



DRUCKMARKT impressions 149

2. MAI 2025

PDF-Magazin für Print, Medien, Kommunikation und Design



Bildquelle: Kornit

FESPA: DIE FASZINIERENDE WIRKUNG DES GROSSFORMATS

Seite 10



Die Initiative

WE.LOVE.PRINT



Werde Teil
der Initiative!

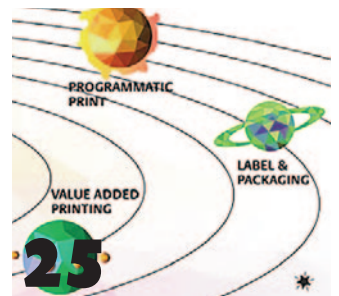
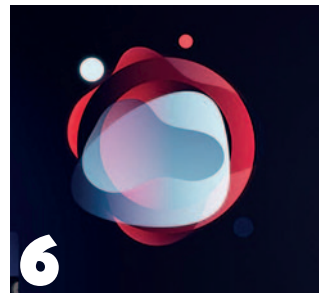
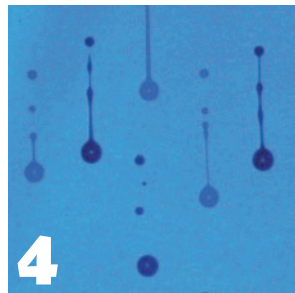
**JETZT
BIST
DU
DRAN!**



... 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: Was haben wir gelacht
	Markt & Zahlen
6	Nachrichten
8	Print lebt. Punkt.
8	Gutenberg-Bibel: Mainz feiert Weltrekord
	Print & Finishing
10	Visuelle Kommunikation: Die faszinierende Wirkung des Großformats
12	Kleine Fespa-Vorschau
14	Maximieren Sie Ihr Siebdruckgeschäft mit digitaler Power
16	Nicht Ersatz, sondern Ergänzung
18	Das Tempo in der Entwicklung vorgeben
20	Form AG setzt auf Schweizer Technik

	Termine & Events
22	Terminkalender
23	Fespa und ihre Parallel-Veranstaltungen
24	IPS zeigt analoge Kommunikation
25	Print & Digital Convention lässt Haptik brillieren
26	Termine
28	Seminarkalender
29	Impressum, Business-to-Business



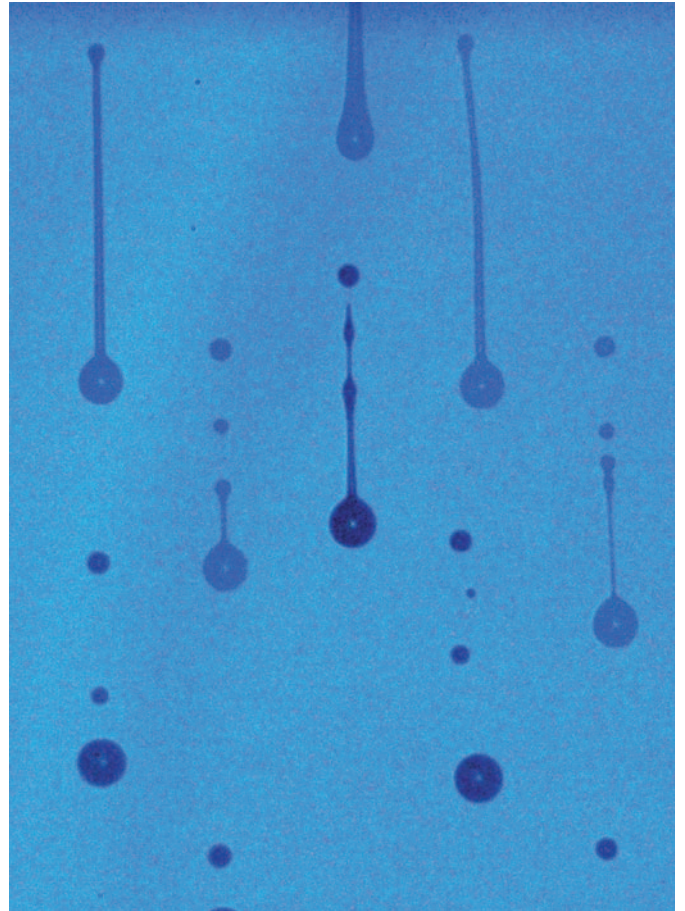
Druckmarkt ist Mitglied
der EDP European Digital
Press Association.
www.edp-award.com



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

INKJET WAS HABEN WIR GELACHT

Was haben wir gelacht, als in den 1980er Jahren die ersten DTP-Systeme mit ihren ›Mickey-Mouse‹-Schwarz-Weiß-Produktionen die gestandene Satz- und Reprotechnik revolutionieren wollten. Nur milde gelächelt haben wir, als 1993 die ersten Digitaldrucksysteme gegen den Offsetdruck antreten wollten. Und was haben wir uns auf die Schenkel geklopft, als die ersten Inkjet-Drucker mühevoll und langsam die vier Prozessfarben auf das Papier spritzten, die zu einer ›braunen Soße‹ verliefen.



Heute gibt es nichts mehr zu lachen, weil diese Techniken in fast allen Segmenten der Drucktechnik zumindest in Teilbereichen Fuß gefasst haben, aber auch einige bis dato vorherrschende Techniken nahezu abgelöst haben. Was sich perfekt in das Wesen der Technikgeschichte einreihen lässt. Keine Technik, die auf den Markt kommt, ist gleich perfekt. Aus diesem Grund sollte man mit überschnellen Bewertungen immer sehr vorsichtig sein. Dies gilt generell für den Inkjet-Druck und damit auch für das Large- und Wide-Format-Printing.

Denn auch wenn nicht die Qualität erreicht wird, die vom Offsetdruck bekannt ist, muss die Frage gestellt werden, ob das überhaupt gewollt und notwendig ist? Wir leben seit ewigen Zeiten damit, dass die Qualität im Zeitungsdruck nicht an die des Akzidenzdrucks heranreicht. Muss sie auch nicht, weil die Zeitung ein anderes Medium ist als ein Kunstband. Und ein Banner mit 3,5 m Diagonale wird im Normalfall auch aus mindestens 3,5 m Abstand betrachtet, da man es sonst nicht als Ganzes wahrnehmen kann. Dementsprechend muss auch die Auflösung der Bilddaten nicht so hoch sein wie bei einem kleinen Foto, das aus wenigen Zentimetern Entfernung betrachtet wird.

Genau so muss auch die Entwicklungen im digitalen Druck gesehen werden: An erster Stelle sollte die Frage stehen, welcher Einsatzbereich angestrebt wird, erst danach lässt sich über die zu erreichende Qualität diskutieren.

Längst haben Inkjet-Druck und Large-Format-Printing Aufgaben übernommen, die bisher dem Siebdruck vorbehalten waren. Die Anwendungsvielfalt scheint unbegrenzt zu sein. Denn inzwischen hat der Inkjet-Druck neben seiner beachtlichen Geschwindigkeit eine Qualität erreicht, die negative Schriften in 7 Punkt wiedergibt. Alles spricht dafür, dass die Entwicklung der Druckköpfe, Tinten und Medien weiterhin Riesenschritte macht und noch mehr möglich wird.

Es hat bis zur massenhaften Verbreitung zweifellos einige Jahre gedauert, doch inzwischen ist Large-Format-Printing ein Massenmarkt, der über den Markt der Schildermacher und Siebdrucker hinausreicht. Und die Perspektiven für weiteres Wachstum sind gegeben, auch wenn die anderen Techniken ihre Berechtigung behalten. Doch die jüngste Vergangenheit hat bewiesen, dass vor dem Inkjet-Druck offensichtlich nichts mehr sicher ist. Aber, bitteschön, es darf auch heute noch gelacht werden – dieses Mal sind es aber diejenigen, die aufgrund ihrer guten Geschäfte zumindest ein breites Grinsen nicht verbergen können.



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

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt

DEUTSCHE

FACHPRESSE

**WIR
SIND
FACH-
MEDIEN**

**WEIL
WISSEN
ERFOLGREICH
MACHT**

WIR BEWEGEN MÄRKTE.

Fachmedien sind für Wirtschaft und Wissenschaft unentbehrlich. Sie sind es, die Informationen auf den Punkt genau liefern, Qualität garantieren, Know-how strukturieren und damit Austausch und Wertschöpfung in den Märkten intensivieren. Der Wissensstandort Deutschland braucht starke Fachmedien.



wir-sind-fachmedien.de

DURST**Callas Software übernommen**

Die *Durst Group*, Hersteller digitaler Druck- und Produktionstechnologien, hat die *callas software* übernommen. *callas* ist einer der führenden Anbieter für die Prepress-Automatisierung und PDF-Technologien und essenzieller Bestandteil vieler Print-Workflows – direkt oder als OEM-Komponente in anderen Prepress-Produkten. Mit der Akquisition verstärkt *Durst* seine Softwarestrategie und setzt auf Offenheit und Vernetzung mit dem Ziel einer intelligenten, nahtlosen Automatisierung zwischen Maschinen, Software und Druckprozessen. Gleichzeitig soll *callas software* eigenständig bleiben in der Geschäftsleitung und Produktentwicklung. Für *callas*-Kunden und OEM-Partner bedeute die Übernahme maximale Stabilität und neue technologische Chancen, führt CHRISTOPH GAMPER, CEO und Miteigentümer der *Durst Group* aus: »Mit *callas* an unserer Seite machen wir Drucksoftware smarter, vernetzter und leistungsfähiger. Die besten Lösungen entstehen, wenn starke Partner gemeinsam an einer Vision arbeiten.«

DATALINE**Übernahme von Dansk Dataservice**

Dataline, Hersteller von MIS/ERP-Software in der grafischen Industrie, setzt seine europäische Wachstumsstrategie fort und übernimmt die Aktivitäten des dänischen Unternehmens *Dansk Dataservice*. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Kerteminde

(Dänemark) und ist seit 1983 auf IT-Lösungen für die grafische Branche spezialisiert. Das Hauptprodukt, *IT Graphware*, wird von über 600 Anwendern in rund 40 Unternehmen in Dänemark für Angebotskalkulationen, Auftragsmanagement und Produktionsoptimierung genutzt. Dataline wurde 1997 von CEO DIRK DEROO gegründet. Mit über 100 Mitarbeitenden, zertifizierten Partnern und fünf Niederlassungen in Europa genießt DATALINE heute das Vertrauen von mehr als 1.000 Unternehmen.

