Bayern sowie in Österreich.

Die *Chromos Group* ist bereits seit Jahrzehnten Partner der *Zecher GmbH* in der Schweiz. Die Ausweitung der Partnerschaft ist ein konsequenter Schritt, um in Teilen Deutschlands und in Österreich Beratung und Service anzubieten.

> www.zecher.com



TECHNIKFURST

Deutsche schreien ihre Geräte an

»Sch*** Drucker!«, »diese blöde App!«. Wut oder Verzweiflung bauen sich auf, wenn der Drucker mal wieder das Papier zerknüllt, die App nicht reagiert oder wenn man überraschend aus der Videokonferenz fliegt. Bei solchem Technikfrust machen sich Deutsche durch Schreien Luft, haben sie bei einer Umfrage zugegeben.

70% haben ihre Computer, Smartphones oder Drucker bei Problemen schon angeschrien – Männer mit 75% etwas häufiger als Frauen mit 65%. Besonders hitzig reagieren die 16- bis 29-Jährigen (86%), während die über 65-Jährigen ruhiger reagieren – nur 38% brüllen ihre Geräte an. Ob dies darauf zurückzuführen ist, dass ältere Menschen grundsätzlich seltener digitale Geräte nutzen, soll eine der nächsten Bitkom-Umfragen zeigen.

Wirklich handgreiflich wird bei Technikfrust zum Glück nur eine kleine Minderheit: Lediglich 3% der Deutschen haben technische Geräte schon aus Wut beschädigt oder zerstört.

> www.bitkom.org

MODEL GROUP

Jahresergebnisse für 2024

Die auf dem Gebiet von Verpackungen aus Voll- und Wellkarton tätige Schweizer *Model Group* erzielte im zurückliegenden Geschäftsjahr einen konsolidierten Gruppenumsatz von 862 Mio. CHF, was einem Rückgang zum Vorjahr von –6% entspricht. Die Absatzmenge der Wellkartonverpackungen konnte jedoch um +7% gegenüber 2023 gesteigert werden.



Die *Model Group* beschäftigt sich mit Verpackungen aus Voll- und Wellkarton. Hier eine Abbildung von der Website des Unternehmens.

Der Umsatzrückgang ist auf einen Preistrückgang und Wechselkurseffekte zurückzuführen. Im Durchschnitt beschäftigte die *Model Group* 4.349 Mitarbeiter (Vorjahr: 4.335), davon 770 in der Schweiz. Die Investitionen blieben mit 158 Mio. CHF (Vorjahr: 246 Mio. CHF) weiterhin

auf einem hohen Niveau. Investitionsschwerpunkt war die Fertigstellung der Papierfabrik in Eilenburg (Sachsen). Mit Anlauf der Papiermaschine am 4. September 2024 wurde ein wichtiger Meilenstein bei der Umsetzung der größten Investition in der Unternehmensgeschichte erreicht. Daneben wurde unter anderem in die neueste Flexo- und Digitaldrucktechnologie am Schweizer Standort in Weinfelden investiert.

Die *Model Group* stellte in ihren 15 Produktionsstandorten in den Ländern Schweiz, Deutschland, Polen, Tschechien und Kroatien knapp 1,37 Mrd. m² Wellkartonverpackungen beziehungsweise Wellkartonbögen und 492.000 Tonnen Verpackungspapiere für die Wellkartonherstellung her, was einer Steigerung von +4% gegenüber dem Vorjahr entspricht. An den Standorten, in denen Faltschachteln produziert werden, ist das Produktionsvolumen ebenfalls um +4% gestiegen.

Nachdem 2023 das Produktionsvolumen an Wellkartonverpackungen marktbedingt um –7% gegenüber dem Vorjahr gesunken war, konnte die *Model Group* die Menge im Jahr 2024 wieder um +7% steigern.

2024 war zudem von Dynamik bei der Rohstoff- und Energiepreisentwicklung geprägt, was zu sinkenden Umsätzen und Margen führte.

Mit dem Anlauf der Papierfabrik im sächsischen Eilenburg im 3. Quartal 2024 wird das Unternehmen in diesem Jahr die Produktion von leichten Verpackungspapieren weiter ausbauen. Die damit einhergehenden Impulse auf das Sortiment der Wellkartonverpackungen werden sich positiv auf die Nachfrage nach Produkten von *Model* auswirken.

> www.modelgroup.com

GWA-UMFRAGE

Agenturumsätze sinken um 0,9%

Die Umsätze der Agenturen, die im Branchenverband GWA Mitglied sind, sanken 2024 um 0,9%. Mit 47,8% verzeichnete knapp die Hälfte der Agenturen ein Umsatzplus, 46,3% lagen im Minus, 6% melden gleichblei-

bende Umsätze. Für 2025 fällt die Prognose positiv aus.

> www.gwa.de

KOENIG & BAUER

Geschäftsjahr 2024 erreicht Prognose

Die Koenig & Bauer AG sieht sich nach einem starken 4. Quartal 2024 und einem hohen Auftragsbestand gut positioniert, um die positive Entwicklung fortzuführen.

»Das Jahr 2024 war für Koenig & Bauer von ›Change & Chance‹ geprägt – und dieser Wandel setzt sich auch aktuell fort,«



kommentiert der Vorstandsvorsitzender DR. ANDREAS PLESSKE. »Der abge-

schlossene Generationenwechsel im Vorstand (siehe Seite 6) spiegelt den stetigen Wandel wider.

Koenig & Bauer hat 2024 in einem schwierigen Marktumfeld alle gesteckten Teilziele erreicht und die Jahresprognose erfüllt. Bei einem Umsatz von 1.274,4 Mio. € (Vorjahr: 1.326,8 Mio. €) erzielte das Unternehmen ein um Sondereffekte bereinigtes operatives EBIT von 25,8 Mio. € (Vorjahr: 29,9 Mio. €). Die Bereinigungen beinhalten Sondereffekte im Zusammenhang mit dem Programm zur nachhaltigen Stärkung der Ertragskraft in Höhe von insgesamt 50,4 Mio. € sowie Einmalkosten in Höhe von 10,5 Mio. € für die Teilnahme an der Leitmesse *drupa*.

Der hohe Auftragseingang von 1.402,7 Mio. € (+8,9%) im Geschäftsjahr 2024 führte zu einem Anstieg des Auftragsbestands auf 1.039,8 Mio. € (+14,1%). Dies ist der höchste Jahresendstand in der jüngsten Geschichte von Koenig & Bauer. Er dient als solide Basis für das Geschäftsjahr 2025 und darüber hinaus, ist jedoch

nicht gleichmäßig auf alle Geschäftsbereiche verteilt. Vor dem Hintergrund der Ergebnisentwicklung und des weiterhin angespannten Marktumfelds schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung vor, für das Geschäftsjahr 2024 keine Dividende auszuschütten. Gleichzeitig hält Koenig & Bauer an seiner grundsätzlichen Dividendenpolitik fest, die bei profitabler Geschäftsentwicklung im Jahr eine Ausschüttung von 15 bis 35% des Konzernergebnisses bei einer Mindestdividende von 0,3 € pro Aktie anstrebt.

Aktuelle handelspolitische Unsicherheiten

Die aktuell in den USA diskutierte Einführung von Einfuhrzöllen würde nicht nur Koenig & Bauer treffen, sondern ebenso die wichtigsten Wettbewerber, die überwiegend in Europa ansässig sind.

Prinzipiell könnten höhere Zölle zu einer Nachfrageeintrübung im US-Markt führen und damit eine Herausforderung für die gesamte Branche darstellen. Inwieweit dieser Nachfragerückgang kompensiert werden kann, lässt sich derzeit nicht abschließend beurteilen. Koenig & Bauer erzielte im Geschäftsjahr 2024 rund 29% seines Umsatzes in Nordamerika und betrachtet diesen Markt weiterhin als bedeutend. Die derzeitigen Einschätzungen deuten darauf hin, dass die Auswirkungen des US-amerikanischen Handelskrieges für Koenig & Bauer eher überschaubar bleiben dürften.

Durch die breite Aufstellung in verschiedenen Märkten und die anhaltende Effizienzsteigerung sieht sich Koenig & Bauer gut gerüstet, um auf potenzielle Marktrisiken flexibel zu reagieren und seine Wettbewerbsfähigkeit weiter zu stärken. Das Unternehmen verfolgt eine

strategische und flexible Herangehensweise, um auf sich verändernde wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen schnell reagieren zu können und seine Marktposition nachhaltig zu sichern.

Ausblick

Trotz schwieriger und unsicherer weltwirtschaftlicher und geopolitischer Entwicklungen, sieht sich Koenig & Bauer für 2025 gut aufgestellt. Dank eines historisch hohen Auftragsbestands und zusätzlicher Einsparungen erwartet der Vorstand ein leichtes Umsatzwachstum auf 1,3 Mrd. € bei einer Steigerung des operativen EBIT auf einem Korridor zwischen 35 und 50 Mio. €.

»Wir blicken optimistisch auf das Jahr 2025. Die Grundlage dafür haben wir mit einem guten Auftragsbestand gelegt. Die globalen wirtschaftlichen und geopolitischen Entwicklungen beobachten wir aufmerksam, um auch weiterhin – wie in den vergangenen 208 Jahren der Firmen-



geschichte – resiliert darauf zu reagieren«, sagt DR. STEPHEN KIMMICH, CFO und künftiger CEO.

Auch die weitere Entwicklung über das Jahr 2025 hinaus wird in hohem Maße von weltwirtschaftlichen und geopolitischen Entwicklungen abhängen.

Koenig & Bauer hält für 2026 einen Konzernumsatz von etwa 1,5 Mrd. € bei einer operativen EBIT-Marge von rund 6% weiterhin als möglich. Allerdings sind wegen der unsicheren wirtschaftlichen und geopolitischen Entwicklungen und der dazugehörigen Planungsunsicherheiten aktuell Umsätze zwischen 1,4 und 1,5 Mrd. € bei einer operativen EBIT-Marge zwischen 5% und 6% geplant.

> www.koenig-bauer.com

BERBERICH

Wechsel in im Management

Zum 1. März 2025 hat die Carl Berberich GmbH einen bedeutenden Schritt in ihrer Unternehmensgeschichte vollzogen:



NIKLAS EREN, Unternehmensnachfolger in siebter Generation, hat die Geschäftsführung von

HEINZ KÖNIG übernommen, der das Unternehmen weiterhin beraten wird.



HEINZ KÖNIG hat Berberich über viele Jahre hinweg mit Engagement und Weitsicht geleitet.

Unter seiner Führung hat sich die Carl Berberich GmbH als verlässlicher Partner in der Branche etabliert.

NIKLAS EREN, der im Oktober 2022 in das Unternehmen eintrat, hat in den vergangenen Monaten bereits eng mit HEINZ KÖNIG und dem zweiten Geschäftsführer KARSTEN KNODEL zusammengearbeitet. In seiner neuen Rolle möchte NIKLAS EREN die Vertriebskompetenzen des Unternehmens weiter stärken: »Mein Ziel ist es, unsere Marktposition durch eine noch engere Zusammenarbeit mit unseren Kunden auszubauen und gleichzeitig Innovationspotenziale zu nutzen, um die wirtschaftliche Stabilität der Carl Berberich GmbH langfristig zu sichern.« Dabei steht für ihn die Verbindung von Tradition und Weiterentwicklung im Mittelpunkt.

> www.berberich.de

BVDM Neue Leiterin Kommunikation

Beim Bundesverband Druck und Medien e. V. (BVDM) steht ein Wechsel in der Leitung Kommunikation



an. SILKE LEICHT-SOBBE, seit 2022 Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim BVDM, folgt ab 1. April



2025 auf Bettina Knappe, die den BVDM nach zwölf Jahren auf

eigenen Wunsch verlässt. Als Pressesprecherin und Leiterin des Bereiches Kommunikation im BVDM verantwortet Silke Leicht-Sobbe die bundesweite Verbändekommunikation der Druck- und Medienwirtschaft. Die Kommunikationsexpertin verfügt über mehr als 20 Jahre Berufserfahrung in Verbänden und öffentlichen Institutionen – vom Kommunalen Arbeitgeberverband Berlin, über die AOK bis hin zur Senatsverwaltung für Inneres in Berlin. Seit 2022 war sie bereits als Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim BVDM im Team von Bettina Knappe tätig.
> www.bvdm-online.de

KNOX Christian Siewers für Personal

Anfang Februar 2025 hat sich die in der Verpackungs- und Druckindustrie tätige Hamburger

Personal- und Unternehmensberatung KNOX personell verstärkt und konnte mit CHRISTIAN SIEWERS einen neuen Senior Partner Personal gewinnen, der in den letzten 25 Jahren bereits umfassende Erfahrungen im Branchenumfeld sammeln konnte.



CANON Neuer Head of PE&CP



Canon Deutschland gibt die Ernennung von ALICIA CIFRÉ zur neuen Leiterin der Abteilung DP&S Production & Commercial Printing bekannt. CIFRÉ, derzeit Vice President, European Production Direct Sales, hat diese zusätzliche Rolle mit Wirkung zum 1. Februar 2025 übernommen und berichtet direkt an Xander Groenewegen, Head of DP&S, Canon Deutschland.

In ihrer erweiterten Funktion wird ALICIA CIFRÉ ihre umfassende Erfahrung und ihr fundiertes Wissen im Produktionsgeschäft einbringen, um lokale Vertriebsstrategien und -initiativen in diesem wichtigen Markt für Canon voranzutreiben. CIFRÉ ist seit 35 Jahren Teil des Canon-Teams. Ihre langjährige Erfahrung in der Branche, gepaart mit ihrer besonderen persönlichen Energie und Ausstrahlung, haben maßgeblich zu ihrem Erfolg beigetragen.

Vor ihrer Tätigkeit bei Canon Europa war ALICIA CIFRÉ als Director Printing Products und später als Head of Production Sales für Canon Iberia (Spanien & Portugal) tätig. ALICIA CIFRÉ folgt auf THOMAS HAEP, der eine neue Aufgabe außerhalb Canons übernommen hat.
> www.canon.de

VDMB Neue Leiterin Kommunikation

Der Verband Druck und Medien Bayern (VDMB) verstärkt sein Team mit einer erfahrenen und vielseitigen Kommunikationsexpertin:



MICHAELA DECKELMANN übernimmt ab sofort die

Leitung Kommunikation am Standort Aschheim bei München. In dieser Funktion verantwortet sie die Bereiche Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Veranstaltungsmanagement und steht dem vierköpfigen Kommunikationsteam des VDMB vor.

MICHAELA DECKELMANN bringt umfassende Erfahrung aus der Papier- und Druckbranche mit. Über 26 Jahre war sie im Papiergroßhandel tätig, zuletzt als Bereichsleiterin Marketing bei der OVOL Deutschland GmbH an den Standorten in Hamburg und Karlsruhe. Neben ihrer Marketingexpertise verfügt sie über fundierte Vertriebserfahrung und gilt als versierte Netzwerkerin mit einer ausgeprägten Affinität zu Print.
> www.vdmb.de

DREWSSEN Änderung in der Geschäftsführung



AMIR MIR-SAKARIMI ist am 1. Januar 2025 in die Geschäftsführung der Drewsen Spezialpapiere GmbH eingetreten.

Er wird in diesem Jahr zunächst an der Seite von DR. MATTHIAS RAUHUT tätig sein, bevor er ab dem 1. Januar 2026 dann die alleinige Leitung der Geschäftsführung übernehmen wird.

MIRSAKARIMI verfügt über einen umfangreichen Erfahrungshorizont in der Papier- und papierverarbeitenden Industrie. Seit 2015 hat er in verschiedenen Schlüsselpositionen der Papierproduktion wertvolle Führungs- und Fachkenntnisse erworben. Zuletzt trug er als Fabrikationsleiter bei Drewsen maßgeblich zur Weiterentwicklung des Unternehmens bei.
> www.drewsen.com

XEROX Siham Rakia neue Geschäftsführerin



Xerox hat SIHAM RAKIA zur neuen Geschäftsführerin für die Märkte Schweiz und Österreich ernannt. Sie soll die strategische Ausrichtung, die Geschäftsentwicklung und den Ausbau der Marktposition von Xerox in den beiden Ländern vorantreiben.

»Wir befinden uns inmitten einer umfassenden Transformation. Mein erklärtes Ziel ist es, über das traditionelle Druckergeschäft hinauszugehen und uns verstärkt auf die Bereiche Service und Software zu konzentrieren«, so SIHAM RAKIA.

Mit mehr als 15 Jahren Erfahrung in Führungspositionen in der Technologie- und IT-Branche bringt SIHAM RAKIA eine breite Expertise im Business Management, der Digitalisierung und bei Kundenbeziehungen mit. Zuletzt war sie Geschäftsführerin Xerox Schweiz, wo sie zur Entwicklung des Unternehmens in einem hybriden Arbeitsumfeld beitrug.

