

ISSN 1683 - 8165

Technologie & Anwendungen

3/4-2017

Xtremedia

Druck, digitale Produktion, Cross Media Publishing, Werbetechnik



P.b.b., GZ 02Z030764 M, Retouren an MacksMedia GmbH., A-4893 Zell am Moos, Oberschwand 15 ---- Postvertriebsstück ZKZ 17111



Der digitale Tsunami Rette sich wer kann?

„Entdecken macht Spaß“

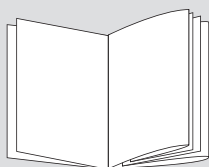
Drucken, falzen, stanzen, perforieren – bei NP DRUCK trifft Produktivität auf Kreativität.

Das Ergebnis: keine „Stangenware“, sondern Folder, Prospekte und Magazine, die Raum für beeindruckende Produktpräsentationen mit hohem Wiedererkennungswert bieten. Dank Erfahrung und modernster Technik bringt NP DRUCK Vielfalt und Kreativität zurück in die Welt der Druckprodukte. Damit Print Spaß macht!

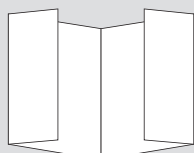


Wir entfalten Ihre Möglichkeiten!

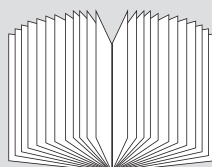
NP DRUCK bietet viel mehr Falz-Stanz-Perforier-und-so-weiter-Möglichkeiten, als hier Platz hätten. Drei Beispiele sehen Sie unten, für mehr rufen Sie +43 (0)2742/802-1297 oder scannen Sie den nebenstehenden QR-Code.



6 Panorama A4 Zickzack



11 Klappen A4



18 Delta 48 Seiten

NP DRUCK
NIEDERÖSTERREICHISCHES PRESSEHAUS
www.np-druck.at



Überwachungs-Tsunami

Es waren starke Formulierungen, die da vom Keynote-Redner in Linz beim Druck- und Medienkongress des Druckerverbandes gebraucht wurden. Etwa der Begriff „digitaler Tsunami“, der den Menschen Angst mache... Und das wäre die große Chance für das Gedruckte auch in Zukunft noch wichtig zu sein. Was nun folgen würde wäre die „Rache des Analogem“.

Ja, warum nicht? Fakt ist, dass bereits jetzt durch die Digitalisierung unser komplettes Leben verändert worden ist. Nicht nur unsere Einkaufsgewohnheiten, die Dienstleistungen, die Art und Weise wie wir uns informieren, wie wir kommunizieren...

Wir alle sind gläsern, vollkommen transparent und durchsichtig geworden. Nicht nur, dass überall mitgeschaut, mitgehört, mitgelesen wird; diese Datenflut wird gesammelt, sortiert – und wenn's einmal notwendig sein sollte, gegen uns verwendet werden.

Vor zwei Jahren war es noch die ach so böse NSA, die in der Datenflut herumgestöbert hat – jetzt wollen auch die Neugierigen in Österreich mitspionieren. Wir alle haben es gehört, wenn's nach dem Gesetzesvorschlag zum Sicherheitspaket geht, soll es zwar vielleicht doch keinen Bundestrojaner geben, der in alle unsere Smartphones, Laptops, Computer eingeschleust wird - aber alles und jedes, was von unseren digitalen Geräten in irgendeiner Art gesendet wird – auch in die Cloud – wird gespeichert und mitgelesen. Wenn Sie mich fragen, ein Skandal! ...Aber wenn wir uns das gefallen lassen?

Und da gewinnt dann gleich noch eine andere Meldung an Dimension: Laut Presse nähme die Anzahl sogenannter „Staatsverweigerer“ massiv zu. Staatsverweigerer, das sind die, die die Autorität der Staatsorgane in Frage stellen... und gegen die nun ebenfalls mit einem neuen Strafrechtsparagrafen vorgegangen werden soll. So wird allein schon die Beteiligung an einer staatsverweigernden Verbindung künftig strafbar gemacht. Um einer Bewegung anzugehören, sei aber gar keine gemeinsame Organisationsstruktur nötig. Damit soll sichergestellt werden, dass der Staat auch auf einzelne Personen strafrechtlich reagieren kann, heißt es offiziell.

Und zählt man jetzt Eins und Eins zusammen...? Beängstigend. Am Beispiel Türkei sieht man, wie schnell unbescholtene aber halt doch andersdenkende Bürger zu Freiwild werden – schnell wird die Digitalisierung zur Waffe gegen Unliebsame, und der Staat zum Feind des Bürgers. Wehret den Anfängen, hat es einmal in anderem Zusammenhang geheißen. Seien wir auch jetzt absolut wachsam!

Kurz noch zu diesem Heft...

Mit einiger Zeitverzögerung finden Sie nun auf den ersten Seiten dieser Ausgabe eine Nachlese zur Xfair Anfang April in der Marx-Halle. Und auch in den weiteren Hefteilen lesen Sie einige Berichte über den Auftritt von Ausstellern. Jedenfalls haben bereits die Vorbereitungen für die dritte Ausgabe, vom 10. bis 12. April kommenden Jahres, wieder in der Marx Halle, begonnen – mehr dazu auch auf www.Xfair.at.

Messe- und Kongressevents werden auch den heurigen Herbst prägen. Zumindest fünf namhafte Veranstaltungen buhlen um Aussteller und Besucher. Schade, dass es zu einigen Terminkollisionen kommt. Auch die PrintFair auf der Graphischen dürfte darunter leiden. Zeitgleich findet in Düsseldorf nämlich die Viscom statt. Aber Sie müssen ja nicht überall persönlich anwesend sein. Damit Sie wissen, was wirklich läuft werden wir in unserem September-Heft umfangreich über die zu erwartenden technologischen Neuheiten – und die möglichen Anwendungen – berichten.

Viel Technologie und Anwendungen auch in dieser Ausgabe: es ist schon spannend zu sehen, welcher Dienstleister mit welchen Systemen in die Zukunft geht. Bei Styria investiert man 30 Millionen in den Zeitungsdruck, bei Jentzsch setzt man auf den Digitaldruck... Und auch international gehen die Produzenten verschiedenster Wege. Also, geschätzte Leser, viel Interessantes wieder in dieser X-media Ausgabe...

Schönen Rest-Sommer noch – bis September,

Ihr Rudolf Messer



X-media auch als PDF-Magazin

**Xfair, die Dritte
10. bis 12. April 2018**

Ein zweites Leben für Ueberreuter

Lammerhubers Fotobücher

Contour Crafting aus Amstetten

Mehr digital in der Endstufe

Hüttengaudi



Terminkollisionen

Labels bei Constantia

Die Swarovskis bei Gerin

Oki Österreich

Gesinnungsparagrafen im Strafrecht

Überwachungsstaat Österreich

Internationale Nicht-Werbe Kartelle

Gscheitscheißer

Medienunternehmen, Redaktion, Anzeigenleitung:

MacksMedia GmbH., A-4893 Zell am Moos, Oberschwand 15,
Tel.: 06234/7161, Fax: 06234/7162, Mobil: 0699/11 655 760,
Mail: office@x-media.at, **UID/VAT Nr.:** ATU 63094626,
Firmenbuchnummer: FN 287630

Geschäftsführer & Verleger, Chefredakteur:

Rudolf Messer, messer@x-media.at, 0699/11655760

Vertrieb, Special Assignment: Sandra Messer, s.messer@x-media.at,
0699/17163897

Anzeigenkontakt: Klaus Vogl, vogl@x-media.at, 0664/3908263

X-media & MacksMedia Verlagsbüro Deutschland:

D-55283 Nierstein/Rhein, Ringstraße 8, Tel.: 0049/6133/577836,
Fax: 577837

X-media Repräsentanz Ungarn: T & M Kft., H-1067 Budapest,
Teréz krt. 41, Tel. & Fax: 0036/1/332 4974

X-media Repräsentanz Tschechien: Richtr & Co. s.r.o.,
130 00 Praha 3, Lipanská 4, Tel.: 00420 222 718 469

Druck: NÖ Pressehaus GmbH., 3100 St. Pölten, Gutenbergstr. 1

Die nächste X-media Ausgabe erscheint am 25. September

Das große Herbstmessen-Technologie-Spezial

Anzeigen- und Redaktionsschluss ist am 11. September 2017

Diese Ausgabe ist gedruckt auf LumiSilk, 100 g/m² bzw. 230 g/m², hergestellt von Stora Enso, zur Verfügung gestellt von Grafolit Austria

X-media ist Partner im

MacksMediaNet

sowie Gründungsmitglied bei der EDP-Association



Inhalt 4-2017

Xfair Spezial

- 6 Xfair 2018 vom 10. bis 12. April. Der Countdown läuft... Das Fest für Print wieder in der Marx Halle in Wien
- 6 Das zusätzliche Highlight zur Xfair 2018: Eine „packX“ als Spezialevent für die Verpackungsbranche
- 7 YelloTools auf der Xfair: „So macht Werbetechnik echt Spaß“
- 8 Gute Geschäfte in der Marx Halle: positive Bilanz auf der zweiten Xfair im April
- 8 Reprografien-Verbandschef Ernst Hönig: „Die Xfair als Fixpunkt ist Win-Win-Situation für alle“
- 9 Auch Trotec zufrieden mit der Xfair 2017 ... und auch 2018 wieder groß mit dabei.
- 9 Ein Lob, das wirklich alle sehr gefreut hat.

