



DRUCKMARKT impressions

17. FEBRUAR 2025

147

PDF-Magazin für Print, Medien, Kommunikation und Design



Bildquelle: Alex@unsplash

HUNKELER INNOVATIONSDAYS: PAPIER PROCESSING

Seite 14



Die Initiative

WE.LOVE.PRINT



Werde Teil
der Initiative!

**JETZT
BIST
DU
DRAN!**



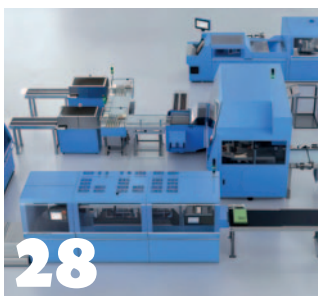
... steht für eine starke Printbranche mit Zukunft.
Ein Netzwerk, von dem alle profitieren. Eine Initiative,
die alle(s) miteinander verbindet.



UND VIELE MEHR!

INHALT

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



- 4 Editorial: Das Papier muss da durch
- Markt & Zahlen**
- 6 Heidelberg: 175 Jahre prägten die Branche
- 6 Koenig & Bauer: Von drei auf zwei Segmente reduziert
- 7 GWA: Die ›Hamburger Erklärung‹
- 8 Nachrichten
- 10 Holzer Druck und Medien: Generationswechsel beim Allgäuer Familienunternehmen
- 13 Buchbranche 2024: Stabiles Geschäft
- Print & Finishing**
- 14 Hunkeler Innovationdays: Viel Erfolg auf wenig Raum
- 16 Hunkeler Innovationdays: Messehighlights
- 22 Print-ERP/MIS speziell für kleinere Druckereien
- 23 Nachrichten
- 24 Potenziale des variablen Drucks ausschöpfen
- 26 Erste Jetfire-Systeme gehen an Schweizer Drucker

- 28 Smart Factory auch ohne Künstliche Intelligenz
- 30 Eine eigene Halle für die VariJet 106
- 32 Postpress Solutions Experience in Radebeul
- Papier & Design**
- 34 Neues Kapitel bei Feinst- und Designpapier
- 35 Gmund Papier: Zwei neue Kollektionen
- Termine & Events**
- 36 Neuer Award: Best of Corporate Print
- 38 Online Print Symposium geht in die 12. Runde
- 40 Print & Digital Convention
- 42 Terminkalender
- 43 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

PAPER PROCESSING DAS PAPIER MUSS DA DURCH

Geht es nach den Zahlen der Marktforscher von *Smithers* in ihrer Studie ›The Future of Print Equipment Markets to 2026‹, wächst die Zahl installierter Inkjet-Rollendruckmaschinen in Europa zwischen 2021 und 2026 um etwa 50%. Die Installationen von Inkjet-Bogendruckmaschinen sollen diese noch übertreffen, in Westeuropa um 126% und in Osteuropa um 288% wachsen. Das mag man glauben oder nicht. Dass der Digitaldruck an Boden gewinnt, ist allerdings nicht zu bestreiten, auch wenn es oft genug langsamer ist als von Branchengurus prognostiziert.

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

Doch auch wenn die eine oder andere Meldung im *Druckmarkt* oder in anderen Fachmedien den Anschein erwecken mag, dass der Digitaldruck das alles dominierende Druckverfahren sei, ist das nur die halbe Wahrheit. Erstens werden die Mengen an Drucksachen noch immer im Offsetdruck hergestellt. Und zweitens kommen beide Verfahren an der Weiterverarbeitung nicht vorbei: Ohne eine mechanische Umformung im Finishing lassen sich die Druckbögen nur schwer verkaufen. Deshalb sind die *Hunkeler Innovationdays* in diesem Jahr wichtiger denn je. Natürlich geht es auch in Luzern ab dem 24. Februar auch um Automatisierung, Vernetzung und Optimierung des Druckprozesses, des Finishing und der Veredelung, doch beim Online-Prozess, wie er im Digitaldruck bevorzugt wird, trifft der Begriff ›Paper Processing‹ die Dynamik dieses Bereiches der Drucktechnik weit besser als Druckweiterverarbeitung oder der (woher auch immer entnommene) entsetzliche Begriff der Endverarbeitung. So werden die *Hunkeler Innovationdays* auch in diesem Jahr wieder der größte Event für den Hochleistungs-Digitaldruck sein, mit dem charakteristischen Wesensmerkmal ›Paper Processing‹.



Vielleicht wäre ja sogar die gesamte Geschichte des Digitaldrucks anders verlaufen, hätte der ›Erfinder‹ der *Hunkeler Innovationdays* und Senior-Chef FRANZ HUNKELER nicht die Vision gehabt, aus Buchbindereimaschinen Module für das ›Paper Processing‹ zu machen.

Danach hat es das Schweizer Unternehmen in den letzten Jahrzehnten verstanden, aus Buchbindereimaschinen Systemkomponenten zu konstruieren, die online wie offline den Durchbruch des Digitaldrucks erst ermöglicht haben. Vergleichbar mit einem Formel-1-Boliden, der ohne die für den Rennwagen optimierten Reifen nur eine lahme Ente ist, ist eine Digitaldruckmaschine ohne ›Paper Processing‹ geradezu wertlos. Diese Module und Komponenten vor und hinter den Digitaldrucksystemen ermöglichen erst deren wirkliche Leistung, Flexibilität und Effizienz.

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

Wenn doch nur alles so einfach wäre.



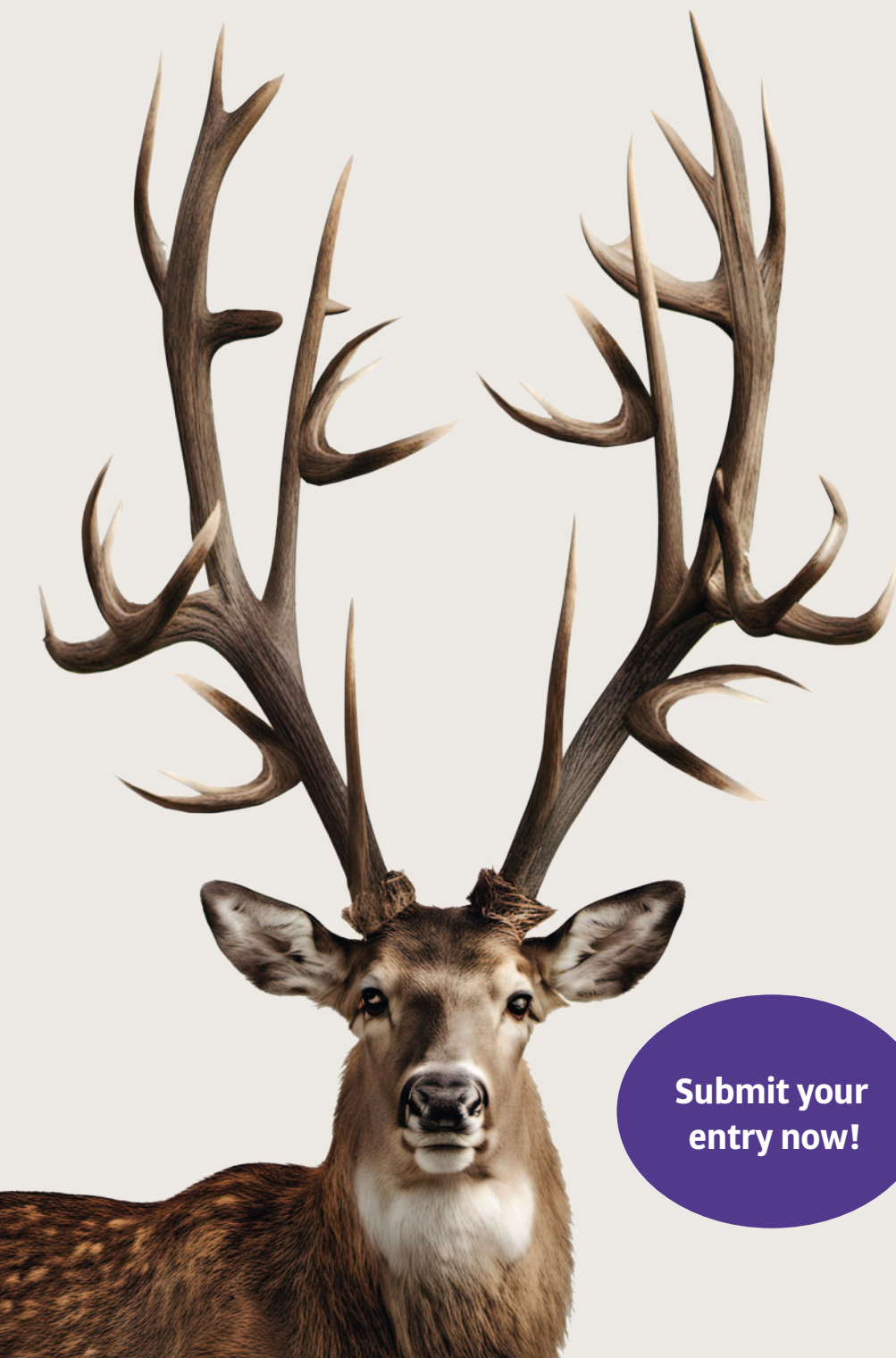
Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre und alles Gute.

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

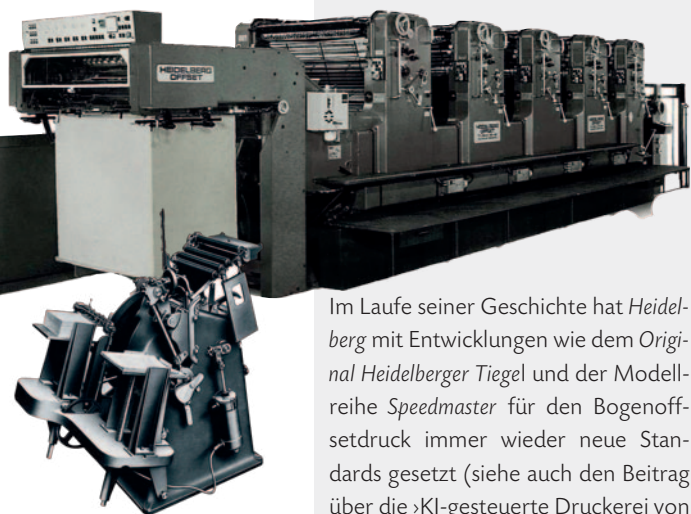
**Submit your
entry now!**

www.edpawards.com

HEIDELBERG

175 Jahre prägten die Branche

Am 11. März 2025 jährt sich die Gründung des Unternehmens zum 175. Mal. Was vor über anderthalb Jahrhunderten als Glockengießerei im pfälzischen Frankenthal begann, hat sich zu einem Global Player entwickelt.



Der 1921 vorgestellte Tiegeldruckautomat war mit 3.000 Bogen pro Stunde Druckleistung Best- und Longseller von Heidelberg. 1974 wurde die Bogenoffset-Baureihe Speedmaster mit einer Geschwindigkeit von 11.000 Bogen pro Stunde präsentiert, die bis heute die führende Marktstellung des Unternehmens untermauert.

Im Laufe seiner Geschichte hat Heidelberg mit Entwicklungen wie dem Original Heidelberg Tiegel und der Modellreihe Speedmaster für den Bogenoffsetdruck immer wieder neue Standards gesetzt (siehe auch den Beitrag über die »KI-gesteuerte Druckerei von Morgen« auf Seite 40).

»175 Jahre Heidelberger Druckmaschinen sind ein starkes Zeugnis für Beständigkeit, gleichzeitig Innovationskraft und somit Zukunftsfähigkeit«, sagt Vorstandschef JÜRGEN OTTO. »Aufgrund der beeindruckenden Leistungen in den vergangenen 175 Jahren blickt das Unternehmen mit seiner aktuellen Marktposition, den Kompetenzen der Mitarbeiter und globalen Kundenbeziehungen weiterem Wachstum in den nächsten Jahren entgegen.«



Jubiläumsaktivitäten über das ganze Jahr hinweg

Gemeinsam mit Kunden, Mitarbeitern und Partnern feiert Heidelberg das Jubiläumsjahr mit zahlreichen Veranstaltungen und Aktivitäten. So wird es im Sommer am Stammsitz Wiesloch-Walldorf im neu gestalteten Vorführzentrum eine Festwoche inklusive

Festakt mit Gästen aus der ganzen Welt (Kunden, Lieferanten, Partnern sowie Repräsentanten aus Politik und Gesellschaft) geben. Für Mitarbeiter sind Familientage an einzelnen Standorten geplant. Zudem wird es ein Jubiläumsmagazin geben, in dem die Historie des Unternehmens aufbereitet und der Blick auf die Zukunft gerichtet wird.

Mit rund 9.500 Mitarbeitern weltweit, Produktionsstätten in mehreren Ländern und Regionen, darunter China und die USA, sowie dem dichten Vertriebs- und Servicenetzwerk ist Heidelberg heute ein echter Global Player aus Deutschland. »Unsere Geschichte zeigt eindrucksvoll, wie Unternehmertum, technische Kompetenz und Schaffenskraft der Mitarbeiter über einen so langen Zeitraum ein Unternehmen und weit darüber hinaus eine ganze Branche bis heute nachhaltig prägen können«, führt OTTO weiter aus.

> www.heidelberg.com

KOENIG & BAUER

Von drei auf zwei Segmente reduziert

Koenig & Bauer stellt sich mit einer neuen Segmentstruktur auf. Das Verschlanken der Organisation führt zu einer Reduzierung von bisher drei auf zwei Segmente: Paper & Packaging Sheetfed Systems (P&P) sowie Special & New Technologies (S&T).

Im Segment Paper & Packaging Sheetfed Systems werden künftig alle bisherigen Aktivitäten des Segments Bogendruck fortgeführt. Auch die Aktivitäten des Joint Venture Koenig & Bauer Durst bleiben in diesem Segment. Zudem werden aufgrund der Schnittmengen zwischen Faltschachtel und Wellpappe die Aktivitäten des Joint-Venture Celmacch im Segment P&P angesiedelt. Die Wellpappe-Aktivitäten waren bisher im Segment Digital & Webfed zu Hause.

Dem Segment Special & New Technologies werden künftig die Aktivitäten aus dem Sektor Special (Maschinen für den Banknoten- und Sicherheitsdruck, für die industrielle Kennzeichnung, für den Metall- und Glas-Hohlkörper-Direktdruck) sowie die verbleibenden Geschäftsbereiche des bisherigen Segments Digital & Webfed zugeordnet. Hierunter fallen Sonderanwendungen des Verpackungsdrucks, der Rollendigital- und Flexo-Rollendruck wie auch der Zeitungsdruck.

Neue Anwendungen (Inspektionssysteme und Produktsicherheit) werden aus dem Wertpapierbereich in eine eigenständige Business Unit Vision & Protection ausgegliedert. Die Digital Unit, mit dem Schwerpunkt der Kyana-Portale und Produkte, bisher als Querschnittsfunktion in der Holding organisiert, wird als ein eigenständiger Geschäftsbereich des Segments S&T geführt werden. Hier sind damit die Digitaldruckmaschinen der beiden bisherigen Segmente Digital & Webfed und Special beheimatet.

Bedingt durch den Konzernumbau verändern sich auch zentrale Verantwortlichkeiten. Einige davon werden wieder stärker in den Segmenten liegen. Dies bedingt, dass die bisherige Rolle eines zentralen Konzern-COO entfällt.

CHRISTIAN STEINMASSL, der mehr als 25 Jahre Branchenerfahrung in der Papier- und Verpackungsindustrie mitbringt, wurde zum 1. Dezember 2024 Mitglied der Konzernleitung bei Koenig & Bauer. Er verantwortet im neuen Segment Special & New Technologies die Produktion, die Geschäftseinheiten Vision & Protection und Kyana. Perspektivisch erlaubt das die Verschlankung des Vorstands auf einen CEO und einen CFO. Im Laufe des Jahres 2025 werden weitere Schritte sukzessive umgesetzt.

GWA

»Hamburger Erklärung« stellt Forderungen an die Branche und Politik



Beim Neujahrsempfang am 23. Januar 2025 stellte der *Gesamtverband führender Kommunikationsagenturen (GWA)* die »Hamburger Erklärung« des Verbands vor, in der die Kommunikationsbranche und



die werbungtreibende Unternehmen aufgerufen werden, mehr Verantwortung für Demokratie und Gesellschaft zu übernehmen. Damit zielte GWA-Präsidentin LARISSA POHL vor allem auf den Einfluss von Fake News sowie die Relevanz von unabhängigem Journalismus:

»Werbung finanziert den systemrelevanten unabhängigen Journalismus und ist für die Demokratie unverzichtbar.« Entsprechend spielt die Verteilung von Mediabudgets eine prominente Rolle in den fünf Forderungen der »Hamburger Erklärung«.

1. Werbespendings dürfen sich nicht mehr allein oder überwiegend an (vermeintlich hohen) Reichweiten ausrichten. Werbungtreibende und Agenturen haben eine gesellschaftliche Verantwortung bei der Finanzierung unabhängiger journalistischer Angebote.

2. Ein Umdenken beim Einsatz von Werbespendings ist auch aus ökonomischen Gründen geboten. Für die positive Entwicklung von Marken ist es unerlässlich, dass für diese nur in angemessenen und verlässlichen Umfeldern geworben wird.

3. In Zeiten von Fake-News und KI ist es mehr denn je erforderlich, zwischen journalistischen und anderen Inhalten zu unterscheiden und Nachrichten generell kritisch würdigen zu können. Die Politik in Bund und Ländern ist daher gefordert, die Medienkompetenz nicht nur des Nachwuchses massiv zu stärken.

4. Es muss gewährleistet werden, dass nach journalistischen Kriterien und presserechtlichen Anforderungen erstellte Inhalte von anderem Content klar unterscheidbar sind. Plattformen müssen daher verpflichtet werden, im oben genannten Sinne journalistische Inhalte zu kennzeichnen und per Algorithmus stärker zu gewichten. Mindestens muss der Absender einer Nachricht klar identifizierbar sein.

5. Journalistisch publizierende Medien stehen unter wirtschaftlichem Druck. Werberegulierung, deren Wirksamkeit ohnehin mehr als zweifelhaft ist, würde zu weiteren Umsatzverlusten führen. Und Umsatzeinbußen zu Qualitätseinbußen. Medien haben in unserer Demokratie eine zentrale Rolle. Wer ihre Möglichkeiten von Werbeerlösen beschränkt, beschränkt ihre Möglichkeiten, ihre elementar wichtige Arbeit zu verrichten.



 **ICE**
europe

Internationale Leitmesse
für die Veredelung und
Verarbeitung von Papier,
Film und Folie

11. – 13. März 2025
Messe München

- Materialien
- Beschichtung / Kaschierung
- Trocknung / Härtung
- (Vor-) Behandlung
- Maschinenzubehör
- Schneide- / Wickeltechnik
- Konfektionierung
- Halbzeuge und Fertigprodukte
- Retrofitting / Rund-erneuerung von Anlagen
- Fabrikmanagement / Abfallbeseitigung / -verwertung
- Lohnveredelung / -verarbeitung
- Steuerung von Produktionsprozessen
- Dienstleistungen, Information & Kommunikation
- Flexo- / Tiefdruck
- Extrusion
- Spezialfolien

Warum sich ein Besuch lohnt:

- Es ist die **einzigste Messe ihrer Art** und der Branchentreffpunkt für Technologietrends, smarte Lösungen und Know-how
- **Live-Demonstration** der neuesten Maschinen und Verarbeitungslösungen
- **Dialog und Austausch auf höchstem fachlichen Niveau** und die Möglichkeit zum Aufbau eines internationalen Netzwerks

Neu in 2025: **ICE Conference**

WEITERE INFORMATIONEN

WWW.ICE-X.COM



Built by
RX
In the business of
building businesses

IN A PA W IR D O V OL

PAPIERHANDEL Inapa heißt jetzt OVOL

Nachdem der Papiergroßhändler *Inapa* im Juli 2024 Insolvenz angemeldet hatte, wurden die Unternehmen *Inapa Deutschland*, *Inapa ComPlott* und *Inapa Packaging* zum 1. Dezember von der *Japan Pulp & Paper (JPP)* übernommen.

Jetzt vollzieht die *Inapa Deutschland Gruppe* den nächsten Schritt und tritt fortan unter dem neuen Namen *OVOL Deutschland Gruppe* auf.

Dies ist auch für die neue Muttergesellschaft ein Meilenstein, die ihre Marktpräsenz in Europa und vor allem Deutschland weiter ausbaut.