TECHNOTRANS Natascha Sander ist CFO

Der Aufsichtsrat der technotrans SE hat die Be-



rufung von NATASCHA SANDER mit Wirkung zum 1. Februar

2025 zur Finanzvorständin bekannt gegeben. Sie ist seit 2023 bei technotrans als Leiterin Konzerncontrolling tätig und nimmt bereits seit Oktober 2024 kommissarisch die Verantwortung als CFO wahr. Der Vorstand besteht damit aus den Mitgliedern MICHAEL FINGER (CEO) und NATASCHA SANDER (CFO).

VDMB-DRUCKMACHER

OFFENER BRIEF AN DIE BRANCHE

Beim jüngsten *Druckmacher*-Treffen nutzten die bayrischen Jungunternehmer die Gelegenheit, über Branchenthemen zu diskutieren und gemeinsam einen offenen Brief an die Druckbranche zu formulieren.

Innovation, Kreativität und Kooperation – diesen drei Werten fühlen sich die *Druckmacher* seit ihrer Gründung besonders verpflichtet. Die Initiative für die Nachwuchstalente im VDMB

zen – kommunikativ, aber auch in der Praxis in Form innovativer und kreativer Kooperationen untereinander. Auch das jüngste *Druckmacher*-Treffen Ende Januar am Tegernsee stand

das eigene Tagesgeschäft gewinnen.

Ein Appell an die Druckbranche

Darüber hinaus diskutierten die *Druckmacher* auf dem Treffen eingehend zentrale Branchenthemen wie Nachwuchsgewinnung, Branchen-Image und Zusammenarbeit. Bei den umfangreichen Diskussionen wurde deutlich, dass es allen Teilnehmern ein großes Anliegen war, einen optimistischen Appell an die Druckbranche zu richten und einen Kontrapunkt zu setzen zur oftmals vorherrschenden Untergangserzählung unserer Branche.

HOLGER BUSCH, Hauptgeschäftsführer des VDMB, meinte dazu: »Die Zukunft unserer Branche liegt im Nachwuchs. Umso mehr freut es mich, dass die *VDMB-Druckmacher* sich mit Leidenschaft und Elan für unsere Branche einsetzen. Ihr Appell an unsere Branche macht Mut und ermahnt uns zugleich. Lassen Sie uns gemeinsam in die Zukunft gehen – mit der richtigen Haltung.«

Den Appell lesen Sie in Form eines offenen Briefes im Kasten rechts.



Die Teilnehmenden des VDMB-Druckmacher-Treffens (von links oben nach rechts unten): Hannes Wiesendanger (Wiesendanger medien), Daniel Hupfau (Hupfau Druck), Christoph Görke (VDMB), Thomas Karcher (Butz & Bürker), Julian Grebner (InnoKart), Martin Schüßler (multi-druck), Janneke Klasen (Hans Schmidt Werbeverpackungen), Annika Feuerlein (Karl Rädisch), Denise Lehner (PuK Krämer), Paul Kempa (Dieter Kempa Etiketten), Christoph Herzog (Mayr Miesbach), Veit Rudolph (Rudolph Druck). Nicht auf dem Foto: Oliver Knorr (Druckerei Max Götz).

ging 2023 aus dem Junior-Kreis hervor. Sie möchte sich nicht mehr nur als Forum für den Branchennachwuchs verstanden wissen, sondern als Impulsgeber die Druckindustrie vorantreiben. Entsprechend ihres Namens setzt sich die Gruppe deshalb ein zentrales Ziel: Die Zukunftsfähigkeit der Branche aktiv mitzugestalten und sich für einen optimistischen Blick auf die Zukunft von Print einzusetzen.

unter diesem Oberthema. Zwei Unternehmensbesuche vermittelten den Teilnehmenden auf unterschiedliche Weise das Innovationspotenzial, das die Druck- und Medienbranche auszeichnet: Die *Druckerei Mayr Miesbach* setzt im Rollen- und Bogenoffsetdruck seit vielen Jahren Maßstäbe. Und die *Büttenpapierfabrik Gmund* gilt international als einer der innovativsten Papierhersteller. Vor Ort konnten die Teilnehmenden einen Eindruck von beiden Unternehmen sowie Impulse für

Zukunft gemeinsam gestalten, statt den Untergang herbeizureden!

Liebe Kolleginnen und Kollegen der Druckbranche,

wir alle gehören zu einer starken und innovativen Branche, die seit Jahrhunderten Wissen, Kultur und Kreativität beweist. Wir schaffen Produkte, die authentisch sind und Emotionen wecken. Doch leider wird unsere Branche immer wieder schlecht gemacht – sowohl von außen als auch von innen. Dabei haben wir allen Grund, stolz zu sein: Print ist nicht tot! Im Gegenteil: Wir packen an, sind innovativ und entwickeln uns ständig weiter. Wir gehen neue Wege!

Ohne Zweifel steht unsere Branche vor Herausforderungen: Umweltfragen, Digitalisierung, Bürokratie und Überkapazitäten verlangen uns einiges ab. Und ja, wir haben in den letzten Jahrzehnten immer wieder Betriebe und Mitarbeiter verloren. Doch Hand aufs Herz: Das betrifft viele Branchen!

Wir haben bereits mehrfach gezeigt, wie stark, veränderungsbereit und widerstandsfähig unsere Branche ist: mit neuen Produkten, kreativen Geschäftsmodellen, nachhaltigen Produktionsprozessen und modernster Technologie. All das zeigt eines ganz klar: Unsere Branche ist lebendig – Druck hat Zukunft!

Nun liegt es an uns: Lasst uns zeigen, was wir draufhaben – mit Stolz und Selbstbewusstsein.

Was wir jetzt brauchen, ist Haltung: Mut statt Resignation! Chancen erkennen statt Probleme beklagen! Zusammenarbeit statt Konkurrenzdenken!

Sprecht positiv über unsere Branche! Zeigt, was Print kann! Begeistert mit Eurer Leidenschaft für Print Eure Kunden, Mitarbeiter und Nachwuchstalente!

Die Faszination von Print ist und bleibt ungebrochen: Gedruckte Produkte sind unverzichtbar, haptisch einzigartig, hochwertig, wirkungsvoll und emotional.

Lasst uns gemeinsam aufzeigen, was unsere Branche leisten kann! Lasst uns gemeinsam unsere Stärken kommunizieren!

Die Druckbranche hat eine starke Vergangenheit, eine lebendige Gegenwart und eine spannende Zukunft.

Wir haben Bock auf Druck. Zeigen wir es!

Gott grüß' die Kunst!

Eure Druckmacher



ANTALIS

Premiumpapier-Musterbücher mit bekannten Marken und für Olin

Die *Antalis GmbH*, Großhändler für Papier, Verpackungslösungen und visuelle Kommunikationsmittel, hat zwei neue Paper Sample Books vorgestellt, die speziell für die Bedürfnisse von Agenturen, Kreativen und Marketingfachleuten entwickelt worden seien. Mit diesen Tools unterstreicht das Unternehmen sein Engagement, Kreativschaffende mit maßgeschneiderten Lösungen zu unterstützen.

Die Wahl des richtigen Papiers ist essenziell, denn Haptik, Farbe und Qualität prägen den ersten Eindruck eines Design-Konzepts. Um die Materialauswahl zu erleichtern, sind die neuen Musterbücher in einem handlichen Format konzipiert, die die tägliche Arbeit mit hochwertigen Druckmedien erleichtern sollen.

Das Premiumpapier Sample Books umfassen eine sorgfältig kuratierte Auswahl der renommierten Eigenmarken von *Antalis*, darunter *Conqueror*, *Curious*, *Keaycolour* und *Rives*. Diese Kollektion mit Image- und Kreativpapieren bietet eine Vielzahl von Texturen, Farben und Oberflächen, die es ermöglichen, Projekte mit inspirierenden Materialien zu realisieren.

Zusätzlich gibt es das neue *Olin*-Musterbuch mit dem vollständigen Sortiment: *Olin Design*, *Olin Recycled*, *Olin Millesime*, *Olin Colours* und *Olin Origins*. Diese All-in-One-Kollektion deckt eine breite Oberflächen- und Farben-Range an Design-Anforderungen ab und bietet Lösungen für anspruchsvolle und nachhaltige Druckprojekte. Interessierte können die neuen Musterbücher über ihren *Antalis*-Ansprechpartner oder über die *Antalis*-Website bestellen.

> www.antalis.de/collection

KOEHLER PAPER

Neuartige Versandverpackung

Koehler Paper hat gemeinsam mit der *Lemu Group* eine gepolsterte Versandverpackung entwickelt, die vollständig aus Papier besteht und den sicheren Warenversand auch ohne Polsterfolie aus Kunststoff ermöglicht. Daher kann sie im Altpapier entsorgt und recycelt werden.

Das Recyclingpapier *Koehler Eco Paper*, das bei der neuartigen Versandverpackung eingesetzt wird,



Mit dem Recyclingpapier *Koehler Eco Paper* können vollständig recycelbare Versandverpackungen aus Papier hergestellt werden.

ist in Flächengewichten von 120 bis 350 g/m² verfügbar und eignet sich für die Weiterverarbeitung auf marktüblichen Anlagen.

> www.koehler.com

SMURFIT WESTROCK

Kraftpapier ersetzt Stretchfolien

Der Verpackungsspezialist *Smurfit Westrock* hat eine zu 100% papierbasierte Alternative zur Polyethylen-Stretchfolie entwickelt, die zur Stabilisierung von Palettenladungen beim Transport verwendet wird.



Die Lösung aus *Nertop Stretch Kraft-Papier* ist vollständig recycelbar, energieabsorbierend und leistungsstark bei Feuchtigkeit.

Mit der papierbasierten Alternative von *Smurfit Westrock* lassen sich Lieferketten deutlich nachhaltiger gestalten. *Nertop Stretch Kraft-Papier* ist vollständig recycelbar. Zu den Eigenschaften gehören eine hohe Energieabsorption und starke Leistungen unter feuchten Bedingungen. Die Paletten-Umwicklung ist eine Ergänzung des *Better Planet Packaging*-Portfolios von *Smurfit Westrock*.

> www.smurfitwestrock.com

EPSON

Neues PaperLab A-8100

Epson hat mit dem *A-8100* die nächste Generation seiner *PaperLab*-Modellreihe angekündigt. Das *PaperLab* ist eine Papier-Recyclingmaschine für das Büro, die mithilfe der *Dry Fiber-Technologie* von *Epson* aus bedruck-



Mit der von *Epson* entwickelten *Dry Fiber-Technologie* wandelt das *PaperLab A-8100* gebrauchtes Büropapier in hochwertige Fasern um, ohne dass Wasser benötigt wird.

tem Papier neues Papier herstellt. Ein Vorteil ist dabei, dass die Technologie praktisch ohne Wasser auskommt.

Das Modell *A-8100* bietet gegenüber dem Vorgängermodell verbesserte Funktionalitäten, die die Bandbreite der verarbeitbaren Papiersorten vergrößert.

> www.epson.eu

PAPIER STATT GLAS

Bio-Fertiggerichte von pack&rsatt

Koehler Paper hat zusammen mit *pack&rsatt* eine Papierverpackung mit *Koehler NexPlus Advanced* für Convenience-Produkte entwickelt. Mit dem Verpackungspapier werden die Fertiggerichte durch die Sauerstoff-, Mineralöl- und Fettbarriere geschützt.



Bio-Fertiggerichte »einpott« von *pack&rsatt* ressourcenschonend und sicher verpackt.

Die Fertiggerichte waren anfangs in Pfandgläsern abgefüllt. »Es hat sich herausgestellt, dass das Abfüllen von Trockenprodukten in Papier statt Glas eine bessere Ökobilanz hat«, erklärt *SOPHIE GNEST*, Gründerin von *pack&rsatt*.

> www.koehler.com

UMWELT
BEWUSST
GEDRUCKT



Recycling- weltmeister!

84 Prozent der grafischen
Papiere in Deutschland
werden recycelt – das macht
Druckprodukte so nachhaltig.

www.umweltbewusstgedruckt.de

Verband
Druck + Medien

ICON PAPERS

Die Geschichte hinter dem Papier

Woran denken Sie, wenn Sie an Papier denken? So beginnen Gedanken-Experimente oder spannende neue Projekte, wie die Entwicklung des Brandings für die *ICON Papers* aus dem Hause *IGEPA*. MARCO VAN DER WYST, Design Director der Hamburger Agentur *Format Design* erklärt die Idee, die Raum für neue Ideen schafft und gibt Antworten auf die Fragen, warum Menschen Geschichten lieben und wie die Geschichte zu den *ICON Papers* entstand.

Text und Bilder: IGEPA



Marco, bei *Format Design* habt ihr es mit Kunden und Produkten unterschiedlicher Branchen zu tun. Ihr arbeitet eher mit Papier als eines zu entwickeln. Was hat euch an dem Projekt gereizt?

MARCO VAN DER WYST: Das waren für uns als Design und Branding Agentur in erster Linie zwei Dinge: Der Reiz lag in der weißen Seite – wörtlich wie im übertragenen Sinne. Zum einen konnten wir von der Namensgebung bis zur Brand Story, der Optik und der Umsetzung alles von Grund auf gestalten. Alles aus einem Guss zu machen und freie Hand zu haben – hier liegt der Spaß an der Sache und das hat mit den *ICON Papers* super funktioniert. Zum anderen, weil es das Material Papier ist. Das hat für Designer nach wie vor etwas sehr Besonderes und Ursprüngliches. Papier als Kommunikationsmedium kann Projekte pushen. Und auch die Leidenschaft an der Sache hat da mitgespielt.

Warum braucht es ein stringentes Storytelling? Ist Papier nicht gleich Papier?

Oh nein, auf keinen Fall. Erst mit authentischen Geschichten erlangen Marken ihre Glaubwürdigkeit. Das gilt für Konsumerprodukte genauso wie für Papier. Mehr noch: Wir befassen uns nicht mit Impulskäufern, sondern mit Kreativen. Da spielt das Medium eine zentrale Rolle. Darum war von Anfang an klar, dass es bei der Marke um Qualität gehen muss. Das sind zwar maßgeblich die technischen Komponenten eines Papiers, aber es geht auch um Emotionen, die mit den Projekten transportiert werden sollen.

Das ist etwas ganz Individuelles, wir sprechen von persönlichen Vorlieben, der eigenen Ästhetik und Lei-

denschaft. Das müssen wir auch in diesem Bereich mitdenken. Gerade in unserer heutigen Welt, wo vieles im digitalen Raum stattfindet, sehnen wir uns doch (wenn vielleicht auch unterbewusst) nach echten Dingen, nach dem Anfassbaren, nach dem Analogem.

Das klingt gut. Der Auftrag war klar, die Aufgabe verstanden – wie seid ihr an die ICON-Markenentwicklung herangegangen?

Es war ein bisschen so, als würden wir das Branding für ein Produkt machen, das wir selber gerne nutzen wollen. Also haben wir uns die Frage durch die Ich-Brille gestellt: Was erwarten wir als Designerinnen und Designer eigentlich von Feinstpapieren?

Und, bei aller Bescheidenheit, es ist ja immer reizvoll, wenn die eigenen Arbeiten sichtbar werden und Resonanz erzeugen. Als Designer möchte man immer Einzigartiges schaffen – etwas Ikonisches. So war der Name *ICON* folgerichtig, denn durch die hochwertigen Papiersorten wird eine Idee erst zum Leben erweckt.

Wie schwer war es, die ICON-Geschichte zu erzählen? Gutes Branding lebt schließlich davon, schnell und leicht verständlich zu sein.

ICON ist nicht nur der Markenname der neuen *IGEPA*-Feinstpapier-Kollektion: *ICON* ist für uns eine Bühne für Geschichten, ein Raum für Kreativität, eine Startrampe, um Ikonisches zu schaffen. Wir haben hier Storytelling auf kleinstem Raum betrieben. Das kann man komisch oder zu philosophisch finden aber dieser Gedanke hat uns dabei gefallen. Dafür haben wir Ikonen aus Kunst, Kultur, Design und Architektur gesucht und diese mit dem Gedanken ›from idea to paper, from paper to icon‹ in eine Markenstory übertragen.

>

Gleichzeitig hat jeder bei dem Wort *ICON* direkt eine Assoziation von etwas Großartigem. Es gibt leise und laute Ikonen – gemeinsam mit der *IGEPA* haben wir uns für eine zeitlos modern-elegante Lösung entschieden, die sich in der markanten Typografie des Logos widerspiegelt. Die Namen für die einzelnen Papiere bauten wir wiederum in einem modularen System mit klaren Begriffen auf, die jede und jeder in der Branche versteht, denn hier war bereits klar, dass es Erweiterungen geben wird.