Veranstaltungen

- 10 Ein heißer Messeherbst für Druck und Werbetechnik
- 10 Viscom Düsseldorf vom 18. bis 20. Oktober 2017: Innovation und Inspiration für internationale Werbebranche
- 10 Das Rahmenprogramm der Viscom
- 11 swiss publishing days 19. bis 21. September Willkommen in der neuen Publishing Welt
- 12 InPrint 2017: Drucklösungen für die industrielle Fertigung
- 12 Das Neueste von Chesterman & Timson: Pure Digital für Druckdienstleister und Kreative

Verbände / Trends

- 14 Die Rache des Analogen: Der digitale Tsunami öffnet neue Chancen für Print
- 14 Blitzumfrage: Haptisches Erlebnis spricht für Print
- 15 Druckbranche erstmals seit Jahren mit leichtem Umsatzplus

Produzenten

- 16 Styria setzt weiter auf die gedruckte Zeitung 30 Millionen für Zeitungsrotationen und Versandtechnikraum
- 17 Salzer-Cousins finanzieren Ausgleichsquote: Ueberreuter darf weiter machen
- 18 Das Taus´sche Druckimperium wächst weiter Swarovskis verkaufen ihre Gerin-Anteile
- 19 Offset 5020: Neuausrichtung im Drucksaal mit manroland
- 19 LED-Großformat und A3+ Bannerdruck: Druckerei Jentzsch setzt auf Digitaltechnologie
- 20 Zertifizierter High-Speed-Inkjet-Druck bei VSG
- 20 Huber Reklametechnik: Erfolg dank Investitionen ins Digitaldruckzentrum
- 21 So sehen Sieger aus: Edition Lammerhuber räumt ab...
- 22 Rattpack übernimmt dvb komplett
- 22 Ulikett für Umweltmaßnahmen ausgezeichnet
- 23 1,15 Milliarden Euro: Constantia Flexibles verkauft Labels Division an Multi-Color
- 23 Wendel-Gruppe und Turnauer Stiftung

Anwendungen

- 24 Großinvestition in Russland für moderne Buchproduktion: KBA und OD Systeme aus Wien als Projektpartner
- 25 Rolle zu Rolle Digitaldruck: Digital Lizard installiert weltweit erste HP Indigo 50000

marzek
etiketten+packaging



ETIKETTEN FEINKARTONAGE FLEXIBLE VERPACKUNG
DESIGN ETIKETTIERTECHNIK THERMOTRANSFERDRUCKER

www.marzek-group.com

+43 2252 90500

- 27 18-Werke Speedmaster für MPS
- 27 Erster AccurioJet KM-1 für Rehms Druck

3D Druck

- 28 Contour Crafting:
Doka will weltweit Häuser aus dem 3D-Drucker bauen
- 28 HP Vertriebspartner für 3D in Österreich und Deutschland
- 28 Massivit: 3D Druck für den Sign- und Display-Markt

Papier & Materialien

- 30 Igepa Deutschland verkauft Salzer Papiere
- 30 International Paper mit neuem Country Manager DACH
- 31 EcoLite: kostengünstiges Dünndruckpapier von UPM
- 31 Ökologisches Papier für Fastfood aus Traun
- 32 Es grünt so grün... Graspapier von Scheufelen
- 32 dua Druckfarben ist nun Epple Druckfarben Österreich
- 33 Europapier hat Eu-Ro komplett übernommen

Werbetechnik

- 33 Igepa Austria und die Werbetechnik. Hüttengaudi auf der Xfair
- 34 Starre Medien, Mimaki UV-LED, Kornit-Textildruck...
Kalle Repromedia/Vink Austria – Großer Auftritt auf der Xfair

Digitaldruck

- 36 Oki schließt seine Niederlassung in Österreich
- 36 Konica Minolta: neuer Geschäftsbereich für professionelle und industrielle Lösungen
- 38 Xerox bringt drei neue Versant-Drucksysteme
- 38 Integrierbare mobile Hybriddrucklösung:
Digi-M-Jet von Memjet und Digikett
- 39 Canon und die digitale Herausforderung
Neupositionierung im Businessbereich
- 39 Canon/Océ erweitert Varioprint-Inkjetportfolio
- 39 OKI launcht kompaktesten A3 Weißtonerdrucker

Druck

- 40 Nach Umstrukturierung zum „digitalen“ Unternehmen:
Heidelberg auf Wolke Sieben – Gewinn soll sich verdreifachen
- 42 200 Jahre Koenig & Bauer:
Von der Klosterschmiede zum industriellen Druck
- 44 KBA ErgoTronic AutoRun:
Autonomes Drucken als Bedingung für industrielle Produktion
- 44 Neue Europazentrale für Draabe/Condair

Endstufe

- 46 Synergien locken: GUK übernimmt MB Bäuerle
- 46 MBO und Herzog+Heymann wieder bei Samhaber
- 46 MBO präsentiert neue K80 Kombifalzmaschine
- 47 Bobst und 75 Jahre Leidenschaft für Falten und Kleben
- 47 Polar: neues Ausbildungszentrum
- 48 Rekord bei Kama: zweistelliges Wachstum
- 48 Horizon stellt sich in Deutschland neu auf
- 49 Müller Martini begeistert mit seinem Vareo-System
Von der Xfair in Wien direkt nach Rumänien

brains4print

Sie haben Ihren potentiellen Kunden was zu sagen, wissen aber nicht wie? Sie würden gerne am Markt und in der Öffentlichkeit präsenter sein, haben aber niemanden, der Ihre Ideen umsetzen kann?

Als einschlägiger Fachzeitschriftenverlag haben wir die Erfahrung, kennen den Markt und die Spezialisten. In Deutschland, Österreich, europaweit, international. Und gerne stellen wir Ihnen unser Knowhow zur Verfügung.



- ✓ **Public Relations**
- ✓ **Werbeplanung**
- ✓ **Marketingkonzepte**
- ✓ **Eventmanagement**

...und vieles mehr

Bitte kontaktieren Sie uns, wir besprechen gerne mit Ihnen die Möglichkeiten...

MacksMedia

MacksMedia GmbH., A-4893 Zell am Moos, Oberschwand 15
Tel.: 0043/6234/7161 Mobil: 0043/699/11 655 760, Fax: 0043/6234/7162
Mail: office@x-media.at, www.brains4print.at

Xfair 2018 vom 10. bis 12. April Der Countdown läuft bereits...

Das Fest für Print wieder in der Marx Halle in Wien

Nachdem die Gemeinde Wien nun – zumindest bis 2018 – grünes Licht für die weitere Nutzung der Marx-Halle als Veranstaltungsort gegeben hat, steht es also fest. Die nächste Xfair wird bereits im nächsten Jahr, vom Dienstag, 10. April, bis Donnerstag, 12. April, wieder im 3. Wiener Gemeindebezirk, stattfinden. „Wir haben viele Gespräche mit unseren Ausstellern geführt – ein Großteil von ihnen möchte auch im kommenden Jahr auf einer Xfair mit ihren Produkten präsent sein können“ kommentiert Rudolf Messer diese Entscheidung. „Eigentlich war ja immer geplant, dass eine Xfair jährlich stattfinden soll – aber nur wegen des Drupa-Jahres 2016 haben wir einmal pausiert. Und nachdem im Digitaldruckbereich die Technologie-Zyklen immer schneller werden, wird es auch im April 2018 wohl jede Menge Neuheiten geben“, erklärt er. Fix geplant ist darüberhinaus auch schon

eine vierte Xfair im Jahr 2019 – vermutlich in der letzten März- oder ersten April-Woche. Und, wenn die Wiener Lokalpolitik es will, ebenfalls wieder in der Marx-Halle.

Auch 2018: Technologien und Anwendungen – von klassisch bis digital

Auch 2018 soll die Xfair wieder einen technologischen Bogen vom klassischen Druck bis zu digitalen Spezialanwendungen spannen. Schwerpunkt der 2018-Veranstaltung wird natürlich wieder der Digitaldruckbereich sein – angefangen vom Produktionsdruck bis zu Großformat-Anwendungen, etwa für den Textildruck, bis zu Werbe-Anwendungen. Ergänzt um den Bereich Bedruckstoffe und Substrate sowie die End- und Weiterverarbeitung mit Veredelung und Laseranwendungen. Und die meis-

ten der heurigen Aussteller aus diesem Bereich haben so bereits wieder ihre Teilnahme zugesagt bzw. Standflächen reserviert.

Ein weiterer Schwerpunkt für 2018 soll wie gewünscht ein erweiterter Bereich Werbemittelproduktion, Signage und Outdoor-Media sein, sei es klassisch hergestellt oder rein digital. Auch hier liegen bereits einige Aussteller-Voranmeldungen vor.

Und selbstverständlich werden auch wieder die CEE Wrap-Masters abgehalten werden.

Seminare und Workshops, CEE Wrap Masters, Printers Lounge, ...ein Fest für Print

Ebenfalls wieder Teil der Xfair wird 2018 die Printers Lounge sein, in der sich Druckdienstleister und besonders Spezial-Anbieter präsentieren können. Natürlich wird dort auch wieder Platz für Institu-

Das zusätzliche Highlight zur Xfair 2018 in der Marx Halle: Eine „packX“ als neuer österreichischer Spezialevent für die Verpackungsbranche

Ein ganz besonderes Highlight zur Xfair 2018 – und das wohl auch für viele der bisherigen Aussteller auf der Xfair, insbesondere die klassischen Maschinen- und Systemzulieferer – wird im kommenden Jahr aber der gesamte Verpackungsbereich sein. Dank der Initiative der beiden österreichischen Verpackungszeitschriften Kompack und Pack & Log wird vom 10. bis 12. April unter dem Arbeitstitel packX erstmals seit Jahren wieder ein eigener Verpackungsevent in Österreich organisiert werden.