**KOENIG & BAUER
Partnerschaft mit Siemens**

Koenig & Bauer und *Siemens* wollen die Zukunft des Maschinenbaus gestalten und haben dabei die modulare Automatisierung im Fokus. Ziel der Partnerschaft ist die Weiterentwicklung des modularen Automatisierungsbaukastens von *Koenig & Bauer*. Durch die Bündelung der Expertise sollen Lösungen entstehen, die neue Standards in der Branche setzen. Mit der Kooperation unterstreicht *Koenig & Bauer* seinen Fokus auf zukunftsfähige Maschinenkonzepte. Der Automatisierungsbaukasten soll flexible Produktionsprozesse ermöglichen, die den Anforderungen moderner Fertigungsumgebungen entsprechen.

DURST**Fusion mit Aleph nahezu abgeschlossen**

Die *Durst Group* tritt bei der Verschmelzung mit der *Aleph Srl* in die finale Phase ein. Mit der rechtlichen Umsetzung bis Ende 2025 wird *Aleph* vollständig in die *Durst Group* integriert.

Gleichzeitig entsteht am Sitz von *Aleph* in Como die *Durst Como* als neues Kompetenzzentrum für digitalen Textildruck.

KOENIG & BAUER**Ausgründung des Innovation-Hubs**

Mit dem Wandel vom Maschinenbauer zum Technologiekonzern geht *Koenig & Bauer* den

des gesamten Lebenszyklus von Print-Produkten.

Die Transformation zu einem eigenständigen Softwareunternehmen ermöglicht den gezielten Auf- und Ausbau spezialisierter Bereiche wie Digital Sales, eines dedizierten Onboarding- und Support-Teams und einer dauerhaften Kundenbetreuung durch den Bereich *Customer Success Management*. Damit stärkt *Koenig & Bauer* das Engagement,



nächsten Schritt. Zum 1. April 2025 wurde die bisher unter dem Konzerndach geführte Digital-Einheit aus der Holding ausgegliedert. Aus ihr geht das Tochterunternehmen *Koenig & Bauer Kyana GmbH* hervor, das im Segment *Special & New Technologies* eingebettet wird. SANDRA



WAGNER, bisher VP of Digitalisation, wird zur

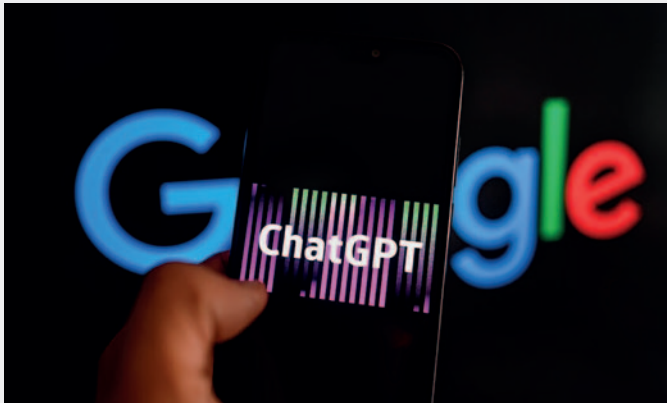
Geschäftsführerin der *Koenig & Bauer Kyana GmbH* berufen. Die eigenständige Aufstellung des Software-Innovationshubs des Maschinenbauers markiert einen wichtigen Meilenstein in der Umsetzung der digitalen Strategie des Unternehmens. Die *Koenig & Bauer Kyana GmbH* konzentriert sich weiterhin auf die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle sowie KI- und datenbasierter Lösungen entlang

Kundinnen und Kunden in jeder Phase ihrer Digitalisierungsreise mit Fachkompetenz zu begleiten.

TECHNOTRANS**Solides Ergebnis für das Jahr 2024**

Der *technotrans*-Konzern hat sich im Jahr 2024 erfolgreich behauptet und die Transformation zu einer marktorientierten Organisation vollzogen. Der Umsatz lag bei 238,1 Mio. €. Das operative Konzernergebnis (EBIT) belief sich auf 12,3 Mio. €, was einer EBIT-Marge von 5,2% entspricht.

Bereinigt um 2,1 Mio. € temporäre Aufwendungen für Abfindungen und die Neuorganisation erzielte der Konzern eine EBIT-Marge von 6,0%.



ANGRIFF AUF GOOGLE ChatGPT künftig mit Kaufberatung

Suchen im Internet sind ein lukratives Geschäft, vor allem für *Google*. Für die Shopping-Suche bezahlen Unternehmen dafür, dass ihre Produkte prominent angezeigt werden. KI-Suchmaschinen setzen dagegen auf eine ganzheitlichere, konversationsbasierte Interaktion.

Jetzt prescht die Entwicklerfirma von *ChatGPT* vor und greift damit das Geschäft von *Google* an. *OpenAI* demonstrierte die Funktion mit der Suchanfrage: »Was ist die beste Espresso-Maschine zum Preis von unter 200 Dollar, die dem Geschmack von Kaffee in Italien nahe kommt?« *ChatGPT* schlug daraufhin mehrere Modelle mit Fotos, Preisen und Links zu Händlern vor. Die Auswahl der Antworten gehe nicht auf bezahlte Anzeigenplatzierungen zurück, betonte *OpenAI*. Man arbeitete lediglich mit Partnern, um die Preise aktuell zu halten, berichtet der Tech-Blog *The Verge*. Wer diese Partner sind, bleibt unbekannt. Die Shopping-Hilfe ist zunächst auf Produktkategorien wie Elektronik, Mode, Kosmetik und Haushaltsartikel beschränkt. Wer sich für einen Artikel interessiert, kann *ChatGPT* weitere Fragen stellen. *OpenAI* will die Funktion

zügig für alle rund 500 Millionen Nutzer zugänglich machen. Die KI könnte damit nicht nur *Google*, sondern auch spezialisierten Kaufberatungsseiten Konkurrenz machen.

STUDIE VON GROUPM Keine Lust auf KI-Shopping

Trotz eines anhaltenden Booms im E-Commerce bleibt das Bedürfnis deutscher Konsumenten, Produkte vor dem Kauf haptisch zu erleben, hoch. Nach dem aktuellen *Consumer Eye Commerce Report* von *GroupM* bevorzugen 57% der Befragten, Artikel zunächst zu sehen oder zu fühlen. Der Online-Handel kann das physische Einkaufserlebnis also nicht vollständig ersetzen. Allerdings kaufen bereits 27% primär online ein und 53% der klassischen Shopper zeigen sich offen für mehr Online-Käufe. Folglich wird das Einkaufsverhalten zunehmend hybrid: 31% der Konsumenten recherchieren Produkte online und kaufen sie anschließend im stationären Handel. Umgekehrt informieren sich 22% zunächst im Geschäft, bevor sie online bestellen. Dabei erfolgt ein Großteil der Online-Einkäufe über große Plattformen: 82% der Verbraucher haben in den letzten zwölf Monaten auf einer Shopping-

Plattform eingekauft, nur 41% direkt über Webshops einzelner Händler.

Obwohl KI-basierte Funktionen wie Bildersuche (34%), Informationszugang (33%) und Support-Angebote (32%) als hilfreich eingestuft werden, planen lediglich 25% der Konsumenten, KI beim Shopping intensiver zu nutzen. Augmented Reality und Virtual Reality sind ebenfalls noch Nischenthemen.

WEGEN TRUMP Wechsel von E-Mail und Cloud-Speicher

Insgesamt 24 % der Deutschen überlegen seit Beginn der neuen Amtszeit von DONALD TRUMP, mit ihrem E-Mail-Postfach oder Cloud-Speicher zu einem Nicht-US-Anbieter zu wechseln oder haben dies bereits getan, sagt eine *YouGov*-Umfrage für *GMX* und *Web.de*. Knapp ein Drittel befürchten, dass ihre Daten in den USA für Zwecke genutzt werden, denen sie nie zugestimmt haben.

DATENQUALITÄT 13% aller Kunden- adressen sind falsch

Die Qualität der Kundenadressen in deutschen Unternehmen hat sich in den vergangenen zwei Jahren weiter verschlechtert. Der Anteil fehlerhafter Adressen stieg von auf 13,2%. Damit ist jede achte Adresse in den Datenbanken der deutschen Wirtschaft trotz zahlreicher digitaler Tools zur Automatisierung des Adressmanagements falsch. Das geht aus der *Adress-Studie 2025* der *Deutschen Post Direkt* hervor, für die rund 120 Millionen Kundenadressen von 200 Unternehmen aus zehn Bran-

chen anonymisiert ausgewertet wurden.

Die Studie untersuchte die Gründe, warum Post nicht an Kunden zugestellt werden kann. An erster Stelle stehen Umzüge und Todesfälle (5,9%), weitere 4,5% der Adressen kommen nur an, weil es zu diesen Adressen Umzugs-Informationen gibt. Gravierende Fehler bei Straßen- und Ortsnamen sowie nicht korrekte Postleitzahlen verhindern bei 2,2% der Adressen die Zustellung. Hinzu kommen falsche Hausnummern (0,7%). Auch Dubletten, also doppelte oder mehrfach gleiche Adressen, sind in den Datenbanken (2,8%) zu finden, erzeugen unnötige Druck- und Versandkosten und damit zusätzliche CO₂-Emissionen. Hinzu kommen falsch geschriebene Adressen (5,3%), die den Empfänger zwar erreichen, deren Fehlerhaftigkeit sich aber negativ auf das Image des versendenden Unternehmens auswirken können.