Wir wollten dies bereits in den *ICON*-Schriftzug integrieren und damit den Raum darstellen, der Design besonders macht. Das ›O‹ wird als Klammer dargestellt, die dem Material symbolisch die Bühne bereitet und den Raum aufzeigt, der gefüllt werden kann.

Geht man an solch eine Markenentwicklung anders heran als beispielsweise für eine digitale Brand?

Absolut, auch wenn *ICON* ein Stück weit digital im Blog, in Social Media-Kanälen, auf der Website und so weiter stattfindet. Das Medium Papier wird jedoch nie in Gänze digital abbildbar sein. Man kann zwar seine

Kunden besonderen Wert auf den persönlichen Kontakt mit ihrer Zielgruppe legen, dann wollen sie es richtig gut machen und eine Wertigkeit und Präzision erreichen. Es geht hier wieder zum Besonderen, um sich von der Masse abzuheben.

Und nicht nur das ... es geht ja auch um die Zielgruppe. Wie können die *ICON Papers* hier punkten?

Ich sehe vor allen Dingen Potenzial und ein neues Interesse in den Bereichen, wo Papier eine tragende Rolle spielt – Kunstprojekte, Broschüren, Corporates, mit denen etwas Besonderes erreicht werden soll. Von kleinen exklusiven Projekten über mittelgroße Projektvolumina bis hin zu großen Buchauflagen mit einem echten Qualitäts-Anspruch – genau dafür sind die *ICON Papers* gemacht. Für solche Projekte ist auch das Preis-Leistungs-Verhältnis genau richtig gewählt.

Wie war die Resonanz zum Branding – ging euer Plan auf?

Oh ja – und das ist ein wahnsinnig tolles Gefühl. Wir haben ja für ›unseresgleichen‹ entwickelt, wenn ich

Das ›O‹ wird als Klammer dargestellt, die dem Material symbolisch die Bühne bereitet und den Raum aufzeigt, der gefüllt werden kann. Das soll bereits gedanklich den Weg ebnen, was aus und auf den Papieren entstehen kann.



Gemacht für
feinste Ideen.

ICON
Papers created by IGEPA

Story digital vermitteln, aber letztlich muss man es im wahrsten Wortsinn ›begreifen‹. Ein analoges Medium für analoge Menschen. Dementsprechend denkt man bei dieser Aufgabe immer aus der Perspektive der Haptik, Eleganz, Begreifbarkeit und Printmedien.

Bleiben wir noch kurz beim Digitalen. KI und Digitalisierung sind absolute Buzzwords – nicht nur in der Kreativwelt. Erlebst du einen Wandel bei den Kreativen? Bekommt die Arbeit mit Papier wieder einen höheren Stellenwert oder rutschen wir in eine Nische, weil die digitalen Möglichkeiten übermächtig sind?

Die Anforderungen und Wünsche der Kunden haben sich definitiv geändert. Dass alles in gedruckter Form vorliegen muss von Visitenkarte bis zur Broschüre – das ist heute nicht mehr der Fall. Auch die Schnelligkeit und der Preisdruck sind immer präsenter geworden. Und es ist okay, wenn weniger Anspruch da ist, weil es manchmal einfach um Massenware geht. Aber bei Druckprojekten mit einem Anspruch an die Qualität sieht das anders aus. Nach Corona konnten wir eine Renaissance von Papier beobachten. Kunden hatten ihren Output massiv reduziert. Aber da, wo

das so sagen darf. Und dann festzustellen, dass die eigenen Ideen ankommen, ist großartig. Dieses Feedback kam auch von Kundenseite. Auch von uns selbst wurden schon viele Projekte auf *ICON Papers* realisiert. Das ist natürlich eine Entwicklung, die uns riesig freut und für uns der Proof-of-Concept ist. Ich kann mir vorstellen, dass hier noch mehr drin ist.

Aufgrund der tollen Resonanz verfolgen wir weiterhin die Idee, mit Kreativen zusammenzuarbeiten, die unbedingt etwas mit *ICON* machen wollen. Die ein oder andere Kollaboration ist also in der Pipeline. Hier ist vieles möglich. Das sieht man schon in den Musterbüchern.

Die haben wir als Raum für Kreative genutzt, um deren Geschichte zu erzählen. Die ausgewählten Arbeiten der beteiligten Designerinnen und Designer wurden aufwendig gedruckt und veredelt, womit wir natürlich auch zeigen, wie gut sich die neuen Sorten verarbeiten lassen. In erster Linie rücken wir damit die Kreativität in den Mittelpunkt. Das macht die Marke *ICON* aus: Sie macht Design lebendig.

› www.igepagroup.com



VERPACKUNGSGESETZ Mehr Müll durch Gesetz?

Führt das Verpackungsgesetz in seiner derzeitigen Form dazu, dass der Papierindustrie wertvolle Fasern verloren gehen? Die Regelung, wonach Verpackungen mit mehr als 5% papierfremden Bestandteilen als Verbunde einzustufen sind, bewirkt, dass gut recycelbare Papierverpackungen etwa mit einem Kunststoffanteil von 8% über den Gelben Sack entsorgt werden müssen und als nicht verwertbar in der Verbrennung landen. Gleichzeitig erlaubt die Regelung, dass Verpackungen mit Barrierebeschichtungen, die ein Auflösen des Papiers beim Recycling verhindern, ins Altpapier gelangen – weil die Barriere weniger als 5% der Verpackung ausmacht! Deshalb muss die Rezyklierbarkeit unabhängig von Masseanteilen das alleinige Kriterium für die richtige Entsorgung von Papierverpackungen sein! Ganz abgesehen davon sollen mit Pappe ummantelte Plastikbecher offenbar mehr Nachhaltigkeit suggerieren, führen aber ebenfalls zu Faserverlusten: Da die wenigsten Verbraucher den Pappmantel vom Plastikbecher trennen, landet beides in der Verbrennung.

> www.ingede.com



HEAVEN 42 Neuer Auftritt von Heaven 42 am Papierhimmel

heaven 42 ist das weißeste gestrichene Bilderdruckpapier des Universums – sagt *Igepa* und fährt in feinsten Werbeprosas fort. »Damit ist *heaven 42* die erste Wahl für unendliche Tiefe, galaktische Brillanz und echte Magie.« *heaven 42* ermögliche ein Universum aus tiefstem Schwarz und leuchtenden Farben voller Strahlkraft und Brillanz, intensiv und magisch zugleich. *Igepa* präsentiert die Marke *heaven 42* seit letztem Jahr in neuem Look und stellt die Eigenschaften des Premium-Papieres in den Fokus: der absolute Weißegrad von 155 CIE, die hohe Opazität, die homogene softmatte Oberfläche und das gute Druckergebnis, das sich erzielen lässt. Unverändert bleiben laut *Igepa* die ausgezeichnete Qualität und die große Vielseitigkeit. *heaven 42* wird in Original-Rezeptur (das Papier war ein Premium-Papier der Papierfabrik Scheufelen) mit hochreinen Rohstoffen hergestellt und ist in acht Grammaturen von 115 g/m² bis 400 g/m² lieferbar – exklusiv bei *Igepa*.

> www.heaven42.de

DANFOSS Neues Verpackungskonzept

Smurfit Westrock hat mit *Danfoss*, Hersteller von Wärme- und Kältetechnik, Hydraulik- und Elektromotoren, eine Verpa-

ckung entwickelt, die mit einer *Wellpappe-Hexa-comb*-Lösung das Transportvolumen reduziert, die Stapelfähigkeit verbessert, eine erhebliche CO₂-Reduktion erzielt und jährlich 300 Tonnen Plastik einspart.

> www.smurfitwestrock.de

PASTA IN PAPIER Recyclebare Verpackung

Gemeinsam mit dem Pasta-Hersteller *Astrabio* aus Italien hat *Koehler Paper* erstmals Pasta in ein flexibles Verpackungspapier verpackt. Das heißsiegelfähige *Koehler-Papier Nex-Plus Seal Pure* bietet Haltbarkeit, schützt das Produkt und ist durch seine Festigkeitseigenschaften für die Weiterverarbeitung auf marktüblichen Verpackungsanlagen geeignet. Mit der Produktreihe *NexFlex* ist eine recyclebare Generation flexibler Verpackungspapiere entstanden. Durch den Einsatz sogenannter Barrierepapiere soll Plastik in Verpackungen ersetzt werden.



> www.koehler.com

Das Vertriebstool besteht aus sieben Handbüchern, die jeweils eine Produktklasse präsentieren: *Pixl* (Bilderdruckpapiere), *Natura* (ungestrichene Papiere), *Vivus* (nachhaltige Papiere), zwei mal *Bowld* (Kartone) und *Stixa* (Haftpapiere). Sie sind als Kollektionsmappen konzipiert und enthalten alle zugehörigen Papierqualitäten in loser Blattform. Auch deren kompaktes Format von 261 x 160 mm weiß in der Praxis zu überzeugen.

»Wer wissen will, muss fühlen« ist der Slogan der Kollektion, die man nicht nur sieht, sondern auch haptisch spüren kann. Die vollständige Musterkollektion enthält ein zusätzliches Handbuch mit Produkten und Dienstleistungen des Geschäftsbereichs *Berberich Systems*, das Kunden einen Einblick in das vielfältige



Die komplette Musterkollektion ist gegen eine Schutzgebühr von 70€ und jedes einzelne Musterbuch für 10€ bei *Berberich* erhältlich.

BERBERICH Wer wissen will, muss fühlen

Berberich Papier hat seine neue Musterkollektion vorgestellt. Die breite Auswahl an Papier- und Kartonqualitäten sowie das vollständige Produktsortiment in der Kollektion bietet Druckereien, Verlagen, Agenturen und Designern passgenaue Lösungen.

Angebot an Organisationsmitteln gibt. Dieses reicht von Ringbüchern und Ordern über Mappen und Kalender bis hin zu maßgefertigten Verpackungen. Eine Besonderheit ist, dass die Kollektionsmappen inhouse bei *Berberich Systems* hergestellt wurden.

> www.berberich.de

Eine neue Ära im Flachbettdruck

Entdecken Sie die komplett neue Plattform



+23 %

Mehr Output
Neu bis 341 m²/h

10

Farbkanäle
Grenzenlose Kreativität

1350 dpi

Unübertroffene Qualität
Heute und in Zukunft

100 %

Swiss Made
Höchste Zuverlässigkeit

Besuchen Sie uns an der Fespa in Berlin
Halle 27, Stand C60, 6.-9. Mai 2025

www.swissqprint.com

swissqprint

High-End UV-LED-Drucker
Perform beyond the average

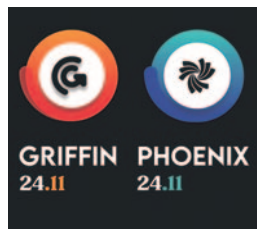
ENFOCUS

Mehr Effizienz für das Großformat

Enfocus hat neue Versionen von *Phoenix 24.11* und *Griffin 24.11* freigegeben. Die Aktualisierungen umfassen neue Tools zur Verbesserung der Flexibilität und Effizienz von Großformatdruck-Workflows, neue Markierungstypen, und bieten Automatisierungsfunktionen über REST APIs.

»Phoenix 24.11 und Griffin 24.11 sind vollgepackt mit großartigen neuen Funktionen, die es den Kunden ermöglichen, ihre Großformat-Workflows zu optimieren«, sagt STEVEN NUYT, Head of Product bei Enfocus.

»Die 24.11-Updates gehen auf spezielle Kunden-



bedürfnisse ein, wie zum Beispiel ein erweitertes Ausschussmanagement und neue Gerätekompatibilität. Sie erleichtern auch die Integration der Verbesserungen in automatisierte Arbeitsabläufe und vereinfachen so komplexe Prozesse für unsere Benutzer.«

> www.enfocus.com

HP LARGE FORMAT

Neue HP Latex FS Drucker-Serien

HP bringt mit der *Latex FS50* sowie *FS60* Serie zwei neue Großformat-Serien auf den Markt. Zudem sind seit November 2024 die auf der *drupa* angekündigten *HP PrintOS Live Production* Funktionen, die es erlauben, den Druck-Workflow aus der Ferne zu verwalten, verfügbar. Die neuen Dru-



Der HP Latex FS50 bietet eine skalierbare Plattform für wachsende Geschäftsanforderungen und ist ideal für große Druckdienstleister, die Effizienz im Supergroßformatdruck suchen.

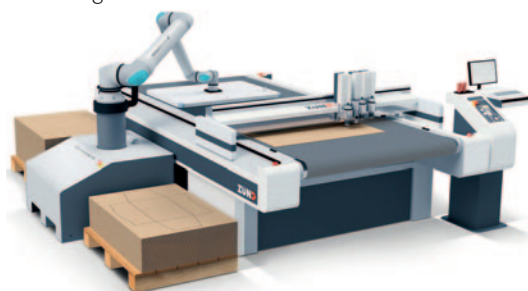
cker-Serien geben zusammen mit der *HP PrintOS Live Production* Druckdienstleistern die richtigen Werkzeuge an die Hand, um großformatige Druckanwendungen in einem sich zunehmend verändernden Markt zu erweitern und zu skalieren. Der *HP Latex FS60* druckt mit einer Geschwindigkeit von bis zu 89 m²/Stunde. Dank seines modularen und skalierbaren Designs steigert er die Produktivität und Kosteneffizienz. Beide Modelle bieten eine breite Palette von Beschilderungs- und Dekorationsanwendungen, einschließlich dünner Folien, Vinyl und Backlit-Textilien. Sie gewährleisten außerdem konsistente Farb- und Qualitätskonfigurationen.

> www.hp.com

ZÜND

Die zuverlässigen Vielseitigen

Zünd zeigt auf der *Fespa*, wie die Kombination aus leistungsstarker Schneidtechnologie, intelligenter Software und innovativen Lösungen für automatisiertes Materialhandling den Zuschnitt effizient und vielseitig machen. Besucher erleben die Vielseitigkeit der Schneidtechnologie von Zünd am



Zünd stellt auf der *Fespa* in Berlin maßgeschneiderte Gesamtlösungen für den automatisierten Zuschnitt vor. Besucher erleben am Stand B30 in Halle 27 die sprichwörtliche Zuverlässigkeit und Vielseitigkeit der Zuschnittslösungen von Zünd.

Beispiel eines Zünd S3 Cutters, der sowohl für den Zuschnitt von Rollenmaterialien als auch für anspruchsvolle Plattenmaterialien konfiguriert sein wird. Nicht weniger vielseitig und leistungsfähig zeigt sich der größere Bruder, der Zünd G3, der seine Fähigkeiten ebenfalls live unter Beweis stellen wird. Bei dieser Zuschnittslösung werden Materialhandling und Teileentnahme mit der Roboterlösung *PortaBase 175* komplett automatisiert ablaufen. 175 übrigens aufgrund seiner beeindruckenden Reichweite von 175 cm.

> www.zund.com

SWISSQPRINT NYALA

Seit zehn Jahren Spitzenreiter

Ganz offenbar bietet der Flachbettdrucker *Nyala* von *swissQprint* das ideale Gesamtpaket schlechthin: Er verbindet Qualität, Produktivität sowie Zuverlässigkeit mit einem breiten Anwendungsspektrum und generiert einen hohen Return on Investment. So stand dieses Modell auf der euro-

päischen Absatzstatistik in der Kategorie »UV-Flachbett/-Hybriddrucker mit Breite >60" (152,4 cm)«, in der Preisspanne zwischen 130.000 und 650.000 Euro« im vergangenen Jahr wiederum an erster Stelle. Dies bestätigt das Genfer Marktforschungsinstitut *Infosource*. Und das zum zehnten Mal in Folge. *Nyala* verfügt über ein 3,2 x 2 m großes Flachbett. Wie jede *swissQprint*-Maschine ist *Nyala* modular im Aufbau, was große Vielseitigkeit, Flexibilität und Effizienz mit sich bringt: Nebst der individuellen Farbkonfiguration stehen Anwendern diverse Ausbauoptionen zur Verfügung. Beispielsweise eine 3,2 m breite Rollenoption und eine darauf aufbauende Doppelrollenoption für maximale Produktivität bei schmalen Rollen.

> www.swissqprint.com

AGFA

Neue Tintenstrahl-Kraftpakete

Agfa will auf der *Fespa* in Berlin seine neuesten Hochleistungs-Tintenstrahldrucklösungen vorstellen. Mit moderner Technologie – einschließlich Drucker, Tinten, Software und Dienstleistungen – will Agfa weiterhin die Schilder-, Display-Verpackungsdruckindustrie unterstützen.