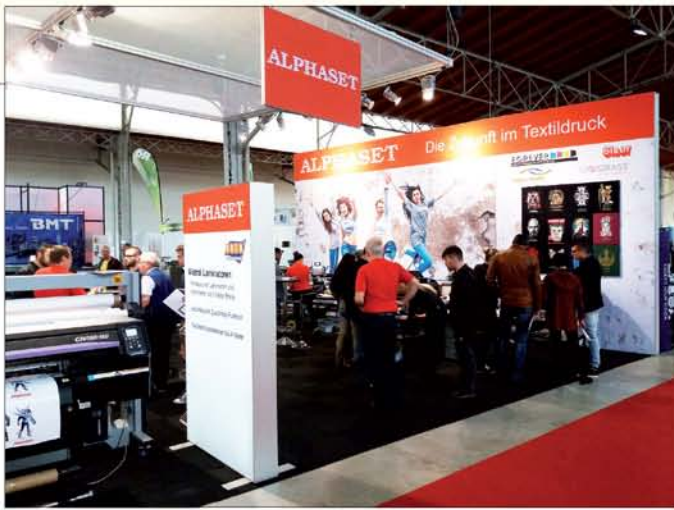
Eigenes Rahmenprogramm

Xfair-Organisator Rudolf Messer: „Schon bei der ersten Xfair 2015 wurden wir auch wegen einer Erweiterung der Xfair für den Verpackungsbereich angesprochen. Schon bei der heurigen Xfair waren einige Aussteller aus dem Verpackungsbereich vertreten – 2018 wird es für den Bereich Verpackung aber eine komplett eigenständige Infrastruktur geben. So ist für die packX in der Marx-Halle auch ein eigener Bereich reserviert. Harald Eckert, Chefredakteur des Kompack-Magazins und einer der packX-Promotoren: „Die Xfair ist für uns ein ideales Umfeld, der gesamten Verpackungsbranche in Österreich, aber auch den Nachbarländern, wieder eine professionelle Fachveranstaltung anzubieten. Wir arbeiten derzeit auch an einem speziellen Rahmenpro-

gramm – etwa mit der feierlichen Vergabe der international renommierten Green Packaging Star Awards.“ Und verschiedene lokale Verpackungs-Institutionen haben bereits versichert, sich bei der Gestaltung des Rahmenprogrammes einzubringen. Außerdem haben eine Reihe prominenter Experten ihre Teilnahme zugesagt. Laufend Aktuelles dazu auf www.packX.at bzw. xfair.at.

Branchenplattform für alle Verpacker

Auch Gernot Rath, Chefredakteur des Magazins Pack & Log, hat bereits klare Vorstellungen zu den Themen einer packX. „Die reichen vom Bereich Vorstufe und Design aus dem bestehenden Xfair-Inhalt heraus bis zu Automation/Roboting und Versandlogistik. Quasi eine Verpackungsstraße, in der die gesamte Prozesskette abgebildet wird.“ Wobei sein Partner bei Pack & Log, Manfred Meixner, die packX besonders „als Branchenplattform für die gesamte Verpackungsbranche und deren Auftraggeber und Kunden“ sieht. Somit sollen auch die Verpackungshersteller selbst als Aussteller angesprochen werden... Und viele von ihnen haben mittlerweile ihr Interesse an einer Teilnahme bekundet. Und natürlich sind auch die Interessens- und Branchenverbände eingeladen sich und ihre Dienste der Verpackungsbranche zu präsentieren.



120 Firmen auf brutto 7.000 qm präsentierten sich 2017 vom 4. bis 6. April bei der zweiten Xfair in der Marx Halle in Wien. Mittlerweile haben die Vorbereitungen für die 2018er-Ausgabe, vom 10. bis 12. April, ebenfalls wieder in St. Marx, begonnen. Dann mit zusätzlichem Schwerpunkt Werbetechnik und Werbemittelproduktion sowie einem eigenen Event namens packX für die gesamte Verpackungsbranche

tionen und Verbände. Und auch eine klassische Print- und Buchbinder-Werkstatt wird wieder eingerichtet werden in der live auf historischen Gerätschaften produziert wird. Auch für die Vermittlung der aktuellsten Technologien und Anwendungen wird es wieder ein Rahmenprogramm geben. Diesmal aber mehr in Form von Workshops und Fachseminaren. So hat etwa bereits Prof. Dr. Klaus Thaler von der Druck- und Medienhochschule in Stuttgart zugesagt, speziell für die Besucher der Xfair ein besonderes Programm zusammenzustellen. Und natürlich wird auch 2018 die Xfair wie-

der zu einem echten gesellschaftlichen Ereignis werden. Unter anderem wieder mit einem ausgelassenen Fest für Print am 11. April, bereits traditionell am zweiten Messeabend – wobei die Latino-Nacht von heuer mit heißem Samba und kubischen Rhythmen schwer zu toppen sein wird. Messer: „Grundsätzlich hat sich am ursprünglichen Konzept der Xfair nichts geändert – ein echtes Fest für Print mit viel Gelegenheit zum Netzwerken und Kommunizieren. Das kommt sowohl bei Ausstellern und Besuchern sehr gut an. Aber natürlich wollen wir auf die Wünsche der Besucher und Aus-

steller sowie die tatsächlichen Gegebenheiten reagieren...“ Jedenfalls wird auch 2018, wie auch bei den letzten beiden Xfairs, für vorregistrierte Besucher all das gratis sein. Der Besucher-Registrierungsbutton wird ab 1. Dezember freigeschaltet sein. Laufende aktualisierte Infos zu Ausstellern, Vortragsthemen und Rahmenprogramm gibt es auf www.xfair.at.

Ein Resümee zur Xfair 2017 lesen Sie auf den nächsten Seiten, eine umfangreiche Photogalerie gibt es auf www.xfair.at.

Ein Fachevent mit Außenwirkung

Eine packX soll aber nicht nur lokal in Österreich sondern auch international, insbesondere in die Nachbarländer im Süden und Osten, wirken. Xfair-Veranstalter Rudolf Messer: „So haben wir bereits mit den beiden Packaging-Fachzeitschriften für Ungarn sowie Tschechien und die Slowakei eine intensive Partnerschaft vereinbart.“ Beide Hefte werden die Veranstaltung prominent promoten und planen Leserreisen mit einem speziellen Besichtigungsprogramm. Und natürlich ist mit den internationalen Verpackungsverbänden weitreichende Kooperation geplant. „Ein Event mit beträchtlicher Außenwirkung also“, meint Organisationsleiter Messer.

Ihr Stand auf der Xfair und packX

Aiso, zögern Sie nicht, sichern auch Sie sich die besten Standplätze. Noch gibt es für alle schnellentschlossenen Aussteller interessante Frühbucherkonditionen. Ein Hallenplan-Vorschlag für den 2018er-Event liegt bereits vor und Stände für die Xfair bzw. die packX können bereits mit Online-Formularen auf www.xfair.at unverbindlich reserviert werden. Dort gibt es auch laufend aktualisierte Infos zu Ausstellern und dem näheren Programm. Für Fragen und weitere Informationen zur Xfair bzw. die packX stehen gerne für Sie bereit:

Rudolf Messer, 0699/11655760, messer@x-media.at
 Sandra Messer, 0699/17163897, info@xfair.at
 Klaus Vogl, 0664/3908263, klaus.vogl@xfair.at
 Harald Eckert, 0699/17145749, kompack@gmx.at
 Gernot Rath, 0676/9242251, g.rath@packundlog.at
 Manfred Meixner, 0664/5751287, m.meixner@packundlog.at

YelloTools Premiere auf der Xfair in Wien: „So macht Werbetechnik richtig Spaß“

Voll des Lobes über das Konzept der Xfair als Fest für Print und über die Qualität der Besucher zeigten sich so gut wie alle Aussteller der letzten Veranstaltung. Angetan von der Xfair 2017 war denn auch YelloTools, der internationale Superstore für Werbetechnik-Material- und Werkzeuge. Mit seinem 18 Meter langen YelloTool-Superlinerbus präsentierte sich das Unternehmen das erste Mal in Österreich. So war denn Firmenchef Michael Althoff besonders mit der Qualität der Besucher „mehr als zufrieden“. Die Kunden seien sehr interessiert gewesen, die Gespräche intensiv und die Stimmung mehr als gut, meint er. „Eine unglaublich tolle Location mit einem besonderen Ambiente in einer wirklich schönen Stadt zusammen mit interessanten Kunden auf einem fachlich hohen Niveau. So macht Werbetechnik richtig Spaß. Das gesamte Messteam um die Xfair war extrem hilfreich und sympathisch – die Stimmung entsprechend locker und ausgelassen. Vielen Dank an alle Besucher und Gäste an unserem Stand – wir haben das Fachsimpeln mit Euch allen sehr genossen.“

Michael Althoff hat auch gleich eine Botschaft an alle, die sich 2017 den Weg nach Wien und auf die Xfair gespart hatten: „Ihr habt alle RICHTIG was verpasst! Eine Fachmesse mit diesem Niveau und in dieser Atmosphäre findet sich in Europa sehr selten. Unser Tipp: Markiert euch die nächste Xfair schon jetzt ganz fett in eurem Terminkalender!“

Gute Geschäfte in der Marx-Halle

Positive Bilanz auch der zweiten Xfair im April

Mit einer durchaus positiven Bilanz ist am 6. April in Wien die bereits zweite Ausgabe der Xfair zu Ende gegangen. Zwar konnten trotz eines Besucherplus von immerhin 20% auf knapp 2400 Besucher (2017 exakt 2.394, 2015 1.987) nicht ganz die Erwartungen des Veranstalters erfüllt werden, doch waren sich alle Aussteller über die ausgesprochene Qualität des Publikums einig. „Ein paar Hundert mehr wären schön gewesen – aber die Branche ist halt doch nicht viel größer“, resümierte Rudolf Messer, der verantwortliche Organisator der Xfair.