KOLBUS Neustart nach Übernahme

Zum Januar 2025 kaufte die *Max Valier Holding* das Unternehmen *Kolbus*, das sich seit Jahresmitte 2024 in eigenverwalteter Insolvenz befunden hat. 250 Beschäftigte und die rund 90 Auszubildenden werden von der in Ober-

haching bei München und Bozen in Südtirol ansässigen Investmentgesellschaft übernommen. Teil der Transaktion ist zudem die Option zur Akquisition der Auslandstöchter in den USA, Großbritannien, China etc. Diese Gesellschaften befanden sich nicht in Insolvenz und werden voraussichtlich in der Gruppe bleiben.

Kolbus führte in den vergangenen Monaten einen Sanierungsprozess durch, bei dem die Personalkosten an das geringere Umsatzniveau angepasst wurden. Weitere Sanierungsschritte waren die Schließung der Produktion in Großbritannien und die Aufgabe des Standorts in Krostitz bei Leipzig. Die Produktion wird an den Stammsitz nach Rahden verlagert.

PARTNERSCHAFT Koenig & Bauer und Actega

Der Markt an veredelten Druckprodukten boomt wie nie zuvor. Immer höherwertige Inline-Veredelungen im Druck werden zum Standard. Neue, besonders hochwertige Veredelungsformen setzen

sich durch und werden in den Druckbetrieben weltweit angewandt. Teil dieser Erfolgsgeschichte ist die seit 2016 andauernde Entwicklungspartnerschaft zwischen *Koenig & Bauer* und *Actega*.

Nun haben die Unternehmen ihre Partnerschaft erneut um drei Jahre verlängert.

Actega steht *Koenig & Bauer* auch in Zukunft als Entwicklungspartner – zum Beispiel bei der Optimierung von Veredelungsverfahren im LED-UV-Prozess – zur Verfügung. Die *Actega*-Lacke sind im Demozentrum des Druckmaschinenherstellers ständig im Einsatz. Dadurch findet eine ständige Qualitätskontrolle und Abstimmung der Vertragsprodukte auf die Bogenoffsettechnik von *Koenig & Bauer* statt.

> www.koenig-bauer.com

MONDI Wellpappe- geschäft erweitert

Mondi hat die Wellpappenverarbeitung und Vollpappenerzeugung von *Schumacher Packaging* in Deutschland, Benelux und Großbritannien für 634 Mio. € übernommen. Damit ergänzt *Mondi* sein bestehendes Angebot durch komplementäre, faserbasierte Produkte. Die Übernahme umfasst sieben Wellpappenverarbeitungswerke, zwei Vollpappenwerke und vier Verarbeitungswerke in

Zentral- und Osteuropa. Dazu gehören auch zwei hochmoderne Werke in Ebersdorf und Greven. Der Abschluss der Transaktion, die unter dem Vorbehalt behördlicher Genehmigungen steht, wird für die erste Jahreshälfte 2025 erwartet.

> www.mondigroup.com

HEIDELBERG Weniger Personal in Wiesloch

Heidelberg hat mit Betriebsrat und *IG Metall* einen Plan zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Wiesloch-Walldorf beschlossen. Danach sollen die Personalkosten in den nächsten drei Geschäftsjahren um über 100 Mio. € reduziert, die Kosteneffizienz gesteigert und Investitionen ermöglicht werden. Die Einigung gilt seit Jahresbeginn und beinhaltet eine Standortgarantie für 3.500 Mitarbeiter.

Gleichzeitig haben sich die Parteien auf zukunftsichernde Maßnahmen verständigt. So umfasst die Einigung eine weiterhin hohe Ausbildungsquote und die Absicht, Zukunfts-Technologien in Wiesloch anzusiedeln.

Heidelberg-Konzernzentrale in Wiesloch-Walldorf.



Der Zukunftsplan gilt für den Hauptsitz Wiesloch-Walldorf, soll jedoch als Pilot für weitere Standorte in Deutschland dienen – darunter Brandenburg, Amstetten oder Ludwigsburg.

> www.heidelberg.com

KERN GRUPPE Übernahme Müller Apparatebau

Die *Kern Gruppe* hat die *Müller Apparatebau GmbH*, Kranzberg bei München, übernommen. Durch die Kombination der Technologien und des Know-hows beider Unternehmen entsteht ein breites Produktportfolio an *Kern* Hochleistungsquertiersystemen für hohe Produktionsvolumina und *Müllers*-Lösungen für mittlere bis hohe Volumina.

Die Zusammenarbeit soll es ermöglichen, Ressourcen und Synergien zu nutzen, indem *Müller* die Fabrikation von Normteilen ausbaut und Produktionsflächen zur Verfügung stellt, die am *Kern*-Standort in Konolfingen in der Schweiz fehlen.

> www.kernworld.com

> www.mueller-phs.com

PARTNERSCHAFT RISO und Graphax AG

RISO, Hersteller von Hochgeschwindigkeitsdrucksystemen, und die Graphax AG, Schweizer Anbieter professioneller Dokumentenmanagement- und Automatisierungslösungen, sind eine strategische Partnerschaft eingegangen. Die Kooperation zielt darauf ab, nachhaltige und wirtschaftliche Lösungen zu fördern.

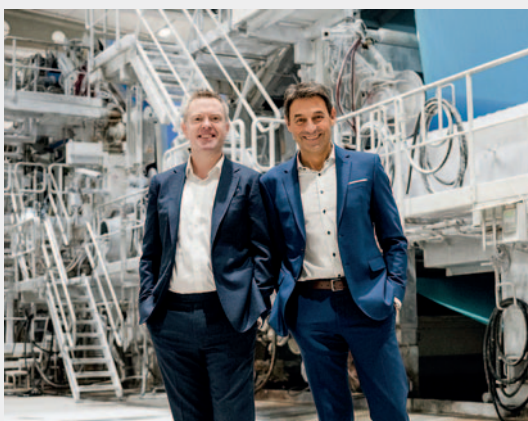
RISO-Systeme nutzen die patentierte Tintenstrahltechnologie ForceJet, die Druckgeschwindigkeiten von bis zu 330 Duplex-Seiten pro Minute ermöglicht.

> www.graphax.ch
> www.risoprinter.de

KOENIG & BAUER Batteriezellfertigung mit VW

Die im Juni 2023 mit der Volkswagen Tochter PowerCo gestartete Entwicklungszusammenarbeit bei der nachhaltigen Batteriezellfertigung sei auf einem guten Weg, teilt Koenig & Bauer mit. Die Entwicklung einer Anlage, die der »lösungsmittelfreien Trockenbeschichtung« von Elektroden dient, sei ein hochinnovativer und komplexer Prozess. Ein Proof of Concept wird bis Mitte 2025 angestrebt.

> www.koenig-bauer.com



Ross Holliday, CEO Portals, und Matthias Rauhut, CEO Drewsen, freuen sich auf die Zusammenarbeit.

ÜBERNAHME Drewsen und Portals Papers

Drewsen Spezialpapiere hat Portals Papers Ltd., den britischen Hersteller von Hochsicherheitspapieren übernommen. Die Übernahme folgt der Vision, die individuellen Stärken beider Unternehmen zu bewahren und gleichzeitig Synergien nutzen, um den Kunden ein erweitertes Produktportfolio und besten Service zu bieten. Beide Unternehmen werden weiterhin als eigenständige Organisationen agieren.

> drewsen.com
> portalsinternational.com

BILDAGENTUREN Getty Images kauft Shutterstock

Die US-Bildagentur Getty Images hat den Konkurrenten Shutterstock gekauft und damit ein Unternehmen im Wert von 3,7 Mrd. \$ geschaffen. Der Deal soll den Unternehmen helfen, sich im Zeitalter der Künstlichen

Intelligenz zurechtzufinden, teilte Getty Images mit. Den Kunden soll durch die Fusion ein breiteres Angebot an Bildern, Videos, Musik und anderen Medien angeboten werden.

UMFRAGE Mehr Papier in die Schulen

Eine von Epson europaweit durchgeführte Umfrage unter Lehrern und Erziehungsberechtigten zeigt, dass sich 54% der Eltern und 67% des Lehrpersonals in Deutschland eine stärkere Verwendung von gedruckten Arbeitsblättern und Schulbüchern wünschen. In Spanien und Polen sprachen sich sogar 74% beziehungsweise 70% dafür aus.

Kinder lernen bei der Interaktion mit Papier besser als mit rein digitalem Lehrmaterial auf Bildschirmen und Displays.



Damit folgen weit mehr als die Hälfte der Eltern und Lehrer einschlägigen Studien, nach denen gedrucktes Material die Lesefähigkeit der Kinder verbessere.

Diese aktuellen Ergebnisse bestätigen die Resultate einer älteren Umfrage von Epson, in der zwei Drittel der Eltern vermuteten, dass ihre Kinder bei der Interaktion mit physischen Objekten beziehungsweise Papier besser lernen würden als mit rein digitalem Lehrmaterial auf Bildschirmen und Displays. In derselben Studie beklagen die Lehrkräfte aber auch, dass es Schulen an modernen Drucksystemen fehlt, um Arbeitsmaterial für den Unterricht auszudrucken.

MEDIEN Wenig Vertrauen in Social Media

77% der Befragten einer Allensbach-Studie für den MVFP halten die TV-Programme von ARD und ZDF für vertrauenswürdige Quellen, 65% nennen die regionale Tageszeitung. Überregionale Titel folgen mit 57%. In den ostdeutschen Bundesländern vertrauen überre-

gionalen Zeitungen nur 29% der Befragten. Auch die wöchentlichen Nachrichtenmagazine Spiegel und Focus liegen mit 33% unter dem gesamtdeutschen Wert von 48%.

Soziale Medien fallen noch weiter ab. Nur zwölf Prozent halten sie für zuverlässig, für 57% sind sie ungläubwürdig.

RICHTLINIE Ladekabel USB-C wird Standard

Seit dem 28. Dezember 2024 ist der USB-C-Anschluss der Standard für alle neuen Kleingeräte wie Smartphones, Tablets, Kopfhörer etc. Ab Frühjahr 2026 gilt die Regelung auch für Laptops. Diese EU-Richtlinie soll nicht nur das Leben der Verbraucher erleichtern, sondern auch die Umwelt entlasten.



Schluss mit dem Kabelchaos: Seit Ende letzten Jahres ist USB-C das Standard-Ladekabel für alle elektronischen Kleingeräte.

HOLZER DRUCK UND MEDIEN GENERATIONSWECHSEL BEIM ALLGÄUER FAMILIENUNTERNEHMEN

DR. ELMAR HOLZER hat im November 2024 seine Anteile an *Holzer Druck und Medien* zu gleichen Teilen an Geschäftsführer KLAUS HUBER und die beiden Neffen HARALD WOLFBAUER und FLORIAN WUNDERLICH übergeben. Mit dem Generationswechsel findet für DR. ELMAR HOLZER 45 Jahre Leitung der 1887 gegründeten Druckerei ihren Abschluss.

Die nächste Generation wird *Holzer* wohlgeordnet in die Zukunft führen«, zeigt sich DR. ELMAR HOLZER überzeugt. Alleinigiger Geschäftsführer des 70 Mitarbeiter zählenden Unternehmens (darunter fünf Auszubildende) ist künftig KLAUS HUBER. Er kam 2004 zu *Holzer*, ist Industriemeister Druck und Papier und hat an der *Business School St. Gallen* ein Diplom als Verkaufsleiter erworben. Seit zehn Jahren ist der 49-Jährige neben ELMAR HOLZER Geschäftsführer von *Holzer Druck und Medien*. »Er hat sich große Verdienste erworben und wird auch künftige Herausforderungen im Sinne des Unternehmens meistern«, erklärt DR. HOLZER.

Unabhängigkeit stets wichtig

Seit Jahren sinkt die Zahl der Betriebe in Deutschland, doch das Familienunternehmen in Weiler im West-Allgäu behauptet sich erfolgreich in der Branche. »Wir nehmen die Herausforderungen an und schauen selbstbewusst nach vorn«, sagt KLAUS HUBER. Dazu investiert das Unternehmen regelmäßig in neue Technik. Im vergangenen Jahr erst hat *Holzer* 3,5 Mio. € in eine 8-Farben-Druckmaschine investiert, der unter anderem eine Falzmaschine für die Buchbinderei folgte. Trotz hoher Investitionen ist *Holzer Druck und Medien* schuldenfrei.



Das Archiv von *Holzer Druck und Medien* geht über ein Jahrhundert zurück. Dr. Elmar Holzer (Mitte), seine Ehefrau Gertrud und Geschäftsführer Klaus Huber mit einer der ersten gedruckten Ausgaben der Heimatzeitung »Der Westallgäuer«. (Foto: Ralf Lienert).

Denn Unabhängigkeit sei bei *Holzer* immer wichtig gewesen, schildert KLAUS HUBER und fährt fort: »Wir können uns nur durch Qualität vom starken Wettbewerb absetzen«. Dazu hat *Holzer* ein Angebot von Online-Dienstleistungen und in Print einen Maschinenpark, der von der Druckvorstufe über den Offsetdruck mit einer Acht- und einer Sechsfarbenmaschine, den Digitaldruck, die Weiterverarbeitung und Druckveredelung bis zur Logistik reicht – ergänzt durch Serviceleistungen wie Konfektionierung und einen Letter-Shop. Werbebriefe, Kataloge oder Magazine werden dort verpackt, adressiert und der Post übergeben. Einen Namen gemacht hat sich *Holzer* auch als Faksimiledrucke-

rei. Mittelalterliche Handschriften werden in Weiler originalgetreu als hochwertige Nachdrucke erstellt.

Heute verfügt das Unternehmen über einen Kundenstamm über das Allgäu hinaus in den Nachbarländern Österreich und in der Schweiz. Der Jahresumsatz von *Holzer Druck und Medien* lag zuletzt bei rund 16 Mio. €.

Dr. Holzer hat das Unternehmen geprägt

DR. ELMAR HOLZER hat das Unternehmen über Jahrzehnte geprägt. Er trat 1960 nach Universitätsabschluss und Besuch der Akademie für das grafische Gewerbe mit Meisterprüfung in die Firma ein – seit 1981 als Inhaber in vierter Generation.

Unter HOLZERS Führung wurde der Betrieb mehrfach erweitert – auf das Dreifache der früheren Größe.

45 Jahre lang war ELMAR HOLZER fast täglich in der Firma präsent. Neben der Akzidenzdruckerei war es ihm als Herausgeber des *Der Westallgäuer* eine Herzensangelegenheit, dass die Zeitung als vielseitiges, werteorientiertes und lesernahes Qualitätsmedium fest in der Region verankert ist – zunächst nur in gedruckter Form, später auch auf den digitalen Kanälen.

Der Unternehmer und Heimatverleger HOLZER zieht sich aber nicht ganz zurück. Er bleibt der Druckerei verbunden als Vorstand des Beirates und Herausgeber der Heimatzeitung *Der Westallgäuer*.

Gedruckt wird die Zeitung seit 1968 in Kempten. HOLZER spricht von einer »engen und vertrauensvollen Zusammenarbeit« mit dem *Allgäuer Zeitungsverlag*.

(Der vorstehende Text basiert auf einem Artikel aus dem »Westallgäuer« von Peter Mittermeier und Markus Raffler vom 30. November 2024.)

> www.druckerei-holzer.de



HEIDELBERG

Bilanz der ersten neun Monate

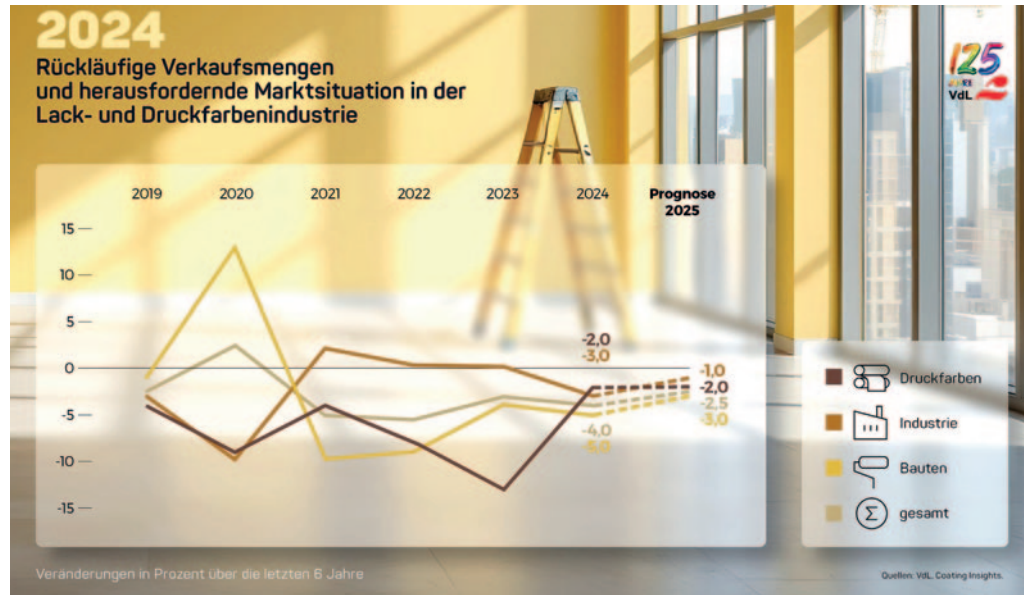
Die Heidelberg Druckmaschinen AG hat die ersten neun Monate (1. April bis 31. Dezember 2024) und das 3. Quartal (1. Oktober bis 31. Dezember 2024) des Geschäftsjahres 2024/2025 im Rahmen ihrer Erwartungen abgeschlossen. Dabei wies das 3. Quartal bei den operativen Ergebniskennzahlen laut Heidelberg Verbesserungen gegenüber dem ersten Halbjahr und dem Vorjahresquartal auf.

Der Umsatz sei im Verlauf des aktuellen Geschäftsjahres von Quartal zu Quartal gesteigert worden und habe im 3. Quartal mit 594 Mio. € das Niveau des Vorjahresquartals erreicht. Der Auftragseingang sei um rund 8,3% Prozent auf 550 Mio. € (Vorjahresquartal: 508 Mio. €) gestiegen und damit deutlich besser als die aktuelle Entwicklung im Maschinen- und Anlagenbau, heißt es weiter in der Mitteilung von Heidelberg. Hierzu hätten die Region EMEA (+16%) und das Segment Packaging mit +15% beigetragen.

»Wir konnten in einem schwierigen konjunkturellen Umfeld Umsatz und operatives Ergebnis kontinuierlich steigern. Dank des hohen Auftragsbestands bestätigen wir das Erreichen unserer Jahresziele«, sagte JÜRGEN OTTO, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg.



»Und für kommendes Jahr werden wir mit der Umsetzung des Zukunftsplans die Kosten weiter senken. Diese Kostendisziplin zahlt sich positiv auf unsere Profitabilität aus, die sich im nächsten Geschäftsjahr weiter verbessern soll.«



DRUCKFARBEN
Rote Zahlen bei Lacken und Farben

2024 war für die Lack- und Druckfarbenindustrie mit einem Rückgang der Verkaufsmenge um 4% auf 1,4 Mio. Tonnen (t) verbunden. Der Umsatz sank nach den Zahlen des *Verbands der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie e. V. (VdL)* im Vergleich zum Vorjahr um knapp 3% auf 5,9 Mrd. €. Wie VdL-Präsident DR. HARALD BORGHOLTE auf der Jahrespressekonferenz des Verbandes berichtet, belastet die gesamtwirtschaftliche Schwäche die Industrie erheblich, sodass die Marktsituation auch für das kommende Jahr angespannt bleibe. Der Verband erwartet eine weiterhin rückläufige Entwicklung und prognostiziert einen Rückgang der Verkaufsmengen um 2,5%.

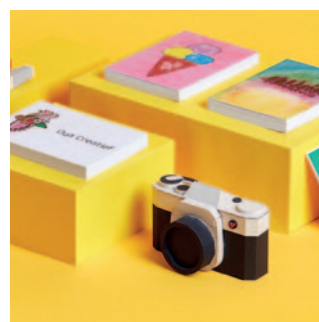
2024 wurden auf dem deutschen Markt 177.000 t Druckfarben im Wert von 738 Mio. € verkauft. Das bedeutet Rückgänge von rund 2%, die vor allem auf Einbußen im Publikationsdruck zurückzuführen sind, während der Verpackungsdruck leicht wachsen konnte. Der schrumpfende Publikationsdruck verursacht für 2025 vermutlich wieder einen Rückgang von 2%.

Aber auch andere Sektoren der Farbenindustrie wie Industrielacke und Bautenfarben sind um 3% beziehungsweise 5% deutlich zurückgegangen.