Im vergangenen Jahr hatte Agfa sein Tintenstrahlportfolio bereits erweitert und modernisiert. Jetzt stellte das Unternehmen vier weitere Inkjet-Drucklösungen vor: die Hybrid-Drucker *Anapurna Ciervo H3200* und *Jeti Bronco S*, den Rolle-zu-Rolle-Drucker *Jeti Condor* und die *Speed-Set Orca-Inkjet*-Druckmaschine. Darüber hinaus wurden verbesserte Automatisierungsfunktionen wie Robotik und ein neuer Autoloader sowohl für den *Jeti Tauro*-Hybriddrucker als auch für den *On-set Grizzly*-Flachbettdrucker eingeführt. Diese Innovationen wurden vom Markt sehr gut aufgenommen, was zeigt, dass sie den Anforderungen der Branche entsprechen.

Agfa hat damit in etwas mehr als einem Jahr sein Tintenstrahldruck-Portfolio fast vollständig erneuert.

> www.agfa.com

VEREINBARUNG

Petit und Koenig
& Bauer Durst

Petit, ein familiengeführter Produzent und Verarbeiter von Wellpappe auf der Iberischen Halbinsel, hat eine Vereinbarung mit *Koenig & Bauer Durst* getroffen, um mit der Digitalisierung der Point-of-Sale (POS) und Verpackungsproduktion zu beginnen.



Das Hybridmodell Tx330-1800 bietet nahtlosen Druck auf Stoff und Papier mit geringem Abwasseranfall.

Diese Vereinbarung startet mit der Installation einer Single-Pass Digitaldruckmaschine, der *Delta SPC 130*, die mit wasserbasierten Tinten betrieben wird. Der Produktionsstart ist für die erste Hälfte des Jahres 2025 geplant.

Mit dieser strategischen Investition bekräftigt *Petit* sein Engagement für Nachhaltigkeit und technologischen Fortschritt und festigt seine Position als Innovationsführer und Digitalisierungspionier in der Branche, während es mit einem Lieferanten zusammenarbeitet, der die volle Unterstützung von zwei führenden Unternehmen ihrer Märkte, *Durst* und *Koenig & Bauer*, genießt.

> koenig-bauer-durst.com

MIMAKI

Tx330-1800 und
Tx330-1800B

Mimaki hat die beiden Textildirektdrucker *Tx330-1800* und *Tx330-1800B* vorgestellt. Die *Tx330*-Serie bietet umfangreiche Funktionen, mit denen verschiedene Materialien mit minimalem Abwasseranfall bedruckt werden können. Im Gegensatz zu herkömmlichen Textildruckverfahren, die Geräte zur Vor- und Nachbearbei-

tung erfordern, kommt die *Tx330*-Serie mit begrenztem Platzangebot aus.

Der *Tx330-1800* ermöglicht den Direktdruck auf Stoff und Papier in einer Maschine – ideal für die Herstellung von Soft Signage und Heimtextilien. Der *Tx330-1800B* (das »B« steht für »Belt«) nutzt ein platzsparendes Förderband, um stabil auf dehnbare, dicke und dünne Stoffe zu drucken, die üblicherweise für Bekleidung verwendet werden. Er ist damit ideal für die Produktion von Kleinserien unterschiedlicher Bekleidungen.

Auf der *Fespa* im Mai wird das EMEA-Debüt des *Tx330-1800* stattfinden. Dabei werden weitere Details enthüllt werden.

> www.mimakieurope.com

TEXTILINDUSTRIE

Die Wasserbilanz unserer Kleidung
reduzieren

Schätzungen zufolge ist die traditionelle Textilindustrie weltweit für rund 20% des industriellen Abwassers verantwortlich. Um eine Möglichkeit aufzuzeigen, den Wasserverbrauch in der Modebranche zu reduzieren, hat *Epson* mit dem Londoner Studio *Patternity* zusammengearbeitet und begleitend zur Studie die beispielhafte Kollektion *Water Silks* entworfen. Die Kollektion besteht aus einer Reihe von *EcoVero*-Seidenschals, deren Motive von den Flüssen und Kanälen europäischer Modemetropolen inspiriert sind.



Epson hat gemeinsam mit dem Londoner Studio *Patternity* die beispielhafte Kollektion »Water Silks« entworfen.

Sie bestehen zu 65% aus *EcoVero* und zu 35% aus Seide. Bedruckt wurden sie mithilfe des industriellen Textildruckers *Monna Lisa* von *Epson*. Im Vergleich zu traditionellen Prozessen kann der Wasserverbrauch beim Farbdruck um bis zu 97% reduziert werden. Innovative digitale Textildrucktechnologien bieten somit eine ressourcenschonendere Alternative und ermöglichen es zudem, neuartige Textilien zu bedrucken.

> www.epson.de

EPSON

Neuer 64"
Signagedrucker

Der *Epson SureColor SC-S7100* ist der neueste *Epson* 64-Zoll-Großformatdrucker für Signage-Applikationen. Er folgt auf den *SureColor S40600*. Der 4-Farb-Eco-Solvent-Drucker *SC-S7100* ist ab Sommer 2025 verfügbar. Der verbesserte *Precision Core Micro TFP*-Druckkopf besitzt 400 Düsen statt der 360 des Vorgängerkopfes und ermöglicht mit einer Größe von 1,33 Zoll eine größere Druckbreite in einem Durchgang. So steigert er im Vergleich zum Vorgänger die Produktivität um rund 24% im Standarddruckmodus (Vinyl bei 6-Pass). Die Umstellung auf 800-ml-Kartuschen reduziert die Anzahl der Unterbrechungen aufgrund eines Wechsels. Eine mechanisch stärkere Zuführung mit einer genaueren Kontrolle der Medienspannung gewährleistet den präzisen Transport des Druckmediums.

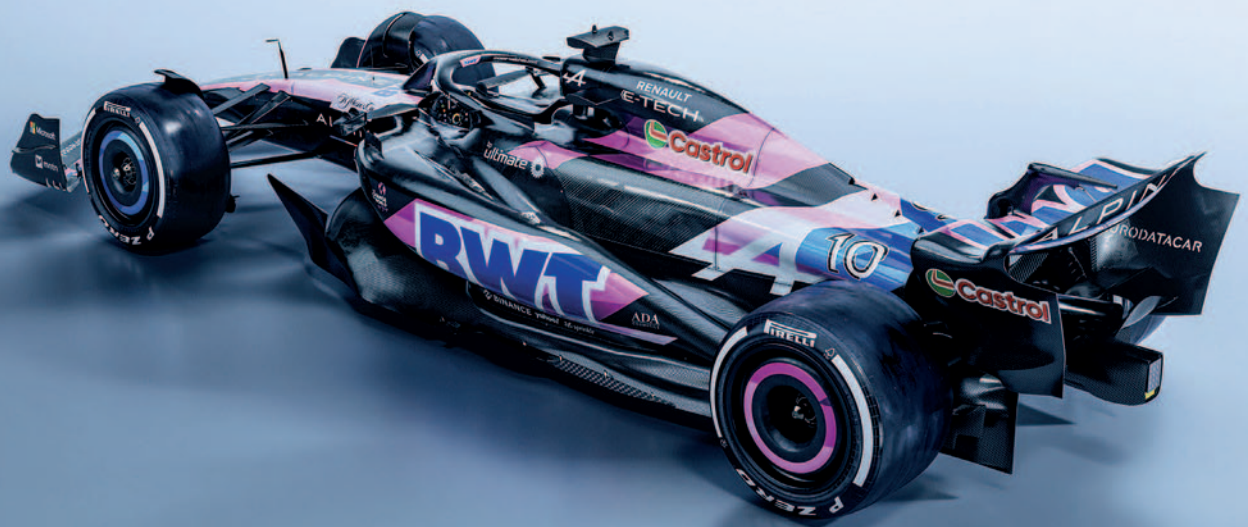
Der Drucker kompensiert während der Arbeit Temperaturänderungen der Tinte und der Düsen und minimiert Farbschwankungen innerhalb des Drucks.

> www.epson.de



Der *Epson SureColor SC-S7100* für Signage-Applikationen folgt auf den *SureColor S40600*.

ROLAND DG LARGE FORMAT PRINTING IM ›TEMPLE OF SPEED‹



Text und Bilder: Roland DG

Es gibt wohl kaum ein besseres Umfeld als eine Formel-1-Strecke, um die Geschwindigkeit einer Technologie unter Beweis zu stellen. Deshalb hat der japanische Hersteller von LFP-Drucksystemen, Roland DG, zu einer Produktpräsentation in den legendären ›Tempel of Speed‹ nach Monza eingeladen, um sein neues Flaggschiff, die TrueVIS XP-640, der Öffentlichkeit vorzustellen.

Roland DG ist seit 2021 Partner des Formel-1-Teams BWT Alpine und bringt seine Kompetenz im Bedrucken von Folien für das Car-Wrapping in den Formel-1-Zirkus ein. Mittlerweile spielt Car-Wrapping im Rennsport ein nicht zu unterschätzende Rolle. Es bringt enorme Vorteile in der Flexibilität, in der Geschwindigkeit, spricht ›Time-to-Track‹, und der Logistik mit sich, wie Ian GODDARD, Head of Innovation des BWT Alpine Formula One Teams, versichert. Für das Lackieren eines Frontflügels mussten früher 60 bis 70 Arbeitsstunden eingeplant werden. Bei der Verklebung mit einer elastischen Vinyl-Folien müsse man maximal zwei Stunden veranschlagen und der absolute

Rekord liege gerade einmal bei 24 Minuten. Am Standort BWT Alpine im britischen Enstone sind mehrere Druck- und Schneidplotter von Roland DG im Einsatz. Durch das Verkleben lässt sich das Gewicht einzelner Bauteile reduzieren – hier zählt wirklich jedes Gramm, betont GODDARD. Durch den Umstieg vom Lack auf das Car-Wrapping konnte man das Gewicht der auf dem Rennwagen verteilten Werbeflächen von 7,5 auf 2,5 Kilogramm reduzieren – ein großer Vorteil in der Formel 1. Denn weniger Gewicht bedeutet mehr Speed und Speed ist in der Formel 1 das Maß aller Dinge.

>

Die Oberflächenbeschaffenheit hat aber auch einen positiven Einfluss auf die Aerodynamik, was im Rennsport die eine der größten Stellschraube ist.

Konstante Farbwiedergabe

Das Anwendungsspektrum für das F1-Team ist enorm vielfältig und erstreckt sich von der Fahrzeugverklebung über Bodengrafiken bis hin zu Bannern, die auf der Rennstrecke verwendet werden. Das Alpine-Team reist mit einem umfangreichen Set an Aufkleber durch die Formel-1-Saison. »Selbst bei kurzfristigen Änderung, die noch während des Rennens auftreten, können wir auf die große weltweit installierte Basis der TrueVIS-Drucker zugreifen.« Denn in der Nähe jeder Rennstrecke findet man immer einen Dienstleister, der mit Roland-Technik ausgestattet ist. In der Weiterentwicklung des TrueVIS-Portfolios hat sich Roland auf die Druckgeschwindigkeit fokussiert und mit dem XP-640 auf 80 m²/Std. im Vergleich zum Vorgängermodell verdoppelt. »TrueVIS ist unsere Flaggschiffmarke für den Großformatdruck. Sie genießt bei Werbe- und Grafikprofis weltweit eine hohe Reputation«, sagt Ryugo NIMURA, President, Global Sales and Marketing Division.

»Die XP-640 ist das neueste Modell dieser Serie. Wir haben die Druckqualität weiter verbessert und durch mehrere Innovationen eine überragende Produktivität erreicht. Dazu gehören ein neuer Druckkopf, eine verbesserte Steuerungstechnologie und eine optimierte Tinte.« Die neue TH Eco-Solvent-Tinte mit leuchtendem Rot neben CMYK, Orange und Grün ermöglicht eine genaue Wiedergabe von Rot- und Orange. Das erweiterte Farbmodell sichert eine präzise Wiedergabe von Sonderfarben. Niedrigere

Tintenkosten und geringerer Tintenverbrauch durch verbesserte Profilierung sollen die Rentabilität in der Produktion optimieren sowie weiche Verläufe und natürliche Hauttöne ermöglichen.

Der Drucker ist außerdem mit dem cloudbasierten Service-Ansatz Roland DG Connect kompatibel, der umfassenden Support bietet wie Fehlerbehebung, Daten zur Auswertung der Produktivität sowie außerdem den einfachen Download von Profilen.

Farben und präzisen Details sind auf die spezifischen Anforderungen der Bekleidungsindustrie zugeschnitten. Neu entwickelte Druckköpfe sorgen laut Roland DG für lebendige, naturgetreue Drucke mit einem stufenlosen, natürlichen Finish.

Darüber hinaus bietet der Drucker zwei Dichtepprofile für Weiß an. Als Option wird ein spezieller DTF-Shaker-Ofen für eine effiziente Aushärtung der Tinten angeboten.

Die neuen S-PG2 DTF-Tinte verbessert die Druckqualität und

tion und ermöglicht brillante Designs auf T-Shirts, Sportbekleidung, Taschen, Kissen und vielem mehr. Das Verfahren umfasst das Bedrucken von Folien, das Aufbringen von Heißschmelzpulver und das Heißprägen. Es eignet sich für komplexe Designs und kann auf einer Vielzahl von Materialien, einschließlich heller und dunkler Stoffe, angewendet werden.

TONY MILLER, Präsident der Global Sales and Marketing Division von Roland DG, kommentiert die Entwicklung folgendermaßen:



Das ikonische Alpenblau und das auffällige Pink des Titelpartners BWT bilden die Teamfarben für den Formel-1-Rennwagen des Teams.

Neu Lösung für DTF-Transferdruck

Auf den ersten Blick passt der Textildruck vielleicht nicht so sehr zur Formel 1, doch wenn man sich den Merchandising-Markt ansieht, so ergeben sich auch hier Berührungspunkte. Vor diesem Hintergrund nutzte der Hersteller die Veranstaltung, den Direct-to-Film (DTF)-Transferdrucker TY 300 am europäischen Markt einzuführen. Der Hersteller verspricht in diesem Zusammenhang eine hohe Qualität, Geschwindigkeit und Rentabilität bei der Dekoration von Bekleidungsstücken. Die satten

reduziert gleichzeitig Tintenverbrauch und Abfall. Funktionen wie die automatische Druckkopfreinigung und vom Benutzer austauschbare Teile minimieren Ausfallzeiten und verbessern die Effizienz des Systems. Darüber hinaus sind die Tinten der TY-300 mit dem Oeko-Tex ECO Passport-Zertifikat ausgezeichnet und erfüllen somit alle Sicherheitsstandards.

Personalisierte Kleidung und Dekoration

Die DTF-Transfertechnologie verändert den Markt für personalisierte Kleidung und Dekora-

»In nur wenigen Jahren hat die DTF-Technologie die Bekleidungsproduktion dramatisch verändert und wird von Unternehmen auf der ganzen Welt verwendet. Wir sind überzeugt, dass die TY-300 Siebdrucker und Druckdienstleister dabei unterstützen wird, ihre Rentabilität zu steigern und wettbewerbsfähig zu bleiben.«

> www.rolanddg.eu





Carmen Eicher und Adriano Gut enthüllen den Nyala 5 im Demo-Center von swissQprint.

Large Format Printing **DIE FÜNFTE VON SWISSQPRINT**

Quasi über Nacht stellte das damals noch unbekannte Unternehmen *swissQprint* 2008 den Großformatdrucker *Oryx* vor. Aus dem ›Nobody‹ ist eine feste Größe in der Branche geworden und steht als Synonym für Drucksysteme hoher Güte, großer Vielseitigkeit und schweizerischer Präzision. Das verspricht *swissQprint* auch für die nunmehr 5. Generation.

Von Klaus-Peter Nicolay

Mit einer komplett neu entwickelten Plattform hebt *swissQprint* sein Flachbett-Sortiment auf ein neues Niveau an Produktivität, Präzision und Anwendungsvielfalt. »Die Flachbett-Generation 5 mit den Modellen *Nyala 5* und *Impala 5* basiert auf der gleichen Plattform wie das 2022 vorgestellte High-End-Modell *Kudu*, das sich

in den letzten zwei Jahren weltweit bewährt hat«, erläutert CAR-



MEN EICHER, Leiterin Verkauf und Marketing bei *swissQprint*. Über 100 Kunden hätte die Leistungsfähigkeit, Rentabilität und Zuverlässigkeit der Plattform bereits überzeugt. »Mit dem neuen Sortiment und der entsprechenden Angebotsabstufung sprechen wir jetzt einen noch größeren Kun-

denkreis an«, ergänzt CARMEN EICHER.