„Verkauft...“:
Gute Geschäfte dank
hochwertiger Fachbesucher

Der hohen Qualität der Fachbesucher entsprechend entwickelte sich jedenfalls das Messegeschäft bei den meisten Ausstellern äußerst positiv. So konnte zum Beispiel bereits am ersten Messetag Müller Martini den Verkauf des am



eindrucksvollen Messestand ausgestellten Endverarbeitungssystem, bestehend aus dem hochautomatisierten Klebebinder Vareo in Kombination mit dem Dreischneider Granit, nach Rumänien vermelden (siehe

auch unseren Bericht im Endstufen-Teil dieses Heftes).

Auch im Werbetechnikbereich der Xfair wurden gute Geschäfte gemacht. Bei Aristo etwa fanden sich auf so gut wie allen ausgestellten Exponaten, auch auf dem HP-Großformatdrucksystem, „Verkauft“-Schilder. Aber auch Holler mit Epson und Alphaset waren vom Messeerfolg begeistert. Und auch Werner Ammerer, Marketingchef von Trotec, berichtet von einem äußerst positiven Messeverlauf (siehe eigener Bericht rechts).

Reprografen-Verbandschef Ernst Höinig: „Xfair als Fixpunkt ist Win-Win-Situation für alle Anwender und ihre Zulieferer“



Viele prominenten Befürworter hat die Xfair von Seiten der Anwender und Druckdienstleister gefunden. So auch Ernst Höinig, Vorsitzender des österreichischen Fachverbandes Reprografie. Er nutzte das Editorial der Sommer-Ausgabe seines Verbandsmagazins reNews für einen eindringlichen Appell an die Zulieferindustrie, die sich durch die Xfair ergebenden Möglichkeiten noch intensiver zu nutzen.

„Mancher wird sich vielleicht wundern, dass wir der Xfair bereits im Vorfeld aber auch nach dem Ende breiten Raum geben. Es gibt doch drupa, Fespa und andere internationale Ausstellungen. Aber ich danke, dass diese großen Mes-

sen für manche unserer Mitglieder zu weit entfernt sind oder 2 bis 3 tägige Abwesenheit für kleine Betriebe organisatorisch nicht möglich ist, darum finde ich die Idee einer Präsenz auf lokaler Ebene sehr gut“, begründet er sein Engagement. „Meist kurze Anreise, überschaubares Angebot und ganz wichtig, man kommt oft mit dem persönlichen Betreuer direkt ins Gespräch.“ Besonders diesen Kommunikationsfaktor solle man nicht unterschätzen, schreibt er. „Natürlich ist mir bewusst, dass für die Aussteller Kosten entstehen. Sollte es aber gelingen, diese Messe als Fixpunkt einmal jährlich zu etablieren, wäre das für beide Seiten, Kunde und Anbieter, eine echte Win-Win-Situation.“



Heiße Samba-Show und Latino-Musik: Ein wohl gelungenes Fest für Print

Aber nicht nur die vielfältigen Exponate der Messe selbst waren für die Besucher ein Highlight, auch das Rahmenprogramm konnte sich sehen lassen. Ein voller Erfolg war denn auch das eigentliche Fest für Print am Abend des zweiten Messtages. Sängerin Nadja und ihre kubanische Band Clave Namá sorgten für heiße Latino-Rhythmen. Und die beiden attraktiven Solistinnen der Samba-Show waren schließlich auch verantwortlich, dass selbst der gelangweilteste Gast sich aktiv zu den heißen Rhythmen in Bewegung setzte.

Die Kasperl-Maschine und die Urform des Tintenstrahl-Drucks

Erstaunte Gesichter sah man auch jeden Messenachmittag als sich für eine Stunde die Kasperl-Maschine in Be-

Auch Trotec zufrieden mit der Xfair 2017 ...und auch 2018 wieder groß mit dabei

Besonders angetan von der erstmaligen Teilnahme auf der Xfair 2017 war auch Werner Ammerer, Marketingchef des Welser Lasersystem-Spezialisten Trotec. „Die Xfair war für uns eine wunderbare Gelegenheit unsere Produktneuigkeiten für die Druckbranche vorzustellen. Es findet sich auf der Xfair genau die Zielgruppe, die wir adressieren wollen. Die vielen interessanten Kontakte und detaillierten Gespräche haben gezeigt, dass unsere Teilnahme an dieser Branchenmesse die richtige Entscheidung war.“

Zur Bestätigung hat denn auch Trotec bereits für die 2018er Xfair vom 10. bis 12. April wieder einen Stand reserviert. C4/D3, beim Gutenberg Plaza bzw. der Printers Lounge – und mit 60 qm fast doppelt so groß wie 2017.

wegung setzte. Auf den ersten Blick eine Menge Schrott und Gerümpel, das aber, vom „Maschinenisten“, dem Künstler Paul Skrepek, geschickt in Bewegung gesetzt, teils fantastische, teils bizarre Klänge hervorbrachte. Und genial auch die Urform eines Tintenstrahl-Systems in Form eines bereiten Pinsels, auf

Print-Werkstatt auf historischen Geräten von Georg Schandl, etwa einer Kniehebelpresse, gedruckt wurde.

Viele Interessierte Besucher fanden auch die schönsten Bücher Österreichs in einer Sonderschau des Hauptverbandes des österreichischen Buchhandels.

Teilnehmern aus Österreich und Deutschland waren auch einige Spezialisten aus Ungarn, Bulgarien und Rumänien zu diesem Wettbewerb angetreten, bei dem es galt von Auto Eisner bereitgestellte Fiat 500 mit Folien von Sott zu veredeln. Eine dreiköpfige Jury beurteilte die Qualität der Folierungen.

Verklebespezialisten aus Rumänien und Bulgarien waren es dann auch, die schließlich im Finale am dritten Messetag den Sieg unter sich ausmachten. So gingen Platz vier an Daniel Octav Mitrea aus Bacau in Rumänien, Platz 3 an Ivan Tenchev aus Varna, Bulgarien, der zweite Platz an Stan Cosmin aus Craiova in Rumänien und der Sieg an Trajan Moldovan, ebenfalls ein gebürtiger Rumäne, der aber seit seiner Teilnahme bei der CEE Wrap Masters 2015 (2. Platz) in Österreich als Verklebespezialist tätig ist.



den durch kleine Schläuche bunte Tinte tropfte und auf einem sich drehenden Untergrund bunte Scheiben herstellte. Wahrlich ein Kontrapunkt zu den ausgestellten High-tech-Digitaldruck-Systemen...

Traditionell ging es übrigens auch in der Printers Lounge zu, wo die Buchbinder ihr handwerkliches Geschick zeigten und in der

CEE Wrap Masters 2017: Sieger kommen aus Rumänien und Bulgarien

Spannend bis zuletzt auch die CEE Wrap Masters, bei denen sich auch heuer wieder die besten Folienverkleber um wertvolle Preise matchten. Neben

Enttäuschend geringer Konferenz-Besuch als einzigster Wermutstropfen

Beindruckend auch das Konferenzprogramm mit Spitzenreferenten zu drei aktuellen Tagesthemen: Dem Future Forum über die Zukunft von Print in einer sich zusehends verändernden Welt, einem Thementag Umwelt und Print sowie einem eigenen Thementag Technologien und Anwendungen. Trotzdem blieb die Konferenz der einzige Wermutstropfen: „Die namhaftesten Experten, neue Perspektiven, viel exklusives Knowhow – aber leider enttäuschend wenig Interesse“, so Rudolf Messer – „...als ob ohnehin schon alle alles wüssten...!“ Hier werde man sich für die nächste Xfair wohl Einiges einfallen lassen müssen, ätzt der darüber sichtlich frustrierte Veranstaltungsleiter. „Aber offensichtlich ist das ein Phänomen, das auch auf den meisten anderen Events zu beobachten ist...“

Mehr Aussteller-Nachberichte zur Xfair 2017 finden Sie in den Fachrubriken dieses Heftes bzw. auf www.Xfair.at. Dort geht's auch zur umfangreichen Photogalerie.

Ein Lob, das wirklich alle sehr gefreut hat

Sehr geehrter Herr Messer & das gesamte Xfair Team!

Ich muss Ihnen ein großes Lob für die abgehaltene Xfair 2017 aussprechen. Top organisiert von Anfang bis Ende. Egal ob Aufbau, die 3 Messetage mit dem Fest als Highlight sowie Abbau und Organisation.

Für uns als Erstaussteller war die Messe an den 3 Tagen äußerst positiv. Es konnten viele neue Kontakte und konkrete Geschäfte abgeschlossen werden. Weiters war die Xfair ebenfalls ein nettes Get-to-gether mit schon bekannten Gesichtern.

Bei unserer aufgebauten Print-Werkstatt schwelgten so einige Besucher in Nostalgie, die wiederum nebenan von unseren modernen Systemen ins Hier und Jetzt zurückgeholt wurden.

Ich würde mich freuen, wenn sich die Xfair als professionelle Printmesse in Österreich etabliert. Alle 2 Jahre finde ich gut. 3 Tage perfekt.

Mit freundlichen Grüßen,

Georg Schandl, Mechanik und Maschinenbau für die grafische Industrie

Ein heißer Messeherbst für Druck und Werbetechnik

Es wird ein heißer Messeherbst mit vielen konkurrierenden und sich teilweise auch überschneidenden Events.

Abgesehen von der Labelexpo in Brüssel vom 25. bis 28. September beginnt der Messestress so richtig am 10. Oktober (bis 12. Oktober). Da öffnet in Berlin die IFRA Expo, die internationale Fachmesse für Zeitungstechnik. Parallel dazu findet vom gleichen Veranstalter dort eine DCX Digital Content Expo, für digitales Nachrichtenmanagement aber auch die Integration von Sozialen Netzwerken in den Nachrichtenfluss, statt.