PRINT.COM
Holding erwirbt Online-Druckerei

Die *Print.Group*, die Holding der europäischen Druckplattform *Print.com*, hat die niederländische Onlinedruckerei *Simian* erworben. Die Übernahme umfasst die Marken *Reclameland*, *Flyerzone* und *Drukland* sowie *Simians* 23.000 m² große Produktionsstätte in der Nähe von Groningen (ebenfalls Niederlande). Der bestehende *Print.com*-Standort in Oss wird geschlossen und die Produktion nach Groningen verlegt.

Für MARCO AARNINK (CEO und Gründer der *Print.Group*), ist die Übernahme ein logischer Schritt,



um die Produktions- und Fulfillment-Aktivitäten der Gruppe zukunftssicher zu machen und die Position von *Print.com* auf dem europäischen Druckmarkt zu stärken. Seit der Gründung im Jahr 2019 ist die *Print.Group* auf einen Jahresumsatz von über 60 Mio. € in neun europäischen Ländern gewachsen. *Reclameland*, *Flyerzone* und *Drukland* sollen als eigenständige Marken bestehen bleiben und kleine bis mittlere Unternehmen bedienen. *Print.com* wird auch künftig eine Plattform sein, die sich vorrangig an Wiederverkäufer, Marken, Kreative und Agenturen richtet.

MB BÄUERLE
Lösung für eine Fortführung

Für die insolvente *MB Bäuerle GmbH* hat sich offenbar eine Lösung zur Fortführung ergeben. Das zur *GUK-Gruppe* gehörende Unternehmen soll durch einen Asset-Deal innerhalb der *GUK-Gruppe* aus der Insolvenz geführt werden.

Dazu hat die *MB-TecSolutions GmbH* den operativen Betrieb von *MB Bäuerle* in St. Georgen im Schwarzwald übernommen.

KOENIG & BAUER Segment Paper & Packaging

Nach 25 Jahren bei *Koenig & Bauer* wird sich RALF SAMMECK, CEO *Koenig & Bauer Sheetfed*, Mitglied des Vorstands und CDO bei der *Koenig & Bauer AG*, zum 30. Juni 2025 in den Ruhestand verabschieden. Im Jahr 2000 startete SAMMECK seine Karriere als Vertriebsdirektor und Prokurist bei *Koenig & Bauer* und wurde 2002 CEO & President bei *Koenig & Bauer North America*. Seit 2007 ist er im Vorstand der *Koenig & Bauer AG*, verantwortet in seiner Rolle als CEO das Segment Sheetfed und später auch die Aufgaben des CDO.



Ralf Sammeck (links) scheidet im Juni 2025 nach geplantem Generationenwechsel aus dem Unternehmen aus. Markus Weiß folgt ihm seit Februar 2025.

Die Nachfolge wurde entsprechend vorbereitet, um eine nachhaltige und geordnete Übergabe im Sinne der Kundenzufriedenheit sicherzustellen.

Mit MARKUS WEISS wurde ein für diese Position ausgezeichnete Nachfolger gefunden. Er kommt von *HP* und trat seine Position als Geschäftsführer/CEO für die *Koenig & Bauer Sheetfed AG & Co. KG* zum 1. Februar 2025 an.

WEISS wird Mitglied der Konzernleitung unterhalb des Vorstandes.
> www.koenig-bauer.com

KONICA MINOLTA Wechsel in der Geschäftsführung

JOERG HARTMANN, der seit November 2019 an der Spitze von *Konica Minolta Deutschland* stand, hat das Unternehmen auf eigenen Wunsch mit Ablauf seines Fünfjahresvertrages im November 2024 verlassen.



WERNER THEISSEN, langjähriges Mitglied des Unternehmens,

übernahm am 1. Dezember 2024 die Geschäftsführung für Deutschland und Österreich.

THEISSEN ist seit vielen Jahren als Mitglied des Management Teams aktiv an der Transformation von *Konica Minolta* beteiligt. Neben seiner zuletzt ausgeübten Funktion als Director Sales bringt er seine Expertise in der Vertriebs- und Digitalisierungsstrategie von *Konica Minolta* ein.

> www.konicaminolta.de

CARL BERBERICH Personalveränderungen

Seit 1. Oktober 2024 ist GABRIELE WEIDNER die neue Bereichsleiterin für die Produktparte Office bei *Berberich Papier* und hat die Weiterentwicklung des Geschäftsbereiches übernommen.

WEIDNER arbeitete zuletzt als Business Managerin Packaging, Key Account und Teamleitung für den Bereich Office. Zudem bringt sie knapp 35 Jahre Branchenerfahrung mit und ist eine Expertin auf dem Gebiet.

Der Papiergroßhändler gewinnt mit ihr eine kompetente Führungskraft mit ausgezeichneten Referenzen für diese strategisch ausgerichtete Position.

Sie plant gemeinsam mit einem neu aufgestellten Team, *Berberich Papier* im Markt für Office- und Digitaldruck-Papiere zu stärken. Die aktuellen Marktchancen sollen genutzt werden, um den Umsatzanteil im Office-Papier-Bereich deutlich zu erhöhen.

> www.berberich.de

GC GRAPHIC CONSULT Wechsel in der Geschäftsführung

Seit mehr als 55 Jahren ist die *GC Graphic Consult* als Beratungsgesellschaft für die Druck- und Verpackungsindustrie im deutschsprachigen Raum aktiv. In den letzten 33 beziehungsweise 26 Jahren lenkten die Brüder PETER und DR. WOLFGANG JESCHKE die Geschicke des Unternehmens. Jetzt ist für PETER JESCHKE der Zeitpunkt gekommen, den Stab zu übergeben.

»Das Wichtigste dabei war für mich, einen Menschen zu finden, der neue Impulse am Markt setzt und gleichzeitig Kontinuität für unsere Mitarbeiter und Kunden sichert. Deshalb freut es mich, mit

OLIVER CYNAMON einen Nachfolger gefunden zu haben, der das erfüllt«, sagt PETER JESCHKE.



OLIVER CYNAMON studierte Betriebswirtschaftslehre und arbeitete bereits von 1999 bis 2005 als Berater bei der *GC Graphic Consult*,

bevor er knapp 20 Jahre als Geschäftsführer in verschiedenen Unternehmen der Druck- und Medienindustrie sowie des 3D-Drucks tätig war.

»Ich bin ausgesprochen froh und glücklich, nach so vielen Jahren an meine alte Wirkungsstätte zurückzukehren und das Unternehmen seit 1. Januar 2025 zusammen mit WOLFGANG JESCHKE in die Zukunft führen zu können.«

> www.gc-online.de

DURST GROUP Neuer Global Sales Director Software

Die *Durst Group* gibt die Ernennung von CHRIS SCHOWALTER zum neuen Global Sales Director Software bekannt. Diese Entscheidung unterstreicht das strategische Bestreben des Unternehmens, seine Softwarelösungen für die Druckindustrie weiter auszubauen.

Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Druckbranche, vor allem im Bereich Inkjet, verfügt SCHOWALTER über ein tiefes Verständnis der sich wandelnden Softwaretechnologien und deren Schnittstellen zu Workflows und

Druckgeräten. In seiner neuen Rolle wird SCHOWALTER die Entwicklung und Umsetzung der globalen Vertriebsstrategie der Softwareabteilung von *Durst* leiten und die internationalen Vertriebsteams des Unternehmens unterstützen. Zudem wird er eine Schlüsselrolle beim Ausbau der Kundenbeziehungen spielen, Kundenbedürfnisse identifizieren und Effizienzsteigerungen im gesamten Prozess gemäß der »Pixel to Output«-Strategie vorantreiben.

> www.durst-group.com

DR. PLESSKE Vorsitzender des drupa-Komitees

Im Rahmen der konstituierenden Sitzung des *drupa*-Komitees am 5. Februar 2025 wurde DR.



ANDREAS PLESSKE, Vorstandsvorsitzender der *Koenig & Bauer AG*,

als Vorsitzender des Gremiums bestätigt.

WOLFGANG POPPEN, Geschäftsführender Gesellschafter der *Freiburger Druck GmbH* und Präsident des *Bundesverbandes Druck und Medien e. V.*, wurde erneut zu seinem Stellvertreter gewählt. Beide Wahlen erfolgten einstimmig.

BUCHBRANCHE 2024

Stabiles Geschäft, aber der Kostendruck hält an

»Die Lage auf dem Buchmarkt ist – wie in der gesamten Wirtschaft – weiterhin stark angespannt. Die Buchbranche kann jedoch in diesen schwierigen Zeiten an die positiven Umsätze des Vorjahres anknüpfen«, sagt KARIN SCHMIDT-FRIDERICHS, Vorsteherin des Börsenvereins. Das sei ein gutes Zeichen, denn Fakten, Wissen und inspirierende Geschichten seien unerlässliche Werkzeuge, um die komplexe und krisenbehaftete Wirklichkeit zu verstehen und zu bewältigen. »Für viele Verlage, Buchhandlungen und Buchlogistiker war 2024 ein herausforderndes Jahr: Die Branche bekommt weiterhin die allgemeine Kaufzurückhaltung zu spüren, zudem hält der Kostendruck bei steigendem Bürokratieaufwand unvermindert an«, so SCHMIDT-FRIDERICHS weiter.



In einer ersten Bilanz des Buchhandels für das Jahr 2024 liegt der Umsatz mit Büchern leicht über dem des Vorjahres. Die Lage in vielen Unternehmen bleibe aber angespannt, schreibt der Börsenverein der Deutschen Buchhandels. Der Umsatz in den zentralen Vertriebswegen (Sortimentsbuchhandel, E-Commerce inklusive Amazon, Bahnhofsbuchhandel, Kauf-/Warenhäuser, Super- und Drogeriemärkte) stieg im Jahr 2024 um 0,8% im Vergleich zum insgesamt schon guten Vorjahr 2023. Allerdings ging die Zahl der verkauften Bücher im selben Zeitraum um 1,7% zurück. Die Preise stiegen im Schnitt um 2,6% und sorgten so für das positive Umsatzergebnis.



Bei den Warengruppen kristallisierten sich auch aufs Jahr gesehen die Sachbücher als Gewinner heraus (plus 7,7%), die Belletristik lag mit 4,1% im Plus, Kinder- und Jugendbücher erreichten einen Zuwachs von 0,5%.

Bei den Buchhandlungen vor Ort fällt der Umsatzzuwachs mit 0,9% etwas höher aus als bei allen Vertriebswegen zusammen. Das Absatzminus bewegte sich bei 2,2%, der Durchschnittspreis der verkauften Bücher nahm um 3,1% zu.

Vollständige Buchmarktzahlen, die alle weiteren Vertriebswege (Verlage direkt, Versandbuchhandel, sonstige Verkaufsstellen, Buchgemeinschaften) sowie das Rechnungsgeschäft umfassen, liegen im Sommer 2025 vor.



THE PLACE TO BE IN 2025!

11. - 13. März 2025 | Messe München

Nehmen Sie an der 7. Internationalen Messe für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie teil. Entdecken Sie die neuesten Technologietrends und Möglichkeiten für Ihr Geschäftswachstum!

- Verbrauchsmaterialien
- Wellpappen-Anlagen und Converting Ausrüstung für Wellpappe
- Druckmaschinen
- Rohstoffe
- Softwarelösungen
- Maschinen und Anlagenkontrolle
- Abfallwirtschaft und Ballenpressen
- Converting Ausrüstung für Faltschachteln
- Materialhandling und Lagerhaltung

Warum sich ein Besuch lohnt:

- Eine **hochwertige Konferenz** die es ermöglicht Branchenkenntnisse zu erweitern
- **Vernetzungsmöglichkeit mit der Industrie** um langfristige Geschäftsbeziehungen aufzubauen
- **Die Möglichkeit technologischen Fortschritt zu erzielen** und neue industriespezifische Anwendungen zu entdecken

WEITERE INFORMATIONEN

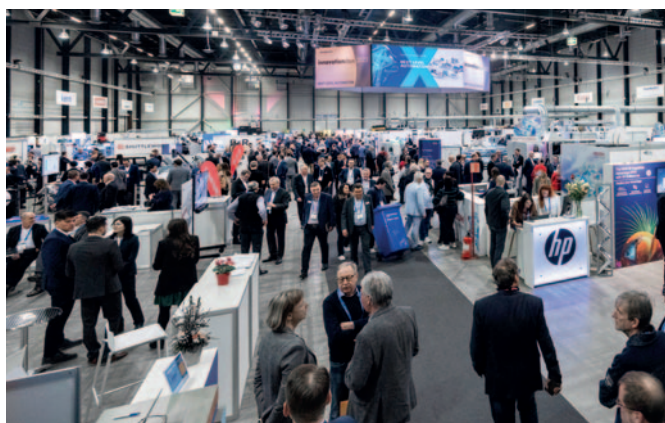
WWW.CCE-INTERNATIONAL.COM





HUNKELER INNOVATIONSDAYS **VIEL ERFOLG AUF WENIG RAUM**

Die Hunkeler Innovationdays, der Branchentreff der Digitaldrucker und Publisher, werden turnusgemäß vom 24. bis 27. März 2025 wieder auf dem Messegelände in Luzern ausgetragen.



Vom 24. bis 27. Februar 2025 versammelt sich auf den Hunkeler Innovationdays einmal mehr die Weltelite des Digital Paper Processing.

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

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

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

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

Die *Hunkeler Innovationdays 2025* vom 24. bis 27. Februar in Luzern stehen dieses Jahr unter dem Motto ›Connect‹ und stellen damit die Workflow-Automatisierung in den Mittelpunkt. Die 100 Aussteller wollen auf dem Messegelände Luzern Neuheiten und Premieren rund um digitale Druck- und Verarbeitungsprozesse präsentieren – dabei gewinnen der Bogen- und Rollendruck und das Sheet-Finishing zunehmend an Bedeutung.

Vom Automatisierungsgrad hängt es schließlich ab, wie wirtschaftlich und profitabel von der weißen Papierrolle bis zum Endprodukt gearbeitet wird. Auf verschiedenen Produktionssystemen demonstrieren die Aussteller, wie vernetzt heute automatisierte Produktionsabläufe sein können – fokussiert auf den Hochleistungsdruck in Rolle und Bogen. Neben Druck- und Finishing-Systemen werden auch Software sowie Veredelungs- und Verbrauchsmaterial ausgestellt.

Wie bei früheren Veranstaltungen werden zusammenhängende Produktionsabläufe live demonstriert, was einen Einblick in vielseitige Szenarien mit hoher Praxisrelevanz gibt.

CANON Digitaler Bogen- und Rollendruck

Die *ProStream 2000*-Serie von *Canon* setzt sich aus Hochleistungs-Inkjet-Rollendrucksystemen in verschiedenen Geschwindigkeitsstufen zusammen. Es können gestrichene und ungestrichene Standard-Offsetpapiere sowie für Inkjet optimierte Medien von 28 bis 150 g/m² bedruckt werden. Die *ProStream 2133* druckt live auf den *Hunkeler Innovationdays* eine Vielzahl an Anwendungen mit Geschwindigkeiten von bis zu 133 m/Min.

Diese werden auf dem Stand von *Müller Martini* mit dem automatisierten *Connex*-Workflow und auf dem *Hunkeler*-Stand mit der *Gen8 EVO Cut-Stack*-Lösung offline weiterverarbeitet.

Aktuell hat *Canon* weltweit 700 Inkjet-Bogendrucksysteme dieses Typs installiert.

Zudem informiert *Canon* über die kommenden Bogendrucksysteme, die *varioPrint iX1700*, die ein monatliches Druckvolumen von 300.000 bis ca. 1,5 Mio. A4-Seiten produzieren kann, und das B2-Bogendrucksystem *varioPress iV7*, das bis zu etwa 4,5 Mio. B2-Seiten pro Monat drucken kann.

DATALINE Print MIS/ERP MultiPress

Dataline wird die neueste Version von *MultiPress 6.0 Sirius* vorstellen und dabei auf mehrere Neuheiten hinweisen. Dazu gehören der *MultiPress AI Assistant*, ein intelligentes Tool, mit dem Angebote schneller

logiepartnern hervor. Die Integrationen ermöglichen es, bestehende Systeme zu verbinden und einen vollständig automatisierten Workflow zu erreichen. Viele dieser Partner werden auf den *Hunkeler Innovationdays* anwesend sein, um diese Integrationslösungen zu demonstrieren.

> www.dataline.eu

FUJIFILM Inkjet-Rollen- druckmaschine

Im Mittelpunkt des Auftretts von *Fujifilm* steht die Inkjet-Rollendruckmaschine *Jet Press 1160CFG*. Sie ist mit einem Papierstabilisator ausgestattet, der durch die Regulierung der Papierfeuchte vor dem Druck für mehr Produktivität und eine höhere Qualität sorgen



Mit 700 weltweit installierten digitalen Bogendrucksystemen (hier die *varioPrint iX3200*) ist die Reihe eine der erfolgreichsten Produktionsdruckmaschinen.

Das erfolgreiche B3-Inkjet-Bogendrucksystem *varioPrint iX3200*, auf das sich Anwender mit einem Durchsatz von monatlich mindestens einer Million A4-Seiten verlassen, wird auf der Messe erstmals in einer Inline-Konfiguration mit einem *Horizon Stitchliner Mark V* gezeigt.

und genauer erstellt werden können, und den *Auftragsmanager 2.0*.

Durch die Integration von *Callas* eliminiert *MultiPress* Schritte in der Druckvorbereitung, liefert produktionsfertige Dateien und steuert die Produktion, wodurch hohe Automatisierung erreicht wird.

MultiPress hebt auch die Integration mit mehr als 80 zertifizierten Techno-

soll. Dank verbesserter Trocknungstechnik erreicht die Maschine eine Druckgeschwindigkeit von 80 m/Min.

In Luzern wird die Maschine zusammen mit einem Weiterverarbeitungsgerät von *Hunkeler* live Postkarten produzieren.

Darüber hinaus führt *Fujifilm* zusammen mit

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 Millionenaufgaben 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

Meccanotecnica die Möglichkeiten seiner Inkjet-Technologie zur flexiblen Produktion kleiner Buchauflagen vor. Zusammen mit *Horizon* und dessen *StitchLiner*-Technologie demonstriert das Unternehmen außerdem den Wechsel zwischen Buchformaten und Umbruchgestaltungen.

HEIDELBERG Smarter Nearline-Finishing

Die *Stahlfolder TH 56/66 Fireline* für die Nearline-Weiterverarbeitung im Digitaldruck ermöglicht die automatisierte Verarbeitung des digital gedruckten Bogens bis zum fertig geschnittenen und gefalteten Druck-Erzeugnis in einem Arbeitsgang. Schneiden, Rillen und Falzen erfolgen in einem Durchgang. Während die *Stahlfolder TH 56 Fireline* als Weiterverarbeitungslösung für die *Jetfire 50* entwickelt wurde, ist die *TH 66 Fireline* in Kombination mit der *Jetfire 75* für das B2-Format vorgesehen. *Heidelberg* plant die Vorstellung der *Jetfire 75* im Laufe des Jahres 2025. Die Falzmaschine ist vollständig in den *Prinect*-Workflow integriert. So lässt sich das System auf Basis der Job-Parameter

von *Prinect* automatisch und nahezu bedienerunabhängig voreinstellen.

HÖNLE The Entire Spectrum for Curing

Hönle Business Unite Curing zeigt auf den *Hunkeler Innovationdays* kombinierte Infrarot- und Heißluftmodule zur Trocknung wasserbasierter Inkjet-Farben. Dabei unterstützt die heiße Luft nicht nur den Trocknungsprozess durch leistungsstarkes Abkühlen, sondern kühlt zugleich die IR-Lampe, was deren Lebensdauer verlängert. Beide Trocknungskomponenten sind separat regelbar.



Super exakt, einfach in der Handhabung – und eine Weltneuheit: das UV-Dosismessgerät *UV Scan MACS* mit patentierter Messtechnologie.

Hönle zeigt außerdem eine Auswahl an LED-UV-Aushärtegeräten für den Digitaldruck. Eine Weltneuheit ist das neue *UV Scan MACS* mit patentierter Messtechnologie zur einfachen und präzisen Bestimmung

der UV-Dosis. Das System besteht aus dem Lesegerät *macsReader* und den kalibrierbaren Messstreifen *macsStrips* für exakte Messergebnisse. > www.hoenle.de

HORIZON Vernetztes Finishing

Mithilfe des cloudbasierenden Workflow-Service *iCE LiNK* werden Systeme über verschiedene Stände hinweg vernetzt, um Workflows zu optimieren und den Produktionsstatus einzelner Maschinen in Echtzeit zu überwachen.

Besucher können die Inline-Anbindung eines *Horizon iCE StitchLiner Mark V* mit einer *Canon* Bogen-Inkjet-Druckmaschine *varioPrint iX3200* live erleben. Diese Inline-Lösung ermöglicht die Produktion von Broschüren in einem Durchgang. Das System ist auf dem



Weltpremiere in Luzern: Inline-Anbindung eines *Horizon iCE StitchLiner Mark V* mit einer *Canon varioPrint iX3200*.