Neue Generation komplett überarbeitet

Neu an der Flachbett-Generation 5 sind das komplett überarbeitete Maschinenkonzept, die neue Elektronik und Software. Ein wesentliches Element ist der neue Unterbau, der das Fundament des Druckers ist, äußerst



robust ist und für höchste Präzision steht. ADRIANO GUT, Key Account Manager bei *swissQprint*, spricht von einer Genauigkeit von 1/200 mm über die gesamte Formatbreite und -länge. Außerdem sind die Drucker mit Linearmotoren ausgestattet, die eine noch präzisere und auch schnellere Druckleistung ermöglichen. >

Nyala 5 und *Impala 5* bilden mit *Kudu* das neue Sortiment und haben das seit der 3. Flachbett-Generation verwendete Format von 2,0 x 3,2 m beibehalten. Die Flachbettdrucker sind rund 25% schneller als ihre Vorgänger der 4. Generation. Maximal sind 341 m²/h Output möglich. Zur höheren Wirtschaftlichkeit trägt zudem bei, dass die Drucker von zwei Seiten bedient werden können. Während auf einer Seite jenseits des Druckkopfes gedruckt wird, kann der Drucker auf der gegenüberliegenden Seite mit Material bestückt werden – und umgekehrt.

Hohe Auflösung und gesteigerte Vielseitigkeit

Mit den modernsten Druckköpfen von *Kyocera* erreichen die Drucker der neuen Generation eine Auflösung von 1.350 dpi und liefern eine überragende Druckqualität. Zudem bieten die Flachbettdrucker mit zehn frei konfigurierbaren Farbkanälen eine enorme Vielseitigkeit. Neben CMYK er-

weitern Farben wie Light Cyan, Magenta und Black sowie Neon Pink und Yellow den Anwendungsspielraum. Außerdem bieten Weiß, Bright Orange sowie Effektlack und Primer zusätzliche Veredelungsoptionen. Dabei verfügen *Nyala 5* und *Impala 5* über zwei, der Flachbettdrucker *Kudu* über drei Druckkopfreihen.

Und wie bisher schon können die Drucker der neuen Generation erweitert werden. So bietet *swissQprint* eine Rolle-zu-Rolle-Option für 3,20 oder 2,50 m breite flexible Materialien an, die Option Dual Roll für zwei Rollen mit je 1,55 m oder 1,20 m und die sogenannte Collector Paper Option, bei der bereits auf Format geschnittene oder gestanzte Substrate vollflächig bis zum Rand bedruckt werden können, ohne dass das Druckfundament anschließend gereinigt werden müsste. Und schließlich können bei der Option für übergroße Formate Kartons bis zu 4,00 m bedruckt werden.



Der Flachbettdrucker *Nyala 5* lässt sich von beiden Seiten bedienen. Während im rechten Teil gedruckt wird, kann der Drucker auf der gegenüberliegenden Seite mit Material bestückt werden.

»End of Life« gehört nicht zum Vokabular

swissQprint entwickelt und produziert seine Drucker zu 100% am Schweizer Hauptsitz in Kriesern und hat so die volle Kontrolle über das Gesamtsystem. So sind die Drucker auf Langlebigkeit und minimale Wartung ausgelegt, was die Betriebskosten niedrig und den ökologischen Fußabdruck klein hält. Tatsächlich sind rund 90% der Maschinen der ersten Generation nach wie vor im Einsatz – seit über 15 Jahren.

Weil *swissQprint* die Software der ersten Generation nach wie vor unterstützt sowie auch Ersatzteile und Tinten liefert. »End of Life« gehört nicht zum Vokabular des Schweizer Herstellers. Dem liegt die *swissQprint*-Philosophie zugrunde, nach der wenig Verschleiß auch wenig Serviceeinsätze erfordert – der Unterhalt als auch die CO₂-Emissionen bleiben damit auch gering. Daher verwendet *swissQprint* nur hochwertige Materialien und Komponenten und zweitens möglichst wenig Verschleißteile. 95% der Maschinenteile haben das Potenzial zur Rückführung in die Kreislaufwirtschaft.

Teil der *swissQprint*-Philosophie ist auch: »Reparieren statt Ersetzen«. Besonders Druckköpfe oder elektronische Boards, die noch in gutem Zustand sind, erhalten ein zweites Leben. Diese Kombination aus hoher Leistungsfähigkeit und ökologischer Verantwortung erlaubt es *swissQprint*, drei Jahre Werksgarantie auf einen neuen Drucker zu gewähren.

»Leistungsfähigkeit mit hoher Ausgabequalität zu kombinieren ist seit jeher unser Anspruch, und die neuen Drucker verkörpern dies perfekt«, unterstreicht CARMEN EICHER.

> www.swissqprint.com



swissQprint Kudu, Nyala 5, Impala 5 (von unten nach oben). Die Drucker sind ab sofort lieferbar.



SWISSQPRINT

DIE ZUKUNFT DES GROSSFORMATDRUCKS

Auf der Fespa in Berlin zeigt swissQprint seine neue Flachbettlinie. Eine neu konzipierte Basis, 23% mehr Output sowie zehn Farbkanäle für erweiterte Vielseitigkeit sind deren Hauptmerkmale. Auch im Rampenlicht: der Rollendrucker Karibu und eine breite Anwendungsgalerie.

Unterstützt von seinem weltweiten Vertriebsnetzwerk zeigt *swissQprint* Fespa-Besuchern, wie sie ihr Unternehmen neu positionieren und hochrentabel arbeiten können. Zwei Drucker repräsentieren die neue Maschinengeneration, mit der *swissQprint* im Januar eine neue Ära des Flachbett-drucks eingeläutet hat: Das Erfolgsmodell *Nyala*,

»Die Kombination an Produktivität und Präzision, die diese Drucker an den Tag legen, muss man live gesehen haben. Aber auch ihre Multifunktionalität und Vielseitigkeit. Nebst verschiedenen Ausbauoptionen bieten sie nämlich zehn frei konfigurierbare Farbkanäle«, sagt ADRIANO GUT, Key Account Manager bei *swissQprint*.

lung und haptischen Drucken, die man nur im Flachbett-druck erwarten würde. Besucher werden sowohl an Druckvorführungen sowie in thematisch gegliederten Applikationswelten eine bunte Vielfalt an inspirierenden Flachbett- und Rollendruck-Anwendungen entdecken – einschließlich Neon-druck. Auch erfahren sie,



Auf der Fespa lernen Besucher das neu formierte *swissQprint*-Sortiment sowie inspirierende Anwendungen kennen.

das in der 5. Generation 23% schneller als sein Vorgänger ist, sowie der High-End-Flachbett-drucker *Kudu* mit einem neuen maximalen Output von 341 m²/h.

Der reine Rollendrucker am Stand, *Karibu*, überrascht mit einzigartigen Features für hohe Effizienz. Aber auch mit außergewöhnlichen Fähigkeiten wie Lackverede-

worauf die Zuverlässigkeit und Langlebigkeit gründen, die zum hohen ROI der *swissQprint*-Systeme beitragen.

> www.swissqprint.com

SIHL

Neues Signagematerial

Mit dem *WallGrafX Plus 170 FR Matt (3521)* kommt *Sihl* mit einer flexiblen Lösung auf den Markt. Das dimensionsstabile, selbstklebende Polyester-gewebe ist speziell für die dekorative Verklebung von Wänden und Möbeln konzipiert und eignet sich für Wer-



beanwendungen sowie die Dekoration in Shops oder Restaurants. *WallGrafX Plus 170 FR Matt* bietet eine einfache Handhabung, lässt sich

knitter- und blasenfrei applizieren, rückstandslos entfernen und reposi-tionieren.

> www.sihl.com



HP AMPLIFY CONFERENCE

Innovationen sollen den Großformat-druck neu gestalten

Auf der *Amplify Conference* 2025 stellte *HP* Neuheiten für den Großformat-druck vor.

Der *HP Latex R530* (siehe Abbildung oben) ist eine Lösung für Druckdienstleister, die in den Markt für den Druck von Platten einsteigen oder expandieren möchten. Das kompakte Design des *Latex R530* ermöglicht einen schnellen Wechsel zwischen flexiblen und rigiden Materialien. Der Drucker liefert außerdem eine qualitativ hochwertige Ausgabe verschiedener Medientypen und Druckanwendungen mit *HP Latex*-Tinten und *Latex Weiß*. Mit *HP Pixel Control* werden lebendige Farben und gleichmäßige Farbverläufe möglich. Die automatische Umwälzung und Druckkopfreinigung erhöht die Betriebszeit und senkt die Wartungskosten.

Der neue *Latex*-Drucker bietet nachhaltige Druckfunktionen wie den Direct-to-Rigid-Druck, der Abfall reduziert und die Recyclingfähigkeit von faserbasierten Medien erhält. Das Gerät integriert nachhaltige und zertifizierte *HP Latex*-Tinten für einen gesünderen Arbeitsplatz sowie Mehrweg-Wartungspatronen mit verlängerter Lebensdauer. Darüber hinaus verarbeitet *HP* 25% recycelten Kunststoff im Design des Druckers und fördert so die Kreislaufwirtschaft in der Wertschöpfungskette. Der *HP Latex R530* ist voraussichtlich ab 23. April 2025 weltweit erhältlich.

Druckdienstleister benötigen optimierte Workflows, um ihre Technologie, ihre Personal bestmöglich zu nutzen. Ohne ein zentralisiertes Auftrags- und Produktionsmanagement sind Druckdienstleister mit Ineffizienzen, kostspieligen Fehlern und betrieblichen Engpässen konfrontiert.

Mit der Einführung von *HP PrintOS Production Hub* haben Druckdienstleister jetzt Zugriff auf die Software für das Großformat, die Auftragsmanagement und Remote-Produktionssteuerung in einer zentralen Echtzeit-Plattform vereint. So lässt sich die Effizienz steigern und die betriebliche Komplexität reduzieren. *HP PrintOS Production Hub* wird ab Mai 2025 weltweit verfügbar sein.

**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



**Im materielles
Kulturerbe**
Wissen. Können. Weitergeben.

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

WEITERBILDUNG

WARUM IN MITARBEITERSCHULUNG INVESTIEREN?

Die Weiterbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern birgt viele Vorteile: Sie bleiben länger im Unternehmen, wenn sie geschult werden, und auch die Produktivität steigt. Diese Fachkräftesicherung wird vor allem vor dem Hintergrund des Arbeitskräftemangels immer wichtiger.



»Es gibt nur eins, was auf Dauer teurer ist als Bildung: keine Bildung«, sagte JOHN F. KENNEDY.

Wie recht er damit hatte, zeigt sich in fast jedem Unternehmen. Mitarbeitende, die Lernangebote nutzten, konnten ihre Produktivität und damit die Umsätze um 37% steigern (= Return on Learning). Der Return on Learning, den DONALD VANTHOURNOT in seinem gleichnamigen Buch beschreibt, macht Investitionen in die Weiterbildung von Arbeitnehmern rentabel – nicht nur monetär, sondern auch durch konkrete Kompetenzzuwächse und eine verbesserte Stimmung der Belegschaft.

Wie sehr Angestellte die Möglichkeit zur Fortbildung schätzen, zeigt sich unter anderem in einer stärkeren Mitarbeiterbindung. 94% der befragten Personen sagen im *LinkedIn Learning Report 2019*, sie würden länger bei ihrem Unternehmen bleiben, wenn sie Weiterbildungen erhielten.

So sind sich auch die meisten Personalchefs und Leiter von Personalabteilungen darüber einig, dass Investitionen in Fortbildungen rentabler sind als die Einstellung neuer Mitarbeiter. Neben der Steigerung der Attraktivität des Arbeitgebers tragen Bildungsmaßnahmen dazu bei, dass sich die Kenntnisse und somit das Wohlbefinden im Job der Angestellten erhöht. 80% gaben laut *LinkedIn Learning Report 2024* an, dass Lernen ihrer Arbeit mehr Sinn verleiht.

Dies zeigt sich auch bei den Absolventen der *Fogra Academy*: »Ich habe mich fachlich deutlich weiterentwickelt. Durch das neue Wissen kann ich kompetenter in meinem Beruf auftreten«, berichtet beispielsweise MARCEL LANNY von der *Flyeralarm Quality*

Assurance, nachdem er den Kurs *Grundlagen Farbmanagement* absolviert hatte.

Einarbeitung und Weiterqualifizierung

Die Vorteile der Weiterbildung gelten auch für neue Mitarbeiter – häufig Quereinsteiger – die eingelernt werden sollen und für bestehende Mitarbeiter, die weiterqualifiziert werden sollen.

Vor dieser Herausforderung stehen auch viele Betriebe der Druck- und Medienbranche. Hier kann die *Fogra Academy* mit ihren 20 Schulungen vom Farbmanagement über die Drucktechnik bis zur Künstlichen Intelligenz und Druckweiterverarbeitung unterstützen.

Die Teilnehmer erhalten Wissen auf dem neuesten Stand der Forschung, gepaart mit praktischen Beispielen. Das Programm ist abwechslungsreich mit vielen verschiedenen Aspekten. Neben Struktur, Aufbau und Thementiefe schätzen die Schulungsbesucher besonders auch den Praxisbezug, inspirierende Impulse und anschauliche Beispiele.

Das neue Kursprogramm liegt jetzt vor und enthält alle Ein- bis Dreitage-seminare von Ende März bis Ende Oktober.

Das gilt sicherlich für viele andere Bildungsangebote, über die wir in unserer Rubrik »Termine, Bildung & Events« regelmäßig berichten. Genauso tragen auch Messen und Veranstaltungen dazu bei, den eigenen Horizont zu erweitern.



GMG

Erste TrueColors Conference

Als Initiator dieser neuen Veranstaltung wagte GMG den Sprung ins kalte Wasser. Entsprechend erfrischend fühlte sich die *TrueColors Conference* am 10. September dann auch an. In den exklusiven Räumen des *Literaturhauses* – hoch über den Dächern Münchens – trafen sich interessierte Profis, um sich über die Zukunft der Verpackung auszutauschen. »Unboxing tomorrow« – das Motto der Veranstaltung brachte es auf den Punkt. Drei Keynotes (im Bild oben der Zukunftsforscher MATTHIAS HORX), neun Breakout Sessions, zahlreiche fachliche und noch mehr persönliche Anknüpfungspunkte – ein volles Programm, das auf ganzer Linie begeisterte. Ebenso der Diskurs zu gesetzlichen Rahmenbedingungen, die inspirierenden Praxisbeispiele und nicht zuletzt visionäre Perspektiven begeisterten.

Die erste *TrueColors Conference* bot spannende Blicke weit über den eigenen Tellerrand hinaus. Fazit: Die Premiere der *TrueColors Conference* war gelungen. Und wie man hört, arbeiten die Initiatoren bereits an einer nächsten Veranstaltung. Das Datum und der Ort sind allerdings noch offen.

> www.gmg.com



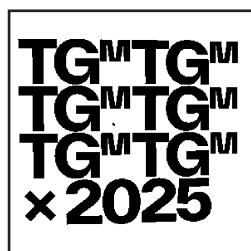
SEIT 25. MÄRZ 2025
ONLINE-WORKSHOPS
GMG ACADEMY
Farbmanagement
zum Anfassen

Die *GMG Academy* bietet die Chance, sich frei von der Hektik des Tagesgeschäfts auf neues Wissen zu konzentrieren. Dazu bietet *GMG* Online-Workshops an. Im Workshop Farbmanagement und Proofing lernen Teilnehmer, wie Farbe definiert, gemessen, standardisiert und geprooft wird. Neben den Grundlagen des Farbmanagements vermittelt der zweitägige Workshop auch Messtechniken und den sicheren Umgang mit *GMG*-Prooflösungen. Termine sind der 1./2. April (englisch), 7./8. Oktober (deutsch) und 14./15. Oktober 2025 (englisch).

Im Workshop Profiling Expert zeigen die Profilierungsexperten anhand praktischer Beispiele, wie anspruchsvolle Druckbedingungen zu meistern sind.

Termine sind der 13./14. Mai (deutsch), 20./21. Mai (englisch), 4./5. November (deutsch) und 11./12. November (englisch).

> www.gmgcolor.com



AB 1. APRIL 2025
MÜNCHEN
TGM
Vortragsreihe
2025

Die *Typographische Gesellschaft München (tgm)* hat 2025 neue Dialogräume außerhalb der gewohnten Orte.

Mit der Vortragsreihe
›TGM × X × X – Wechsel
Wirkung‹ entstehen Or-
te, die Typografie und
Design in den Mittel-

punkt rücken – buchstäblich und im übertragenen Sinne. Stimmen eröffnen Dialoge, Disziplinen verweben sich, Tradition trifft auf Experiment. Durch ein vielseitiges Programm und Veranstaltungen an inspirierenden Orten wird Typografie in ihrer ganzen Bandbreite erlebbar.