Einen Tag später – 11. bis 14. Oktober – beginnt in Sinsheim die Druck + Form, abgesehen von der Drupa Deutschlands einzige Druckfachmesse.

Nach kurzem Luftholen geht die Eventreise weiter nach Düsseldorf zur Viscom vom 18. bis 20. Oktober. Sonst üblicherweise in der ersten Novemberwoche angesetzt, hat der Veranstalter seine Digitaldruck und Signage-Veranstaltung wegen Terminkollisionen vorverlegt – und sich damit genau auf den Termin der Print-

Fair in Wien gesetzt – am 18. und 19. Dezember. Nur die InPrint in München, vier Wochen später vom 14. bis 16. November, hat sich da abgesetzt.

Also, geschätzte X-media-Leser: Viel Vergnügen beim Herbst-Messe-Marathon. Lesen Sie hier erste allgemeine Ankündigungen der Veranstaltungen, mehr Details dazu und zu den dann ausgestellten Produkten in unserer September-Ausgabe.

Die wichtigsten Messetermine nochmals im Überblick:

Labelexpo Brüssel – 25. bis 28. September 2017

IFRA Expo & DCX Expo Berlin – 10. bis 12. Oktober 2017

Druck + Form Sinsheim – 11. bis 14. Oktober 2017

Viscom Düsseldorf – 18. bis 20. Oktober 2017

PrintFair Wien – 18. und 19. Oktober 2017

InPrint München – 14. bis 16. November 2017

Paperworld Frankfurt/Main – 27. bis 30. Jänner 2018

Expo 4.0 Stuttgart – 15. bis 17. Februar 2018

Xfair & packX Wien – 10. bis 12. April 2018

Viscom Düsseldorf vom 18. bis 20. Oktober 2017

Innovation und Inspiration für die internationale Werbebranche

Innovation und Inspiration für die internationale Werbebranche – dafür steht die viscom. Vom 18. bis 20. Oktober 2017 bringt Europas Fachmesse für visuelle Kommunikation – so der Veranstalter Reed Exhibition Deutschland – frischen Schwung in das Jahresendgeschäft. Rund 300 Aussteller aus den Bereichen LFP, Signmaking, Objekt Design, Digital Marketing, Display und Quality Packaging zeigen analoge und digitale Lösungen für die werbliche Kommunika-

tion. Sie treffen auf erwartete rund 10.000 Fachleute und Entscheider aus 71 Ländern. Vor allem Werbetechniker, Druckdienstleister, Marketing-Fachleute aus Industrie und Handel, Messe- und Ladenbauer sowie Objektinrichter und Kreative aus Agenturen schätzen die viscom als genau auf Anwender zugeschnittene Fachveranstaltung. Jeder zweite Besucher kommt mit konkreten Investitionsabsichten zur Messe, wie das Marktforschungsinstitut WISSLER & Partnerer-

mittelt hat. Und das Besondere: Fast 90 Prozent der viscom-Besucher sind nicht auf den großen Industriemessen zu erreichen, sondern ziehen die anwenderorientierte viscom vor. Um Herstellern, Händlern und Dienstleistern den Zugang zu dem exklusiven Entscheider-Netzwerk der viscom zu erleichtern, führt Europas Fachmesse für visuelle Kommunikation 2017 gleich mehrere neue Business-Events ein.

Gewinn durch Vorsprung: Das neue Hosted

Das Rahmenprogramm der Viscom

Mehr als 50 Sprecher aus der internationalen Gemeinschaft der visuellen Kommunikation, zwei Bühnen und drei Tage Vollprogramm rund um die aktuellen und zukünftigen Themen und Trends der visuellen Kommunikation, das sind die Eckdaten des Rahmenprogramms auf der Viscom.

Der Mittwoch, 19. Oktober, startet am Speakers Corner mit einem Programm speziell für geladene Werbetechniker und Druckdienstleister, die zum viscom-Premium-Programm geladen sind. Hier geht es um Interior Design und das Geschäftspotenzial, das in diesem Thema steckt. Nicht alle Plätze sind reserviert. Lassen Sie sich dieses Vortrags-Bonbon nicht entgehen.

Weiter geht es am Donnerstag mit dem Fokustag: „Digital Marketing und Kommunikation“, speziell für Marketingverantwortliche, Brandmanager, Digital Signage Anbieter und Anwender. Auf der

Workshop-Fläche hören Sie Neues und Neuigkeiten von Adobe und Corel.

Die Speakers Corner-Vorträge am Donnerstag widmen sich mit dem Fokustag „POS Display & Packaging: Markenkommunikation auf der Customer Journey“ ganz dem Point of Sale und sprechen speziell Marketingverantwortliche, Brandmanager, Packaging- & Displayindustrie und Designer an. Auf der Workshop-Fläche gibt es parallel ein Vollprogramm mit praktischen Workshops von Adobe und Corel und Textil- und Verklebewerkshops live on stage.

Der viscom-Freitag steht auf der Speakers Corner erneut im Zeichen von Werbetechnik und Interior Design und richtet sich speziell an Werbetechniker, Druckdienstleister, Interior Designer, Innenarchitekten und Messebauer. Und im viscom Workshop gibt's wieder Programm von Adobe und Corel und Hands-on Präsentationen zum Thema angewandte Werbetechnik.

Buyer Programm bringt Aussteller ausgewählter Produktbereiche auf Wunsch mit TOP-Entscheidern der Branche zusammen. „Die exklusive Veranstaltung sichert den Teilnehmern die Möglichkeit, in ruhiger Atmosphäre konkrete Aufträge zu vereinbaren, Projekte zu besprechen oder Kooperationsmöglichkeiten auszuloten“, erklärt viscom-Director Petra Lassahn. Die Einzelgespräche können bei einem exklusiven Get together noch vertieft werden.

Auch auf der viscom selbst wird es für Aussteller und Besucher noch einfacher, miteinander ins Geschäft zu kommen. „Wir wollen den B2B-Kontakt so unkompliziert und effizient wie möglich gestalten“, sagt Petra Lassahn und verweist auf das neue Matchmaking-Portal. Sechs Wochen vor Messebeginn können alle registrierten Aussteller und Besucher der viscom online nach Geschäftskontakten auf der Messe suchen – je nach Wunsch gefiltert nach Ländern, Themen oder Produkten. „Außerdem können sie sich direkt zu festen Terminen auf der viscom verabreden – auf einer von der viscom zur Verfügung gestellten Fläche oder direkt am Stand des Ausstellers.“

Innovationen vorstellen, Hintergründe erläutern, Know-how vermitteln – das maßgeschneiderte Rahmenprogramm der viscom fördert den Wissensaustausch zwischen Herstellern und Anwendern. Jeder Messetag stellt einen Themenbereich der Messe in den Mittelpunkt. Premiere feiert dabei der Fokustag Digitaldruck gleich zum Auftakt der Messe. Das Vortragsprogramm spricht gezielt Druckdienstleister, Werbetechniker und Interior Designer an und legt den Schwerpunkt auf praxisorientierte Anwendungsbeispiele sowie Lösungen für Workflow und Logistik. Außerdem werden neue Geschäftsmöglichkeiten für Druckdienstleister, Werbetechniker und Ladenbauer vorgestellt. Am zweiten Messetag stehen POS Retail Lösungen, Digital Marketing und Displays im Fokus. Am dritten Messetag liegt der Schwerpunkt auf Fachinformationen rund um Werbetechnik und Objekteinrichtung.

Wie leistungsstark die internationale Industrie für visuelle Kommunikation ist, das wird die viscom 2017 schon im Eingangsbereich demonstrieren – mit einem innovativen Konzept, das auch den Branchennachwuchs einbindet. So werden Studierende der Fakultät Design und Kunst der Bergischen Universität Wuppertal den Eingang zur Messehalle 14 zu einem multisensorischen Erlebnis machen. „Die Besucher der viscom können sich buchstäblich von Anfang an von Materialien, Anwendungen und Lösungsbeispielen inspirieren lassen“, verspricht Petra Lassahn. „Aussteller sind herzlich eingeladen, das Projekt zu unterstützen.“

swiss publishing days: 19. bis 21. September Willkommen in der neuen Publishing-Welt!


Die digitale Transformation treibt eine neue Publishing-Revolution voran. Die swiss publishing days in Bern zeigen, welches die künftigen Herausforderungen sind: Know-how, Trends und Inspiration pur!

Die swiss publishing days starten am 19. September mit einzeln buchbaren Pre-Conference-Workshops, welche praxisorientiertes Know-how von den Spezialisten bieten – dies unter dem Motto «Chef, zeig mir, wie's geht!». Hier reicht das Themenspektrum von den DTP-Klassikern Adobe InDesign, Illustrator und Photoshop über das Mobile Publishing mit Tablets bis zu einem Wordpress-Crashkurs.

An den beiden Konferenztagen vom 20. und 21. September geht es um den aktuellen Publishing-Trend hin zur intelligenten Cloud. Apple, Google & Co. zeigen, wo's lang geht: Künstliche Intelligenz verschlagwortet unsere Fotos und assistiert uns per Spracheingabe. Keine Frage: Die Karten in der Aufgabenteilung zwischen Mensch und Maschine werden neu gemischt. Hochkarätige Referenten loten hier die Grenzen aus zwischen unaufhaltsamer Automatisierung durch selbstlernende Systeme und den Chancen für die Kreativität und all das, was Menschen den Maschinen voraus haben.

Dabei werden neben technischen Aspekten auch grundsätzlich die aktuellen Trends in der Kommunikation hin zum multimedialen Erzählen erörtert. Und wer nun angesichts all des Neuen verunsichert ist, erfährt am praktischen Beispielen, wie man einfach loslegt in Richtung agiles Publishing und Innovationskultur aktiv lebt.