Stand von *Canon* zu sehen, direkt neben dem *Horizon* Stand in Halle 2. Zwischen den beiden Ständen wird außerdem ein AMR (Autonomer Mobiler Roboter) fahren, der von *Canon* gedruckte Applikationen zum *Horizon SmartSlitter* transportiert. Die Multifinishing-Lösung vereint Schneiden, Rillen und Perforieren in einem Durchgang und ist somit ideal für die flexible Weiterverarbei-

tung von Digitaldruckprodukten geeignet. Am Stand von *Horizon* wird außerdem der *iCE StitchLiner Mark V* inline mit der Rollenverarbeitungstechnologie von *Hunkeler* verbunden sein, um Broschüren unterschiedlicher Stärke und Formate in einem Durchgang zu fertigen und so die Produktivität und Flexibilität zu erhöhen. Ebenfalls auf dem *Horizon*-Stand zu finden: ein aus zwei Klebebändern bestehendes System, in-

Der *Smart Label-Binder* wird auf dem Screen-Stand in Halle 2, Stand P7 zu sehen sein.

line verbunden mit dem *iCE Trimmer HT-300*. Die Zuführung der Buchblöcke an den 1-Zangen-Klebebinder *BQ-300* und den 4-Zangen-Klebebinder *BQ-500* erfolgt über Roboterarme.



Am Stand von *Hunkeler* erwartet Besucher ein effizientes Direct-Mail-System, bestehend aus der *Horizon* Falzmaschine *iCE Folder AFV-566FKT*, inline angebunden an eine Pflugfalz-Lösung von *Hunkeler*. Auf dem Stand des schweizerischen *Horizon*-Vertriebspartners *Gietz* werden außerdem folgende Einzelmaschinen präsentiert: die Falzmaschinen *iCE Folder AFV-*

566FKT und *PF-P3300*, die Balkenrill-, Perforier- und Falzmaschine *CRF-362* sowie der Klebebinder *BQ-P65*.

> www.horizon.de

IBIS Smart Label-Binder

IBIS Integrated Bindery Systems wird die *Hunkeler Innovation Days* nutzen, um den *Smart Label-Binder* vorzustellen, der neue Industriestandards in der

Etikettenproduktion setzen will. Dieser wurde für die Produktion von Extended Content-Etiketten (ECLs) optimiert. Während der *Innovationdays* wird der *Smart Label-Binder* Phar-

ma-ECLs unter Verwendung von leichtem (45 g/m²) OP medical-Druckmaterial und *IBIS'* fortschrittlicher ISG-Klebebindetechnologie herstellen. Der *IBIS Smart Label-Binder* wird während der Messe von einem *Hunkeler*-Rollenabwickler und Rollenschneider mit von *Screen* bedruckten Rollen beschickt. > www.ibis-bindery.com



Die Nearline-Weiterverarbeitungslösung *Fireline* mit *Stahlfolder TH 56/66* für die digitale Produktion.

KODAK 410 m/Min. von der Rolle

Kodak wird die Digitaldruckmaschine *Prosper 7000 Turbo*, die mit waserbasierenden *Kodak Ektacolor*-Tinten druckt, in einer Rolle-zu-Rolle-Konfiguration mit Abwickler und Aufwickler aus eigener Entwicklung und Fertigung präsentieren. Die Maschine ist mit Druckgeschwindigkeiten von bis zu 410 m/Min. laut Kodak die schnellste Inkjet-Druckmaschine der Welt.



Kodak präsentiert mit der *Prosper 7000 Turbo* die schnellste Inkjet-Druckmaschine der Welt auf den *Hunkeler Innovationdays 2025*.

Das macht sie zu einer Lösung für die Transformation größerer Auflagen von Direktmailing-, Akzidenz-, Transaktions- und Bücherdruckaufträge vom Offset- in den Digitaldruck. In Zusammenarbeit mit *Horizon* und *Hunkeler* wird auch Kodak die Verarbeitung von Papierrollen, die auf *Prosper*-Maschinen bedruckt werden, zu fertigen Druck-Erzeugnissen demonstrieren. Ein rückstichgehefteter Katalog wird auf einem *Horizon iCE StitchLiner Mark V* produziert, und eine *Hunkeler*-Papierverarbeitungslinie wird eine an-

spruchsvolle Direktmailing-Anwendung verarbeiten.

LEONHARD KURZ Digitale Veredelung neu definiert

Am Stand von *Leonhard Kurz* stehen Innovation und Technologie im Mittelpunkt. Der *DM-Maxliner 2D* wird live in Aktion gezeigt auf hochwertigen Substraten des Kooperationspartners *Sappi*. Der *DM-Maxliner 2D* kombiniert patentierte Spitzentechnologie mit Vielsei-

tigkeit und ermöglicht hochwertige Metallisierungen auf einer Vielzahl von Substraten, darunter auch offen strukturierten, unbeschichteten Papieren. Als interaktives State-of-the-Art-Exponat bietet der *DM-Uniliner 3D* laut *Kurz* einen Technology Deep Dive in die 3D-Inkjet-on-Substrate-Technologie für Etiketten- und Rollenwendungen. Besucher können erleben, wie diese Technologie faszinierende Effekte und spannende Kreationen in nur einem Arbeitsschritt durch digitale Metallisierung und Lackierung erzeugt. Die Flexibilität der Maschine erlaubt flächige

sowie haptische Effekte von 4 bis 100 µm mit beeindruckender Qualität im industriellen Maßstab. Das Tochterunternehmen *MPrint* stellt mit der kompakten Komplettlösung *MCube* wirtschaftliche und einfach integrierbare Lösungen für den variablen Datendruck vor. Diese eignen sich ideal für Late-Stage-Vierfarbdruck auf Etiketten mit QR- oder Barcodes, Chargennummern und mehr. > www.kurz-world.com

MÜLLER MARTINI Lösungen für die Smart Factory

Müller Martini wird drei Lösungen für die Smart Factory präsentieren (siehe auch den Beitrag auf Seite 28). Highlight wird eine Inline-Lösung in Kooperation mit *Heidelberg* für die Produktion von Softcover-Büchern aus weißen Bögen in verschiedenen Formaten und Dicken sein. Zusätzlich wird eine weitere Inline-Anwendung gezeigt, die den Prozess von der weißen Rolle zum fertigen Softcover-Buch zeigt. Diese Produktionslinie ist auf minimalen Personaleinsatz ausgelegt und ermöglicht die Herstellung von Softcover-Büchern direkt von der weißen Rolle.

Im Rahmen der *Hunkeler Innovationdays* wird auch der hochautomatisierte Sammelhefter *Prinova Digital* vorgestellt. Diese Hybridlösung ist ideal für die effiziente und kostengünstige Produktion von

Magazinen, Broschüren und Katalogen in kleinen Auflagen. Die Lösung ermöglicht kurze Einricht- und Umrüstzeiten und bietet ein intuitives Bedienkonzept für höchste Benutzerfreundlichkeit.

OBILITY Neue Technik- generation

Nach der Devise »Wer digital druckt, muss auch digitalisiert arbeiten« beteiligt sich *Obility* als Aussteller an den *Hunkeler Innovationdays 2025*. Dabei präsentiert sich das Koblenzer Software-Haus als Komplettanbieter, der Druckunternehmen jeder Größenordnung eine Plattform für die Digitalisierung und Automatisierung ihrer Geschäftsprozesse bereitstellen kann. Im Zentrum steht das browser-basierte Print-ERP/MIS *Printmanager* der neuesten Generation (siehe auch Seite 22).



Obility zeigt auf den *Hunkeler Innovationdays* sein browser-basiertes Print-ERP und ein smartes MIS.

ONEVISION Effiziente Automation

OneVision Software rückt seine modularen Automationslösungen in den Fokus, die Produktionsabläufe – von der Daten-

aufbereitung über Druck und Veredelung bis zur Weiterverarbeitung – nahtlos integrieren. Ziel ist es, bestehende Systemlandschaften effizienter, flexibler und nachhaltiger zu gestalten.

Die *Book Automation Suite* von *OneVision* ermöglicht eine durchgängige Automatisierung – vom Auftragseingang über den Druck bis zur Weiterverarbeitung und schafft eine reibungslose Interaktion zwischen Highspeed-Druckmaschinen, MIS und der Buchbinderei.

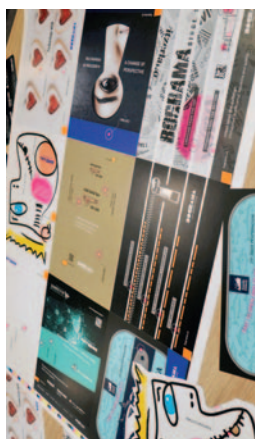
Die flexible Softwarelösung sorgt für eine optimierte Maschinenauslastung, reduziert Rüst- und Prozesszeiten und steigert die Produktivität. Auch dem diesjährigen Motto »Connect« wird *OneVision Software* gerecht. Durch strukturierter Datenaustausch lässt sich die Software in heterogene Systemlandschaften integrieren und mit verschiedenen Soft- und

Hardwaresystemen wie *Dataline*, *Canon*, *HP*, *Ricoh*, *Screen*, *Hunkeler*, *Horizon* und vielen weiteren in einen durchgängigen Workflow einbinden. > www.onevision.com

PRINT ALLIANCE Starkes Partner- Netzwerk

Prozessübergreifende Lösungen sind in einer Industrie mit immer individuelleren Produkten gefragter denn je. Erstmals wird die *Postpress Alliance 2025* geschlossen an den *Hunkeler Innovationdays* mit einem Portfolio der Marken *baumannperfecta*, *Bograma*, *H+H*, *Hohner*, *MBO* und *Wohlenberg* teilnehmen und ihre Kompetenzen in den Bereichen Schneiden, Schütteln, Stanzen, Falzen und Kleinst-Falzen, Sammelheften und Klebebinden sowie kollaborierende Roboter-Systeme und digitale Vernetzung präsentieren.

Digitalverarbeitung steht dabei selbstverständlich im Fokus. Rollenverarbeitung wird gleich zweimal vertreten sein. Die *M9* von *H+H* wird mit *MBO Unwinder UW23* und *SVC23* demonstrieren, wie die Verarbeitung von Kleinstformaten wirtschaftlich möglich ist. Die *Hohner HHS-Futura* ist für Bandgeschwindigkeiten bis 220 m/Min. eine viel beachtete Lösung. An den *HID* wird sie in Kombination mit *MBO Unwinder UW23*, Querschneider *SVC525C* und Falzmaschine im selektiven Verarbeitungs-Modus gezeigt. Der *CoBo-Stack 30i* unterstreicht die große Arbeiterleichterung kollaborierender Roboter. Als Spezialist für das Stanzen demonstriert *Bograma* auf der *BSR 550 basic* die Möglichkeiten rotativer Stanztechnik.



Bograma-Stanztechnik lässt sich auch bei der Flyerproduktion einsetzen.

Kurze Rüstzeiten, haltpunktfreies Stanzen und die Möglichkeit des In-line-Ausbrechens machen die *BSR 550 basic* äußerst effizient und ermöglichen die schnelle und flexible Produktion hochwertiger Stanzprodukte.

Anhand einer Flyerproduktion im 9-fach Nutzen entsteht ein Musterkatalog, der die Vielfalt der Stanzlösungen zeigt. *Baummannperfecta* zeigt den Schnellschneider *BP 92*, der speziell für den Digitaldruck entwickelt wurde. Mit der *Straight 2 Cut*-Technologie werden Vorstufendaten per Barcode-Scanner direkt in Schneidprogramme umgewandelt. *Wohlenberg* wird zwar ohne eine Maschine vor Ort sein, aber die jüngsten Neuheiten rund um die Klebebindung informieren.

RICOH Lösungen für den B2-Inkjet-Druck

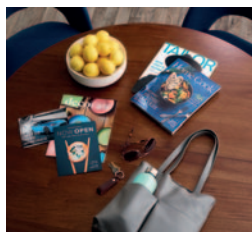
Ricoh will aufzeigen, dass eine effiziente Produktion mit Softwarelösungen wie dem *TotalFlow*

BatchBuilder beginnt, der viele Schritte der digitalen Kleinauflagenproduktion vereinfacht und automatisiert, sowie mit dem *Ricoh Process Director*, der Produktionsinformationen und Druckprozesse erfasst, transformiert und verwaltet und eine präzise Nachverfolgung ermöglicht.

Das Portfolio an Inkjet-Rollendruck und toner-basierten Bogendrucksystemen, die in Luzern ausgestellt werden, umfassen die Modelle *Ricoh Pro VC80000*, *Pro VC40000* und *Pro C9500*, sowie eine interaktive Präsentation des Bogendrucksystems für das Format B2.

SAPPI Magno Web Portfolio

Sappi wird sein holzfreies, gestrichenes Papier *Magno Web* vorstellen, das unter anderem im Kirchniemli-Werk produziert wird, in dem die direkten fossilen Treibhausgasemissionen um 90% reduziert wurden. *Magno Web* bietet eine unvergleichliche Kombination aus herausragender Qualität, Konsistenz und Eignung für alle anspruchsvollen Druckanwendungen.



In Zeiten, in denen sowohl Nachhaltigkeit als auch technische Expertise gleichermaßen entscheidend sind, präsentiert *Sappi* sein *Magno Web* Portfolio auf den *Hunkeler Innovationdays*.



Screen führt auf den *Hunkeler Innovationdays* den 225 m/min schnellen *Truepress Jet 520NX AD* vor

Magno Web ist in zwei Oberflächen und Grammaturen von 90 bis 250 g/m² verfügbar und überzeugt mit hervorragendem Volumen, hoher Steifigkeit, ausgezeichnete Opazität und gleichbleibender Konsistenz über die gesamte Produktpalette hinweg.

> www.sappi.com

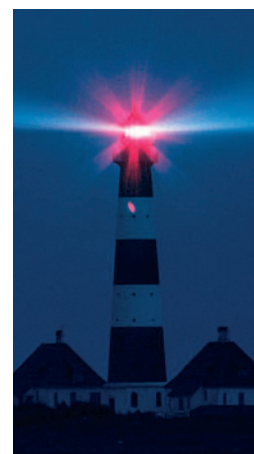
SCREEN Neue Lösung für Mailings

Screen kommt mit einer Neuentwicklung nach Luzern und stellt die *Truepress JET 520NX* für den Transaktionsdruck und Direktmailings vor. Die Maschine leistet Geschwindigkeiten von bis zu 225 m/Min. In dem System kommt eine Pigmenttinte zum Einsatz, die kontrastreiche Designs und gut lesbaren Text auf dünnen Substraten von 40 g/m² ermöglicht. Gleichzeitig sorgt das integrierte Inspektionssystem für eine Echtzeitprüfung der gesamten Druckfläche in einem Auftrag. Mit CBN-Codes, die während der Produktion aufgebracht werden, wird eine 100%ige Rückverfolgbarkeit gewährleistet – entscheidend für die Zuverlässigkeit und das

Vertrauen der Kunden im Transaktionsdruck.

DOXNET Vernetzte Umgebungen

Parallel zu den *HID* findet auf dem Messegelände die *DOXNET-Konferenz* statt, auf der sich die Teilnehmer informieren und vernetzen können. Ein wichtiger Teil der Messe ist der Austausch mit Ausstellern und Druckdienstleistern, denn die Branche bewegt sich insgesamt in Richtung vernetzter Geschäfts- und Produktionsumgebungen. Die *HID 2025* konzentrieren sich auf diese neuen Anforderungen und stellen Lösungen vor, die dabei helfen können, Investitionsentscheidungen auf die Zukunft auszurichten.



DRUCKMARKT
Macht Entscheider
ENTSCHEIDUNGSSICHER

UMWELT
BEWUSST
GEDRUCKT

Für Druck-
produkte
werden keine
Naturwälder
gerodet.

Frischfasern für die
Papierherstellung in
Deutschland stammen
aus Durchforstungs- und
Plantagenholz sowie
Sägewerksabfällen.

Verband
Druck + Medien

www.umweltbewusstgedruckt.de

OBILITY PRINT-ERP/MIS SPEZIELL FÜR KLEINERE DRUCKEREIEN

Mit dem *Printmanager SaaS* bringt das Koblenzer Software-Haus *Obility* eine schlüsselfertige Einstiegslösung seiner Print-ERP/MIS-Software auf den Markt – und folgt damit dem Wunsch vieler kleinerer Druckdienstleister. Der neue cloud- und browserbasierte *Printmanager SaaS* deckt alle Basisfunktionen ab, die bei einem Print-ERP/MIS benötigt werden.

Text und Bilder: **Obility**

In allen Bereichen der Druckindustrie schrumpfen die Auflagen, zudem fordern Einkäufer schnellere Lieferungen bei gleichzeitig mehr Flexibilität. Angesichts dieser Herausforderungen suchen Druckereien nach Möglichkeiten, ihre Geschäftsprozesse zu digitalisieren und zu automatisieren, um manuelle Arbeiten und die Verwaltungskosten pro Auftrag zu minimieren», erläutert *Obility*-Geschäftsführer FRANK SIEGEL.



»Vor diesem Hintergrund sind wir in jüngster Zeit vor allem von kleineren

Druckereien angesprochen worden, die die Effizienz ihrer Prozesse auf ein neues Niveau bringen wollen, aktuell aber nicht über ausreichende finanzielle Ressourcen verfügen. Zudem möchten viele dieser Unternehmen lediglich die Standardprozesse ihrer Auftragsabwicklung optimieren. Das hat uns veranlasst, den *Obility Printmanager SaaS* auf den Markt zu bringen – eine schlüsselfertige Print-ERP/MIS-Software mit allen Funktionen, die in einer zeitgemäßen Abwicklung von Druckaufträgen einschließlich automatischer Kalkulation benötigt werden.«



Mit dem *Printmanager SaaS* bietet das Koblenzer Software-Haus *Obility* ab sofort eine Einstiegslösung seiner Print-ERP/MIS-Software an, mit der kleinere Druckunternehmen ihre Auftragsabwicklung digitalisieren, automatisieren und zukunftssicher gestalten können.

Effiziente Auftragsabwicklung

Ob Digital- oder Offsetdruck, Bogen- oder Rollendruck, Großformat oder Etiketten- und Faltschachteldruck – mit dem *Obility Printmanager SaaS* können kleinere Druckunternehmen mit weniger komplexen Prozessen von den *Obility*-Basisfunktionen profitieren und eine effiziente digitalisierte Auftragsabwicklung mit hohem Automatisierungsgrad realisieren, verspricht *Obility*. So umfasst der *Printmanager SaaS* ein vollständiges Auftrags-Management, eine automatische Kalkulation einschließlich Angebotserstellung (auch über mehrere Maschinen hinweg) sowie den Einkauf und die Inventur. Im Kundencenter könnten Kunden auf die für sie erstellten Angebo-

te zugreifen, diese mit wenigen Klicks in Aufträge umwandeln, den Status ihrer Bestellungen verfolgen und Lagerbestände abrufen. Auch Lieferanten lassen sich einbinden, wobei sie im Lieferantencenter ihre Preise hinterlegen können. Zudem enthält das System *Obility* zufolge ein komplett revisionssicheres Dokumenten-Archiv. Das *Obility*-Assistenzsystem gehört ebenfalls zum Lieferumfang. Mithilfe von Statusmeldungen aus dem Prozess könne es Routine-Verwaltungsarbeiten übernehmen wie etwa der Versand von Benachrichtigungen per Mail, Datenübertragung oder das Erstellen von Rechnungen und anderen Belegen. Das spare Zeit in der Auftragsabwicklung und Verwaltung.

Funktionalität und Bedienkomfort

Die Chargenverwaltung, die Anbindung an die Finanzbuchhaltung und die Übergabe der Auftragsdaten in die Druckvorstufe sind Teil der gesamten Funktionalität, die in der Cloud zur Verfügung steht. Und sie ist browserbasiert, bietet also Bedienkomfort und kann auf Mac, PC, Tablet und Smartphone verwendet werden.

»Als schlüsselfertige Lösung ist der *Obility Printmanager SaaS* ein fertiges Werkzeug und macht die Prozesse einfach, transparent und effizient wie nie zuvor. Und das bei fixen monatlichen Kosten«, bemerkt SIEGEL.

So könnten Druckunternehmen schnell ausrechnen, wie sich die effizientere Abwicklung gerade auch kleinerer Aufträge in ihrer Rentabilität niederschlägt.

Zukunftssicherheit

Der *Printmanager SaaS* erweist sich nach Angaben von *Obility* als zukunftsorientiert. Kunden können später jederzeit vom *Obility Printmanager SaaS* auf eine eigene *Obility*-Digitalisierungs-Plattform mit dem *Printmanager Server* mit maßgeschneiderter Funktionalität umsteigen. So bietet die SaaS-Version der Print-ERP/MIS-Software von *Obility* Zukunftssicherheit.