Der nächste Vortrag mit MONA FRANZ und JOHANNES BREYER von *Dynamo Typefaces, Berlin*, findet am 1. April 2025 statt.

Weitere Vorträge sind für Mai, Juli, Oktober, November und Dezember geplant.

> www.tgm-online.de



3. APRIL 2025
ESSEN
GMG
Lunch & Learn auf
Zeche Zollverein

Die Druckbranche verändert sich rasant: Digital-

druck, Multicolor-Technologien und hybride Produktionsumgebungen setzen neue Maßstäbe in Effizienz und Qualität. Beim *GMG Lunch & Learn* 2025 gibt es spannende Einblicke in die neuesten Entwicklungen und exklusive Best Practices. Die Veranstaltung am 3. April beinhaltet neben dem Fachprogramm mit Vorträgen und Diskussionen eine Führung durch die Zeche und die einzigartige Gastronomie im Herzen der schönsten Zeche der Welt.

> www.gmgcolor.com



3. APRIL 2025
WEBINARE
IMPRESSED
Enfocus Switch –
Automation Server

Aufgrund der starken Nachfrage führt *Impressed*

wieder Webinare zum Thema Automatisierung durch. Im aktuellen Webinar *Enfocus Switch – Automation Server* zeigen KARSTEN SCHWARZE und STEFAN ADAM von *Im-pressed*, wie mithilfe von *Enfocus Switch* Arbeitsabläufe im Betrieb automatisiert werden können. Außerdem können mit *PitStop Server* die PDF-Druckdaten mit den Auftragsdaten verglichen werden (Seitenumfang, Format).

Die Einführung des App Store in *Enfocus Switch* eröffnet weitere Möglichkeiten und steigert den Funktionsumfang, indem DFE und ERP-Systeme in den automatisierten Ablauf integriert werden.

Termine für das Webinar
sind der 3. April und der
15. Mai.

> www.impressed.de

Toscana

Edle Weine der Brüder Davaz.

www.poggioalsole.com

www.davaz-wein.ch

Graubünden

12. ONLINE PRINT SYMPOSIUM 2025 • GARCHING OPS THEMATISIERT PERSONALISIERUNG UND KI

Am 3. und 4. April 2025 wird das *Science Congress Center Munich* erneut zum Zentrum der internationalen Onlineprint-Welt. Das 12. *Online Print Symposium* 2025 bringt auch in diesem Jahr mit Keynotes, Vorträgen, spannenden Start-ups und zahlreichen Partnern die internationale Onlineprint-Welt nach München.

Schon das OPS 2024 befasste sich mit der transformativen Kraft der Künstlichen Intelligenz – doch das *Online Print Symposium* 2025 geht noch einen Schritt weiter. Es stellt den Zusammenhang zwischen KI-Technologie, Mass Customization und modernen Businessmodellen her und gibt damit einen Vorgeschmack darauf, wie die Zukunft der Onlineprint-Industrie aussehen kann.

OPS 2025: CC = MC + AI?

Die Kurzform des OPS-2025-Mottos verrät, mit welchen Themen sich Onlinedruck-Dienstleister beschäftigen müssen, um weiterhin erfolgreich am Markt zu sein – nämlich absolute Kundenzentrierung. Und die wird durch Geschäftsmodelle ermöglicht, die eben nicht nur den Trend zur Mass Customization berücksichtigen, sondern auch die Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz nutzen. BERND ZIPPER, Mitveranstalter des *Online Print Symposiums* erklärt, warum das OPS-Motto keineswegs nur ein Trend ist: »Erfolgreiche Unternehmen von morgen setzen nicht ausschließlich auf Künstliche Intelligenz, sondern auf eine exzellente Customer Centricity – mithilfe von KI. Wer Mass Customization mit intelligenter Datenanalyse kombiniert, schafft einzigartige,

personalisierte Kundenerlebnisse – effizient, skalierbar und wirtschaftlich. Genau diese Verbindung aus Individualisierung und Automatisierung wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor in der Onlineprint-Industrie.«

Wie in jedem Jahr setzt das *Online Print Symposium* 2025 Maßstäbe und zeigt, wie Unternehmen die Zukunft des Onlineprints aktiv mitgestalten können. Namhafte Referenten werden wertvolle Einblicke in die Zukunft des Onlineprints geben und aufzeigen, wie Unternehmen vor dem Hintergrund wirtschaftlicher Herausforderungen und der technologischen Entwicklungen die richtige Strategie finden, um auch in einem volatilen Markt erfolgreich zu bestehen.

Mass Customization und KI

Eröffnet wird das diesjährige *Online Print Symposium* von DR. MICHAEL FRIES. Der Executive Vice President for Europe and Global Manufacturing von *VistaPrint* ist seit mehr als 20 Jahren in der internationalen Onlineprint-Industrie tätig und war zuvor unter anderem CEO von *Onlineprinters* und Vorstandsmitglied von *CEWE*. Mit dieser langjährigen Erfahrung kennt er die Mechanismen des Marktes wie kaum ein anderer. In seiner Opening-Keynote spricht FRIES darüber, wie sich



Die internationale Onlineprint-Industrie trifft sich im Science Congress Center Munich unter dem Motto »Customer Centricity = Mass Customization + Artificial Intelligence« auf dem 12. OPS.

vor allem Mass Customization und Künstliche Intelligenz zu einem Wachstumstreiber für die Druckindustrie entwickeln. Angesichts steigender Kundenanforderungen, disruptiver Technologien und sich verändernder Märkte zeigt er auf, welche strategischen Entscheidungen notwendig sind, um in diesem dynamischen Umfeld nicht nur zu bestehen, sondern zu wachsen.

Umsetzung nur im Team

Besonders stolz sind die Veranstalter darauf, dass CHRISTOPH GAMPER, CEO und Co-Owner der *Durst Group AG* aus Brixen, als Keynote-Speaker zur Veranstaltung gewonnen werden konnte. Seit GAMPER 2013 bei

dem Südtiroler Maschinenhersteller einstieg, hat er den Wandel von *Durst* vom traditionellen Maschinenbauunternehmen zu einem voll integrierten Lösungsanbieter, der die gesamte Wertschöpfungskette der digitalen Produktion mit Software, Hardware und Dienstleistungen abdeckt, vorangetrieben. Sein Fokus auf dem OPS ist die Revolution der Branche. Denn künftig werden Mass Customization und Inkjet Taktgeber des Marktes werden. Doch keine Umsetzung ohne das richtige Team. In seiner Keynote, die unter dem Titel »Technologie ist nichts ohne Menschen – Europas Chance im Digitaldruck« steht, wird GAM- >

PER seine Erfahrungen, Gedanken und Prinzipien teilen. In seinem Vortrag beleuchtet er, wie der Digitaldruck durch Personalisierung, Präzision und Nachhaltigkeit nicht nur Trends folgt, sondern sie gestaltet. Er erklärt, warum jetzt der richtige Zeitpunkt für Europa ist, zu führen, statt zu warten.

Customer Centricity als Schlüssel zum Erfolg

Mit ANNEGRET BÖNEMANN wird eine weitere Expertin auf der

heute den Kern ihrer Arbeit bildet.

In ihrem Vortrag wird sie zeigen, wie Customer Centricity nicht nur ein Schlagwort bleibt, sondern als fundamentale Strategie für nachhaltiges Unternehmenswachstum genutzt werden kann. Denn gerade in einer Zeit, in der Künstliche Intelligenz und Automatisierung rasant voranschreiten, ist es entscheidend, die Menschen samt ihrer Bedürfnisse in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen.

Content Creator und Storyteller wird FLORIAN HOMMEYER seine Erfahrungen über den Aufbau mehrerer profitabler Onlineunternehmen teilen. Das OPS will dazu inspirieren, Social Media als Werkzeug für den Unternehmenserfolg zu nutzen.

In der Welt von NoCode-Automatisierungen und KI-Lösungen kennt sich LEON MEHLAU als Berater aus. Der Schweizer ist unter dem Namen LEVANTY bekannt und wird beim *Online Print Symposium* darüber sprechen, warum vor allem im Bereich Mass Customization der Erfolg eines Unternehmens vom Grad automatisierter Abläufe abhängig ist.

Erfolge, Hürden, Wachstum

JOHANNES KAUTZ ist Co-Founder von *Hoodie Hoo* und hat in der rasanten Erfolgsgeschichte des Unternehmens so manche Hürden nehmen müssen. Welche das sind, wird er in seinem Vortrag verraten.

Um Hürden, Herausforderungen, aber auch um Chancen wird es darüber hinaus im alljährlichen Branchen-Update von BERND ZIPPER, CEO der *zipcon consulting GmbH*, gehen. Der Onlineprint-Experte bringt nicht nur Zahlen, Daten und Fakten auf den Tisch, sondern analysiert spannende Trendbewegungen und gibt einen Ausblick auf das neue Jahr im Onlineprint.

Mitveranstalter JENS MEYER, Geschäftsführer der *Verband Druck und Medien Beratung GmbH*, gibt einen weiteren Ausblick: »Das *Online Print Symposium* 2025 steht unter dem Zeichen radikaler

Veränderungen: KI stellt die Spielregeln neu auf und eröffnet völlig neue Möglichkeiten für Produktinnovationen und die Art, wie wir Kunden ansprechen. Wir sind stolz, erneut Pioniere als Referenten gewonnen zu haben – Vordenker, die heute zeigen, wie Automatisierung, smarte Datenstrategien und individualisierte Kundenreisen die Branche neu definieren.« Wer in Zukunft an der Spitze der Druckindustrie stehen will, muss die transformative Kraft der Künstlichen Intelligenz nutzen, um intuitiver, agiler und cross-medial auf Kundenbedürfnisse eingehen zu können, so die Veranstalter des OPS.

Was es dafür brauche, würden die Referenten auf der Bühne des OPS thematisieren. Alle Keynote-Speaker, Referenten und Referentinnen sind auf der OPS-Website zu finden.

Bühne frei für frischen Wind in der Branche

Auch die Insight Pitches, bei denen innovative Start-ups ihre Geschäftsmodelle in Zehn-Minuten-Slots auf der OPS-Bühne präsentieren können, wird es 2025 wieder geben.

Networking is key

Doch das *Online Print Symposium* findet nicht nur auf der Bühne statt, sondern auch darüber hinaus. Das Netzwerken hat bei jedem *Online Print Symposium* einen besonderen hohen Stellenwert.

>



Auf den Rängen des Audimax im Science Congress Center lassen sich die Vorträge des Symposiums auch in simultaner Übersetzung verfolgen. Hier ein Schnappschuss vom letzten Jahr.

OPS-Bühne stehen. Als Head of CX Practice bei *foryouandyourcustomers* unterstützt sie Unternehmen in der D/A/CH-Region und den Niederlanden dabei, ihre digitalen Produkte und Services auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten. Ihre Karriere begann in der Print- und Medienbranche, wo sie innovative Geschäftsmodelle entwickelte – eine Erfahrung, die

Automatisierung überall

SIMON COOPER ist als CEO von *Onlineprinters* und *Solopress* eine echte Größe in der internationalen Onlineprint-Industrie. Er wird er darüber sprechen, wie *Solopress* Automatisierung und kulturelle Transformation umgesetzt hat.

Im Kontext mit der Kundenzentrierung ist Social Commerce mittlerweile unverzichtbar. Als

Darum wird es auch 2025 zwischen den Vorträgen und vor allem beim gemeinsamen Insider-Get-Together am Vorabend des Events sowie beim Networking Dinner am Abend wieder jede Menge Möglichkeiten geben, neue Kontakte zu knüpfen, bestehende aufzufrischen oder auszubauen und Erfahrungen auszutauschen.

Das *Online Print Symposium* schlägt also gewissermaßen eine Brücke zwischen erfahrenen Experten, den »jungen Wilden« (Start-ups) und Out-of-the-Box-Denkern der Industrie und ist damit eine Plattform für Innovationen und Wissenstransfer. Teilnehmer erhalten neben inspirierenden Keynotes, praxisnahen Fallstudien wertvolle Kontakte und auch in diesem Jahr wieder einen Zugang zur großen OPS-Community.

Die Veranstalter

Das OPS wird veranstaltet von *zipcon consulting GmbH*, ein global agierendes Beratungsunternehmen für die Kommunikations-, Druck- und Medienbranche mit dem Fokus Onlineprint und Digitale Transformation. Mitveranstalter ist der *Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm)*, der von acht regionalen Verbänden getragen wird. International ist er über seine Mitgliedschaft bei *Intergraf* und *Fespa* organisiert.

> www.online-print-symposium.de



7. UND 8. MAI 2025 • ZÜRICH

INDEPENDENT PAPER SHOW ZEIGT ANALOGE KOMMUNIKATION

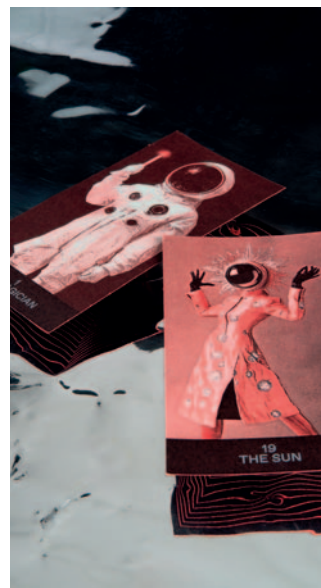
Die Independent Paper Show (IPS) ist Europas bedeutendste und umfassendste Ausstellung, die ausschließlich dem Kreativpapier gewidmet ist. 21 Aussteller laden am 7. und 8. Mai 2025 in die Shedhalle der Roten Fabrik nach Zürich ein, um Papierneuheiten, -sortimente und innovative Anwendungen zu entdecken, zu diskutieren und sich inspirieren zu lassen.

Die Veranstaltung bringt ausgewählte europäische Papierhersteller, alle Schweizer Vertreter und die drei Organisatoren *Bubu AG*, *Sonderegger AG* und *Lorenz Boegli* in Zürich zusammen und zeigt Papier in seiner reinsten und inspirierendsten Form, sowohl als Rohstoff als auch als Grundlage für innovative grafische Projekte.



Die Carte blanche zur Gestaltung des Save-the-Date, der Einladung und der website für die 7. Ausgabe der IPS hat das Gestaltungsteam der *Raffinerie AG*, Zürich, für ein Set Tarotkarten genutzt.

Die Save-the-Date-Vorankündigung kam in diesen Tagen in einer schwarzen Versandhülle. Darin befand sich ein Band an Informationstexten auf Spiegel folie. Aufgeklappt könnte der Veranstaltungshinweis als spielerisches Objekt mit wechselnder Erscheinungsformen und Texten als Objekt auf dem Schreibtisch stehen.



Die Organisatoren setzten die ganz in Rot und Schwarz gehaltenen Entwürfe für die Einladung um. Dabei entwickelten sie in der Zusammenarbeit auch neue Effekte. Der Siebdruck ist partiell mit gerasteter Heißfolie unter-

legt und anschließend mit einer den Druck überlagernden transparenten Folienprägung kombiniert, wodurch eine neue Multi-dimensionalität erzielt werden konnte.

Die *Independent Paper Show* heißt alle willkommen, die sich die unvergleichliche Qualität der analogen Kommunikation auf Papier, von der taktilen Sensibilität bis zur exklusiven Differenzierung, zunutze machen wollen. Angesprochen sind in erster Linie Leute aus den Bereichen Grafik Design, Marketing sowie Produktion von Printprodukten, die sich inspirieren lassen möchten, den Austausch suchen, Fachauskünfte schätzen und vielleicht ein ganz konkretes Projekt für die analoge Kommunikation entwickeln wollen.

Die 21 Aussteller der 7. *Independent Paper Show* sind *Antalis*, *Arctic Paper Schweiz*, *Bubu*, *Gmund Paper*, *Favini*, *Fischer Papier*, *Foilco*, *G. F. Smith*, *Hinderer+Mühlich Swiss*, *James Cropper*, *Künzli Papier*, *Kurz Schweiz*, *Lorenz Boegli*, *Manufattura del Seveso*, *Mondi Paper Sales*, *Papyrus Schweiz*, *Peyer Graphic*, *Procop*, *Reflex*, *Sonderegger* und *Winter & Company*.

> www.papershow.ch

Wir schlagen den Bogen

KONZEPT, DESIGN, WERBUNG, REALISIERUNG

arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel
+49 (0) 26 71 - 38 36



www.arcusdesigns.de

Drei Plattformen – ein Thema: Programmatic Print.

Th!nk Pr!nt D!fferent!