Jährlich ändern sich zig Millionen Adressdaten. So zeigt ein Blick in die Statistik, dass im Jahr 2024 in Deutschland 350 Ortsnamen und 5.700 Straßennamen neu angelegt, aufgeteilt oder umbenannt wurden. Zudem verändern sich Adressen durch jährlich rund 8 Millionen Umzüge, eine Million Todesfälle, 360.000 Hochzeiten und 130.000 Scheidungen.



Print lebt.
Punkt.

Als Kommunikationsprofis blicken wir auf ein Vierteljahrhundert Erfahrung zurück – ein Zeitraum, in dem sich unsere Branche schneller gewandelt hat als ein Chamäleon auf Speed. Die goldene Ära von Print & Co scheint endgültig der omnipräsenten, allwissenden, Eier legenden Wollmilchsau namens Digital Communication geopfert worden zu sein.

Ist das wirklich so? Aus meiner Erfahrung: mitnichten. Ich habe unzählige Kampagnen als »Senior« Berater begleitet – ja, das klingt nach grauen Schläfen und Cognac am Kamin – und doch ließ ich mich inspirieren von den jungen Wilden, die mit ihren digitalgetriebenen Strategien Marketingfeuerwerke zündeten. Ihre Konzepte waren smart, kreativ, vernetzt – und oft so überoptimiert, dass sie vor Performance-KPIs kaum noch atmen konnten.

Und Print? Wurde belächelt. Wie ein Relikt aus einer Ära, in der man Anzeigen noch mit der Lupe aus Bleisatzfächern zusammenbaute. Integration? Fehlanzeige. Stattdessen eine digitale Kakophonie, gepusht mit absurd hohen Paid-Budgets. Doch die ernüchternde Wahrheit: Trotz datengetriebenem Targeting, Social-Media-Symphonien und omnipräsenten Clickbait-Dramaturgie blieb der große Erfolg oft aus.

Woran liegt's? Der Mensch mag mit noch so vielen digitalen Werkzeugen hantieren und sich digital fühlen, doch seine kognitive DNA ist analog geblieben. Während sich das Marketing in Windeseile in Richtung Hyperpersonalisierung katapultiert hat, verharren die Hirnwindungen der Zielgruppe, die immer spitzer definiert wird, immer noch in einer Welt, in der multisensorische und haptische Erlebnisse den Unterschied machen. Print ist nicht tot – Print ist nur aus dem Rampenlicht getreten, um sich neu zu erfinden.

In Wahrheit liegt der Erfolg im Mix. In der Liaison zwischen altbewährten Printmedien und durchdachten digitalen Konzepten. Warum? Weil Print eine Haptik bietet, die kein Bildschirm ersetzt. Weil ein gut gemachtes Magazin das Hirn tiefer penetriert als ein im Vorbeiscrollen erhaschter Instagram-Ad. Weil ein durchdachtes Zusammenspiel zwischen digitalem Push und physischem Touch für Marken immer noch der Schlüssel zur unsterblichen Relevanz ist.

Fazit: Print lebt – nicht trotz der Digitalisierung, sondern wegen ihr. Wer es richtig macht, verbindet beide Welten. Und genau das ist die wahre Kunst des modernen Marketings.

Martin Jaggi, business+design AG, Eidg. Dipl. Marketingleiter



GUTENBERG.BIBEL MAINZ FEIERT WELTREKORD

Zum 625. Geburtstag von Johannes Gutenberg wurde im Rahmen des Kultursommers Rheinland-Pfalz die größte Bibelseite der Welt gedruckt.

Am 26./27. April entstand in Mainz ein monumentaler und außergewöhnlicher Hochdruck der ersten Seite des JOHANNES-Evangeliums aus der berühmten 42-zeiligen Gutenberg-Bibel, die zwischen 1453 und 1455 von GUTENBERG in Mainz gedruckt wurde. Ein Original wird im Mainzer Gutenberg-Museum aufbewahrt. Die Seite wurde auf einen Papierbogen im Format 5,00 × 7,20 m gedruckt. Der Druck der Seite fand im Freien statt.

Vor einem Jahr wurde die Idee von Grafiker MARKUS KOHZ, einem engagierte Vorstandsmitglied der Internationalen Gutenberg-Gesellschaft geboren und seit Oktober 2024 wurde auf die Aktion hingearbeitet. Den Druckstock, aus 13 computergefrästen Holzplatten, stellten Studierende der Hochschule Mainz her. Diese »Klischees« wurden manuell mit Walzen und vier Farben eingefärbt, der riesige Papierbogen in einer Grammatur von 190 g/m² von Hamburger Containerboard aus Gelsenkirchen, wurde

aufgelegt und statt einer Spindel wie an einer Druckpresse wurden Deckplatten eingesetzt. Um den nötigen Druck auszubauen und die Farbe auf das Papier zu pressen, kam ein Kleinwagen zum Einsatz, der viele Male über die Druckstöcke fuhr, dabei allerdings eine kleine Stelle ausließ, so dass die fertige Seite einen einige Wörter umfassenden Druckfehler aufweist. Über ein Gerüst wurde die Seite schließlich nach oben gezogen.

Insgesamt dauerte der Druck der Seite vom Einfärben der Buchstaben bis zum Aufrichten der fertigen Seite fast drei Stunden.

An dem spektakulären Druck-Schauspiel nahmen 34.000 Besucher teil. Am 28. April wurde das fertige Werk im Chorraum des Mainzer Doms aufgehängt. Bis Ende August kann die größte Bibelseite der Welt dort bestaunt werden.



**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

VISUELLE KOMMUNIKATION DIE FASZINIERENDE WIRKUNG DES GROSSFORMATS

Man sagt es ja oft genug: »Ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte.« Kein Wunder also, dass sich die werbungtreibende Industrie mit zunehmender Begeisterung auf Großformatdrucke und die Produktion dieser Eyecatcher stürzt. Ob Poster, Autowerbung oder Display: Big is beautiful, denn die opulenten Blow-ups garantieren werbewirksame Aufmerksamkeit.

Von Klaus-Peter Nicolay

Was eigentlich macht den Erfolg des Large Format Printing aus? Es sind nicht die eingesetzten Maschinen, nicht die Techniken und auch nicht die verwendeten Materialien. Es ist die Faszination großer Bilder. Alles Große hat und hatte schon immer eine besonders große Ausstrahlung auf die Menschen. Ob das nun Monumentalbauten wie der Eiffelturm, die New Yorker Freiheitsstatue oder die Pyramiden sind, sie faszinieren die Menschen. Und ähnlich ist es bei Bildern, Schriften und deren Botschaften.

Was im TV-Spot nur flüchtig an uns vorbeiflimmert, was in Magazinen möglicherweise überblättert wird, was im Internet eher verärgert weggeklickt wird, zieht als Blow-up im Megaformat plötzlich und unweigerlich unsere Aufmerksamkeit auf sich.

Denn in der immer komplexer werdenden Umgebung konkurrieren unterschiedliche Sinnesreize um unsere Aufmerksamkeit.

Dabei werden die emotionalen Reize durch Bilder verstärkt und je größer das Bild, eine Schrift oder eine Botschaft ist, desto stärker ist die emotionale Wirkung, haben Psychologen mehrfach bestätigt. Die gefühlsmäßige Wirkung von Bildern kann demnach mit ihrer Größe gesteigert werden.

Dass sich die Werbung diese Wirkung zunutze macht, kennen wir seit langer Zeit schon bei großflächiger Außenwerbung. Und noch größer ist offenbar die Wirkung bei der Werbung auf Straßenbahnen, Lkw oder anderen Fahrzeugen. Denn hier werden zwei Komponenten miteinander vereint: Einmal die Wir-

kung großer Bilder und zum anderen die Bewegung. Bewegte Objekte werden von den Menschen seit Urzeiten und quasi im Unterbewusstsein auf ihre Gefährlichkeit hin geprüft. Diesem Ur-Instinkt entsprechend verfolgen unsere Augen reflexartig vorbeifahrende Fahrzeuge – vor allem dann, wenn sie bunt sind.

Straßen werden zum Bilderbuch

Nach anfänglichen Schwierigkeiten mit den Tinten und den Medien für den Außeneinsatz haben sich längst auch entsprechende Anwendungen etabliert. Man sieht (oder übersieht) LFP-Produkte inzwischen in Form von Schildern aller Art, als Fassadenbanner, Megaposter an Hochhäusern und bei Gerüstverkleidungen, die Drucke kommen als

Großplakate und Citylight Poster vor, werden für Orientierungssysteme wie Landkarten oder Stadtpläne eingesetzt, aber auch für Fahrpläne bei Bussen und Bahnen sowie generell für Informationstafeln.

Und niemand wird behaupten können, er habe noch nie Fahrzeugwerbung gesehen. Die hat inzwischen eine enorme Vielfalt erreicht und hat Autobahnen und Straßen geradezu in ein Bilderbuch verwandelt. Das beginnt bei vergleichsweise kleinen Klebefolien oder Magnetplatten-Schildern für Geschäftsautos, reicht über die Flottenwerbung von Unternehmen für seine Pkw und Lkw, den Lastwagen- und Anhänger-Planendruck, die Werbung auf Straßenbahnen und Linienbussen bis hin zu Eisenbahn-Lokomotiven und -Wagons, Flughafen- und Airline-



Jan Vermeers »Meisje met der parel« von 1665 war im Mauritshuis-Museums in Den Haag in zehnfacher Vergrößerung in allen Details zu sehen und konnte auch angefasst werden – für ein Museum ansonsten eher ungewöhnlich. (Bildquelle: Canon.)



Mit imposanten Blow-ups in deutschen Metropolen und strategisch platzierter Werbung an verkehrsreichen Plätzen oder hochfrequentierten Autobahnen verstärkt ein Energydrink seine Markenpräsenz. (Bildquelle: Effect.)



Die Möglichkeit, Neon-Akzente zu setzen, eröffnet neue Freiheiten für Designer, Markenartikler und Agenturen. Denn was bislang dem Siebdruck vorbehalten war, schafft nun der UV-Inkjet-Druck. (Bildquelle: swissQprint.)