> www.obility.de



PARTNERSCHAFT Koenig & Bauer und Actega

Der Markt an veredelten Druckprodukten boomt wie nie zuvor. Immer höherwertige Inline-Veredelungen im Druck werden zum Standard. Neue und hochwertige Veredelungsformen setzen sich durch und werden weltweit eingesetzt. Teil dieser Erfolgsgeschichte mag auch die seit mittlerweile acht Jahren andauernde Entwicklungspartnerschaft zwischen Koenig & Bauer und Actega sein.

Diese Zusammenarbeit geht nun weiter und wurde um drei weitere Jahre verlängert.

> www.koenigbauer.com

ATÉCÉ Neue Linie von CtP-Lösungen

AtéCé hat die angekündigte Linie von CtP-Lösungen mit dem Namen Nova Premia eingeführt. Erste Installationen sind bereits abgeschlossen.

Geschäftsführer BERT SCHELHAAS begründet, warum AtéCé eigene CtP-Systeme unter dem Markennamen Nova vermarktet, damit, dass einiges an Service und Fachwissen bei den Herstellern verloren gegangen sei. AtéCé als Hersteller und Anbie-

ter von Verbrauchsmaterialien insbesondere im Bereich der Druckvorstufe verfüge über großes technisches Wissen im grafischen Produktionsprozess und wolle seinen Kunden einen Mehrwert bieten. »Vor diesem Hin-



Eigenentwicklung von AtéCé: das neue CtP-Konzept Nova Premia.

tergrund gingen wir mit unseren technischen Spezialisten ans Reißbrett und entwickelten ein neues CtP-Konzept. Das erste konkrete Produkt ist das Nova Premia CtP-System, das in Zusammenarbeit mit einem spezialisierten Hersteller von CtP-Technologie entwickelt und in Lizenz nach unseren Spezifikationen produziert wird.«

> www.atece.de

HUBERGROUP Blauer Engel für Offsetdruckfarben

Die umweltfreundlichen Offset-Produktserien Rapida Eco, Eco Perfect Dry und Resista der hubergroup Deutschland sind auf der Positivliste der Umweltzertifizierung Blauer Engel. Demnach ist es möglich,

bei Einsatz dieser Farbserien (und anderer Voraussetzungen) die Zertifizierung Blauer Engel für Druck-Erzeugnisse zu erlangen. Die Zertifizierung bestätigt, dass die hergestellten



Printprodukte strenge Umwelt- und Nachhaltigkeitsstandards erfüllen und einen minimalen ökologischen Fußabdruck hinterlassen.

KRAFTPAKET Die neue Canon imageForce

Canon steigt mit einer neuen Plattform in einen weiteren Zielmarkt ein: Unternehmen, die Büro-kommunikation und Marketingmaterialien inhouse produzieren wollen.



Die neue Canon imageForce ist ein kreatives Kraftpaket.

Die imageForce C7165 ist ein Multifunktionsdrucker, der Bilder mit einer Auflösung von bis zu 4.800 x 2.400 dpi liefert. Die unterschiedlichsten Materialien mit Grammaturen von 52 bis 300 g/m² können mit dem neuen System verarbeitet werden. Gedruckt werden maximal 65 Seiten/Minute. Damit ist die Hoch-Herstellung von Drucksachen im eigenen Haus, darunter Flyer, Poster, Broschüren und Banner möglich. Auch der Druck von Visitenkarten, Postkarten und personalisierten Direktmailings ist möglich.

> www.canon.de

BIRKAN TyreF-Lackplatten für D/A/CH

Die Birkan GmbH wurde 1924 als Drucktuch-Hersteller gegründet und gehört zu den ältesten grafischen Fachhändlern in Deutschland. Birkan führt ein umfassendes Sortiment an Drucktuch-Qualitäten nicht nur für die gängigen Offset-Anwendungen, sondern auch für spezielle Anforderungen wie Plastik-, Metall- oder Wertpapierdruck. Auch Unterlagematerialien und Messgeräte gehören zum Lieferprogramm. Alle Drucktücher und Unterlagematerialien werden in der hauseige-

nen Produktion konfektioniert und aktuell in über 70 Länder weltweit exportiert. Birkan verfügt darüber hinaus auch über eine Fertigung von lasergravierten elastomeren Druckformen sowie gestrippten Lackiertüchern und -platten.

Jetzt übernimmt Birkan die Vertriebspartnerschaft für TyreF in der D/A/CH-Region. Das italienische Unternehmen hat sich seit 2007 zu einem international anerkannten Hersteller von Lackplatten entwickelt. Das Sortiment umfasst daneben Unterlage- und Spezialdrucktücher. Die von TyreF entwickelten und im norditalienischen Arco produzierten Lack-

platten sind für die Verpackungsindustrie und den Akzidenzdrucks konzipiert. Bei der Produktion werden strenge Qualitätskriterien angelegt sowie ausgewählte Rohstoffe eingesetzt. Dabei wird besonderer Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltverträglichkeit gelegt. Alle Produkte sind Lösungsmittel- und phthalatfrei und entsprechen damit den Richtlinien für Lebensmittelverpackungen. Die Lackplatten sind geeignet für alle Arten neuer Dispersions- und UV- sowie Speziallacke.

> www.birkan.de



ÜBERBLICK.
EINBLICK.
DURCHBLICK.



DRUCKMARKT
impressions

www.druckmarkt.ch

KODAK

POTENZIALE DES VARIABLEN DRUCKS AUSSCHÖPFEN

Digitaldruckmaschinen sind zu einem integralen Bestandteil der Produktionsprozesse geworden. Das Angebot an entsprechenden Maschinen ist vielfältiger denn je und im Zuge ihrer Weiterentwicklung investieren immer mehr Druckereien in den digitalen Druck – vorwiegend in den Inkjet-Druck.

Text und Bilder: Kodak

Neben der Investition in eine eigenständige Digitaldruckmaschine gibt es für Unternehmen, die sich die Möglichkeiten des hochproduktiven Digitaldrucks zunutze machen wollen, eine weitere Option: die Integration digitaler Eindrucksysteme, die in Bezug auf Qualität und Druckgeschwindigkeit mit herkömmlichen Maschinen mithalten können.

Die Ausstattung vorhandener Offsetdruckmaschinen oder Weiterverarbeitungsanlagen mit digitalen Eindrucksystemen kann Druckbetrieben helfen, ohne allzu große finanzielle Investitionen neue Geschäftsfelder zu entwickeln, Prozesse zu rationalisieren und das Potenzial ihrer existierenden Produktionseinrichtungen zu steigern. Mit mehr als fünf Jahrzehnten Erfahrung in der Entwicklung und Herstellung von Inkjet-Druckköpfen hat Kodak die *Prosper Plus* und *Prosper S* Druckköpfe beziehungsweise Eindrucksysteme im Portfolio. Sie liefern die hohe Geschwindigkeit und die Druckqualität, die für die Integration mit Offset- (Bogen- und Rolle), Flexo- und Tiefdruckmaschinen sowie Finishing- und Verpackungsverarbeitungsmaschinen erforderlich sind.

Kodaks Continuous-Inkjet-Lösungen bieten Druckereien den einfachen Übergang zur Inkjet-

Technologie und die Möglichkeit, durch diesen hybriden Ansatz die Potenziale des variablen Drucks auszuschöpfen.

Flexible Integrations-Optionen

Dank ihrer flexiblen Integrations- und vielfältigen Konfigurationsoptionen eignen sich die *Kodak Prosper* Eindrucksysteme für verschiedene Anwendungsbereiche:

- **Direktwerbung**
Personalisierte Texte und Bilder oder Grafiken, gezielte Werbeangebote beziehungsweise Werbebotschaften und Coupons, Rabattgutscheine etc.
- **Verpackungen**
Strichcodes, 2D-Codes, Massenversionierung, Sicherheits- sowie Fälschungsschutzfunktionen, variable Codes für vernetzte, intelligente Verpackungsanwendungen und mehr.
- **Gaming**
Tombola-Lose, Gewinnspiele, Preisausschreiben usw.
- **Produktdekoration**
Servietten, Versionierung von Designs, Hinzufügen von Gebrauchsanweisungen oder Werbebotschaften.

Durch die effiziente Produktion mit den Eindrucksystemen bei kurzen Vorlaufzeiten können Druckereien die Wünsche ihrer



Kodak Prosper Print Bar. Die Druckköpfe sind hintereinander und nebeneinander leicht versetzt konfiguriert.

Kunden auch in Systemen erfüllen, die eher weniger mit Digitaldruck, Individualisierung oder Personalisierung in Verbindung gebracht werden.

Stream Continuous-Inkjet

Das *Prosper* Druckköpfe arbeiten mit der *Kodak Stream* Technologie, die aufgrund ihrer präzisen, runden Tröpfchenplatzierung auch auf glänzenden Bedruckstoffen hohe Geschwindigkeiten und eine hohe Flächendeckung ermöglicht.

Prosper Eindrucksysteme bieten Geschwindigkeiten von bis zu 900 m/Min. und liefern eine Druckqualität, die vom herkömmlichen Offsetdruck kaum zu unterscheiden ist. Die Druckbreite der Grundkonfiguration beträgt 105 mm und kann auf verschiedene Breiten erweitert werden; CMYK-Farbdruck wird

durch Kaskadierung von vier dieser Inkjet-Module ermöglicht. Die Systeme sind in verschiedenen Geschwindigkeits- und Breitenversionen erhältlich.

Optionen für die flexible Erweiterung der Druckbreite

Bis zu zwölf *Prosper* Druckköpfe lassen sich in der Breite konfigurieren, sodass maßgeschneiderte Lösungen für eine große Vielfalt von Anwendungen realisierbar sind. Dank dieser Skalierbarkeit können Druckereien im kleinen Maßstab anfangen und später im Zuge einer Vor-Ort-Aufrüstung zusätzliche Druckköpfe hinzufügen.

Je nach Konfiguration können Systeme bis zu zwölf Druckstationen und 24 Druckköpfe umfassen und mit Einbaulösungen von *Kodak* oder Drittanbietern in



Dank ihrer flexiblen Integrations- und vielfältigen Konfigurationsoptionen eignen sich die Kodak Prosper Eindrucksysteme für verschiedene Nutzungen, bei denen sie ihre Vielseitigkeit zur Geltung bringen können.

vorhandene Produktionsanlagen integriert werden. Anwenderbetriebe können mit einfarbigem Druck beginnen und dann bei wachsenden geschäftlichen Anforderungen Sonderfarben oder den vierfarbigen Druck ergänzen. Der neue Kodak Prosper Print Bar, den Kodak 2024 auf den Markt brachte, hebt die Produktion mit Prosper-Systemen auf eine neue Ebene. Er ermöglicht nahtlosen Inkjet-Druck mit Druckbreiten, die unter Verwendung mehrerer Prosper Druckköpfe in 105-mm-Schritten skalierbar sind. Die Integrationslösung bietet einen verbesserten automatischen Farbpasser und reduziert Makulatur und Nachdrucke. Darüber hinaus trägt die neue Smart Stitch-Funktion dazu bei, gleichbleibend hohe Druckqualität bei nahtloser Breitformatausgabe zu gewährleisten. Für größtmögliche Flexibilität ist der Prosper Print Bar in vorkonfigurierten Versionen für einfarbi-

gen und CMYK-Druck sowie in kundenspezifischen Konfigurationen verfügbar. Zum Beispiel besteht eine CMYK-Option mit einer nahtlosen Druckbreite von 306,8 mm aus zwölf Druckköpfen – drei für jede Farbe – plus Druckleisten zur Montage, sechs Druckstationen und einem Kodak CS450 Systemcontroller.

Perfekt abgestimmte Tinten und Primer

Prosper Eindrucksysteme verwenden wasserbasierende Kodak Ektacolor Tinten auf Pigment- und Farbstoffbasis, die von Kodak entwickelt und hergestellt werden und aufgrund ihrer chemischen Zusammensetzung schnell trocknen. Ein zentraler Vorteil der Tinten liegt nach Angaben von Kodak in einem eigenen Pigment-Mikromahlverfahren, das extrem feine Pigmentpartikel mit einer sehr engen Größenverteilung generiert. Die feinen Pigmente sorgen dafür, dass sich die Tinten

leichter verdrucken lassen, die Lichtstreuung verringert wird, sattere und reinere Farben entstehen sowie ein überdurchschnittlicher Farbraum wiedergegeben werden und ultradünne getrocknete Tintenschichten entstehen. Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal der Tinten von Kodak ist ihr geringer Gehalt an Feuchthaltemitteln, was selbst dann zu einer schnelleren Trocknung führt, wenn schwierige Materialien mit hoher Flächendeckung bedruckt werden. Für die zuverlässige Trocknung der Tinten wird üblicherweise eine energieeffiziente Nahinfrarot (NIR)-Inline-Trocknungstechnologie oder eine ähnliche entsprechende Trocknungslösung eingesetzt. Prosper Eindrucksysteme profitieren zudem von den wasserbasierenden, tintenfreundlichen Kodak Optimax Primern, die für Ektacolor Tinten optimiert sind. Neben dem Erzeugen einer dünnen

Haftschrift für die Tinte auf dem Bedruckstoff immobilisieren die Primer das Pigment, was hohe Druckgeschwindigkeiten erlaubt. Kodak hat eine Reihe von Optimax Hochleistungsprimern für eine breite Palette von Bedruckstoffen entwickelt. Dazu gehören ein Optimax Standard Primer für ungestrichene Papiere und ein Enhanced Primer für gestrichene Papiere. Optimax Packaging Primer sind für Verpackungsanwendungen mit gestrichenem und ungestrichenem Faltschachtelkarton und Wellpappe sowie für nicht saugende Bedruckstoffe wie Kunststoffe, Folien und Materialien für Körperhygieneprodukte erhältlich. Die Kodak Prosper Eindrucksysteme bestehen aus Druckköpfen, Controllern, Tinten und Primern und sind aus einer Hand erhältlich.

> www.kodak.com



WISSEN

WO ES LANG GEHT.

DRUCKMARKT

MACHT ENTSCHEIDER

ENTSCHEIDUNGSSICHER

HEIDELBERG ERSTE JETFIRE-SYSTEME GEHEN AN SCHWEIZER DRUCKER

In Anlehnung an den Schlachtruf der Schweizer Fussballfans »Hopp Schwiiz!« wird die *Gremper AG* in Basel zum weltweit ersten Anwender einer *Jetfire 50* der *Heidelberger Druckmaschinen AG*. Erster deutscher Anwender ist *Meinders & Elstermann* und ein weiteres System geht zur *Schmid-Fehr AG* nach Goldach.

Text und Bild: Heidelberg

Ab Ende März soll das neue industrielle Inkjet-System bei *Gremper* den Betrieb aufnehmen und dann hochqualitative und oft personalisierte Auflagen produzieren. Das Unternehmen nimmt zudem eine *Speedmaster XL 106-8-P+L* der neusten Generation in Betrieb und erweitert damit seine Kapazitäten in einer hybriden Produktionsumgebung. «Unsere Gespräche über ein Digitaldrucksystem waren mit einem Wettbewerber bereits auf der Zielgeraden, doch dann hat *Heidelberg* auf der *drupa 2024* die *Jetfire 50* mit der Integration in den *Prinect*-Workflow präsentiert. Das hat alles geändert», erläutert der Verwaltungsratspräsident *KARL GREMPER* den Entscheidungsprozess. Weitere Kaufargumente waren der Ein-

satz wasserbasierter, nachhaltiger Tinten und die Tatsache, dass *Heidelberg* auch den Service für die *Jetfire* ausführt. «Die in Tests nachgewiesene Druckqualität der *Jetfire* entspricht jener im Offsetdruck. Letztlich hat uns das Gesamtangebot für beide Technologien überzeugt», sagt *CILGIA GREMPER*, CEO und Delegierte des Verwaltungsrats.

Hybride Druckproduktion

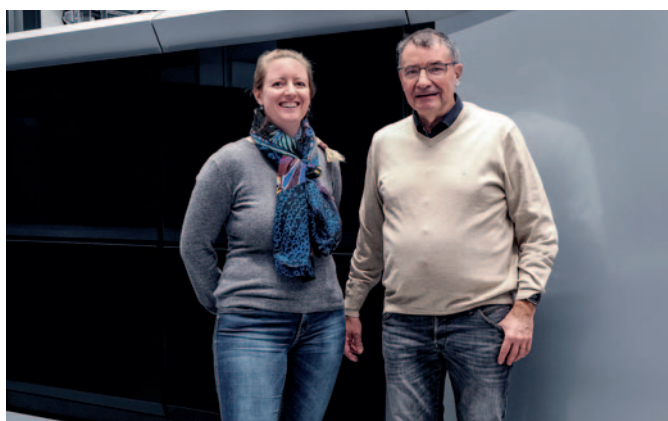
Die *Gremper AG* bewegt sich im Highend-Segment und genießt in der Schweiz hohes Vertrauen in der Kunst- und Kulturszene. Mit der Investition in eine hybride Produktionsumgebung aus Offset- und Digitaldrucksystemen, zu denen neben der *Jetfire* auch zwei *Versafire*-Systeme von *Heidelberg* gehören, baut das Un-

ternehmen seine Marktposition aus. Damit ist *Gremper* in der Lage, sowohl die größeren vierfarbig gedruckten und vielfach veredelten Auflagen als auch den wachsenden Anteil bei Kleinauflagen mit individuellen Inhalten effizient und in höchster Qualität zu produzieren.

Prinect-Software ist entscheidend

Erster deutscher Anwender einer *Jetfire 50* ist die *Meinders & Elstermann GmbH* in Osnabrück. Die Maschine wird im April in Betrieb gehen. Auf der *Jetfire* will das Unternehmen hochqualitative Kleinauflagen und individualisierte Mailings produzieren, eine Produktgruppe, die stark wächst und für eine standardisierte, automatisierte Produktion besonders gut geeignet ist.

Auch für den Geschäftsführer *JENS RAUSCHEN* ist die Workflow-Integration mit *Prinect* und insbesondere das angekündigte *Prinect Touch Free* das entscheidende Kaufargument für eine *Jetfire*: «Eine vollautomatische Steuerung der Produktionsprozesse im Offset- und Digitaldruck ist der Schlüssel für eine profitable Druckproduktion», sagt er. «*Heidelberg* unterstützt mit *Prinect* einen hybriden Produktions-Workflow, wie wir ihn benötigen, um in dem anspruchsvollen Marktumfeld weiter wettbewerbsfähig zu bleiben.» *RAUSCHEN* setzt daher grosse Erwartungen in den kommenden cloudbasierten Automatisierungsworkflow *Prinect Touch Free*, um das Potenzial von Offset- und Digitalsystemen möglichst vollständig auszuschöpfen. «Eine



Die *Gremper AG* in der Schweiz ist der weltweit erste Anwender des industriellen Inkjet-Systems *Jetfire 50* von *Heidelberg*. *Cilgia Gremper*, CEO *Gremper AG*, zusammen mit *Karl Gremper*, Verwaltungsratspräsident *Gremper AG* vor der *Jetfire* im Democenter von *Heidelberg* am Standort *Wiesloch-Walldorf*.



Meinders & Elstermann ist Erstanwender einer *Jetfire 50* in Deutschland. Von links: *Dr. David Schmedding* Vorstand *Technologie & Vertrieb* bei *Heidelberg*, *Jens Rauschen*, Geschäftsführer bei *Meinders & Elstermann*, *Stefan Kuper*, Leiter *Vertrieb Region Nord* und *Frank Kropp*, Leiter *Forschung und Entwicklung*, beide *Heidelberg*.

Software wie *Prinect Touch Free* ist in der Lage, sehr viele Aufträge zu planen und sie effizient und kostengünstig, unter Einhaltung der Termine, durch die Produktion zu bringen.»

Meinders & Elstermann produzieren in Deutschland an fünf Standorten im Akzidenz- und Verpackungsdruck und ist seit Generationen Kunde von *Heidelberg*. Das Unternehmen zählt im Hinblick auf Digitalisierung und Automatisierung über die gesamte Wertschöpfungskette zur Spitze in der Branche.

Und immer wieder Prinect

Als zweites Druckunternehmen in der Schweiz wird die *Schmid-Fehr AG* ebenfalls ab diesem Frühjahr eine *Jetfire 50* in Betrieb nehmen und damit zwei große Toner Systeme ergänzen. Viele Kleinauflagen aus dem Bogenoffset werden künftig auf dem Inkjet-System gedruckt.