Print ist für uns kein Massenmedium mehr. Wir setzen auf One-to-One. Selbst bei Millionenauflagen ist für uns jedes einzelne Blatt Papier – ein Unikat. Quasi der flachste Flatscreen der Welt. Den bespielen wir nach dem R.E.A.C.H.-Prinzip*. Damit erzielen wir die höchsten Conversion-Rates aller Kanäle. That's the D!fference. Let's Th!nk Pr!nt auf unsere Art und Weise!

PRESS publiziert

Wir stellen Programmatic Print ins Rampenlicht.



CAMPUS lehrt

Wir vertiefen das Wissen um Programmatic Print.



STAGE begeistert

Wir bieten Marktplatz und Bühne für Programmatic Print.



* Mehr zur
Erfolgsformel
im Program-
matic Print

programmatic-print.org

PPA
Programmatic
Print Alliance

6. BIS 9. MAI 2025 • BERLIN

FESPA UND IHRE PARALLEL-VERANSTALTUNGEN

Fespa Global Print Expo, European Sign Expo und Personalisation Experience werden über 550 neue und wiederkehrende Aussteller aus mehr als 36 Ländern begrüßen. Die Veranstaltungen bieten Besuchern die Chance, aktuelle Trends auf den Gebieten Nachhaltigkeit, Print-on-Demand und intelligente Automatisierung zu sehen.

Text und Bilder: Fespa

Plockmatic Group, Morgana Systems, Mikkelsen Innovations und Robotfactory sind unter den 198 erstmaligen und wiederkehrenden Ausstellern, die im Jahr 2024 nicht dabei waren.

Auf den drei Veranstaltungen können Besucher Hardware-Lösungen für Großformat, Textil- und Kleidungsdekoration, Weiterverarbeitung und mehr von namhaften Ausstellern wie Agfa, Brother, Canon, Durst, Efi, Epson, Fujifilm, HP, Kongsberg PCS, Kornit Digital, M&R, Mimaki, Ricoh und Roland entdecken.

Caldera, Onyx, PrintFactory und SA International gehören zu den bestätigten Software-Anbietern für die Veranstaltung, die End-to-End-Workflows, Farbmanagement, Job-Onboarding sowie RIP- und CNC-Lösungen zeigen werden.

Zahlreiche Unternehmen präsentieren die neuesten Ver-

brauchsmaterialien wie Haftklebstoffe, Aluminiumverbundwerkstoffe, Papier, Druckfarben und flexible PVC-Medien. Zu den ausstellenden Unternehmen gehören 3A, 3M, Berger Textiles, Col-denhove, Decal, Endutex, Fedrigoni, Hexis, Igepa, Pongs, Sun Chemical und UPM.

European Sign Expo

Mit über 100 bestätigten Ausstellern für die *European Sign Expo* 2025 können Besucher erwarten, transformative Entwicklungen zu entdecken, die die Zukunft der Branchen Werbetechnik und visuelle Kommunikation bestimmen werden. *ABC Display, Adsystem, Cosign, Domino Sign, Efka, Luco LED, NSELED, Sign-Ware* und *TPS* werden Produkte für Profilschriften, digitale und dimensionale Beschilderung, Gravur und Ätzung, beleuchtete Displays, Out-of-Home-Medien, LED,

Outdoor-Systeme, Laserschneider, Routing- und Beschilderungstools präsentieren.

Personalisation Experience

Auf der *Personalisation Experience* wird die neueste Software für Individualisierungsdesign und Produktionsautomatisierung vorgestellt; unter anderem von Ausstellern wie *Antigro, Kit Builder, Konfigear, ip.labs*, und *XMPie*.

MICHAEL RYAN, Leiter der *Fespa Global Print Expo*, sagt: »Die diesjährigen Veranstaltungen werden im Jahr 2025 eine zentrale Plattform für unsere globale Gemeinschaft sein. Wir freuen uns, wieder in Berlin zu sein, einer pulsierenden, kreativen Stadt, die mit ihrer Geschichte ideal für die *Fespa* und ihre Parallelveranstaltungen ist. In acht Hallen voller Inspirationen und Innovationen können Fachleute aus dem Spezialdruckmarkt eine Fülle von

On-Demand-Technologien für Spezialaufgaben im Druck entdecken. Mit mehr als 550 Ausstellern werden die *Fespa Global Print Expo* und ihre Parallelveranstaltungen der Treffpunkt für Visionäre im Jahr 2025 sein.«

Eine vollständige Liste der Aussteller ist online zu finden. Anmeldungen für die *Fespa*, die *European Sign Expo* und die *Personalisation Experience* sind ab sofort möglich. Mitglieder der nationalen *Fespa*-Verbände und von *Fespa Direct* haben kostenlos Zutritt zu allen drei Ausstellungen.

Nichtmitglieder, die sich vor dem 8. April 2025 mit dem Code FESM521 anmelden, sparen 30 Euro auf das Eintrittsgeld.

> www.fespaglobalprintexpo.com

> www.esf.fespa.com

> www.personalisationexperience.com



Fespa Global Print Expo, European Sign Expo und Personalisation Experience (6. bis 9. Mai 2025, Messe Berlin) werden über 550 neue und wiederkehrende Aussteller aus mehr als 36 Ländern begrüßen und damit bereits die Ausstellerzahlen der letztjährigen Veranstaltungen übertreffen.

13. UND 14. MAI 2025 • DÜSSELDORF

PRINT & DIGITAL CONVENTION LÄSST HAPTİK BRILLIEREN

Die Print & Digital Convention (PDC) bereitet sich darauf vor, 2025 das Branchenhighlight für die grafische Industrie zu werden. Sie verspricht erneut Innovation, Zukunftsperspektive, Wissenstransfer und Networking auf höchstem Niveau und zeigt, wie Print zum Erlebnis wird, wie Haptik brilliert und wie Digital- und Online-Strategien von morgen aussehen.

Die Print & Digital Convention bietet eine ganz besondere Plattform für die Druck-, Medien- und Kommunikationsbranche. Ihre Aussteller, Partner und Referenten machen komplexe technische Lösungen greifbar und zeigen sie in der praktischen Anwendung – nicht als Insellösung, sondern in alltäglichen Anwendungsszenarien.

Im Jahr 2024 hat die Print & Digital Convention dies erfolgreich im Rahmen der drupa gezeigt – vom 13. bis 14. Mai 2025 findet sie wieder als eigene Kongressmesse im Congress Center Düsseldorf statt.

Die Veranstaltung richtet sich an Akteure aus der grafischen Industrie, Werbeagenturen, Verlage und die Zuliefererindustrie. Mit einer Verdopplung der Ausstellerzahlen seit 2019 und einem Fachpublikum von erwarteten 1.500 Besuchern ist die PDC seit Jahren auf Wachstumskurs.

Teil des erfolgreichen Konzeptes ist ein umfangreiches und hochkarätiges Vortragsprogramm an beiden Messetagen.

Was die Print & Digital Convention darüber hinaus unverwechselbar macht, ist die Präsentation innovativer Technologien in Highlight-Projekten, die nicht nur einzelne Maschinen zeigen, sondern Best Practices und Lösungen. Die Umsetzungen sind eingebettet in reale Markenvorführungen und eine Leistungsschau aller Kommunikationselemente, die zum Teil live auf der Messe produziert werden.

Trends und Visionen in acht Themenwelten

In acht Themenwelten zeigen die Aussteller die vielfältigen Möglichkeiten von Print im Umfeld des Multichannel-Publishing in seinen zahlreichen Facetten und Anwendungsbereichen. Im Dialogmarketing dreht sich alles um personalisierte Kommunikation, das Value Added Printing zeigt multisensorische Druck-Erlebnisse, Label & Packaging präsentieren die neuesten Trends und Innovationen in der Verpackungstechnik und Etikettierung.

Die Themenwelt Weiterverarbeitung stellt kreative Ideen und Techniken in den Mittelpunkt, mit denen Druckprodukte zum Blickfang werden.

Im Bereich Brand & Product beleuchten Aussteller die Herausforderungen und Lösungen für eine effiziente Produktkommunikation im Omnichannel-Handel und im Interior & Exterior Design geht es um wirkungsvolle Inszenierungen von Farben, Texturen und Materialien, um funktionale und ästhetisch ansprechende Räume zu schaffen. Weitere Schwerpunkte sind Nachhaltige Medienproduktion sowie Programmatic Print mit Lösungen für automatisierte und personalisierte Printwerbung. Die Print & Digital Convention findet am 13. und 14. Mai 2025 in Düsseldorf statt und wird vom Fachverband Medienproduktion (FMP) in Kooperation mit der Messe Düsseldorf und der drupa veranstaltet.

> www.printdigitalconvention.de



14. BIS 16. MAI 2025
HAMBURG

BVDM

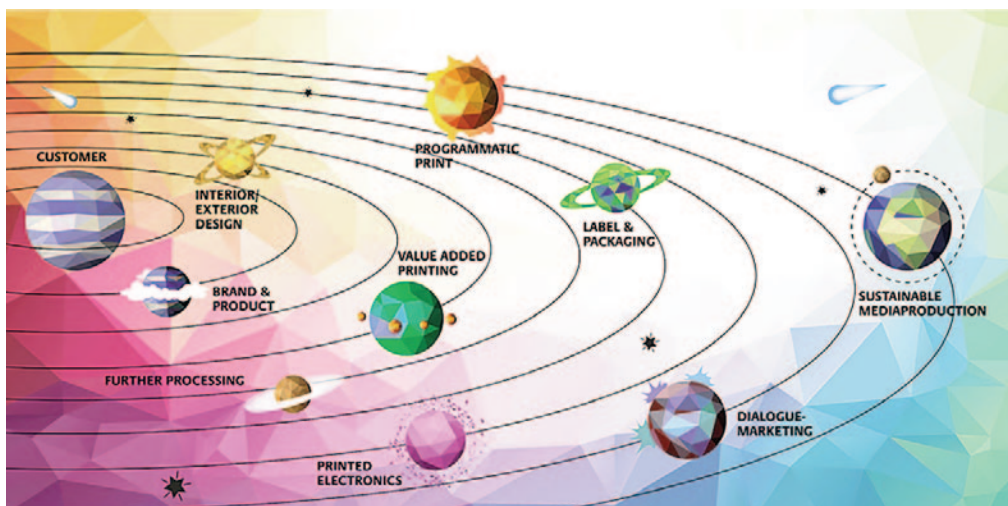
Deutscher Druck- und Medientag

Vom 14. bis 16. Mai 2025 findet in Hamburg der Deutsche Druck- und Medientag statt. Der Bundesverband Druck und Medien sowie die Landesverbände Nord-West und Nord-Ost haben sich zusammengeschlossen, um unter dem Motto ›Gemeinsam auf Kurs‹ das laut Medienmitteilung wichtigste Branchenevent des Jahres auszurichten – und gleichzeitig das 200-jährige Jubiläum des VDMNW zu feiern.

Das Unternehmerforum wird von Referenten aus anderen Wirtschaftsverbänden bestritten: STEFFEN KAMPETER, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), und JÖRG DITTRICH, Präsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks (ZDH). Auch dabei ist TIM KRÖGER, Weltumsegler und Admiral's Cup Gewinner.

Die Teilnahme ist für Mitglieder kostenlos, die Anmeldung ist ab sofort möglich.

> www.vdmnw.de





21. UND 22. MAI 2025
ASCHHEIM

FOGRA SYMPOSIUM Digital, Offset oder beides?

Welchen Einfluss haben variabler Datendruck oder Personalisierung? Hilft KI im Druckalltag und welches Verfahren hat eigentlich den niedrigeren CO₂-Fußabdruck? Mit diesen und weiteren Fragen beschäftigt sich das *Fogra-Symposium Digitaldruck trifft Offset* am 21. und 22. Mai 2025 in Aschheim.

Mit insgesamt 17 Vorträgen von Künstlicher Intelligenz über die digitale Nachstellung von Sonderfarben bis zur Nachhaltigkeit und variablen Datendruck erstrecken sich die Themen. Referenten kommen aus Industrie und Forschung und beleuchten die Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Dabei wird auf einen hohen Praxisbezug geachtet. Neben inhaltlichen Einblicken bietet die Veranstaltung auch Gelegenheit für den Austausch und das Netzwerken. In der begleitenden Ausstellung können sich die Teilnehmer über Neuheiten von Unternehmen wie *Hunkeler*, *Fuji* und *GMG* informieren.

> www.fogra.org



3. BIS 5. JUNI 2025
NÜRTINGEN

IST METZ UV Days 2025: Mission to Zero

Die *IST Metz GmbH* stellt seit mehr als 45 Jahren Anlagen zur Aushärtung von Farben und Beschichtungen mittels UV-Licht her. Das Angebot der *IST Metz* Firmengruppe bietet UV-Lampen- und UV-LED-Systemen und wird ergänzt durch Warmluft-Infrarot-Trocknungsanlagen und Excimer-Technologie.

Auf den *UV-Days* wird über die aktuellen Trends der Härtungstechnologie informiert, die den Weg zu null Emissionen, null Verschwendung und maximaler Effizienz geht. »Mission to Zero« beinhaltet dabei den reduzierten Einsatz von Photoinitiatoren mit der *Freeure*-Technologie. Die Lösung erfüllt die neue Druckfarbenverordnung auch mit migrationsarmen Farben bei sensiblen Produkten und Verpackungen. Die reduzierte Trockneranzahl spart Energie und Ressourcen. Die *Smartcure*-Technologie setzt auf Künstliche Intelligenz, um den Energieverbrauch zu optimieren und die Lebensdauer der LEDs zu verlängern.

> www.ist-uv.com



3. BIS 5. JUNI 2025
ESSEN

SPI Ausschließlich Siebdruck

Organisiert von *ESMA*, der *European Specialist Printing Manufacturers Association*, ist die *Screen Print Innovations (SPI)* das globale Event, das sich ausschließlich dem Siebdruck widmet. Im Gegensatz zu anderen Messen, bei denen Siebdruck nur eine Nebenrolle spielt, ist *SPI* die Plattform exklusiv für Siebdruck-Profis. Die Veranstaltung bringt Branchenführer, Innovationsforscher und Entwickler zusammen, um echte Fortschritte zu präsentieren.

Dazu gehört beispielsweise der Siebdruck für 5G/6G-Antennen. *SEBASTIAN GEPP*, Entwicklungschef Printed Electronic bei *Kundisch*, wird erläutern, wie der Siebdruck transparente leitfähige Strukturen ermöglicht, die für die nächste Generation von Antennen unerlässlich sind. Diese Technologie verbessert die Konnektivität zukünftiger Telekommunikation. *JAN ROTHER*, Geschäftsführer der *FM Siebdruck Werbung Design*, wird das *ScreenX*-Rasterverfahren vorstellen. Diese Technik integriert Logos, Zeichen und Symbole in Raster-

punkte, wodurch der Sicherheitsdruck manipulationssicherer wird und Replizieren erschwert. *DR. ERIC KLEMP*, Leiter der Brennstoffzellen- und Additiven Fertigung bei *Whitecell Eisenhuth*, wird erläutern, wie der Siebdruck die Produktion von Brennstoffzellen und Elektrolyseuren beschleunigt. Seine Session wird sich auf die Rolle dieser Technologie bei der Herstellung von Bipolarplatten mit hoher Leitfähigkeit und geringer Permeabilität konzentrieren, um nachhaltige Energielösungen voranzutreiben. Die bahnbrechenden Fortschritte, die von den Keynote-Sprechern im *SPI Innovation Theatre* präsentiert werden, unterstreichen das transformative Potenzial des Siebdrucks in verschiedenen Branchen.

> www.spi-europe.com

5. JUNI 2025 EINSENDESCHLUSS **EFFIE GERMANY** Wettbewerb ist angelaufen

Der Wettbewerb *Effie Germany* 2025 ist angelaufen. Agenturen, Unternehmen und Institutionen mit erfolgreichen Kommunikationslösungen können sich um die *Effie*-Trophäen bewerben. Einsendeschluss ist der 5. Juni, die feierliche Preisverleihung findet am 13. November im Rahmen der *Effie Gala* in Leipzig statt.

13. JUNI 2025 EINSENDESCHLUSS **NUR FÜR AZUBIS** Gestaltungswett- bewerb 2025

Seit 34 Jahren richten die *Druck- und Medienverbände* einen Gestaltungswettbewerb für Auszubildende aus. Damit wollen die Verbände den Nachwuchs motivieren, sich engagiert in ein Thema »reinzuknien«, zu tollen Ergebnissen zu kommen und sich bundesweit mit anderen zu messen. Das Thema des Gestaltungswettbewerbs 2025 lautet: »Schenken macht Freude«.