Flottenwerbung. Und nicht zuletzt bedient sich die Formel 1 des Car-Wrappings (siehe unseren Beitrag auf Seite 36).

Trend gegen Ex-und-Hopp

Bei Anwendungen im Innenbereich mit dem Large Format Druck sind der Fantasie schon gar keine Grenzen gesetzt. Was mit Bannern und Stoppern im Einzel- und Großhandel begann, hat sich im Messe- und Ladenbau mit Hängebannern, Displays und Point-of-Sales-Aufstellern fortgesetzt und findet auch bei der Laden- samt Shop-in-Shop-Gestaltung vielfältige Anwendung.

Ein spürbarer Trend sind dabei auch Recycling- und Renovierungs-Initiativen statt der verschwenderischen Ex-und-Hopp-Mentalität. Viele große Unternehmen, Banken, Industrie- oder Gewerbebetriebe entscheiden sich anstelle einer vollständigen Renovierung für ein Umdekoriere der Räumlichkeiten. Statt Wandverkleidungen und vorhandene Möbelstücke zu entsorgen, steht das Dekorieren mit selbstklebenden Drucken im Vordergrund.

Der Trend geht einher mit mehr Individualität und gezielter Einhaltung des Corporate Design eines Unternehmens.

Gerade bei der Innenraum-Gestaltung sehen Hersteller von entsprechenden Bedruckstoffen noch sehr viel Potenzial. Nach deren Einschätzung entwickelt sich der Bereich Interior Design zu einer wahren Erfolgsgeschichte.

Unterschiedlich strukturierte und individuell bedruckte Tapeten werden in Hotels, Supermärkten, Kaufhäusern oder Fast-Food-Ketten eingesetzt. Dabei reichen handelsüblicher Tapeetenkleister für schwere Tapeten und normales Tapeziergerät aus, um so kostensparend zu renovieren.

In die gleiche Richtung zielt ja auch das bereits angesprochene Car-Wrapping: flexible Fahrzeug-Vollverklebung statt teurer Umlackierung. Car-Wrapping mit digital gedruckten Motiven ist ein immer stärker wachsendes Segment im Digitaldruck. Die Werbebotschaft wird größer und plakativer, gleichzeitig aber auch farbenfroher und durch die Verwendung fotorealistischer Darstellungen visuell attraktiver.

Alles außer Wasser

Wenn Wandbilder und Tapeten heute nicht nur im Business-Bereich, sondern zunehmend auch im Privaten mit LFP-Produkten für das Interior-Design genutzt werden, ist der Brückenschlag zu weiterem Dekor nicht weit.



Während der Renovierung von Schloss Güstrow verdeckten großformatige Planen die Bauarbeiten. Die Besucher sahen zwar nur die bedruckten Banner, erhielten aber gerade deshalb eine gute Vorstellung davon, wie es später aussehen wird. (Bildquelle: HP.)

Tischdecken, Gardinen, Teppiche, Glas, Holz, Keramik und andere Baustoffe lassen sich bedrucken und liefern Beispiele für die Universalität des LFP-Drucks. Dabei ist Large Format Printing nicht alleine in Märkte vorgestoßen, die bisher dem Siebdruck vorbehalten waren, sondern es haben sich mit den neuen Möglichkeiten auch neue Märkte aufgetan. Ob in der Innen-, Außen- oder Eventwerbung, bei Ausstattungen für Messen, Präsentationen und bei Immobilien – überall werden großformatige Drucksachen eingesetzt.

Das geflügelte Wort der Siebdrucker »Wir bedrucken alles – außer Wasser« trifft auch auf den Großformatdruck zu. Doch neben mehr oder weniger industriellen Anwendungen hat sich die Technik auch bei Fotografen und Künstlern breit gemacht, die sich die schnelle Verfügbarkeit der Ergebnisse zunutze machen.

Die Technik

Für den Anwender scheint die Anwendung Large Format Printing eine vergleichsweise einfache Übung zu sein. Und das Widersprüchliche: hinter dem Großformatdruck steckt eine Technik, die in ihren minimalen Dimensionen kaum noch zu verstehen ist. Die Komplexität hinter der Technik kann aber nur der verstehen, wer sich auch mit den einzelnen Elementen, dem Zusammenspiel der Komponenten und der daraus resultierenden Verfahren beschäftigt. Dazu zählen Themen wie

- Inkjet-Technologien,
- Druckköpfe,
- Tinten und Farben,
- Trockner und Härtungsequipment sowie
- Medien und Bedruckstoffe.



Digital bedruckter roter Teppich zur Begrüßung der Gäste. Auch größere Schriften wirken imposanter.





KLEINE FESPA-VORSCHAU

Die *Fespa Global Print Expo* findet 2025 wieder in Berlin statt. Bei über 550 Ausstellern und 40% mehr Ausstellungsfläche wird eine Fülle an Lösungen und neuen Produkten und für Spezialdruck, Werbetechnik und Personalisierung erwartet. Zudem finden vom 6. bis 9. Mai parallel dazu weitere Veranstaltungen wie die *European Sign Expo* und *Personalisation Experience* statt. Zudem gehen wieder die mit Spannung erwarteten *World Wrap Masters* über die Bühne.

Nach regionalen Wettbewerben an den Vortagen treten Fahrzeugfolierer aus ganz Europa beim Folieren von Objekten und Fahrzeugen gegeneinander an und kämpfen im Finale um den Titel des *World Wrap Master 2025*. Erneut verliehen werden auch die *Fespa Awards*, bei denen Produktexzellenz und Kreativität in 18 Kategorien ausgezeichnet werden, unter anderem in den Bereichen Druck, Werbetechnik, Spezialeffekte, Textil- und Bekleidungsdruck, Fahrzeugfolierung sowie Verpackung.

Wie zu erwarten, gibt es auf der *Fespa* wieder zahlreiche Neuheiten der Aussteller.

CANON

Canon zeigt seine neuesten Entwicklungen im Großformat. Mit Anwendungen aus den Bereichen Retail, Interior Design, Point of Sale (POS) und Promotional Packaging bietet Canon eine Vielzahl an Inspirationen für Werbetechniker und Druckdienstleister.

Im Fokus stehen Printprodukte, die mit den Serien *Arizona*, *Colorado* und *imagePROGRAF* in End-to-End-Workflowlösungen hergestellt werden. Dabei setzt Canon auf eigene Plattformen wie die *PRISMA XL Suite* sowie

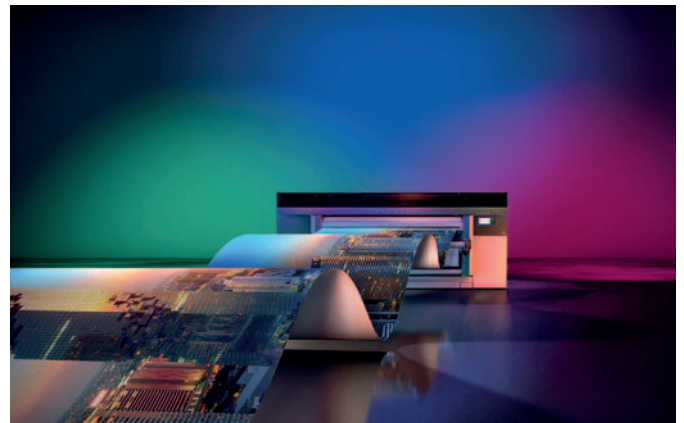
Canon zeigt zudem die Vielfalt moderner Innenraumgestaltungsmöglichkeiten.

COLORGATE

ColorGATE Digital Output Solutions GmbH kündigt die Markteinführung von *Version 25* des Productionsservers an, zusammen mit der Einführung von drei neuen Produkten: der *Core Productionserver-Familie*, dem *Simulation and Proofing Package* sowie *Automation Productionserver*.

DURST

Die *Durst Group* präsentiert sich in Berlin mit einem starken Auftritt. Produktneuheiten und smarten Softwarelösungen will *Durst* auch optisch Akzente mit



Das UVgel Rolle-zu-Rolle-Drucksystem, die *Colorado M-Serie*, wird seine Produktivität, Modularität und Aufrüstbarkeit am Messestand unter Beweis stellen und eine Vielzahl großformatiger Grafikanwendungen drucken.

zahlreiche Partnerprodukte. Im Concept Store werden kreative und kommerzielle Potenziale von Großformatgrafikanwendungen veranschaulicht. Gezeigt werden Beispiele für Konzept- und Markenlösungen, darunter Anwendungen für Innendekoration, Verpackung und Point of Sale (POS). Die Ausstellung bietet eine vielfältige Auswahl an Kundenmustern: von Soft Signage, Wellpappen- und Luxusverpackungen über POS-Displays und Poster bis hin zu Dekorelementen wie Tapeten, Akustikpaneelen sowie Drucken auf Holz, Glas, Fliesen und Mosaiken.

einem Standkonzept, das den Fokus auf Anwendungen, Live-Demos und den Informationsaustausch legen. Zu den Produkthighlights zählen: Der *P5 500 TEX iSUB* ist ein 5,2 m breiter Superwide-Printer mit wasserbasierten Tinten und integrierter Inline-Fixierung. Er bietet eine Kombination aus Qualität und Nachhaltigkeit für Anwendungen wie Messebau, Interior-Design und großformatige Textillösungen. Der im Oktober 2024 vorgestellte *P5 X* feiert auf der *Fespa* seinen offiziellen Markteintritt. Als vielseitiger Flachbettdrucker kann er auch für den Rollen-

druck eingesetzt werden und kombiniert Präzision, Produktivität und Flexibilität für unterschiedliche Anwendungen. Als Ergebnis der Integration von *Aleph* bringt der *LF 430 GF* den nachhaltigen textilen Direkt-druck mit wasserbasierten

neue Tintentechnologie *Aquafuze* vor. Die Tinten sollen flache Dünnschichtdrucke mit klaren Details und glatter, kratzfester Oberfläche produzieren. Als weitere Neuheit soll der *Acuity Triton* mit einer Druckbreite von 160 cm bei Leistungen von bis zu

tragsverwaltung und die Fernsteuerung der Produktion in eine zentrale Echtzeit-Plattform integriert.