Die Entscheidung zugunsten der *Jetfire 50* war ein logischer Schritt auf dem Weg zu einer kompletten Integration der Printproduktion in die *Prinect*-Technologie. «Die volle *Prinect*-Integration der *Jetfire 50* ist der entscheidende Vorteil des Systems, sagt MATTHIAS SCHMID, Inhaber und Geschäftsführer des Unternehmens. «Wir machen einen weiteren großen Schritt hin zu einer durchgängigen Digitali-

sierung und Automatisierung unserer Prozesse.»

Chancen im industriellen Digitaldruck

»Die Marktnachfrage nach unserem Digitaldruckangebot ist nach wie vor sehr hoch. Und wie angekündigt, erfolgen in diesem Frühjahr die ersten *Jetfire 50*-Installationen bei unseren Kunden. Unser hybrider Ansatz mit der Integration von Offset- und Digitaldrucksystemen in einem Workflow ist offenbar ein Wettbewerbsvorteil für unsere Kunden«, sagt DR. DAVID SCHMEDDING, Vorstand Technologie und Vertrieb bei *Heidelberg*.

Markteinschätzungen zufolge wächst der mit seinem Angebot für *Heidelberg* erreichbare weltweite Digitaldruckmarkt einschließlich Service und Verbrauchsmaterialien von heute rund 5,0 auf 7,5 Milliarden € bis im Jahr 2029.

Heidelberg hat daher das Angebot sowohl im Inkjet- als auch im Tonersegment erweitert. Dadurch soll das Unternehmen den Umsatz mit Digitaldrucklösungen deutlich steigern. Auftragsgänge bestätigten das schon ab dem nächsten Geschäftsjahr, heißt es bei *Heidelberg*.

> www.heidelberg.com



Die Schweizer *Schmid-Fehr AG* wird ebenfalls im Frühjahr eine *Jetfire 50* in Betrieb nehmen. Matthias Schmid (ganz rechts), Inhaber und Geschäftsführer der *Schmid-Fehr AG* mit Team und Mike Messmer (ganz links) Sales Account Manager bei *Heidelberg* in der Schweiz.

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*.

Monatlich als PDF-Magazin.

Wir stellen Produkte vor, vermitteln den Background und zeigen die Anwendungen.

Jetzt kostenlos abonnieren.
www.druckmarkt.com

Photo by Alex on Unsplash

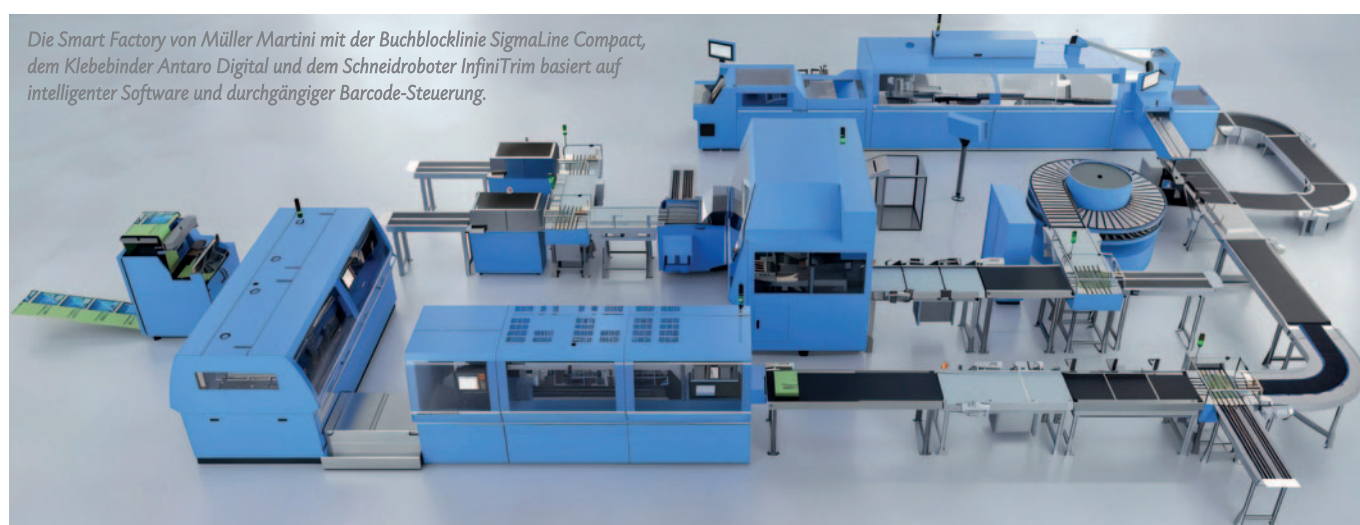


DRUCKMARKT.
impressions
Das PDF-Magazin mit Navigation.

MÜLLER MARTINI SMART FACTORY AUCH OHNE KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Dass Künstliche Intelligenz die Druckindustrie in den nächsten Jahren verändern wird, ist sehr wahrscheinlich. Doch schon bisher haben industrielle Technologien wie Servoantriebe und »intelligente Workflows« sowie das Verständnis für automatisierte Fertigungsprozesse zu Lösungen geführt, die den Namen Smart Factory verdient haben.

Von Klaus-Peter Nicolay



Die Smart Factory von Müller Martini mit der Buchblocklinie SigmaLine Compact, dem Klebebinder Antaro Digital und dem Schneidroboter InfiniTrim basiert auf intelligenter Software und durchgängiger Barcode-Steuerung.

Eine solche Smart Factory für die industrielle Buchproduktion hat Müller Martini mit der Buchblocklinie SigmaLine Compact, dem Klebebinder Antaro Digital und dem Schneidroboter InfiniTrim realisiert. Auf einem vergleichsweise kleinen Raum werden mit bis zu 2.000 Exemplaren pro Stunde Produktionen von der Kleinauflage bis zur individuellen Auflage 1 als Einzelbuch realisiert.

Dies ist schon heute auch ohne Künstliche Intelligenz möglich, indem entsprechende Software, Kameras und Barcodes (für die Erfassung produktrelevanter Daten) eine automatisierte Produktion erlauben. Dabei ist während des gesamten Produktionsprozesses jederzeit bekannt, wo

sich die einzelnen Buchkomponenten gerade befinden. Innerhalb der Buchblocklinie SigmaLine Compact erfasst der erste Barcode-Leser jede einzelne Signatur und sorgt mit entsprechenden Steuerbefehlen dafür, dass sich die Maschine einstellt. Denn alle relevanten Parameter dieser Smart-Factory-Anwendung sind in mitgedruckten Barcodes hinterlegt.

Highlight: Falzprozess

Eines der Highlights der SigmaLine Compact ist der Falzprozess, der bei Müller Martini das patentierte Luftschwert einsetzt. Bei Bedarf und je nach Falzart wird die Papierbahn perforiert, geschnitten, zusammengetragen und berührungslos gefalzt. Im Collator werden die gefalzten Signaturen dann hilfsbeleimt,

zum Buchblock zusammengetragen, abgepresst und für den weiteren Prozess fixiert.

Der Klebebinder Antaro Digital, der mit sechs Klammern bis zu 2.000 Einzelbücher/Stunde herstellt, übernimmt die Buchblöcke von der SigmaLine Compact und produziert fertige Softcoverbücher. In der Blockzufuhr wird dazu die Buchdicke jedes Produkts gemessen und der Barcode für weitere erfasst.

Nach dem Durchlauf der Kühlstrecke schließt sich der variable Dreiseitenbeschnitt mit InfiniTrim an. Mit im Barcode hinterlegten Informationen können die individuell beschnittenen Produkte nach frei definierbaren Kriterien über ein angeschlossenes Sortiersystem ausgegeben werden. Dabei ist die gesamte Anlage

ohne manuelle Eingriffe zu betreiben.

20 Jahre Erfahrung

Müller Martini hat das Thema Digitalisierung beziehungsweise Individualisierung vergleichsweise früh angepackt. So wurde die SigmaLine bereits vor 20 Jahren als Lösung für die Book-on-Demand-Produktion präsentiert und wurde unter dem Leitmotiv »PDF in, Book out« kontinuierlich weiterentwickelt. 2021 folgte die SigmaLine III und vor einigen Monaten wurde das Portfolio mit dem digitalen Buchblockproduktions-System SigmaLine Compact ergänzt. Natürlich dreht sich bei der Entwicklungsstrategie Finishing 4.0 von Müller Martini alles um

Vernetzung, Automatisierung, Variabilität und einen Touchless Workflow.

»Wir versuchen die Herstellkosten trotz steigender Individualisierung tief zu halten, um dem weltweite Boom der vorwiegend in Auflage 1 hergestellten Fotobücher zu entsprechen«, sagt ADRIAN MAYR, Leiter Produkt Management bei Müller Martini.

Den Datenfluss verstehen

Auch wenn Müller Martini bei der digitalen Transformation und der Smart Factory zunehmendes Interesse der Anwender spürt – nicht selten verbunden mit einem Generationenwechsel in den Betrieben – sind doch viele grafische Betriebe von einer Smart Factory immer noch ein gutes Stück entfernt. Denn es gibt zugegebenermaßen einige Hürden.

Neben der Investition in neue Technologie – sprich Maschinen für die digitale Produktion – ist für die neuen Geschäftsprozesse einiges an Know-how notwendig.

Vor allem muss der Datenfluss verstanden werden.

Und schließlich steht die Frage im Raum, was der (digitale) Markt hergibt, ob und ab wann sich die Investitionen bezahlt machen.

Keine intelligente Fabrik ohne Workflow

Ein wichtiger Treiber bei der Suche nach höherer Automation ist der Faktor Personal. Deshalb entwickelt Müller Martini als weiteres Puzzlestück zur Smart Factory gemeinsam mit Hunkeler neue Intralogistik-Lösungen mit Bändern, Puffern, Trolleys und Robotern für die Zufuhr und den Abtransport von Papierrollen, Signaturen, Buchblocks und Umschlägen für die digitale Buchproduktion.

Doch der Schlüssel für eine effiziente Produktion in der Smart Factory ist das Workflow-System.

»Mit dem Connex-System holen die Anwender das Beste aus ihrer Produktion heraus – bis hin zum komplett automatisierten Work-



Das Dashboard der Connex Info Cloud, einem Modul des Connex-Workflow-Systems, bietet einen klaren Überblick über die gesammelten Daten. Es kann sowohl die eingebundenen Maschinen und deren Status als auch die aktuell bearbeiteten Aufträge anzeigen.

flow von der Druckvorstufe bis zum Endprodukt«, sagt MARKUS BRACHER, Leiter Solutions-Engineering bei Müller Martini. Denn ohne Connex hätte man eine Ansammlung von Maschinen und einzelne Fertigungsinseln. Erst Connex als skalierbares Workflow-System ermöglicht die Smart Factory als ein integriertes System.

Die digitale Produktion von Druckprodukten ist also untrennbar mit einem berührungslosen Workflow verbunden.

Ohne diesen funktioniert das Modell einer Smart Factory nicht. Die Maschinen müssen miteinander kommunizieren können.

Für die Zukunft ist der Nutzen von Künstlicher Intelligenz sicherlich in der vorausschauenden Wartung, Echtzeitüberwachung der Produktion oder der datenbasierten Entscheidungsfindung zu sehen. Selbstlernende Algorithmen, die auf Basis früherer Aufträge optimale Produktionsparameter ermitteln, haben ebenfalls Potenzial. Zudem ist der Service ein sinnvolles KI-Einsatzgebiet und soll helfen, die Ursache eines Fehlers aufgrund früherer Erfahrungen zu ermitteln.

> www.mullermartini.com



Toscana

Edle Weine der

www.poggioalsole.com

Graubünden

Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch

KOENIG & BAUER DURST EINE EIGENE HALLE FÜR DIE VARIJET 106

Mit der Eröffnung einer eigenen Halle für die *VariJet 106*, der von *Durst* und *Koenig & Bauer* entwickelten Hybriddruckmaschine für Faltschachteln, bietet sich nun die Gelegenheit, die Maschine zu testen.



Die *VariJet 106* in einer eigenen Halle in Radebeul

Für entsprechende Tests können Besucher eigene Druckdateien und Substrate mitbringen, um sich von den Möglichkeiten der modularen Single-Pass-Druckmaschine *VariJet 106* von *Koenig & Bauer Durst* zu überzeugen. Die 700 m² große Halle ist Teil des globalen *Customer Experience Centers* am Sitz der Business Unit Sheetfed von *Koenig & Bauer* in der Nähe von Dresden, die jetzt zum Segment Paper & Packaging Sheetfed Systems (PEP) gehört.



»Die neue Halle für die *VariJet 106* stellt einen wichtigen Meilenstein in unserer Entwicklung dar«, sagt DANIEL VELEMA, Geschäftsführer von *Koenig & Bauer Durst*. »Mit der Eröffnung des Customer Experience Center bieten wir einen einzigartigen Standort, an dem Digital-, Offset- und Weiterverarbeitungsproduktionen zu sehen und zu testen sind.«

Bisher wurden bereits Anwendungen wie Verpackungen für Kosmetika und Pharmazeutika sowie Produkte aus dem Gesundheitswesen und dem Lebensmittelbereich erfolgreich getestet.

Das Beste aus zwei Welten

Die *VariJet 106*, die 5.500 B1-Bögen pro Stunde verarbeitet, kombiniert nach Aussage des Herstellers das Beste aus beiden Welten: digitalen Inkjet- und klas-

sischen Offsetdruck. Dazu verwendet die *VariJet 106* wasserbasierte Inkjet-Tinten (CMYK plus Orange, Grün und Violett), Primer und Beschichtungen, um höchste Druckqualität zu bieten und gleichzeitig aktuelle und zukünftige Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit und Nachhaltigkeit zu erfüllen.

Die Hybridmaschine nutzt die standardmäßige Hochleistungsplattform *Rapida 106* von *Koenig & Bauer* sowie Druckkopfelektronik, Inkjet-Know-how, Workflow- und RIP-Technologie von *Durst*. Dazu gehören auch *Durst Analytics* und *Smartshop*.

»Auf der *drupa 2024* haben wir gezeigt, was mit volldigitalem Druck, Veredelung und Finishing möglich ist. Jetzt möchten wir die nächsten Schritte der digitalen Revolution für Faltschachtelmärkte zeigen«, führt DANIEL VELEMA aus.

Joint-Venture seit 2019

Koenig & Bauer und *Durst* hatten sich 2019 zusammengetan und das unabhängige Joint-Venture-Unternehmen gegründet. Die *VariJet 106* ist das erste Produkt, das von *Koenig & Bauer Durst* gemeinsam entworfen und entwickelt wurde. Ergänzt wird das Portfolio durch die *Delta SPC 130*-Serie und die *CorruJet 170*-Serie für Wellpappenverpackungen.

> www.koenig-bauer-durst.com

DM-MAXLINER 2D Polygravia Arts Graphiques SA

Leonhard Kurz feiert die erste europäische Installation des *DM-Maxliner 2D* bei dem Schweizer Anbieter von innovativen Drucklösungen und Veredelungstechnologien, *Polygravia Arts Graphiques SA*. Mit der Entscheidung hebt *Polygravia* ihr Angebot an hochwertigen Drucklösungen auf ein neues Niveau und stärkt die Positionierung als Anbieter für anspruchsvolle Anwendungen im Bereich Bogendruck für Verpackungen, Akzidenz- und Sicherheitsdruck.

Die Grundlage dafür legt der *DM-Maxliner 2D* mit der patentierten Inkjet-on-Transfer-Technologie von *Kurz*, die hohe Präzision, Qualität und Zuverlässigkeit vereint.

Der *Maxliner* ermöglicht insbesondere die Produktion digitaler Metallisierungen auf einer breiten Palette von Substraten in einem Durchgang bei voller Betriebsgeschwindigkeit von bis zu 3.500 Bogen pro Stunde. Kurze Einrichtzeiten tragen zur Steigerung der Effizienz bei. Nicht zuletzt eröffnet der *DM-Maxliner 2D* ganz neue Möglichkeiten zur Individualisierung von Druckprodukten – ob in der Serienproduktion oder bei Kleinaufträgen und Sondereditionen.

> www.kurz-world.com

SCHÖTTNER DRUCK 3.000. Versafire von Heidelberg

Die *Schöttner Offsetdruck GmbH* mit Sitz im bayerischen Oberhaching outet sich als »Wiederholungs-täterin« und hat bereits zum dritten Mal in ein *Versafire* Digitaldrucksystem der *Heidelberger Druckmaschinen AG* investiert. Es handelt sich dabei zugleich um das 3.000. von *Heidelberg* ausgelieferte Digitaldrucksystem der *Versafire* Modellreihe.

Die bei *Schöttner Druck* installierte *Versafire LV* ist



Schöttner Druck hat das 3.000. von *Heidelberg* ausgelieferte *Versafire* Digitaldrucksystem in Betrieb genommen. Ein erstes Fazit von Geschäftsführer Hans Schöttner fällt positiv aus: Flexibilität, Qualität, Produktivität und Integrationsfähigkeit überzeugen besonders.

eine der vielseitigsten und produktivsten Tonernmaschinen ihrer Klasse. Sie wird mit dem von *Heidelberg* entwickelten *Prinect Digital Frontend* (DFE) der zweiten Generation betrieben. Im Interesse einer höchstmöglichen Effizienz erlaubt diese neue Softwaregeneration in Verbindung mit der Benutzeroberfläche ein flexibles und standardisiertes Zusammenspiel von Offset- und Digitaldruck.

> www.heidelberg.com

KODAK Prinergy Version 11.0

Kodak hat die neue Version 11.0 der *Prinergy Software* auf den Markt gebracht. In dieser Einführung kommen die kontinuierlichen Investitionen von Kodak in die Weiterentwicklung und Optimierung der Funktionalität, Leistung und Konnektivität seiner Workflow-Software zum Ausdruck. Intelligente Automatisierung macht die *Kodak Prinergy* Plattform zu einer integrierten und zukunftsicheren Lösung für die Workflow-Automatisierung, die die Produktion über digitale und analoge Druckprozesse hinweg konsolidiert. *Prinergy* ist mit praktisch jeder Software und Produktionstechnik von Drittanbietern kompatibel und ermöglicht die Anbindung der breitesten Palette von Digitaldruckmaschinen. Die direkte Anbindung von *Kodak Prosper* Druckmaschinen ist eine bedeutende neue Funktion der *Prinergy* Version 11.0, die für eine noch effizientere Unterstützung der digitalen als auch der traditionellen Druckproduktion ausgelegt wurde.