Weitere Infos und Anmeldung unter www.swiss-publishing-days.ch



19.9
– 21.9
2017
BERN

**Publishing 4.0:
Willkommen in der neuen Publishing-Welt!**

Die digitale Transformation treibt eine neue Publishing-Revolution voran. Die swiss publishing days zeigen, welches die künftigen Herausforderungen sind.

Siri, mach mir das Layout!

Apple, Google und Co zeigen, wo es lang geht: Künstliche Intelligenz verschlagwortet unsere Fotos und assistiert uns per Spracheingabe. Die Karten in der Aufgabenteilung zwischen Mensch und Maschine werden neu gemischt. Ein Chance für die Kreativität und all das, was nur Menschen können!

Cloud-Publishing weiter gedacht

Adobe kratzt heute mit der Creative Cloud erst an der Oberfläche dessen, was möglich ist. Auch die Cloud wird intelligent! Wir zeigen, was heute geht und morgen kommt.

19. September
Pre-Conference-Workshops für Profis aus der Praxis

20. und 21. September
Trend-Konferenz zur Zukunft des Publishing

Programm und Anmeldung unter www.swiss-publishing-days.ch
Folge uns auf [Twitter](#) #spd17

Der Event findet in Kooperation mit der Schule für Gestaltung Bern und Biel statt.

PUBLISHER B:B publishing NETWORK viscom VSD IGS

InPrint 2017: Drucklösungen für die industriellen Fertigungsprozesse

Vom 14. bis 16. November 2017 findet wieder die InPrint 2017, die Fachmesse für industrielle Drucktechnologie, in Halle 6 auf dem Messegelände in München statt. Laut Veranstalter haben sich mit Ende Juni bereits 118 Aussteller aus 17 Ländern ihre Standfläche auf der InPrint 2017 gesichert. Führende internationale Unternehmen präsentieren modernste Technologien, Maschinen, Komponenten sowie Zubehör und Dienstleistungen für den funktionalen und dekorativen Druck sowie den Verpackungsdruck.

Zu den Unternehmen, die auf der diesjährigen Messe ausstellen, gehören unter anderem: Agfa Graphics, Baumer Inspection GmbH, Caldera, DP Solutions GmbH & Co. KG, Fujifilm, Global Inkjet Systems, Dr. Höhle AG, UV Technology, Heidelberger Druckmaschinen AG, INX Digital, Konica Minolta, Marabu GmbH & Co. KG, Meteor Inkjet Ltd, Tiger Coatings, Tonejet Limited, Wemhöner Surface Technologies und Xaar.

Aussteller, die in diesem Jahr zum ersten Mal an der InPrint teilnehmen, sind unter anderem Decosystem aus Italien, die Graph-Tech AG aus der Schweiz, HP Specialty Printing Systems aus Deutschland, Sandvik Process Systems aus Schweden und Van Dam Machine Europe B.V. aus den Niederlanden.

Wie Frazer Chesterman, Mitbegründer der InPrint, erklärt, ist die Veranstaltung „ausschließlich auf Technologien für die industrielle Druckproduktion spezialisiert, die als Teil eines Fertigungsprozesses einen funktionalen oder dekorativen Zweck erfüllt. Die Schwerpunkte liegen hierbei auf den vier Bereichen Spezialdruck, Siebdruck, Digitaldruck und Inkjet-Druck. Gezeigt werden innovative Techniken und neueste Verfahren für das Bedrucken von Metall, Kunststoff, Textil, Glas, Keramik, Holz und anderen Oberflächen.“

Und sein Partner Marcus Timon: „Mit diesem Ausstellungsprofil ist die InPrint 2017 der Branchentreffpunkt für Drucktechnologie-

experten aus der industriellen Fertigung, Spezialisten aus industriellen Druckunternehmen, Erstausrüster, Integratoren, Komponentenhersteller, Entwickler sowie Druckunternehmen, die verstärkt in Lösungen für den funktionalen und/oder dekorativen Druck investieren möchten.“

Neben der Optimierung von Fertigungsprozessen gewinnt die effiziente Individualisierung von Produkten, zur Schaffung von Mehrwert beim Kunden, immer mehr an Bedeutung. Die InPrint 2017 steht daher unter dem Motto „Mit individualisierten Produkten Mehrwert schaffen“, um diesen Trend der Aufwertung von Produkten durch industrielle Druckverfahren aufzugreifen.

„Die Nachfrage von Kunden, individuelle Produkte zu einem attraktiven Preis zu erwerben, wird immer größer. Daher setzen Hersteller und Veredler, zum Beispiel von Getränkeflaschen, Kosmetika, Verpackung und Bekleidung, aber auch von Bodenbelägen, Wandverkleidungen und anderen Inneneinrichtungsgegenständen, immer öfter auf die Integration von industriellen Druckverfahren in ihren Herstellungsprozess, um auf die individuelle Nachfrage von Kunden flexibler reagieren zu können“, so Nicola Hamann, Geschäftsführerin des Veranstalters der InPrint, Mack Brooks Exhibitions. „Allerdings fehlen vielen Unternehmen in diesem Bereich noch praktische Lösungsansätze, was industrielle Druckverfahren, den Druck auf unterschiedlichen Materialien und den Veredelungsprozess anbelangt. Hier kommt die InPrint als spezialisierte Fachmesse ins Spiel. Denn die InPrint bietet ihren Besuchern neue Einblicke in die Anwendung von industriellem Druck. Unternehmen, die die Integration von Druckprozessen in ihre bestehenden Fertigungsanlagen erwägen oder Lösungsansätze für die Optimierung ihres bereits integrierten Druckprozesses benötigen, finden auf der InPrint Methoden, Ansätze und Partner zur Umsetzung industrieller Drucktechnologie“.

Parallel zur InPrint 2017 wird innerhalb der Messehalle eine umfassende Fachkonferenz stattfinden. Industrieexperten präsentieren zukunftsweisende Beiträge und Diskussionsthemen, und gewähren Einblicke in Beispiele aus der Praxis. Die Konferenz bietet eine ideale Plattform zum Netzwerken und für den Austausch zwischen Besuchern und Ausstellern.

Das Neueste von Chesterman & Timson: Pure Digital für Druckdienstleister und Kreative

Frazer Chesterman und Marcus Timson, aufmerksamem X-media-Lesern als einstige Fespa-Messemanager bekannt, danach mit einem Eco-Print-Messekonzept gescheitert und nun mit der InPrint erfolgreich, haben schon wieder eine Idee: Eine Networking-Plattform zwischen innovativen Digitaldruckanwendungen und der Kreativindustrie namens Pure Digital. Eine erste Veranstaltung mit FM Brooks als Organisator soll vom 17. bis 19. April 2018 im RAI-Messezentrum in Amsterdam stattfinden.

Frazer Chesterman erklärt: „Die Einführung der Pure Digital soll die Kreativ- und Marketingbranche mit dem Innovationspotenzial des Digitaldrucks inspirieren. Unsere Studien belegen, dass die Kreativbranche auf die innovativen Möglichkeiten des Digitaldrucks angewiesen ist, um sich Wettbewerbsvorteile zu verschaffen und die individualisierte Massenproduktion (Mass Customization) zu optimieren. Bislang gibt es nur wenige Druckdienstleister, die diese Mehrwertleistungen der Mass Customization anbieten, und auch keine spezielle Veranstaltung für die Kreativbranche. Durch die Begeisterung von Kreativ-, Marketing- und Druckdienstleistern für die enormen Möglichkeiten der Digitaldrucktechnologie können wir dem Digitaldruck zu neuen Höhen verhelfen und ihn stärker positionieren.“

Besonders angesprochen als Aussteller sind die Druckdienstleister selbst. Nach Auffassung von Mitbegründer Marcus Timson könne die Pure Digital dazu beitragen, Druckdienstleistern eine Plattform zur Optimierung und Freisetzung ihres wahren Potenzials und der Kreativbranche eine Plattform zur Erkundung der Möglichkeiten des Digitaldrucks für neue Anwendungen bieten – sei es für den Dekorations-, Einzelhandels- oder Verpackungsbereich.

Die Veranstaltung wird im RAI-Messezentrum in Amsterdam stattfinden, einem der führenden Messestandorte in Europa. Zudem zählt Amsterdam mit rund 40.000 Kreativunternehmen zu den kreativsten Großstädten in Nordeuropa und bietet so den passenden Rahmen für diese neue Fachmesse. Die Pure Digital wird parallel zur Building Holland stattfinden, einer führenden Baufachmesse für Architekten, Innendesigner und Bauunternehmer. Somit sprechen diese Fachmessen gezielt ein einschlägiges Fachpublikum an und bieten einen Mehrwert für Besucher beider Veranstaltungen.

Einladung zum Mitmachen!

Xfair, die Dritte...

10. bis 12. April 2018, Wien, Marx Halle

Die Print- & Crossmedia-Show für Österreich und die Nachbarländer

Technologie-Messe
mit den führenden
Branchen-Zulieferern

Klassischer Druck,
digitale Produktion,
Verdelung, Endstufe

Digital Signage,
Werbetechnik und
Werbemittelproduktion

Die CEE Wrap Masters:
Wer ist der beste
Folienverkleber?