IMPRESSED

Impressed zeigt gemeinsam mit *Enfocus* die neue Version des *Impressed Workflow Servers*. Er bietet Integration in *Advanter ERP*, *Preflight* und *Freigabeprozesse*, *Nesting-Optimierung* sowie eine *RIP-Anbindung* für die nahtlose Produktionssteuerung.

MIMAKI

Neben den beiden Textildirektdruckern *Tx330-1800* und *Tx330-1800B* wird *Mimaki* mit seinen neuen UV-Tinten *ELH* und *ELS* dem Bedarf an SVHC-freien Lösungen gerecht. Angesichts zunehmender Forderungen nach einer Einschränkung SVHC-haltiger Consumables hat *Mimaki* eine Tinte entwickelt, die SVHC-frei sind und auch keine CMR-Stoffe (krebserregende, erbgutverändernde und fortpflanzungsgefährdende Stoffe) enthalten, die als gesundheitsschädlich bekannt sind. Darüber hinaus ist die Geruchsentwicklung bei der Verwendung von *ELH*- und *ELS*-Tinten im Vergleich zu herkömmlichen UV-Tinten um ca. 30 %.

Die neuen *ELH*-Tinten zeichnen sich zudem durch dieselbe hohe Kratzfestigkeit aus wie die her-

kömmlichen *LH-100*-Tinten aus, während die *ELS*-Tinten dieselbe Flexibilität aufweisen wie die herkömmlichen *LUS-120*-Tinten.

ORAFOL

Erstmals in Europa zeigt *Orafol* die spektralselektiven Sonnenschutzfolien sowie neue farbige Lackschutzfolien für Fahrzeuge. Die Sonnenschutzfolie *Oraguard HelioShield* ist eine Premiumlösung zur Nachrüstung von Verglasungen. Die Folie kombiniert hohe Lichtdurchlässigkeit mit Infrarot-Reflexion und reduziert so die Hitzeentwicklung in Innenräumen.

SUN CHEMICAL

Streamline Toccata ist eine neue wasserbasierte Tinte für den Poster- und Wellpappendruck von *Sun Chemical*, die eine hohe Haltbarkeit und Bildqualität auf Substraten wie tonbeschichteten Materialien bietet. Außerdem ist eine neue UV-Tintentechnologie für *Epson i3200*-Druckköpfe zu sehen.

Die Markteinführung der *Xennia Sapphire*-Pigmenttinten erfolgt ebenfalls auf der *Fespa*.

SWISSQPRINT

swissQprint zeigt die neue Flachbettlinie mit einer neu konzipierten Basis, mehr Output sowie zehn Farbkänen. Auch im Rampenlicht stehen der Rollendrucker *Karibu* und eine breit gefächerte Anwendungsgalerie. Zwei Drucker repräsentieren auf der Messe die neue Maschinen-generation: Das Erfolgsmodell *Nyala*, das in der 5. Generation 23% schneller als sein Vorgänger ist, sowie der High-End-Flachbettdrucker *Kudu* mit einem neuen maximalen Output von 341 m² pro Stunde.



Der wasserbasierte Sublimationsdrucker mit 5,2 m Breite und integrierter Inline-Fixierung ist ein echtes Highlight der FESPA 2025.

Pigment-Tinten ins Portfolio der *Durst Group*.

Die *D4*-Version des erfolgreichen *P5 350 HS* überzeugt mit maximaler Geschwindigkeit und Qualität mit neuen Performance- und Qualitätssteigerungen. Ein weiterer Fokus liegt auf dem wachsenden Softwareportfolio mit Workflowlösungen, KI-gestützte Anwendungen zur Optimierung von Produktionsprozessen.

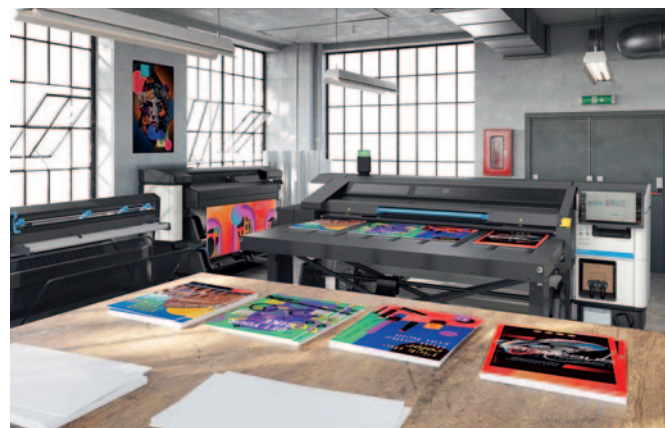
FUJIFILM

Fujifilm will erstmals die *Acuity Ultra Hybrid Pro* zeigen. Bei einer Druckbreite von 330 cm ist die Maschine mit bis zu 32 *Kyocera*-Druckköpfen ausgerüstet. *Fujifilm* und *Barberán* haben gemeinsam eine Single-Pass-Inkjetlösung entwickelt, die in zwei Konfigurationen erhältlich ist. Das Flaggschiff, die *HS6000*, soll ein Produktionsvolumen von bis zu 6.000 m² in der Stunde bewältigen können. Auf der *Fespa* in Berlin soll nun mit der *HS3000* die kleinere Version für geringere Volumen vorgestellt werden. Außerdem stellt *Fujifilm* seine

15 m² vorgestellt werden

HP

Hat den *HP Latex R530*-Drucker erst kürzlich in den USA angekündigt, zeigt ihn aber bereits auf der *Fespa*. Der All-in-One-Drucker eigne sich für kleine und mittelständische Druckereien, teilt das Unternehmen mit. In einem Demo-Bereich auf dem *HP*-Stand können Besucher den neuen *HP PrintOS Production Hub* ausprobieren. Dabei handelt es sich um eine Software für den Großformatdruck, die die Auf-



Der *HP Latex R530* ist eine Lösung für Druckdienstleister, die in den Markt für den Druck von Platten einsteigen oder expandieren möchten. Das *Design Printers* ermöglicht einen schnellen Wechsel zwischen flexiblen und rigiden Materialien.



Bildquelle: Kornit

KORNIT MAXIMIEREN SIE IHR SIEBDRUCK- GESCHÄFT MIT DIGITALER POWER

Die Textildruckbranche entwickelt sich rasant weiter – angetrieben von der steigenden Verbrauchernachfrage nach Geschwindigkeit, Individualisierung und Nachhaltigkeit. Während der Siebdruck lange Zeit das Rückgrat der Massenproduktion von Kleidung war, steht er heute zunehmend unter Druck, mit einem Markt Schritt zu halten, der Agilität und Umweltverantwortung belohnt.

Text und Bilder: Kornit

Um relevant und profitabel zu bleiben, müssen Siebdrucker ihre Produktionsstrategien überdenken – ihre Fähigkeiten ausbauen, anstatt Bewährtes zu ersetzen.

Genau hier macht ein neuer hybrider Ansatz den Unterschied: Er kombiniert die Stärken des Siebdrucks mit der Flexibilität digitaler Technologien.

Mit innovativen Direct-to-Garment-Lösungen wie der *Kornit Apollo* – dem Kraftpaket für die Massenproduktion – können Unternehmen kleine Auflagen, Personalisierung und Nachhaltigkeitsanforderungen meistern, ohne bei Geschwindigkeit oder Qualität Kompromisse einzugehen. Dabei geht es nicht nur darum, mitzuhalten – sondern voranzugehen.

Die Herausforderungen für heutige Siebdrucker

Siebdruckunternehmen stehen heute vor einer wahren Sturmfront aus betrieblichen und marktbedingten Herausforderungen. Fachkräftemangel und steigende Löhne erschweren es, effiziente Produktionslinien aufrechtzuerhalten. Veraltete manuelle Prozesse verursachen Engpässe, verlangsamen die Durchlaufzeiten

und treiben die Kosten in die Höhe.

Gleichzeitig erwarten Kunden heute On-Demand-Lieferungen, personalisierte Produkte und Kleinstauflagen – Anforderungen, die mit traditionellen Siebdruckverfahren nur schwer umzusetzen sind, ohne Zeit und Materialien zu verschwenden. Auch die Umweltauflagen nehmen zu: Regulierungsbehörden

und Verbraucher fordern saubere, verantwortungsbewusstere Produktionsprozesse. Wasserverbrauch, Chemikalienrückstände und Energieeinsatz stehen dabei besonders im Fokus und machen klassische Arbeitsabläufe zunehmend unvereinbar mit Nachhaltigkeitszielen.

Hinzu kommt die Konkurrenz durch Online-Plattformen, die Sofortbestellungen und extrem schnelle Lieferung ermöglichen. Um im Wettbewerb zu bestehen, müssen Siebdrucker effizienter, flexibler und nachhaltiger werden – ohne dabei Qualität oder Rentabilität zu opfern.

Herausforderungen durch digitale Innovation lösen

Die Lösung liegt nicht im Ersatz des Siebdrucks – sondern in seiner Ergänzung durch den richtigen digitalen Partner.

Die Kornit Apollo wurde genau für diese Herausforderungen entwickelt und definiert die Möglichkeiten hybrider Produktionsumgebungen neu. Das einstufige System, das mühelos von nur einer Person bedient werden kann, nutzt fortschrittliche Automatisierung, um die Abhängigkeit von manueller Arbeit zu verringern und klassische Produktionsengpässe zu beseitigen. Es bietet die nötige Flexibilität, um sowohl Einzelstücke als auch kurze Auflagen ebenso effizient zu produzieren wie hohe Stückzahlen – ganz ohne die aufwendigen Rüstprozesse, die kleine Auflagen im traditionellen Siebdruck unwirtschaftlich machen. Nachhaltigkeit steht im Zentrum des Apollo-Designs: ein wasserloser Prozess mit umweltzertifizierten Tinten sowie minimalen Abfall- und Energieverbräuche. Entsprechend globaler Standards und dem steigenden Wunsch nach umweltfreundlicher Produktion ermöglicht Apollo eine

schnelle, hochwertige Produktion und eröffnet Siebdruckern neue Märkte und Dienstleistungen – vom On-Demand-Dropshipping bis hin zum personalisierten E-Commerce – ohne bestehende Abläufe zu stören.