Zu gewinnen gibt es bis zu 750 Euro und Zeitschriftenabos. Die Entwürfe der Gewinner werden im Verbandsmagazin *Nutzen* und auf den Webseiten der *Druck- und Medienverbände* veröffentlicht.

Die Aufgabe: eine kreative Geschenkbox als Faltschachtel. Einsendeschluss der Entwürfe ist der 13. Juni 2025.
> www.vdmnw.de

Aufgrund personeller Engpässe finden die Leipziger Typotage 2025 nicht statt.

Die Pause soll genutzt werden, um 2026 mit voller Kraft zurückzukehren und die 30. Ausgabe der Typotage zu feiern.



**SOS
KINDERDORF**

Das schönste Geschenk: ein großes Hurra!

Teilen Sie Ihr Glück und helfen Sie Kindern
in Not zu Ostern mit einer Geschenkspende.



www.sos-kinderdorf.de/geschenkspende

Spendenkonto: Bank für Sozialwirtschaft

IBAN DE51 3702 0500 7840 4636 24

BIC BFSWDE33XXX



Bildquelle: Enrico-da-prato-Pah at unsplash

Termine	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2025			
03. 04. – 04. 04. 2025	Online Print Symposium	München	> www.onlineprintsymposium.de
06. 05. – 09. 05. 2025	Fespa	Berlin	> www.fespa.com
13. 05. – 14. 05. 2025	Print & Digital Convention	Düsseldorf	> www.printdigitalconvention.de
14. 05. – 16. 05. 2025	Deutscher Druck- und Medientag	Hamburg	> www.vdmnw.de
21. 05. – 22. 05. 2025	Fogra: Digitaldruck trifft Offset	Aschheim	> www.fogra.org
03. 06. – 05. 06. 2025	Screen Print Innovations	Essen	> www.spi-europe.com
23. 06. – 25. 06. 2025	DOXNET Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	> www.doxnet.de
11. 09. – 12. 09. 2025	ZLV Verpackungssymposium 2025	Kempten	> www.zlv.de
16. 09. – 19. 09. 2025	Labelexpo Europe	Barcelona	> www.labelexpo-europe.com
23. 09. – 25. 09. 2025	Fachpack	Nürnberg	> www.fachpack.de
15. 10. – 19. 10. 2025	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	> www.buchmesse.de
08. 11. 2025	innoPrint Leipzig	Leipzig	> www.ip3.htwk-leipzig.de
12. 11. – 13. 11. 2025	Industrial Print Integration Conference	Düsseldorf	> www.ipi-conference.com
04. 12. – 05. 12. 2025	Dresdner Verpackungstagung	Dresden	> www.verpackung.org
2026			
25. 02. – 26. 02. 2026	Fogra: Colour Management Symposium	München	> www.fogra.org
2028			
09. 05. – 17. 05. 2028	drupa	Düsseldorf	> www.drupa.de

Termine 2025	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
31. 03.	VDMNW: Bildbearbeitung und -optimierung durch KI	Hamburg	vdmnw.de
31. 03. – 03. 04.	ESMA Academy: Inkjet for Plastics	Selb	esma.com
01. 04.	VDMNW: Augmented Reality für Print – Kombinieren Sie Print mit AR	Hamburg	vdmnw.de
01. 04. – 02. 04.	GMG Academy: Color Management and Proofing	Tübingen	gmcolor.com
02. 04.	Print Academy: Social Media für Druck- und Medienunternehmen für Fortgeschrittene	Webinar	print-academy.de
02. 04.	tgm: Effizienter arbeiten in InDesign	Webinar	tgm-online.de
02. 04. – 04. 04.	centro del bel libro ascona: Fünf schlaue Buchstrukturen	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
03. 04.	VDMNW: Bildbearbeitung und -optimierung durch KI	Lünen	vdmnw.de
04. 04.	VDMNW: Augmented Reality für Print – Kombinieren Sie Print mit AR	Lünen	vdmnw.de
07. 04.	dmpi: KI in Adobe Photoshop – KI-basierte Arbeitstechniken einsetzen	Webinar	dmpi-bw.de
07. 04. – 14. 04.	PubliCollege: Affinity Designer 2 – Grafiken und Illustrationen vom Feinsten!	CH-Schönbühl	publiccollege.ch
08. 04.	dmpi: Adobe InDesign Aufbau – Für Fortgeschrittene 1: Besser und schneller werden	Webinar	dmpi-bw.de
09. 04.	dmpi: Adobe InDesign Aufbau 2: Profi-Funktionen und Reinzeichnung	Webinar	dmpi-bw.de
09. 04.	tgm: Effizienter arbeiten in InDesign	Webinar	tgm-online.de
10. 04.	dmpi: Adobe InDesign Spezial – Digitale PDFs und mehr	Webinar	dmpi-bw.de
10. 04.	Impressed: Automatisierung kennt keine Grenzen? Enfocus Switch – Automation Server	Webinar	impressed.de
10. 04. – 11. 04.	Print Academy: Adobe Illustrator – Komplexe Vektorgrafiken und Effekte	Webinar	print-academy.de
10. 04. – 12. 04.	centro del bel libro ascona: Ein Buch von A–Z selber binden	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
14. 04. – 15. 04.	VDMNW: Typografie Reloaded: Von Gutenberg bis Instagram – Wie Schrift sich wandelt	Düsseldorf	vdmnw.de
14. 04. – 17. 04.	centro del bel libro ascona: Buch-Variationen und einfacher Schuber	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
15. 04.	Print Academy: PDF-Erzeugung und -Bearbeitung mit Acrobat Pro – Grundlagen	Webinar	print-academy.de
16. 04.	VDMNW: Augmented Reality für Print – Kombinieren Sie Print mit AR	Düsseldorf	vdmnw.de
22. 04. – 23. 04.	centro del bel libro ascona: Ausstellen, montieren, präsentieren 1 – Kunstwerke auf Papier	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
23. 04.	centro del bel libro ascona: Für alle Fälle – Kleisterpapier von Grund auf	CH-Zürich	cbl-ascona.ch
23. 04. – 07. 05.	PubliCollege: Affinity Publisher – Onlinekurs	Webinar	publiccollege.ch
24. 04.	Print Academy: PDF-Prüfung & -Korrektur für den Print-Workflow mit Acrobat Pro-Preflight	Webinar	print-academy.de
24. 04. – 25. 04.	centro del bel libro ascona: Ausstellen, montieren, präsentieren 2 – Das Buch	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
28. 04.	dmpi: Adobe Photoshop Aufbau 1: Besser und schneller werden	Webinar	dmpi-bw.de
28. 04. – 30. 04.	VDMNW: Adobe Photoshop – Basiswissen Bildbearbeitung	Lünen	vdmnw.de
29. 04.	dmpi: Adobe Photoshop Aufbau 2: Retuschieren – Bildqualität steigern	Webinar	dmpi-bw.de
30. 04.	dmpi: Adobe Photoshop Spezial – Produktfotografie und E-Commerce	Webinar	dmpi-bw.de
30. 04.	Medien Akademie: Bildgenerierung mit KI	Webinar	medien-akademie.de
05. 05. – 06. 05.	Medien Akademie: Profi-Texte für Print und Online	Webinar	medien-akademie.de
05. 05. – 07. 05.	centro del bel libro ascona: Klassischer Schachtelbau – ein anderer Ansatz	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
05. 05. – 10. 05.	Buchbinder Colleg: Franzband mit offenem Gelenk	Halle	buchbinder-colleg.de
05. 05. – 12. 05.	PubliCollege: Affinity Publisher und Photo 2 – Update, Refresh und Vertiefung	CH-Schönbühl	publiccollege.ch
06. 05.	Medien Akademie: Corporate Communication	Webinar	medien-akademie.de
06. 05.	Print Academy: Druckverfahren genau betrachtet	Webinar	print-academy.de
06. 05. – 07. 05.	Polar: Bedienerkurse für Schnellschneider N-Pro/HD	Hofheim	polar-mohr.com
06. 05. – 07. 05.	Print Academy: InDesign-Automatisierung mit GREP, Skripten und vielem mehr	Webinar	print-academy.de
06. 05. – 03. 06.	PubliCollege: Flyer, Plakäti und vieles mehr mit Affinity Publisher 2	CH-Schönbühl	publiccollege.ch
07. 05.	VDMNW: Augmented Reality für Print – Kombinieren Sie Print mit AR	Lünen	vdmnw.de
07. 05. – 08. 05.	Medien Akademie: Gestaltung kompakt	Webinar	medien-akademie.de
08. 05.	dmpi: KI mit Adobe InDesign – Automatisiert generierte Layouts mit KI-Unterstützung	Webinar	dmpi-bw.de
08. 05.	dmpi: Prozessoptimierung – Schwankungen minimieren, Reklamationen vermeiden	Obertürkheim	dmpi-bw.de
08. 05.	Print Academy: Farbe und Qualität in der Druckproduktion	Webinar	print-academy.de
08. 05.	VDMNW: Bildbearbeitung und -optimierung durch KI	Lünen	vdmnw.de
08. 05. – 09. 05.	centro del bel libro ascona: Aussergewöhnliche Schachteln – mehr als nur Aufbewahrung	CH-Ascona	cbl-ascona.ch

Termine 2025	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
09. 05.	Print Academy: Generative Künstliche Intelligenz und Adobe Photoshop	Webinar	print-academy.de
12. 05. – 13. 05.	Print Academy: Adobe-Photoshop – Komplexe Freisteller und Masken	Webinar	print-academy.de
12. 05. – 14. 05.	dmpi: Adobe InDesign Grundlagen – Einstieg in die Layouterstellung	Obertürkheim	dmpi-bw.de
12. 05. – 17. 05.	centro del bel libro ascona: Der Franzband	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
13. 05. – 14. 05.	GMG Academy: Profiling Expert (deutsch)	Tübingen	gmcolor.com
15. 05.	Impressed: Automatisierung kennt keine Grenzen? Enfocus Switch – Automation Server	Webinar	impressed.de
15. 05.	Medien Akademie: Kreativere Bild- und Videoerstellung mit KI	Webinar	medien-akademie.de
15. 05. – 16. 05.	Verlegerverband Schweizer Medien: Mitgliederverammlung und SwissMediaForum 2025	CH-Luzern	schweizermedien.ch
19. 05.	VDMNW: Layouts mit KI und Adobe Express	Düsseldorf	vdmnw.de
19. 05. – 21. 05.	dmpi: Adobe Illustrator Grundlagen – Einstieg in die Grafikerstellung	Obertürkheim	dmpi-bw.de
19. 05. – 21. 05.	Medien Akademie: Visuelle Kommunikation	Webinar	medien-akademie.de
19. 05. – 23. 05.	centro del bel libro ascona: Das Sprungrückenbuch	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
20. 05.	Print Academy: Social Media für Druck- und Medienunternehmen	Webinar	print-academy.de
20. 05.	VDMNW: ChatGPT im Medienumfeld als Ideen- und Inspirationsquelle	Düsseldorf	vdmnw.de
20. 05. – 21. 05.	GMG Academy: Profiling Expert (englisch)	Tübingen	gmcolor.com
22. 05.	dmpi: KI mit Adobe InDesign – Automatisiert generierte Layouts mit KI-Unterstützung	Webinar	dmpi-bw.de
22. 05.	VDMNW: Augmented Reality für Print – Kombinieren Sie Print mit AR	Düsseldorf	vdmnw.de
23. 05.	Print Academy: Qualitätsmanagement im Produktions-Digitaldruck	Webinar	print-academy.de
23. 05.	VDMNW: Bildbearbeitung und -optimierung durch KI	Düsseldorf	vdmnw.de
26. 05.	Print Academy: Effiziente und professionelle Freisteller in Photoshop	Webinar	print-academy.de
26. 05.	VDMNW: Bildbearbeitung und -optimierung durch KI	Hamburg	vdmnw.de
26. 05. – 27. 05.	Medien Akademie: Grafik für Nicht-Grafiker	München	medien-akademie.de
26. 05. – 28. 05.	centro del bel libro ascona: Reliure Origata nach Julie Auzillon	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
27. 05.	Print Academy: Sicherer Einstieg in das Colormanagement für Adobe CC	Webinar	print-academy.de
27. 05.	VDMNW: Augmented Reality für Print – Kombinieren Sie Print mit AR	Hamburg	vdmnw.de
27. 05. – 28. 05.	Medien Akademie: Produktentwicklung von digitalen Medien	Webinar	medien-akademie.de
27. 05. – 28. 05.	VDMNW: Adobe InDesign – Komplexe Layouts und Formate	Lünen	vdmnw.de
02. 06. – 03. 06.	Medien Akademie: Basiswissen Medienherstellung	München	medien-akademie.de
02. 06. – 06. 06.	centro del bel libro ascona: Concoctions – From Concertina to Codex	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
03. 06. – 07. 06.	centro del bel libro ascona: Starke, praktische und kreative Verpackungen	CH-Zürich	cbl-ascona.ch
04. 06.	dmpi: Adobe Illustrator Spezial – Infografiken und Diagramme	Webinar	dmpi-bw.de
04. 06.	Print Academy: Perfekte Reinzeichnung und Druckvorbereitung in InDesign	Webinar	print-academy.de
04. 06.	VDMNW: Augmented Reality für Print – Kombinieren Sie Print mit AR	Lünen	vdmnw.de
05. 06.	VDMNW: Bildbearbeitung und -optimierung durch KI	Hamburg	vdmnw.de
10. 06. – 11. 06.	centro del bel libro ascona: Grundlagen von One-Piece Pop-ups	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
10. 06. – 11. 06.	Print Academy: Sicherer Einstieg in das Layouten mit InDesign	Webinar	print-academy.de
10. 06. – 11. 06.	VDMNW: Typografie Reloaded: Von Gutenberg bis Instagram – Wie Schrift sich wandelt	Düsseldorf	vdmnw.de
12. 06.	Print Academy: Interaktive PDFs aus InDesign: Fürs Web, als Formular oder als Präsentation	Webinar	print-academy.de
12. 06.	VDMNW: Augmented Reality für Print – Kombinieren Sie Print mit AR	Düsseldorf	vdmnw.de
12. 06. – 14. 06.	centro del bel libro ascona: Geometrische Konstruktionen mit Papier	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
13. 06.	Print Academy: Schneller als die Konkurrenz – Automatisiertes Layouten mit InDesign	Webinar	print-academy.de
13. 06.	VDMNW: Bildbearbeitung und -optimierung durch KI	Düsseldorf	vdmnw.de
16. 06.	VDMNW: PDF/X – Perfekte Druckdaten erstellen, analysieren und korrigieren	Düsseldorf	vdmnw.de
16. 06. – 18. 06.	Print Academy: Adobe Illustrator – Basiswissen Vektorgrafik	Webinar	print-academy.de
16. 06. – 18. 06.	Print Academy: XML-Publishing mit InDesign	Webinar	print-academy.de
16. 06. – 20. 06.	centro del bel libro ascona: I love Japan – good old days?	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
16. 06. – 23. 06.	PubliCollege: Adobe InDesign Einstieg	CH-Schönbühl	publiccollege.ch
17. 06.	VDMNW: PDF/UA – Barrierefreie PDFs mit InDesign und Acrobat	Düsseldorf	vdmnw.de
17. 06. – 24. 06.	PubliCollege: Adobe Photoshop Einstieg	CH-Schönbühl	publiccollege.ch

DRUCKEREIBEDARF

TECHKON
Erfolg ist messbar



www.techkon.com



Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carl Fritz Nicolay und passenden, zeitgemäßen Texten. Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm. Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.

Druckmarkt-Shop
www.druckmarkt.com



ALLES
für den wasserlosen Offsetdruck

TCL-Solutions

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

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

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

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen

DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



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

wir freuen uns über Ihren Besuch:

www.xyz.ch

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




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 29. Jahrgang sechs mal jährlich. Daneben erscheinen weitere Publikationen wie »Druckmarkt impressions« als PDF-Magazin 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. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht in jedem Fall die Meinung

der Redaktion dar. Der Verfasser von Beiträgen ist für die inhaltliche Richtigkeit, rechtliche Korrektheit sowie für die Beachtung der Rechte Dritter verantwortlich. Er entbindet »Druckmarkt« von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die aufgrund seiner Beiträge geltend gemacht werden.

© by Druckmarkt 2025

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

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



www.edp-net.org

Druckmarkt ist Mitglied der EDP European Digital Press Association



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



www.f-m-p.de

Druckmarkt ist Partner des FMP Fachverband Medienproduktion e. V.



digital!, einer Initiative des FMP. www.print-digital.biz

Druckmarkt ist offizielles Organ von PRINT

DRUCK PAPIER LEIDEN- SCHAFT

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch



Photo: Klara Kuliva on Unsplash

DRUCKMARKT
PRINT | PAPER | PASSION