Anwendungs-
Sonderschau
2D meets 3D



Kongress und
Workshops zu den
Zukunftsthemen

Printers Lounge
Speakers Corner und
Technology Theatre

Das Fest für Print
mit heißen Rhythmen
und coolen Drinks

Besucher-Tombola:
Ein Besuch der Xfair ist
immer ein Gewinn

...und noch vieles mehr!
Aktuelle Infos auf
www.Xfair.at

PLUS: packX, der Spezialevent für die Verpackungsbranche

Auch 2018: Gratis-Eintritt für Fachbesucher bei Online-Vorabregistrierung

Aktuelle Infos zu den Ausstellern, den Workshop- und Kongressthemen und zum
Rahmenprogramm gibt's auf www.Xfair.at

Frühbucherrabatt für Standreservierungen bis 31. August 2017

Reservierungsformular auf www.Xfair.at, Kontakt: info@xfair.at, 0043 699 11655760

Die Rache des Analogen

Der digitale Tsunami eröffnet neue Chancen für Print

Nicht nur auf der Xfair Anfang April in Wien, auch beim Kongress des Verbandes Druck & Medientechnik am 19. Mai in Linz war die Zukunft von Print das Hauptthema.

Die Digitalisierung sei in der Krise! Der zweifelhafte Umgang mit Cybermobbing, Hasspostings sowie Statistiken kratzten am Image einer Branche, die jahrelang als die Zukunft der Kommunikation gefeiert wurde. Zukunftsforscher Matthias Horx sprach von der Rache des Analogen und dem Megatrend hin zu greifbaren Printprodukten. 160 Unternehmer aus der Druck-, Medien- und Kommunikationsbranche waren der Einladung des Verband Druck & Medientechnik nach Linz gefolgt und diskutierten über den digitalen Tsunami und die Chancen für Print.

„Wir reden immer von der digitalen Transformation, aber wir schauen dabei wenig darauf, wie sich die analogen Sektoren modernisieren und verändern“, sagt Matthias Horx in seiner Keynote. Die jungen digital Natives, die bereits mit Smartphone & Co aufgewachsen sind, werden in den nächsten Jahren ihre Lust auf Facebook & Co deutlich reduzieren und durchaus auch wieder Bücher lesen. Viele Online-Aktivitäten sind stagnierend bis rückläufig, es mehren sich die Anzeichen, dass die Sozialen Medien ihren Zenit bereits überschritten haben. E-Books haben in den USA mit 25 % Marktanteil einen vorläufigen Zenit erreicht und blieben damit deutlich unter den Erwartungen von Experten. Gleichzeitig boomen Ratgeber über die „Digital Diet“ und ähnliche digitalisierungskritische Werke.

„Gedruckte Information bekommt eine viel höhere Aufmerksamkeit als digitale. Im Netz sind Inhalte oft flüchtig, irritierend, auf eine unguete Weise verführerisch und unglaubwürdig. Die Menschen haben mehr und mehr Probleme mit der digitalen Informationsflut“, so Horx. Das Digitale befindet sich mit dem Analogem in einem gegenseitigen Veränderungsprozess, einer Co-Evolution, die Zukunft gehört dem „Real-Digitalen“, der geschickten und nützlichen Verbindung beider Welten, betont der Zukunftsforscher. Moderne Print-Produktion ist ohnedigitale Technik gar nicht möglich, das führt auch dazu, dass Gedrucktes heute individueller und preiswerter und dabei qualitativ noch besser ist.

Matthias Horx gilt als einflussreichster Trend- und Zukunftsforscher im deutschsprachigen Raum. Nach einer Laufbahn als Journalist gründete er zur Jahrtausendwende das Zukunftsinstitut, das heute zahlreiche Unternehmen und Institutionen berät. Seine Bücher, wie „Anleitung zum Zukunftsoptimismus“ oder „Das Buch des Wandels“ wurden Bestseller. Als Gast-Dozent lehrt er Prognostik und Früherkennung an verschiedenen Hochschulen.

Chance für Print

Gerald Grünberger, Geschäftsführer des Verbandes Österreichische Zeitungen, VÖZ, ist überzeugt: „Je höher die Informationsflut, desto wichtiger werden Printmedien, die Orientierung stiften und Vertrauen schaffen.“ Gerald Watzal, Präsident des Verband Druck & Medientechnik ergänzt: „Gedruckte Information bietet einen Anker, weil sie von den Konsumenten hochwertiger wahrgenommen und stärker mit Qualität und Glaubwürdigkeit assoziiert wird als Online-Information. Mit dem Werkzeug Druck alleine ist es allerdings nicht getan. Es braucht Konzepte, denn Kunden kaufen Lösungen. Das Werkzeug ist nur ein Mittel dorthin. Es liegt an uns Druckereien, dass wir Lust auf Gedrucktes machen.“

Um neue Chancen für Print ging es auch bei der Podiumsdiskussion. Zukunftsforscher Matthias Horx, Stefan Achter, Managing Director bei Dataform, dem Österreich-Pionier für gedruckte Daten, Jürgen Polterauer, CEO der Agentur Dialogschmiede und Rainer Reichl, CEO der Werbeagentur Reichl & Partner, diskutierten über die geänderten Bedürfnisse von Kunden und neuen Chancen für die Druckbranche.

Grenzen verschwimmen

Durch die Digitalisierung wachsen Agenturen und Druckereien immer stärker zusammen. In den Agenturen gibt es zunehmend weniger Printwissen. Die Beratung hat sich hin zu den Druckereien verschoben“, betont Rainer Reichl (Reichl & Partner). Stefan Achter (Dataform) ortet einen Trend in Richtung Komplettlösungen: „Gerade individualisierte Drucksorten brauchen ein Kon-

Blitzumfrage: Haptisches Erlebnis spricht für Print

In einer Blitzumfrage hat der Verband Druck & Medientechnik im Mai rund 100 Personen zu ihrer Affinität zu Print befragt: Welchen Stellenwert hat Print in Agenturen, Druckunternehmen und bei deren Kunden? Womit können Printwerke punkten? Das Ergebnis: Ganz klar, Druckwerke sprechen unseren Tastsinn an, d.h. das haptische Erlebnis steht bei Printprodukten ganz im Vordergrund. Ebenso ein wichtiger Faktor: Eine Zeitschrift oder ein Buch kann man öfter zur Hand nehmen. Das genaue Ergebnis:

86 %: Das haptische Erlebnis – ich kann Druckwerke angreifen

54 %: Gedrucktes kann ich öfter zur Hand nehmen

45 %: Inhalte sind leichter erfassbar und übersichtlicher

42 %: Will ich besondere Aufmerksamkeit erreichen, dann setze ich auf Printkommunikation

40 %: Ich merke mir Inhalte besser, wenn ich Sie offline lese

30 %: Ich mag den Geruch von Papier

Print oder Online – was liest sich besser? Mit 50 % hat Papier einen leichten Vorsprung gegenüber der Antwort, beide Medien gleich gerne zu konsumieren (45 %). Lediglich 5 % lesen lieber nur digital, was zeigt: Online alleine ist sicher nicht die beste Wahl bei der Kundenkommunikation, jedoch Einladungen zu Veranstaltungen bekommen die Befragten lieber online (60 %) als postalisch (40 %). Bei Jahresberichten oder Nachhaltigkeitsberichten ist es genau umgekehrt, hier wird wiederum die Print-Version (60 %) gegenüber der Online-Version (40 %) klar bevorzugt.

Ist Print in der modernen Kommunikation wichtig? Wo sich die Teilnehmer der Umfrage ganz klar einig waren: Print ist in der modernen Kommunikation für sie persönlich extrem oder eher wichtig (rd. 77 %) und auch für das jeweilige Unternehmen (rd. 70 %). Nur 5 % bzw. 7 % finden, dass Print sowohl für einen persönlich, als auch für das Unternehmen unwichtig ist.

Druckbranche erstmals seit Jahren mit leichtem Umsatzplus

Ist das tatsächlich eine Trendumkehr oder nur ein statistisches Strohfeuer? Wie der Verband Druck & Medientechnik vermeldet konnten 2016 die Druckereien Österreichs einen Umsatz von rund 1,66 Mrd. Euro verbuchen. Somit sei der Umsatz das erste Mal seit sechs Jahren nicht mehr gesunken, sondern um 0,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr leicht gestiegen. Auch die Zahl der Betriebe sei stabil geblieben und die Zahl der Arbeitnehmer nur noch um 1,1 Prozent gesunken. Grund zur Entspannung sieht der Verband dennoch nicht, der Aderlass in der Branche in den letzten zehn Jahren sei zu massiv gewesen. Den derzeitigen Trend zu Printprodukten wertet der Verband jedoch als positiv für die Branche. „Es wird noch immer und wieder verstärkt gedruckt – das wirkt sich positiv auf den Umsatz der Branche aus“, so der Präsident des Verband Druck & Medientechnik, Gerald Watzal. Allerdings – das zeige ein Blick in die Detailanalyse – profitierten derzeit nicht die klassischen Druckereien davon, sondern eher Nischenanbieter und neue Druckdienstleister.

Unter Druck seien nach wie vor die Zeitungsdruckereien, die mit einem Minus von 3,9 Prozent abschlossen. Auch die Ertragslage sei unverändert unterdurchschnittlich. Viele Druckereien hätten einen zu geringen Cashflow, um dringend benötigte Investitionen zu tätigen.