Ihr Wettbewerbsvorteil mit Apollo

Was die Kornit Apollo wirklich auszeichnet, ist ihre Fähigkeit, Einzelhandelsqualität mit exakter Farbtreue und gleichbleibender Druckqualität zu liefern – kombiniert mit industrieller Leistungsstärke, digitaler Flexibilität und der Effizienz, die für anspruchsvolle, zeitkritische Großproduktionen notwendig ist.

Mit einer beeindruckenden Geschwindigkeit von bis zu 400 Kleidungsstücken pro Stunde erfüllt Apollo mühelos selbst engste Zeitpläne. Das halbautomatische Beladesystem und die automatische Entladung optimieren den Workflow, während die automatische Palettengrößenanpassung für maximale Effizienz bei verschiedenen Kleidungsgrößen sorgt.

Diese Zuverlässigkeit und Automatisierung gewährleisten konstant hohe Qualität bei jedem Druck – ideal für Lizenzmarken und auch für anspruchsvolle Kunden.

Auch das Geschäftsmodell überzeugt: Kornits All-inclusive-Click-Preisgestaltung umfasst Tinte, Wartung und Support in einem kalkulierbaren Preis pro Druck. Das bedeutet einfachere Budgetplanung, klare Gewinnspannen und die Möglichkeit, mit Vertrauen und Kontrolle zu skalieren.

Apollos integrierter Workflow vereinfacht den gesamten Produktionsprozess – von der Bestellung bis zum fertigen Produkt – reduziert manuelle Schritte und erhöht Geschwindigkeit sowie Genauigkeit. Unterstützt durch Kornits Fachwissen und engagierten Support

ist Apollo mehr als nur ein Drucksystem – es ist eine skalierbare Lösung für grenzenloses Wachstum.

Die Zukunft des Drucks ist hybrid – sind Sie bereit?

Für Siebdrucker, die ihr Geschäft zukunftssicher aufstellen und neue Profitabilitätspotenziale erschließen wollen, ist digitale Integration keine Option – sondern ein strategisches Muss.

auf Digitaldruck umstellen können, ohne ihr Kerngeschäft zu gefährden. Für alle, die relevant, profitabel und zukunftsfähig bleiben wollen, ist die Integration digitaler Drucktechnologie kein optionales Upgrade mehr – sie ist eine strategische Notwendigkeit.

Denn es geht nicht darum, funktionierende Prozesse zu ersetzen – sondern sie zu stärken.



Die Nachfrage nach Individualisierung und On-Demand-Produktion wächst: Onlinehandel, Influencer-Merch und Mikro-Marken haben das Produktionsmodell revolutioniert. Großaufträge mit langen Vorlaufzeiten gehören der Vergangenheit an. Heute erwarten Kunden kleine Stückzahlen, individuelle Designs, schnelle Lieferung und Personalisierungsmöglichkeiten.



Die Kornit Apollo bietet einen nahtlosen Weg in die Zukunft, ergänzt bestehende Abläufe und liefert gleichzeitig Geschwindigkeit, Flexibilität, ein erweitertes Angebot und Nachhaltigkeit im großen Stil.

In dieser neuen Realität entscheiden sich Siebdruckereien nicht mehr ob, sondern wie schnell sie

Erleben Sie die Transformation live bei der Fespa und sehen Sie die Kornit Apollo in Aktion. Entdecken Sie, wie Ihr Unternehmen vom Siebdruck zum hybriden Modell wechseln – und die nächste Ära des Textildrucks anführen kann.

> www.kornit.com



KORNIT NICHT ERSATZ, SONDERN ERGÄNZUNG

In der neuen Realität der Digitalisierung entscheiden Siebdruckereien nicht mehr ob, sondern wie schnell sie auf Digitaldruck umstellen können, ohne ihr Kerngeschäft zu gefährden. Für alle, die relevant, profitabel und zukunftsfähig bleiben wollen, ist die Integration digitaler Drucktechnologie kein optionales Upgrade mehr, sondern eine strategische Notwendigkeit.

Von Brendan Mangan, Business Director DTG EMEA bei Kornit Digital

Lange Zeit waren Siebdruckereien auf erfahrene Fachkräfte angewiesen, die Maschinen bedienen, Siebe vorbereiten und Druckprozesse feinjustieren. Solche Profis werden immer seltener – und teurer. Die Ausbildung neuer Mitarbeitender ist zeitintensiv und der Lernprozess im Siebdruck ist komplex. Zudem steigen Material-, Energie- und Gerätekosten, was die Gewinnmargen weiter schmälert. In vielen Betrieben sind manuelle Prozesse nicht mehr wirtschaftlich oder skalierbar. Was einst ideal für große, gleichförmige Aufträge war, wird heute zum Engpass in einer Welt, die Schnelligkeit und Flexibilität verlangt.

Dazu kommt die Nachfrage nach Individualisierung und On-Demand-Produktionen, getrieben durch den Onlinehandel, Influencer und Mikro-Marken. Großaufträge mit langen Vorlaufzeiten gehören der Vergangenheit an. Heute erwarten Kunden auch bei Textilien kleine Stückzahlen, individuelle Designs, schnelle Lieferung und Personalisierungsmöglichkeiten. Der klassische Siebdruck ist darauf nicht ausgelegt. Hinzu kommen strengere gesetzliche Umweltvorgaben weltweit. Wer nicht in saubere Prozesse investiert, riskiert den Verlust von Aufträgen.

Warum Digitaldruck der nächste logische Schritt ist

Digitaler Textildruck bietet eine starke Antwort auf diese Herausforderungen – nicht als Ersatz, sondern als Ergänzung zum Siebdruck. Er füllt genau die Lücken, die der Siebdruck nicht abdecken kann.

Digitale Systeme erlauben den Druck variabler Daten, Einzelstücke und Kleinauflagen ohne Siebe oder komplexe Farbseparationen. Just-in-Time-Produktion wird möglich – ideal für Online-Shops und personalisierte Produkte.

Das erschließt neue Märkte. Wer mehr Kundentypen und Auftragsgrößen bedienen kann, steigert seine Einnahmen ohne nennenswerte Mehrausgaben. Digitale Drucksysteme sind hochautomatisiert und erfordern oft nur wenige Bediener. Digitaldruck kann den ökologischen Fußabdruck deutlich senken. Wasserlose Systeme, zertifizierte Tinten und geringer Abfall erleichtern die Einhaltung von Umweltvorgaben. Manche Systeme benötigen kaum Nachbehandlung, was zusätzlich Ressourcen spart.

Der Siebdruck hat hohe Fixkosten – kleine Aufträge lohnen sich kaum. Beim Digitaldruck sind die Kosten linear und vorhersehbar. Ob ein Shirt oder hundert – die Druckkosten bleiben gleich. Pay-per-Print-Modelle und cloud-

basierte Workflows senken das Risiko und machen Planung und Skalierung einfacher.

Außerdem liefern moderne Digitaldrucker gestochen scharfe, farbintensive, waschbeständige Ergebnisse. Besonders komplexe oder fotorealistische Designs profitieren enorm. Das eröffnet die Möglichkeit, sich im Premiumsegment zu positionieren.

Die Stärke des Hybrid-Modells

Die klügsten Siebdrucker geben ihr Wissen nicht auf – sie entwickeln sich weiter. Der hybride Ansatz kombiniert das Beste aus beiden Welten: die Wirtschaftlichkeit des Siebdrucks bei großen Auflagen mit der Flexibilität des Digitaldrucks bei kleineren Jobs.

Ein hybrider Workflow optimiert Kapazitäten, reduziert Ausschuss und eröffnet neue Chancen – vom 10-Stück-Sonderauftrag bis zur 10.000-Stück-Kampagne. Verändert sich die Nachfrage, kann schnell reagiert werden.

Kornit Apollo im Einsatz

Ein Paradebeispiel für den digitalen Wandel ist die *Kornit Apollo* – ein Hochleistungs-System für Produktionsumgebungen. Sie vereint Geschwindigkeit, Automatisierung und Nachhaltigkeit.

VOLKER REHDANZ, Inhaber von *Print Palace Textildruck* in Dortmund, ist der erste europäische Nutzer der *Apollo*. Er sagt: »In den letzten Jahren hatten wir immer mehr Aufträge im Bereich 100 bis 500 Stück – mit hohen Ansprüchen an Qualität, Farbbrillanz und Kreativität. Das führte zu erheblichen Verzögerungen im Siebdruck. Die *Kornit Apollo* war ein Durchbruch – die beste digitale Lösung, die wir für mittlere Auflagen gesehen haben.«

Die Zukunft neu denken

Der Druck auf traditionelle Arbeitsweisen wird weiter zunehmen – doch in diesem Wandel liegt auch eine enorme Chance. Wer Digitaldruck integriert, gewinnt Spielraum bei Margen, Kundschaft und Strategien. Es geht nicht darum, den Siebdruck aufzugeben – sondern ihn zu stärken. Wer seine traditionellen Stärken mit digitaler Flexibilität kombiniert, baut ein schnelleres, intelligenteres und profitableres Unternehmen auf. Die Branche verändert sich – und die Gewinner von morgen sind die, die sich heute bewegen.

> www.kornit.com

PRODUKT. HINTERGRUND. **ANWENDUNG.**

Was in den gedruckten Heften keinen Platz findet, aber nicht auf die nächste Ausgabe warten soll, finden Sie in den *Druckmarkt impressions*. In loser Reihenfolge als PDF-Magazin. Wir stellen Produkte und Lösungen vor, vermitteln die Hintergründe und zeigen die Anwendungen.