Prinergy 11.0 kommt zudem mit Weiterentwicklungen bei der Regelbasierten Automatisierung, verbesserter Benutzerfreundlichkeit der *Virtual Proofing Software Plus* und vielen weiteren funktionalen und leistungsbezogenen Verbesserungen.
> www.kodak.com

KOENIG & BAUER Inline-Lackschichtdickenregelung

Die Kontrolle der Lackschichtdicke ist ein entscheidender Faktor für die Qualität lackierter Tafeln und spielt eine zentrale Rolle bei der Herstellung von Metallverpackungen. Mit der neuen Inline-Lackschichtdickenregelung für die *Metal-Coat 483* garantiert *Koenig & Bauer MetalPrint* einen präzisen Lackauftrag und optimiert die Produktionsqualität. Durch Echtzeitmessung und -regelung der Lackschichtdicke sorgt das System für eine stabile Prozessqualität und minimiert sowohl Ausschuss als auch Lackverbrauch. Neben der Einsparung von Produktionskosten entlastet die Automatisierung die Mitarbeitenden, die sich dadurch auf andere Aufga-

ben konzentrieren können. In einem erfolgreichen Feldtest der Inline-Lackschichtdickenregelung bei der *Blechwarenfabrik Limburg GmbH* konnte die Effektivität der Lösung unter realen Bedingungen nachgewiesen werden. Dabei wurden verschiedene Lacke getestet. Die Ergebnisse zeigten eine deutliche Verbesserung der Prozessstabilität, die Betriebskosten wurden signifikant gesenkt. Bediener lobten die automatische Regelung und die Sicherheit, welche damit einhergeht.
> www.koenig-bauer.com

FOXIT AI Webbasierte KI-Plattform

Foxit, Anbieter von PDF- und eSignatur-Lösungen, gibt den Launch von *Foxit AI* bekannt. Es ist eine webbasierte KI-Plattform, die eine umfassende Palette an Funktionen bietet, unter anderem einen KI-gestützten Chat, Dokumentenanalyse, Zusammenfassungen, mehrsprachige Übersetzung, Textoptimierung und die Möglichkeit, mehrere Dokumente gleichzeitig zu analysieren. Durch die Kombination von intuitivem Design, geräteübergreifender Zugänglichkeit und nahtloser Integration in das erweiterte *Foxit*-Ökosystem ermöglicht *Foxit AI* Arbeitsabläufe zu optimieren, relevante Erkenntnisse zu gewinnen und die Produktivität zu steigern.
> www.foxit.com

ANKERPUNKT GMBH Querschneider ISH 330

Mit Leidenschaft fürs Drucken, insbesondere für den Rollenetikettendruck, werden bei der *Ankerpunkt GmbH* ausgefallene Kundenwünsche erfüllt. Alles läuft im eigenen Betrieb. Zuletzt hat sich das Unternehmen für die Herstellung von Etiketten als Blattware

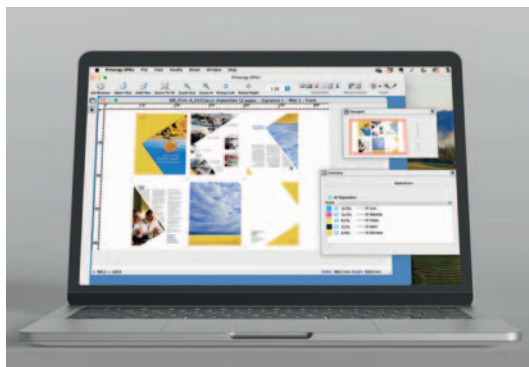


Thomas Hugo (links) und Christoph Abt bei der Inbetriebnahme des ISH 330 bei Ankerpunkt GmbH.

unabhängig von einem Dienstleister gemacht. Geschäftsführer CHRISTOPH ABT hat sich für den Querschneider *ISH 330* von *Link Label* entschieden. Für ihn war neben dem Preis-/Leistungsverhältnis die gute Erfahrung bei Kollegenbetrieben ausschlaggebend. Abhängig von Material und Abschnittslänge sind 200 Schnitt pro Minute durchschnittlich möglich. Bedient wird der *ISH 330* über einen Touchscreen. Für die Registersteuerung sorgt ein optischer Sensor.
> www.grafische-systeme.com

FARBMANAGEMENT ColorLogic ColorAnt 11

ColorLogic, eine Marke der *Hybrid Software Group*, stellt *ColorAnt 11* vor, die neueste Version der Farbmess- und Farbkorrektur-Software. *ColorAnt 11* wurde entwickelt, um die Effizienz von Workflows und die Farbgenauigkeit zu optimieren. Die Software enthält Funktionen, die auf die Bedürfnisse von Farbmanagement-Experten zugeschnitten sind, und ist damit ein Werkzeug für die moderne Druckproduktion. Mit einer überarbeiteten Benutzeroberfläche vereinfacht *ColorAnt 11* das Erstellen von Testcharts und sorgt für eine flüssigere, intuitive Bedienung. Der Modus ›Ergänzende Mini-Charts‹ erhöht die Flexibilität zusätzlich und ermöglicht es, individuelle Charts für verschiedene Druckszenarien zu erstellen. Mit diesem Update wird auch die Kontrolle von Sonderfarben verbessert. Die Option ›Überdrucke auf Schwarz hinzufügen‹ für Sonderfarbenbibliotheken erhöht die Präzision bei komplexen Druckanforderungen. Zu den zentralen Verbesserungen gehört die erweiterte Funktionalität des Werkzeugs ›Primärfarben editieren‹, dass eine Feinabstimmung der Dichte von Primärfarben ermöglicht. Die verbesserte Funktion ›Sekundärfarbwerte übernehmen‹ sorgt für eine höhere Genauigkeit beim Verwalten von Sekundärfarben.
> www.colorlogic.de



Kodak hat eine neue Prinergy Software in Version 11.0.

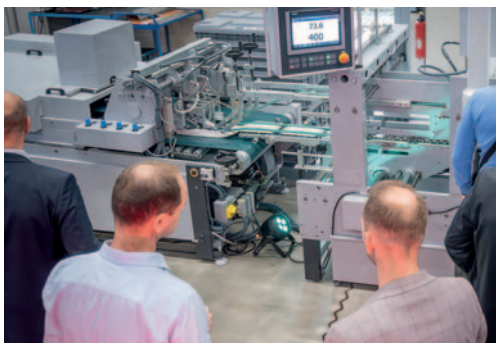
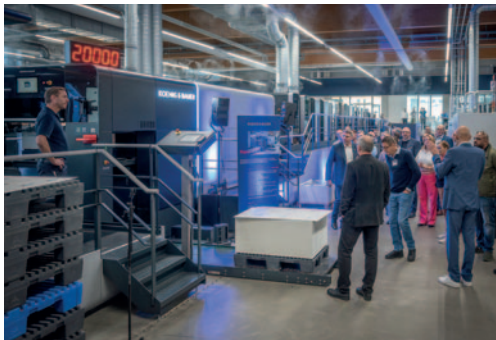
KOENIG & BAUER POSTPRESS SOLUTIONS EXPERIENCE IN RADEBEUL

Mit der Erweiterung seiner Expertise in die Wertschöpfungskette der Weiterverarbeitung begleitet *Koenig & Bauer* seine Kunden durch die gesamte Prozesskette der Faltschachtelproduktion und bietet dabei aktuelle Alternativen zu etablierten Produkten im Bereich des Postpress.

Text und Bilder: *Koenig & Bauer*

Dazu hatte *Koenig & Bauer* im November 2024 zur Veranstaltung ›Postpress Solutions Experience‹ eingeladen. Ziel der Veranstaltung war es, Neuheiten der Postpress-Technologie vorzustellen und den 150 Interessenten einen Einblick in die Zukunft der Faltschachtelproduktion zu geben.

Vorstandsmitglied RALF SAMMECK und CEO von *Koenig & Bauer Sheetfed*, erläuterte in seiner Keynote die Postpress-Strategie sowie die digitale Ausrichtung des Unternehmens. Er positioniert *Koenig & Bauer* als führenden Partner in der Faltschachtelproduktion. *Koenig & Bauer* setzt zudem auf digitale Vernetzung und bietet mit *myKyana* ein herstellerunabhängiges Ökosystem, das den gesamten Produktionsprozess optimieren und eine nahtlose Kommunikation zwischen den Maschinen ermöglichen soll. Diese digitale Plattform soll darüber hinaus sicherstellen, dass alle Maschinen und Prozesse effizient miteinander kommunizieren.



Erläuterungen zu den Bildern (von oben nach unten). Der Druck der Faltschachteln für die Weiterverarbeitung erfolgte auf einer Bogenoffsetmaschine Rapida 106 X mit sieben Druckwerken und Doppellack-Ausstattung. Die Rotationsstanze CutPro X 106 ist mit Stanzleistungen bis zu 16.000 Bogen/h ein Game Changer in der Faltschachtelproduktion. Dirk Winkler stellte Stanzformen, Prozesswerke und den Produktionsablauf vor. Die Faltschachtelklebmaschine Omega Allpro 110 produzierte während der Live-Demonstrationen mit Bandgeschwindigkeiten von 400 m/Sek.

Präsentationen und Maschinendemos

In mehreren Veranstaltungsteilen informierten sich die Postpress-Fachleute über den Stand und die zukünftige Entwicklungen in der Faltschachtelproduktion.

In vertiefenden Breakout-Sessions erhielten die Teilnehmer Informationen zu Themen wie Service Experience, Performance Management und Erweiterung der Postpress-Möglichkeiten.

In Praxisdemonstrationen mit Live-Produktionen und Jobwechsellern erlebten die Teilnehmer eine Vielzahl an innovativen Lösungen, mit denen *Koenig & Bauer* die Faltschachtelproduktion zukunftsorientiert und wirtschaftlich gestaltet.

Die Demonstrationen im Radebeuler Customer Experience Center fand an folgenden Maschinen statt: Flachbettstanze CutPro Q 106 SB, Rotationsstanze CutPro X 106, Flachbettstanze Ipress 106 Pro SB, die Faltschachtelklebmaschine Omega Allpro 110 und *myKyana*.

> www.koenig-bauer.com

FFI CO₂-Bilanzierung von Faltschachteln

Der Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI) hat den Arbeitskreis ›Environmental Social Governance‹ (ESG) gegründet. Beim Auftakttreffen im Dezember 2024 waren sich die Vertreter aus FFI Mitgliedsunternehmen einig, dass eine standardisierte CO₂-Prozesslandkarte für Faltschachtel-Unternehmen als neutrale Muster-Vorlage des Verbands die Voraussetzung für eine sinnvolle Bilanzierung der eigenen CO₂-Emissionen des Unternehmens sowie für einen vergleichbaren Ausweis dieser Kennzahl zum Beispiel in den Umweltberichten der Branchen-Unternehmen ist. Zudem wurde ein Informations- und Erfahrungsaustausch über den ›ökologischen Rucksack‹, den zugekaufte Werkzeuge und Materialien mitbringen, als weitere bedeutende Arbeitskreis-Aufgabe identifiziert.

Welche Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sind wesentlich, um sie individuell zu berücksichtigen, und welche brauchen aufgrund eines nur geringen Beitrags lediglich mit Pauschalen berücksichtigt werden? Mit solchen Fragen wird man sich ebenso auseinandersetzen wie mit Empfehlungen zu Berechnungs-Grundlagen und der Datenübermittlung durch die Lieferanten.

> www.ffi.de

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST

Schimmelbogen



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

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

ICON PAPERS NEUES KAPITEL IM ANGEBOT VON FEINST- UND DESIGNPAPIER

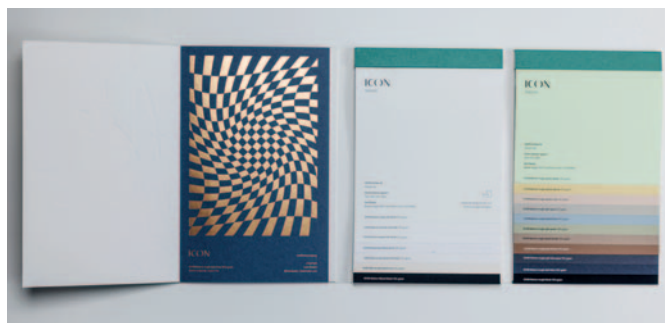
Mit dem Launch von *ICON Papers* bietet *IGEPA* ab sofort ein breit gefächertes Sortiment von Design- und Feinstpapieren als inspirierende Bühne für ikonische Artworks. Das veranschaulichen auch die beiden Musterbücher, die nicht nur als Arbeitstool, sondern auch als Inspirationsquelle für hochwertige Prints dienen.

Text und Bilder: Igepa

Die riesige Auswahl an Papieren im Markt kann bisweilen überwältigen. Kunden fragen sich, welches Papier für ihre Ansprüche das richtige ist und welche Unterschiede es gibt. Schließlich sollen kreative Projekte aus den Anwendungsgebieten Editorial Design, Marketing, Book Design, Verpackung und Corporate Design umgesetzt werden.

Dazu hat *Igepa* das neue Feinst- und Designpapiersortiment der *ICON Papers* entwickelt, das hohe Qualität, raffinierte Texturen sowie inspirierende Farben bietet, die das bestehende Portfolio ergänzen. Mit den *ICON Papers* erhalten Kunden ein strukturiertes und transparentes Angebot.

»Unsere Mission war nichts weniger als die beste Auswahl an Feinst- und Designpapieren zu bieten, um Ideen unserer Kunden Wirklichkeit werden zu lassen«, erklärt Amir Besic, Geschäftsführer der *Igepa Group* das Konzept. »Wer mit unseren Papieren arbeitet, weiß, dass wir immer nach neuen Wegen suchen, um kreative Visionen auf wundervolle Weise zu Papier zu bringen. Umso mehr freut es uns, dass wir jetzt ein neues Kapitel der Papierkunst aufschlagen«, so Besic weiter.



Das Sortiment umfasst sowohl FSC-zertifizierte als auch Blaue Engel-zertifizierte Materialien, die sich bestens verarbeiten lassen und in Haptik sowie Farbauswahl überzeugen.

Drei verschiedene Produktmarken

ICON Nature bietet moderne Recyclingpapiervielfalt. Die Range ist carbonfrei aus 100% Sekundärfasern hergestellt, FSC- und fast vollständig mit dem Blauen Engel zertifiziert und entspricht mit hochwertiger Haptik dem Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit in Print. *ICON Nature* stellt elegante Pastelltöne sowie satte



Im Laufe des Jahres kommt zu den Qualitäten *Nature* und *Classic* noch *ICON Glam* hinzu.

Farbvarianten bereit, die eine problemlose Weiterarbeit ermöglichen und mit denen auch ausgefallene Veredelungen realisierbar sind.

ICON Classic zeigt, dass weißes Papier mehr ist als weißes Papier. Von rough (maschinenglatt), smooth (satiniert), extrasmooth (sehr glatt aufgrund besonderer Satinage) und felted (filzmarkiert) bietet die Palette unterschiedliche Oberflächen in verschiedenen Grammaturen, die wiederum in drei verschiedenen Weißtönen ihre individuelle Wirkung entfalten. Das Ergebnis sind satte Drucke mit viel Tiefe, unproblematische Weiterverarbeitung und vielfältige Veredlungsmöglichkeiten.

Im Laufe des Jahres 2025 kommt noch die Produktmarke *ICON Glam* hinzu – changierend, transparent, inspirierend und beflügelnd für Design-Arbeiten, die das Besondere eines Produktes oder einer Botschaft ausstrahlen sollen.

Orientierung auf den ersten Blick

Um schnell das passende Papier für ein Printprojekt zu finden und auch um die Kommunikation zwischen allen Akteuren zu erleichtern, werden die Sorten des *ICON Papers* Sortiment stringent und klar benannt. Statt poetischer Farbnamen legte *Igepa* eindeutige Bezeichnungen fest, die international geläufig sind. So sind die Farben von *ICON Nature* in pastel, light, pale und dark gegliedert, die Oberflächen in rough, smooth, ribbed und sprinkled.

Das Musterbuch präsentiert die unterschiedlichen Strukturen auf neutralen Weißtönen und stellt die farbigen Sorten gegenüber. Auf einen Blick lässt sich so die gewünschte Farbe mit der passenden Textur ermitteln. Das Musterbuch von *ICON Classic* enthält die verschiedenen Weißtöne mit allen erhältlichen Oberflächen. Auch hier hilft die klare Benennung in der Kommunikation mit Projektpartnern: rough, smooth, extrasmooth, linen und felted wird jeweils ergänzt durch high white, white, und off white. So sind die Musterbücher hilfreicher Arbeitstool und vielschichtiger Ideengeber für kreative Umsetzungen, Veredelungs- und Drucktechniken.

> www.igeпа.de



GMUND PAPIER

Zwei neue Kollektionen

Frei nach JULES VERNE und inspiriert von den Himmelskörpern, deren Namen sie tragen, haben die Papierentwickler vom Tegernsee zwei neue Kollektionen kreiert: *Gmund Mother Earth* und *Gmund Moonlight*. Diese Kollektionen symbolisieren in Design, Textur und Farbe die Gegensätze von Erde



und Mond – von wild und rau bis hin zu elegant und strahlend. Mit ihrer Kombination aus Ästhetik und Nachhaltigkeit setzen sie neue Maßstäbe für hochwertige Papierprodukte.

Die Farben und Texturen der Kollektion *Gmund Mother Earth* sind von den Oberflächen der Erde inspiriert. Gefertigt aus 50% alternativen Fasern wie Gras und Getreideabfällen, setzt dieses Papier ein starkes Zeichen für Nachhaltigkeit. Diese natürlichen Rohfasern werden lediglich geschreddert, ohne chemische Behandlung. In Kombination mit FSC-zertifiziertem Frischfasermaterial in verschiedenen Farben leistet dieses Papier einen bedeutenden Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen. Die

Kollektion ist ideal für Unternehmen, die ihre ökologischen Bemühungen authentisch kommunizieren möchten – sei es durch Verpackungen, Magazine oder andere Printprodukte mit einem unverwechselbaren, natürlichen Wow-Effekt. *Gmund Moonlight* ist ideal für hochwertige, aber subtile Kommunikation und verleiht jeder Botschaft eine besondere Ausstrahlung. Eine beson-

dere Herstellungstechnik verleiht dem Papier eine samtige Weichheit und Struktur, die sich beim Berühren sofort bemerkbar macht. Das Papier wird im nassen Zustand von beiden Seiten geprägt. Erhältlich ist die Kollektion in den Ausführungen ›Glance‹ und ›Shadow‹.

Für die Herstellung von *Gmund Moonlight* in der Ausführung ›Glance‹ knüpft *Gmund* an die langjährige Expertise in der Produktion von metallischen Papieren an und nutzt diese weiterentwickelte Technik, um das Papier zum Strahlen zu bringen. Auch bei der Herstellung von *Gmund Moonlight* setzt *Gmund* auf umweltfreundliche Materialien und nachhaltige Produktionsprozesse.
> www.gmund.com

PROBLEM. ALTERNATIVE. LÖSUNG.

Was in den gedruckten Heften keinen Platz findet, aber nicht auf die nächste Ausgabe warten soll, finden Sie in den *Druckmarkt impressions*.

Monatlich als PDF-Magazin.

Wir zeigen Probleme auf, suchen nach Alternativen und bieten Lösungsansätze.

Jetzt kostenlos abonnieren.
www.druckmarkt.com

Photo by Alec Gomes on Unsplash



NEUER AWARD FÜR PRINTPRODUKTE

Best of Corporate Print

Print ist Premium – dieser Trend gilt nicht nur für klassische Medien, sondern insbesondere auch für die Unternehmenskommunikation. Seien es Kundenmagazine oder Jubiläumsbücher, Mitarbeitermagazine oder Geschäftsberichte: Unternehmen, die sich entscheiden, Printmedien in Kommunikation und Marketing einzusetzen, tun dies in Zeiten digitaler Kommunikationsflut üblicherweise ganz bewusst und mit hohem qualitativem Anspruch.

Von Klaus-Peter Nicolay

Magazine und Bücher, die derart konzipiert werden und entstehen, sind inhaltlich wie handwerklich oft exzellent umgesetzt. Mit dem *Best of Corporate Print Award (BCP)* erhalten sie einen eigenen Platz im Reigen der Marketing- und Kommunikations-Awards.

Ausrichter des *BCP-Awards* ist das *Content Marketing Forum e. V. (CMF)*, das als Ausrichter des bereits etablierten *Best of Content Marketing Awards* über 20 Jahre Award-Erfahrung hat und aus seiner Corporate Publishing-Historie heraus eine enge Verbindung zum Medium Print mitbringt. Unterstützt wird der Verband dabei von der Initiative *WE.LOVE.PRINT*.

Wir haben uns mit RÜDIGER MAASS, Geschäftsführer des *Fachverband Medienproduktion e. V.* und Vertreter der *WE.LOVE.PRINT*-Initiative, und REGINA KARNAPP,

Regina Karnapp,
Geschäftsführerin des
Content Marketing
Forum e. V. (CMF).



Geschäftsführerin des *CMF*, über den Wettbewerb und die Rolle von Print im Content Marketing Mix unterhalten.

Der neue Award heißt ›Best of Corporate Print‹. Was ist im Zusammenhang mit dem Award unter Corporate Print zu verstehen?

KARNAPP: Corporate Print ist grundsätzlich einmal alles, was ein Unternehmen an gedruckten Kommunikationsmitteln veröffentlicht. Für unseren Award sind es im engeren Sinne diejenigen Druckmedien, die inhaltsgetrieben, also keine reine Werbung sind.

Das ist die Verknüpfung zum Content Marketing. Der Inhalt steht in allen unseren Awards im Zentrum. Er ist Dreh- und Angelpunkt der Bewertung.

Schließt das im weitesten Sinne Eigenwerbung von Druckereien aus – auch wenn sie noch so gut gemacht ist?

MAASS: Werbung ist grundsätzlich ausgeschlossen, egal von wem. Aber eigene Content-Marketing-Maßnahmen sind natürlich gerne willkommen! Also eigene Magazine, Bücher oder sonstige inhaltsgetriebene Publikationen sind genau richtig im Award.

Gibt es dann im Umkehrschluss im Best of Content Marketing Award keine Möglichkeit, Printmedien einzureichen? Oder warum gibt es einen eigenen Print-Award?

KARNAPP: Doch! Printmedien haben nach wie vor ihren Platz im *BCM*-Wettbewerb! Unser Ansatz für *Best of Corporate Print* ist aber ein anderer: Im *BCM* sind wir medienoffen und zielgruppenzentriert. Das heißt, dass wir alle Medienformen antreten lassen und auszeichnen, wer am besten den inhaltlichen Bedarf der jeweiligen Zielgruppe – Investoren, Mitarbeiter, Konsumenten etc. – bedient. Dabei gehen medien-spezifische Bewertungsparameter – wie etwa im Fall von Printprojekten die Qualität des Drucks oder der Verarbeitung – zwangsläufig verloren.

Da gerade letztere aber für die Konsumenten sehr wichtig sind – wie unsere Medienwirkungsstudien zeigen – haben wir uns entschlossen, den neuen *Best of Corporate Print Award (BCP)* speziell für Druckprodukte aufzusetzen, der den Spezifika von gedruckten Medien gerecht wird.