Jetzt kostenlos registrieren.
www.druckmarkt.com



AGFA

Das Tempo in der Entwicklung vorgeben

Nachdem *Agfa* 2022 seine Offsetdruck-Sparte verkaufte, legte das Unternehmen seinen Schwerpunkt auf den Inkjet-Druck und hier besonders auf das Large und Wide Format Printing. Dabei verfolgt *Agfa* mit seinem Geschäftsbereich Digital Printing Solutions eine One-Stop-Shop-Strategie, die neben Hard- und Software auch Verbrauchsmaterialien wie Tinten sowie Service und Support umfasst.

Von Knud Wassermann



Arnaud Calleja ist Vice-President Digital Printing Solutions bei Agfa.

Der *Agfa*-Geschäftsbereich Digital Printing Solution, in dem alle Aktivitäten rund um den Inkjet-Druck angesiedelt und gebündelt sind, hatte 2024 nach Aussage von Vice-President ARNAUD CALLEJA ein positives Jahr. Wir haben mit ihm über das aktuelle Marktumfeld, über Innovationen und neue Anwendungen im Digitaldruck gesprochen.

Das Business ist für Agfa ja nicht neu, sondern die Fortsetzung des bisherigen Digitaldruck-Geschäftes. Wie hat es sich aber als eigenständige Unit entwickelt?

ARNAUD CALLEJA: Als globaler Player konnten wir 2024 in allen Regionen

unseren Umsatz steigern. Wir haben im vergangenen Jahr ein zweistelliges Wachstum erreicht, nachdem uns die zuletzt vorgestellten Produkte einen unglaublichen Schub verliehen haben. Und wir glauben, dass wir diesen Wachstumskurs 2025 fortsetzen werden. Wir verfügen über ein global agierendes Vertriebs- und Service-Team, das unsere Lösungen am Markt implementiert und die Serviceleistungen ausführt. Wir investieren kontinuierlich in Hard- und Software, aber auch in Tinten und in die Nachhaltigkeit unserer Lösungen. Die Kunden nehmen uns als seriösen Lösungsanbieter wahr, was sich positiv auf unsere wirtschaftliche Entwicklung auswirkt.

Lässt sich schon etwas darüber sagen, ob die Neuausrichtung von Agfa und die Übernahme von Inca strategisch aufgegangen sind?

Die Übernahme von *Inca* erfolgte bereits 2022. Sowohl die Übernahme als auch die Integration haben wir erfolgreich umgesetzt und abgeschlossen. Mit der Single-Pass-Technologie von *Inca* haben wir eine Lücke in unserem Portfolio geschlossen. Ziel ist es, auf Basis der Single-Pass-Technologie Lösungen für den digitalen Verpackungsdruck auf den Markt zu bringen. Das *SpeedSet*-System, das für den Faltschachteldruck konzipiert ist, befindet sich gerade im Betatest. In der Partnerschaft mit *BHS* bringen wir auch eine Lösung für den digitalen Wellpappendruck auf den Markt. Die Übernahme war strategisch also absolut richtig, und wir werden damit den digitalen Verpackungsdruck sowohl in der Faltschachtel als auch in der Wellpappe in den kommenden Jahren mitgestalten.

Wie hat sich die strategische Partnerschaft mit EFI entwickelt? Bleibt es beim Technologeaustausch oder wird die Partnerschaft vertieft?

Die Partnerschaft mit *EFI* hat sich im Jahr 2024 unseren Erwartungen entsprechend entwickelt und bereits zu unserem Wachstum beigetragen. Wir gehen davon aus, dass sich die Partnerschaft in gleicher Weise fortsetzen wird.

Wie entwickeln sich die Märkte Sign & Display aus ihrer Sicht? Geht es hier um Wachstum oder Verdrängung?

Wir sehen beides. Die Technologie für Sign & Display ist ausgereift, das Wachstum hat sich jedoch etwas eingebremst. Also ist Innovation gefragt. Darauf haben

wir 2024 mit der Markteinführung des Rollendrucksystems *Jeti Condor* mit einer Druckbreite von 5,2 Metern und der Hybrid-Lösung *Jeti Bronco*, die eine höhere Produktivität liefert, geantwortet. *Ciervo* ist die nächste Generation unserer *Anapurna*-Plattform. Damit können wir in Hinblick auf Produktivität, Qualität und Anwendungsvielfalt die Anforderungen unserer Kunden abdecken.

Die drei Systeme sind vom Markt sehr positiv aufgenommen worden und haben zu unserem Wachstum beigetragen. Und auch dieses Jahr werden wir auf der *Fespa* in Berlin weitere Innovationen vorstellen. Aus meiner Sicht ist *Agfa* der innovativste Player im digitalen Großformatdruck – und wir geben das Tempo in der Entwicklung vor.

Was machen Sie besonderes, um sich mit ihren Lösungen und Dienstleistungen vom Wettbewerb abzugrenzen?

Der wichtigste Eckpfeiler ist der, dass sich *Agfa* zu einem One-Stop-Shop entwickelt hat. Wir decken heute alle Themen rund um den digitalen Großformatdruck ab, entwickeln und bauen unsere eigene Hardware, schreiben unsere eigene Software und produzieren unsere eigenen Tinten. Dieser Ansatz in Kombination mit Service und Support ist ganz entscheidend, um das Maximum hinsichtlich Produktivität, aber auch Qualität aus unseren Maschinen herauszuholen.

Weltweit beschäftigen wir 150 Service-Techniker, die technische Probleme rasch beheben können. Darüber hinaus unterstützt unser Support-Team Kunden bei der Anwendungsentwicklung. Hier geht es sehr oft darum, Tinte und Material optimal aufeinander abzustimmen.

Ich bin davon überzeugt, dass dies unser Alleinstellungsmerkmal ist. Um diese Position zu halten, investieren wir massiv in Forschung und Entwicklung. Ein weiterer Punkt ist das Thema Nachhaltigkeit. Wir werden auf der *Fespa* in Berlin innovative Ansätze vorstellen. Damit werden wir uns noch stärker vom Wettbewerb abheben.

In welche Richtung wird Agfa das Portfolio ausbauen? Was können wir auf der Fespa in Berlin erwarten?

Ohne ins Detail zu gehen, kann ich versichern, dass wir in Berlin wieder Produktneuheiten präsentieren werden. Einige stammen aus der Übernahme von *Inca*, die jetzt reif für den Markt sind. Andere Entwicklung kommen aus unserem F&E-Center in Belgien.

Grundsätzlich gehen die Entwicklungen in Richtung höhere Geschwindigkeit und somit mehr Produktivität für den Sign & Display-Markt. Wir werden auch neue Tools zur Automatisierung, neue Software-Lösungen und Tinten vorstellen und aufzeigen, wie sich dies alles positiv auf die Nachhaltigkeit der gesamten Produktionskette auswirkt.

Wird KI auch im Sign & Display-Bereich zu einem Thema?

KI kommt heute schon zum Einsatz und wird immer wichtiger. Gerade in der Prozess-Optimierung sehen wir ein großes Potenzial, um die Produktivität unserer Maschinen auf die Spitze zu treiben. Auch im Service kann uns die KI helfen, Serviceeinsätze vorausschauend zu planen, um Störungen oder Ausfälle in der Produktion so weit wie möglich auszuschließen.

In welchem Stadium befindet sich das Projekt SpeedSet für den digitalen Verpackungsdruck?

Mit der *SpeedSet* sprechen wir gezielt den Faltschachtel-Markt an. Auch in diesem Bereich gehen die Auflagen zurück. Der Markt verlangt mehr Variabilität und kürzere Lieferzeiten. All diese Anforderungen kann die *SpeedSet* abdecken. Seit 2024 befindet sich die Maschine bei einem europäischen Kunden im Betatest. Für 2026 planen wir die Markteinführung.

Gibt es Anwendungen im Industrial Printing, die ein besonders großes Potenzial haben?

Es gibt nach wie vor viele Industriezweige, die analog arbeiten und im wahrsten Sinne auf eine digitale Transformation warten. Im Industrial Printing fokussieren wir uns auf die Verpackung – auf Faltschachtel und Wellpappe – und verfolgen auch hier die One-Stop-Shop-Strategie. Der Digitalisierungsgrad der Verpackungsproduktion ist nach wie vor noch gering. Langfristig sehen wir in diesem Bereich ein enormes Wachstumspotenzial.

Wie wird Agfa Digital Printing Solutions in fünf Jahren aufgestellt sein?

Wir haben einen Fünfjahresplan, den wir jedes Jahr aufs Neue adaptieren. Dabei unternehmen wir den Versuch, herauszufinden, wo der Digitaldruck in fünf Jahren steht. Unser aktuelles Geschäft ist immer noch sehr stark auf das Segment Sign & Display ausgerichtet. In fünf Jahren wird der digitale Verpackungsdruck eine wesentliche Rolle für *Agfa* spielen und unseren Kunden neue Wachstumsmöglichkeiten bieten. Den Bereich Sign & Display werden wir natürlich auch langfristig weiterentwickeln und kundenorientierte Lösungen auf den Markt bringen.

Herr Calleja, danke für das Gespräch!



SWISSQPRINT FORM AG SETZT AUF SCHWEIZER TECHNIK

Die *kreativen Macher*, wie sich das Team der *Form AG* aus Bern nennt, haben einen *Kudu* Flachbettdrucker von *swissQprint* in Betrieb genommen. Die Gründe für die Wahl: verdreifachte Produktivität, herausragende Qualität und hohe Systemverfügbarkeit, aber auch die Nähe zum Hersteller.

Text und Bilder: *swissQprint*

Der Neubau und der kürzliche Standortwechsel von der *Form AG*, *kreative Macher*, waren die ideale Gelegenheit für die Anschaffung eines neuen Großformatdruckers. Der *Kudu* Flachbettdrucker von *swissQprint* hat zwei Maschinen eines anderen Herstellers ersetzt und die Produktivität dennoch erheblich gesteigert.

Ein Beispiel verdeutlicht dies: Einen wiederkehrenden Auftrag, der zuvor drei Tage in Anspruch genommen hatte, erledigt die *Form AG* mit dem *Kudu* jetzt in nur einem Tag. Dies wurde möglich durch die hohe Druckgeschwindigkeit, mithilfe des Tandem-Modus für den Non-Stopp-Druck und des Pin-Systems für schnelle und genaue Registrierung der Medien.

Kudu verfügt zudem über eine Rollenoption. Auch hier schätzt



MARKUS ROLLI, der Produktionsleiter Digitaldruck, die Effizienz: »Der Wechsel zwischen Flachbett- und Rollenjobs geht sehr schnell und das Vakuum ist einfach einzustellen.« Zudem benötigt die Rollenoption nur wenig Platz, was die Integration in den Maschinenpark erleichtert hat.

Die *Form AG*, *kreative Macher*, verfolgt klare Ziele mit dem neuen



Das *Form-AG*-Team schätzt die Effizienz des *swissQprint*-Flachbettdruckers. Hier im Bild die zwei Generationen Thierry, Stefan und Pascal Ingold vor der neuesten 3D-Drucktechnologie.

Drucker: Die Kundschaft soll höchste Qualität bekommen – und neue Angebote. Zum Beispiel haptische Prints. Denn ein besonderes Highlight des Großformatdruckers *Kudu* ist auch der Lackkanal, der die Produktion von Spezialeffekten wie *droptix* (optischer 3D-Effekt) oder eine

gezielte Veredelung ermöglicht. Diese einzigartigen Features helfen den *kreativen Machern*, sich am Markt weiter zu differenzieren.

Mit ihren präzisen 3D-Drucklösungen hat sich die *Form AG* bereits einen Namen gemacht.

Investitionssicherheit und Nachhaltigkeit

Kudu ist das zentrale Output-System im Großformatdruck, das zuverlässig funktionieren muss.

»Langlebigkeit und ein einwandfreier Support sind dabei essenzielle Faktoren«, unterstreicht *Form AG* CEO, STEFAN INGOLD, »die sind mit *swissQprint* gegeben.« Er weiß, dass er sich bei Anliegen jeglicher Art auf schnelle Reaktion aus der Ostschweiz verlassen kann.

Ein besonderes Augenmerk legt die *Form AG*, *kreative Macher*, auf den ökologischen Fußabdruck. Eine Photovoltaik-Anlage produziert Energie für den gesamten Standort. Davon zieht der Großformatdrucker *Kudu* im Durchschnitt nur 2,2 kWh. Ein Wärmetauscher nutzt die warme Abluft der Vakuumpumpen des Großformatdruckers und speist sie in den Energiekreislauf zurück.

Die Entscheidung für die *swissQprint*-Maschine ist ein klares Bekenntnis zu Innovation, Qualität und Nachhaltigkeit. *Form AG*, *kreative Macher*, ist überzeugt, dass die »Swissness« der *Kudu* – ihre Leistungsfähigkeit, Qualität und Zuverlässigkeit – langfristig zum Erfolg des Unternehmens beitragen wird.

> www.swissqprint.com
> www.form.ch



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



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





Termine	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2025			
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

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 Verbrauchsmaterialien 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,

gestellt; 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,

Expo und ihre Parallelveranstaltungen der Treffpunkt für Visiönäre 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



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.

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 vor-

gestellt, 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*

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

7. UND 8. MAI 2025 • ZÜRICH

IPS ZEIGT ANALOGE KOMMUNIKATION

Die Independent Paper Show (IPS) ist Europas bedeutendste Ausstellung für Kreativpapier. 21 Aussteller laden in die Shedhalle der Roten Fabrik nach Zürich ein,

Die Veranstaltung bringt ausgewählte europäische Papierhersteller, alle Schweizer Vertreiber und die drei Organisatoren *Bubu AG*, *Sonderegger AG* und *Lorenz Boegli* in Zürich zusammen und zeigt Papier in seiner reinsten und inspirierendsten Form als Rohstoff und als Grundlage für innovative grafische Projekte. Die Gestaltung des Save-the-Date, der Einladung und der Website für die 7. Ausgabe der IPS haben die Gestalter der *Raffi-*

Multidimensionalität erzielt werden konnte.

Die *Independent Paper Show* heisst alle willkommen, die Papierneheiten und -sortimente sowie innovative Anwendungen entdecken und sich inspirieren lassen wollen. Und die die Qualität der analogen Kommunikation auf Papier, von der taktilen Sensibilität bis zur exklusiven Differenzierung, nutzen. Angesprochen sind Leute aus dem Grafik-Design, Marketing sowie der



nerie AG, Zürich, übernommen. Die Save-the-Date-Vorankündigung kam als Band von Informationstexten auf Spiegelfolie: mit wechselnden Erscheinungsformen und Texten als Objekt auf dem Schreibtisch nutzbar. Die ganz in Rot und Schwarz gehaltene Einladung zeigt neu entwickelte Effekte. Der Siebdruck ist partiell mit gerasteter Heissfolie unterlegt und mit einer den Druck überlagernden transparenten Folienprägung kombiniert, wodurch eine neue



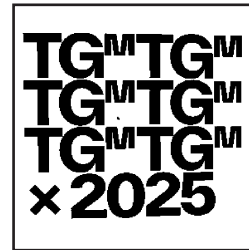
Printproduktion, die den Austausch suchen, Fachauskünfte schätzen und vielleicht ein ganz konkretes Projekt für die analoge Kommunikation entwickeln wollen.

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

SEIT 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 x X – Wechsel Wirkung‹ werden Typografie und Design an inspirierenden in ihrer ganzen Bandbreite erlebbar.

Die nächsten Vorträge sind für Mai, Juli, Oktober, November und Dezember geplant.
> www.tgm-online.de

13./14. MAI 2025
ONLINE-WORKSHOP
GMG ACADEMY
Profiling und Farbmanagement



Die *GMG Academy* bietet neues Wissen in ihren Online-Workshops an. 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).

Im Workshop Farbmanagement und Proofing lernen Teilnehmer, wie Farbe definiert, gemessen, standardisiert und geproofed wird. Neben den Grundlagen des Farbmanagements vermittelt der zweitägige Workshop auch Messtechniken und den sicheren Umgang mit GMG-Prooflösungen. Termine sind der 7./8. Oktober (deutsch) und 14./15. Oktober 2025 (englisch).

> www.gmgcolor.com

15. MAI 2025
WEBINAR
IMPRESSED
Enfocus Switch – Automation Server

Impressed führt zum Thema Automatisierung ein. Webinar durch. Dabei wird gezeigt, wie Arbeitsabläufe im Betrieb mithilfe von *Enfocus Switch* automatisiert werden können und wie mit *Pit-Stop Server* die PDF-Druckdaten mit den Auftragsdaten verglichen werden (Seitenumfang, Format). Die Einführung des App Store in *Enfocus Switch* steigert den Funktionsumfang, indem DFE und ERP-Systeme in den Ablauf integriert werden. Termin für das Webinar ist der 15. Mai 2025.
> www.impressed.de

13. BIS 14. MAI 2025 • DÜSSELDORF

PRINT & DIGITAL CONVENTION LÄSST HAPTİK BRILLIEREN

Die Print & Digital Convention 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 Messtagen.

Was die Print & Digital Convention darüber hinaus unverwechselbar macht, ist die Präsentation innovativer Technologien in High-light-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 vom 13. bis 14. Mai 2025 in Düsseldorf statt und wird vom Fachverband Medienproduktion (FMP) in Kooperation mit der Messe Düsseldorf und der drupa veranstaltet.

> printdigitalconvention.de



14. – 16. MAI 2025
HAMBURG

BVDM

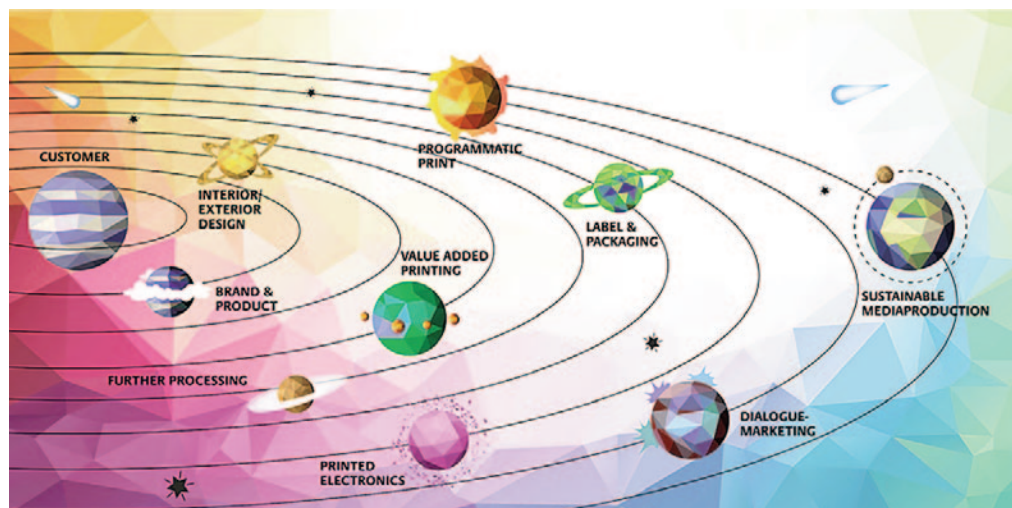
Deutscher Druck- und Medientag

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. – 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-Infra-rot-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 *FREEcure*-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 (KI), um den Energieverbrauch zu optimieren und die Lebensdauer der LEDs zu verlängern.

> www.ist-uv.com



3. – 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 Rasterpunkte, wodurch der Sicherheitsdruck manipu-

lationssicherer 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.

Die Registrierung ist für alle Besucher kostenlos.

> www.spi-europe.com

5. JUNI 2025
EINSENDESCHLUSS
EFFIE GERMANY
Wettbewerb ist
angelaufen

Der Wettbewerb der *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.

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

Termine 2025	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
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
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	gmgcolor.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	gmgcolor.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

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.



Druckmarkt ist offizielles Organ von PRINT digital, einer Initiative des FMP. www.print-digital.biz

DRUCK PAPIER LEIDEN- SCHAFT

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch



Photo: Klara Kuliva on Unsplash

DRUCKMARKT
PRINT | PAPER | PASSION