Es geht also nicht ums Drucken alleine, sondern auch ums Finishing, eine mögliche Veredelung und vor allem einen relevanten Inhalt.

MAASS: Ja, genau das ist der Knackpunkt. Wir dürfen Print nicht nur als bloßen Medien- und Kommunikationskanal betrachten, sondern und viel zielgerichteter die Frage stellen, wie man diesen Kanal professionell einsetzt, um all seine Werte in Szene zu setzen und damit die Botschaft des Inhalts zu unterstützen. Multi-sensorik spielt dabei eine ganz wesentliche Rolle. Und wie wir wissen, hat Print dabei eine ganze Menge zu bieten.

Wir können also festhalten, dass der Inhalt die eigentliche Kommunikation darstellt und die multisensorische Wirkung gut gemachter Druckprodukte die implizite Kommunikation transportiert, die Markennwerte, Glaubwürdigkeit und weitere Eigenschaften repräsentiert.

Frau Karnapp, sie haben eben Ihre Medienwirkungsstudien erwähnt. Was wurde darin untersucht?

KARNAPP: Wir sind der Frage auf den Grund gegangen, ob und wie Unternehmensmedien von den Konsumenten tatsächlich rezipiert werden – und welche Effekte sie auslösen.

Entstanden ist dabei eine Studienreihe unter dem Titel ›Experiences & Effects‹. Jede der drei bisher erschienenen Studien befasst sich mit einer konkreten Medienform: gedruckte Kundenmagazine, digitaler Unternehmenscontent und Postings auf Social Media. Ein Vergleich der drei Studien zeigt klar, dass gedruckte Unternehmensmedien das höchste Vertrauen genießen und als Premium-Kommunikation wahrgenommen werden. Sie werden wegen ihrer Optik und Haptik, aber auch als Auszeit zur digitalen Mediennutzung geschätzt.

MAASS: Dazu fällt mir das Stichwort ›Digital Detox‹ ein. Das Höchstmaß an digitalem Overflow ist längst erreicht. Printmedien schaffen dagegen eine Zeit der Entschleunigung und sorgen für absolute und uneingeschränkte Aufmerksamkeit. Ein Asset, das heute sicher nicht zu unterschätzen ist.

Wir sprechen sogar von einem höchst wertvollen physischen Markentouchpoint. Diese Anforderung wird im Rahmen der weiter zunehmenden Digitalisierung der Kommunikation immer wichtiger.

Warum ist es überhaupt wichtig, das Thema Unternehmenskommunikation von der Werbe-, Marketing- und Produktkommunikation zu trennen?

MAASS: Ganz einfach, weil der Kommunikationsanspruch komplett anders ist. Bei der Produkt- und Marketingkommunikation müssen die Sinne ganz anders bedient werden – schon alleine, um Awareness zu generieren. Bei der Unternehmenskommunikation dage-

gen ist die Halbwertszeit des Mediums – somit auch Print – viel höher einzuschätzen. Zudem findet hier ein Mehrfachkontakt mit dem Medium statt. Und je wertvoller das Medium, umso höher die Attraktivität für den Konsumenten. Entsprechend steigt der positive Image-transfer auf die Botschaft.

KARNAPP: Ja, das ist ein wichtiger Punkt. Allerdings beobachten wir insgesamt im Content Marketing, dass die Grenze zum Marketing durchaus durchlässiger wird. Die Bedeutung von gutem Content ist gerade in der Marketingkommunikation angesichts der Fülle an Inhalten in den letzten Jahren stark gestiegen.

Aber welche Rolle spielt Print überhaupt im Content Marketing Mix?

KARNAPP: Das ist pauschal schwer zu sagen, denn es kommt sehr auf die Zielgruppe an. Hier lohnt sich ein intensiver Blick in die Wirkungsstudien, um für jedes Unternehmen auch den richtigen Ansatzpunkt für Print zu finden.

Eines aber lässt sich generell sagen: Gedruckte Content Marketing-Assets haben eine besonders hohe vertriebsunterstützende Wirkung. Es ist also sehr sinnvoll, Print so in die Customer Journey zu integrieren, dass ein direkter Absatzpunkt geschaffen wird – etwa durch Shop-Anknüpfungen via QR-Codes.

MAASS: Wir müssen uns dabei ins Bewusstsein rufen, dass Print generell ein fester Bestandteil des Marketing-Mix sein sollte. Um das zu gewährleisten, müssen die Werte, Assets, Wirkungsweisen und -möglichkeiten in den Kontext der Kommunikationsentscheidung gebracht und immer wieder kommuniziert werden. Denn wenn zum Beispiel ein Digital Native ohne Print sozialisiert wurde, woher soll er dann wissen, wie Print wirkt und wie Print im Marketing-Mix sinnvoll punkten kann?

Vielen Dank für das Gespräch und viel Erfolg.



Rüdiger Maaß ist Geschäftsführer des Fachverband Medienproduktion e. V. (FMP) und Vertreter der Initiative WE.LOVE.PRINT, die den neuen Award unterstützt.

BEST OF CORPORATE PRINT AWARD (BCP)

Wettbewerbsstart: 2. Dezember 2024

Teilnahmeschluss: 28. Februar 2025

Einsendeschluss Printunterlagen: 4. März 2025

Veröffentlichung Shortlist: 29. April 2025

Preisverleihung: 9. Oktober 2025 in München

www.bestofcontentmarketing.com/bcp



ONLINE PRINT SYMPOSIUM 2025

LEITEVENT DER ONLINE-PRINT-INDUSTRIE GEHT IN DIE 12. RUNDE

Am 3. und 4. April 2025 wird das *Science Congress Center Munich* erneut zum Zentrum der internationalen Onlineprint-Welt: Das 12. *Online Print Symposium (OPS)* steht unter dem Motto ›Customer Centricity = Mass Customization + Artificial Intelligence‹ – und verbindet damit die zwei Mega-Trends, die unsere Zeit wesentlich prägen werden.

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 dieser neuen Technologien, Mass Customization und modernen Businessmodellen her und gibt damit einen Vorgeschmack darauf, wie die Zukunft der Onlineprint-Industrie aussehen kann. Neben inspirierenden Keynotes, praxisnahen Fallstudien und

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. Das *Online Print Symposium*, veranstaltet

unter anderem mit Themen wie Data-Driven-Marketing, dem Business-to-Many (B2M), automatisierten und KI-gestützten Produktionsprozessen und innovativen Personalisierungsstrategien beschäftigen und die neuesten Entwicklungen in der Branche unter die Lupe nehmen.

Bühne frei für frischen Wind in der Branche

Auch die Insight Pitches, bei denen innovative Start-ups ihre Geschäftsmodelle in Zehn-Minu-

ten OPS, darum wird es auch 2025 wieder zwischen den Vorträgen und vor allem beim gemeinsamen Insider-Get-Together am Vorabend des Events sowie beim Networking Dinner am Abend jede Menge Möglichkeiten geben, neue Kontakte zu knüpfen und Erfahrungen auszutauschen. Das *Online Print Symposium* schlägt also eine Brücke zwischen erfahrenen Experten, den ›jungen Wilden‹ (Start-ups) und Out-of-the-Box-Denkern der Industrie und ist damit eine Plattform für



wertvollen Kontakten erhalten Teilnehmer auch dieses Jahr wieder Zugang zur großen OPS-Community App. Supporter und Partner profitieren darüber hinaus von weiteren Vorteilen und einer erhöhten Sichtbarkeit rund um sowie während des Branchen-Leitevents.

vom *Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm)* und der *zipcon consulting GmbH*, wird damit auch 2025 wieder zu einem Ort, an dem aus ›grauer Theorie‹ echte Business-Ideen werden und Kooperationen über alle Unternehmensgrößen hinweg entstehen. Das detaillierte Programm wird in Kürze veröffentlicht – doch soviel sei bereits verraten: Die international bekannten Referenten und Keynote-Speaker werden sich auf der OPS-Bühne

ten-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 einen besonderen Stellenwert beim

Innovationen und Wissenstransfer. Wir werden über die Keynote-Speaker und Referenten in den nächsten *Druckmarkt impressions* berichten.

> www.online-print-symposium.de



**Museum
für
Druckkunst
Leipzig**

Kulturerbe Drucktechnik Erleben

druckkunst-museum.de

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

Spendenkonto:

IBAN DE92 8605 5592 1100 3969 14



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

PRINT & DIGITAL CONVENTION

DIGITALDRUCK UND MULTICHANNEL-MARKETING

Nach dem *drupa*-Jahr 2024 bereitet sich die *Print & Digital Convention* darauf vor, 2025 das Branchenhighlight für die grafische Industrie zu werden. Unternehmen der Druck-, Medien- und Kommunikationsbranche können sich ab sofort ihre Standfläche sichern.

Die *Print & Digital Convention* bietet eine ganz besondere Plattform für die Druck-, Medien- und Kommunikationsbranche. Ihre Aussteller, Partner



und Speaker 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 alle Prozessbeteiligte und Akteure aus der grafischen Industrie, Werbeagenturen, Verlage und die Zuliefererindustrie. Mit einer Verdopplung der Ausstellereinheiten seit 2019 und einem Fachpublikum von erwarteten 1.500 Besuchern ist sie seit Jahren auf Wachstumskurs.

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

Was die *Print & Digital Convention* darüber hinaus so unverwechselbar macht, ist die Präsentation innovativer Technologien in Highlight-Pro-

jekten, die nicht nur einzelne Maschinen oder Werkzeuge zeigen, sondern Best Practices und Lösungen. Die Projektumsetzungen sind eingebettet in reale Markenvorfürhungen 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-Publishings in seinen zahlreichen Facetten und Anwendungsbereichen.

Im »Dialogmarketing« dreht sich alles um personalisierte Kommunikation, »Value Added Printing« mit multisensorischen Druck-Erlebnissen, »Label & Packaging« mit den neuesten Trends und Innovationen in der Verpackungstechnik und Etikettierung.

Die Themenwelt »Weiterverarbeitung« präsentiert kreative Ideen und Techniken, mit denen Druckprodukte zum Blickfang werden.

Im Bereich »Brand & Product« beleuchten die Aussteller die Herausforderungen und Lösungen für eine effiziente Produktkommunikation im Omnichannel-Handel und im »Interior & Exterior Design« geht es um die wirkungsvolle Präsentation und 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

NEUE MESSE

Circular Valley Convention in Düsseldorf

Kreislaufwirtschaft setzt auf Wiederverwendung, Recycling und innovative Geschäftsmodelle, die den Lebenszyklus von Produkten verlängern. So trägt sie dazu bei, Ressourcen, Umwelt und Klima zu schonen. Gleichzeitig unterstützt sie Unternehmen dabei, ihre Nachhaltigkeit, Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Gute Gründe also, dem Thema »Circular Economy« eine große Bühne zu bereiten und alle Akteure an einem Ort zu vernetzen – auf der *Circular Valley Convention*, die am 12. und 13. März 2025 auf dem *Areal Böhler* in Düsseldorf ihre Premiere feiert.

Die *Circular Valley Convention* ist ein neues Messeformat, veranstaltet von der *Messe Düsseldorf* in Kooperation mit der gemeinnützigen *Circular Valley Stiftung* und unter wissenschaftlicher Begleitung des *Fraunhofer-Instituts* für Umwelt-, Sicherheits- und Energietechnik *Umsicht*. Die Convention betrachtet Kreislaufwirtschaft aus einer ganzheitlichen Perspektive: branchen- und materialübergreifend – und über alle Phasen der Circular Economy hinweg, vom smarten Circular Design bis hin zur Wieder- und Weiterverwendung von Produkten.

Entsprechend ihrem branchenübergreifenden Ansatz bietet die Messe ein dreiteiliges Veranstaltungsformat, bestehend aus Conference, Expo und einem Networking-Event am Abend des 12. März 2024. Zur Conference werden über 100 hochkarätige Referenten erwartet. Für die Expo, den Marktplatz für zukunftsweisende zirkuläre Lösungen, der Einblicke in neue Trends, Innovationen sowie Best-Practice-Beispiele bietet, werden mehr als 130 Aussteller und Partner erwartet.

Die Messe eröffnet Chancen für die Vermarktung innovativer Circular Economy Lösungen sowie für Austausch, Networking und Kooperationen, um neue zirkuläre Ideen business ready zu machen.

»Die *Circular Valley Convention* zeigt nicht nur bereits marktfähige Circular Economy Lösungen, sondern gibt auch einen Ausblick auf die nächste Generation solcher Lösungen«, betont DR. CARSTEN GERHARDT, Vorsitzender der *Circular Valley Stiftung*. »Die *Circular Valley Convention* ist der Treffpunkt für alle, die die Transformation zur Circular Economy aktiv mitgestalten wollen. Sie bietet als globale Community Plattform der Circular Economy die Möglichkeit, sich auf einem Marktplatz zirkulärer Lösungen zu präsentieren und wichtige Impulse für eine nachhaltige und ressourcenschonende Wirtschaft zu setzen«, unterstreicht PHILIP SCHEFFLER, Project Lead *Circular Valley Convention* von der *Messe Düsseldorf GmbH*.

> www.cvc-duesseldorf.com

INGEDE-SYMPIOSIUM Wie bleibt Altpapier rezyklierbar?

Altpapier ist nach wie vor knapp, die Auflagen der Tageszeitungen sinken und damit die Menge an Rohstoff in den Papiertonnen. Inzwischen gibt es Toilettenpapier aus Kartons oder Stroh, doch für hochwertige Recyclingpapiere eignen sich diese Rohstoffe nicht. Weiße Verpackungen als Rohstoff sind deshalb in den Fokus der Recycler gerückt. Allerdings ist nicht jede Verpackung auch gleichermaßen gut rezyklierbar – gerade für Lebensmittel werden immer neue Schutzschichten entwickelt, damit ›irgendwas mit Fasern‹ konkurrenzfähig wird mit Plastikverpackungen. Diese Barrieren können auf unterschiedliche Weise das Recycling beeinträchtigen.

Wie bestimmt man, was recyclingfähig ist und für die Papierindustrie als Rohstoff geeignet ist? Wer entscheidet, ob ein Produkt tatsächlich mit dem Altpapier entsorgt werden darf? Wie wird gekennzeichnet, auf welcher Grundlage, und wer entscheidet über die Art der Kennzeichnung? Die Welt des Papierrecyclings trifft sich am 25. und 26. Februar 2025 in München und online. Das *INGEDE-Symposium* ist die einzige Veranstaltung, die alle Aspekte des Themas Papierrecycling abdeckt, von der Rezyklierbarkeit über die Altpapiererfassung bis zum Recycling- und Deinkingprozess.

> www.ingede.com

HAPTICA LIVE '25 Inspiration und Infotainment

Merchandising und Werbearbeit sind Sympathieträger, die Marken greifbar machen und Botschaften an alle Sinne kommunizieren. In Zeiten von Fake News, Bots und digitalem Dauerfeuer schafft haptische Werbung Glaubwürdigkeit und stabile Touchpoints. Die *Haptica live '25* am 19. März 2025 im *World Conference Center* in Bonn, deren Besuch kostenfrei ist, zeigt die neuesten Produktrends und bietet jede Menge Inspiration und Infotainment.

Besucher tauchen ein in die faszinierende ›Erlebniswelt haptische Werbung‹ und erleben hautnah, wie Kommunikation zum Anfassen das Marketing, Employer Branding und die Kundenbindung bereichern kann.

Aussteller aus allen Produktbereichen präsentieren Tausende von hochwertigen und nachhaltigen Ideen. In der Newcomer Area präsentieren junge Unternehmen und Start-ups ihre Produkte – von Bechern aus recyceltem Kaffeesatz bis zu gebrandeten Strandkörben. Das Vortragsprogramm bietet spannende Keynotes zum Thema haptische Werbung und Merchandising.

> www.haptica.live

CCE INTERNATIONAL Frische Impulse für Wachstum

Die *CCE International*, der internationale Treffpunkt für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie, ist vom 11. bis 13. März 2025 wieder zu Gast in München. Die Fachmesse hat sich in der Branche fest als führender Marktplatz für maßgefertigte Maschinen- und Prozesslösungen zur Herstellung von Wellpappe und Faltschachteln etabliert. Besucher erwartet eine beeindruckende Technologieschau mit innovativen Anbietern sowie Live-Maschinenvorfürungen.

Mit ihrem klaren Fokus auf Wellpappen- und Faltschachtelproduktion bietet die *CCE International* einmalige Networking- und Geschäftsmöglichkeiten.

Neben einem starken internationalen Ausstelleraufgebot wartet die *CCE International* mit zwei beliebten Konferenzreihen auf: Die *CCE Konferenz* präsentiert ein abwechslungsreiches Vortragsprogramm zu den neuesten Entwicklungen und Technologietrends im Bereich Wellpappe und Karton, mit Schwerpunkt auf Prozessoptimierung und gesteigerter Wertschöpfung. Auf der *Print Konferenz* geht es um innovative Druckanwendungen für die Wellpappen- und Faltschachtelproduktion, wie den Direktdruck auf Wellpappe, Flexodruck für große Produktionsvolumen oder hochwertige Drucklösungen für Luxusverpackungen.

> www.cce-international.com

FOGRA SYMPOSIUM Digital, Offset oder beides?

Genau in diesem Spannungsfeld bewegen sich Druckereien und auch Auftraggeber schon seit Jahren. Welchen Einfluss haben variabler Daten- oder Personalisierung? Hilft KI im Druckalltag und welches Verfahren hat eigentlich den niedrigeren CO₂-Fußabdruck? Mit diesen und



vielen weiteren Themen 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 viele Gelegenheiten für den Austausch und das Netzwerken. In der begleitenden Ausstellung können sich die Teilnehmenden über die Innovationen von namhaften Unternehmen, wie *Hunkeler*, *Fuji* und *GMG* informieren.

> www.fogra.org

GMG ACADEMY Farbmanagement zum Anfassen

Die *GMG Academy* in Tübingen bietet die Chance, sich frei von der Hektik des Tagesgeschäfts auf neues Wissen einzulassen. Die Workshops bieten die Möglichkeit, Wissen zu vertiefen und praktische Übungen durchzuführen.


Im Workshop Farbmanagement und Proofing lernen Teilnehmer praxisnah, wie Farbe definiert, gemessen, standardisiert und geprooft wird. Neben den Grundlagen des Farbmanagements vermittelt der zweitägige Workshop auch Messtechniken und den sicheren Umgang mit den Prooflösungen von *GMG*. Termine sind der 25./26. März (deutsch), 1./2. April (englisch), 7./8. Oktober (deutsch) und 14./15. Oktober 2025 (englisch).

Im Workshop Profiling Expert zeigen die Profilierungsexperten von *GMG* anhand praktischer Beispiele und Aufgabenstellungen, wie Teilnehmer selbst anspruchsvolle Druckbedingungen meistern. Die Experten erklären, wie Profile sowohl für das Proofing als auch für die Separation erstellt und optimiert werden können. Die Trainer arbeiten primär mit *GMG OpenColor*, besprechen bei Bedarf aber auch andere Profilierungstools. Termine sind der 13./14. Mai (deutsch), 20./21. Mai (englisch), 4./5. November (deutsch) und 11./12. November (englisch).

> www.gmgcolor.com



Bildquelle: Enrico-da-prato-Pah at unsplash

Termine	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2025			
24. 02. – 27. 02. 2025	Hunkeler Innovationdays	Luzern 	> www.innovationdays.com
25. 02. – 26. 02. 2025	INGEDE-Symposium 2025	München 	> www.ingede.com
11. 03. – 13. 03. 2025	CCE International	München 	> www.cce-international.com
11. 03. – 13. 03. 2025	ICE	München 	> www.ice-x.com
11. 03. – 13. 03. 2025	Inprint	München 	> www.inprintmunich.com
12. 03. – 13. 03. 2025	Circular Valley Convention	Düsseldorf 	> www.cvc.duesseldorf.com
19. 03. 2025	Haptica live	Bonn 	> www.haptica.live
20. 03. 2025	Deutscher Verpackungskongress	Berlin 	> www.verpackung.org
27. 03. – 30. 03. 2025	Leipziger Buchmesse	Leipzig 	> www.leipziger-buchmesse.de
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
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. 11. 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
02. 12. – 03. 12. 2025	Industrial Print Integration Conference	Düsseldorf 	> www.ipi-conference.com
04. 12. – 05. 12. 2025	Dresdner Verpackungstagung	Dresden 	> www.verpackung.org

DRUCKEREIBEDARF

TECHKON
Erfolg ist messbar



www.techkon.com



ALLES
für den wasserlosen Offsetdruck

TCL-Solutions

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
BINDEMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

Thermotype-Stanziegel

- 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



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



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



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



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