Die Branchenentwicklung zeige deutlich einen Trend in zwei gegenläufige Richtungen. „Auf der einen Seite haben wir große Druckereien, die immer stärker auf Industrialisierung setzen und die einem sehr starken Wettbewerbsdruck ausgesetzt sind, auf der anderen Seite immer mehr Nischenanbieter und Spezialisten, die eine überdurchschnittliche Marktpformance hinlegen“, so der Verbandspräsident.

zept, um die Fülle an digitalen Daten sicher zu verwalten, zu kanalisieren und zu verarbeiten. Dataform hat etwa für ein großes Sportereignis die Tickets gedruckt. Damit alle Daten so verarbeitet werden konnten wie gefordert, waren bei uns im Haus viele Programmierstunden notwendig. Wir sind hier in erster Linie Verarbeiter von Daten, die wir aber auch drucken.“ Jürgen Polterauer (Dialogschmiede) fragt sich, ob Print wirklich offline sei. Für ihn verschwimmen die Grenzen zwischen Digital und Print zunehmend. „Dialogmarketing ist datenbankgeprägt. Das Medium ist relativ egal. Es geht primär um die Frage, wie ich meine Zielgruppen am besten erreiche“, so Polterauer. Print habe dabei den enormen Vorteil der höheren Aufmerksamkeit, der Wertigkeit und der Haptik. Reichl berichtet, dass große Versandhandelsunternehmen wieder zum Katalog zurückgekehrt sind: „Der Verzicht auf einen Printkatalog hat zu einem Umsatzeinbruch geführt.“ Allerdings sei Beratung das Schlüsselwort. „Wenn Druckereien nur die Standardlösung anbieten, dann werden sie austauschbar“, meint Polterauer. Reichl hält dagegen, dass auch die Unternehmen umdenken müssen. „Der Tod jeder Kreativität sind Matrixorganisationen. Diese machen die Menschen zu matrixgesteuerten Robotern, die nicht nach links und rechts schauen.“ Matthias Horx sieht das zuversichtlich: „Es gibt kein Zukunftsvertrauen. Aber es wird noch immer gedruckt. Die Frage ist nur, wie und was.“ Denn Fakt sei auch, dass Druckereien im Wandel seien.

Druck 4.0 bereits Realität?

Bereits Realität ist eine immer stärkere digitale Transformation in den Druckereien selbst. Neben der Podiumsdiskussion beschäftigten sich alle fünf Panels und vier Wordraps beim Druck- & Medienkongress eingehend mit dem Thema Digitalisierung und ihren Auswirkungen auf die Druck- & Medienbranche. „88% der Unternehmen sehen sich dadurch betroffen. Diejenigen, die auch die Chancen dieses Veränderungsprozesses erkennen, werden als Gewinner hervorgehen“, sagt etwa Chris Budgen, CCO EMAKINA CEE.

Tatsächlich könnte die Angst vieler Unternehmen und Arbeitnehmer vor dem Schreckgespenst Digitalisierung unbegründet sein.

„Digitalisierung bedeutet nicht nur eine Weiterentwicklung von Produktionsmöglichkeiten, sondern auch neue Geschäftsmodelle“, ist René Heinzl, Geschäftsführer der MTB Finanzberatung & IT GmbH, überzeugt. Er betont: „Der effiziente Umgang mit Daten macht den Unterschied.“ Mark Bogen von Dale Carnegie macht Mut für Innovationen: „Es kommt darauf an, Innovationen zuzulassen und einzufordern. Das kann jedes Unternehmen. Eine Innovation findet nur statt, wenn wir uns austauschen und die gesamte Organisation die Veränderung lebt.“

Verbandspräsidium bestätigt

Im Rahmen des Druck- & Medienkongresses fand auch die ordentliche Hauptversammlung des Verband Druck & Medientechnik statt. Wichtigster Tagesordnungspunkt: Gerald Watzal, geschäftsführender Gesellschafter von Offset 5020 in Salzburg, wurde als Präsident des Verband Druck & Medientechnik wiedergewählt und steht für weitere drei Jahre an der Spitze des Verbandes. Mag. Kurt Kribitz, Vorstand der Styria Media Group AG, wurde als Vizepräsident bestätigt und steht ebenso weitere drei Jahre für den Verband zur Verfügung.

„Wir sind sehr zufrieden mit dem ersten Druck- & Medienkongress. Das neue Format kam bei den Teilnehmern sehr gut an“, zieht Präsident Gerald Watzal positive Bilanz. Der nächste Druck- & Medienkongress findet am 25. Mai nächsten Jahres – unter der Schirmherrschaft von Landesgruppen-Obmann Dr. Armin Kreiner – in Kärnten statt.

IGEPA
Vielfalt. Service. Mehrwert.

11.567* Möglichkeiten mit uns ins Geschäft zu kommen.

Bestellen Sie die aktuelle Sortimentsübersicht

www.igepa.at
oder
werbetechnik@igepa.at

*Anzahl bereits lagernder Artikel im Juni 2017 in unserem neuen Großlager

IGEPA AUSTRIA GmbH
Ein Unternehmen der **IGEPA group**

Seit einigen Jahren tun sich Europas Printverlage und Zeitungsdrucker schwer, weiter in neueste Drucktechnologie zu investieren. Zu unsicher scheint ihnen offensichtlich die Zukunft. Das Internet und die elektronischen Newsmedien, aber auch die Sozialen Netzwerke, sind eine starke Konkurrenz. Etwas Retrofit für die Rotation da, ein wenig Update im Versandraum dort – auch in Österreich. Während die Mediaprint als größter heimischer Zeitungsproduzent versucht mit solchen Maßnahmen die Lebensdauer des Heavy Metal-Maschinenparks zu verlängern, hat die Nummer 2 in Österreich, die Styria Media Group nun ein Zeichen gesetzt. Mit einer Investitionssumme



Styria setzt weiter auf die gedruckte Zeitung 30 Millionen für Zeitungsrotationen und neue Versandraumtechnik

von 30 Millionen Euro bis 2018 in ihre beiden Druckereistandorte in Österreich führt sie ihr Printportfolio in die Zukunft. Als sinnvolle Ergänzung zum digitalen Mediengeschäft, wie man betont. Mit den 30 Millionen Euro werden zwei neue Zeitungsrotationen für Graz angeschafft und eine Runderneuerung der Druckmaschine in St. Veit durchgeführt. Außerdem werden drei neue Versandraumanlagen an beiden Standorten installiert. In Folge wird auch das Printportfolio erweitert – mit noch mehr Sonderwerbeformen und weiteren Features. Damit soll der Ruf der Styria als mutiges, innovatives Medienunternehmen unterstrichen sowie den Kunden und auch Lesern noch mehr Hightech auch im Druck geboten werden. Die entsprechenden Verträge sind Anfang Juni von den beiden Styria Print Group-Geschäftsführern Christian Wilms und Alexander Marko sowie von Vertretern der Geschäftspartner und Lieferanten, Alexander Wassermann und Markus Bader (Manroland) sowie Jürg Möckli und Enrico Caruso (Ferag) unterzeichnet worden.

Im Bild oben der Styria Druckerei-Vorstand Kurt Kribitz mit versammelter Zulieferer-Prominenz. Im Bild unten die Colorman e:line. Zwei davon als Autoprint-Version kommen nach Graz



Kurt Kribitz als ressortzuständiger Vorstand: „Für die Styria bedeutet dieser Schritt ein klares Bekenntnis, dass wir den Erfolg aller Printprodukte auch weiter unterstützen. Die Tatsache, dass wir unseren Fokus zugleich genauso stark auf das digitale Geschäft legen, etwa hinsichtlich unserer Online-Portale und unserer Marktplätze, beweist: Druck und Digital schließen sich für uns nicht gegenseitig aus. Im Gegenteil: Sie sind einander eine erfolgsversprechende Ergänzung.“ Vorstandsvorsitzender Markus Mair unterstreicht: „Wir sind davon überzeugt, dass gedruckte Zeitungen auch in Zukunft einen Stellenwert und eine Funktion haben. Unsere durchwegs starken Marken wie etwa ‚Kleine Zeitung‘ und ‚Die Presse‘ sind hier maßgebliche Faktoren für die Styria, um die österreichische Medienlandschaft auch in Zukunft entscheidend mitzugestalten. In gedruckter und digitaler Form.“

96 Seiten in einem Durchgang

Die neuen Maschinen für Graz sind vom Typ Colorman e:line 50 XXL autoprint 6/2, in Etagenbauart für Zeitungs- und Zeitschriftendruck mit einer Produktionsgeschwindigkeit von bis zu 55.000 Zylinderumdrehungen/h. Sie sind mit einer vollautomatischen Plattenwechsellösung APL (Automatic Plate Loading), einem Closed-Loop-System (Farbregister-, Fanout-, Farbdichte- und Schnittregisterregelung sowie Inline Dampening Control) ausgerüstet. Die maximale Papierbahnbreite beträgt 180 cm. Jede Maschine produziert in einem Durchgang bis zu 96 Seiten Tabloid. Die beiden derzeitigen Colorman 4/2 Rotationsmaschinen am Grazer Standort werden stillgelegt. In St. Veit wird bei der Druckmaschine vom Typ Colorman 4/2 (Papierbahnbreite: maximal 120 cm) ein umfassendes Retrofit, bestehend aus 33 Einzelpositionen, durchgeführt, welches die Maschine für die kommenden Jahre betriebs- und produktionssicher macht. Die derzeitigen FERAG-Versandraumanlagen aus dem Jahr 2002 werden vollständig ausgetauscht – zwei in Graz, eine in St. Veit – und durch MSD-M, JetFeeder und RollStream-Technik vom bestehendem Lieferanten ersetzt. Mit dem durch die neuen Anlagen erweiterten Verarbeitungsspektrum sowie der Planungs- und Steuerungstools kann der Werbemarkt zukünftig noch besser bedient werden.

Salzer-Cousins finanzieren Ausgleichsquote Ueberreuter darf weiter machen

Für die insolvente Ueberreuter Print & Packaging GmbH scheint es tatsächlich eine Zukunft zu geben. Zumindest ist am 21. Juni am Landesgericht Korneuburg der vorgelegte Sanierungsplan angenommen worden. Das umfasst auch die der Ueberreuter Print & Packaging GmbH zuzurechnenden Marken Die Stadtdrucker und Stiepan. Nicht rentable Teilbereiche sollen geschlossen und das Unternehmen an einem Standort zusammengeleitet werden. Die Bereiche Offset-, Verpackungs- und Digitaldruck werden nun mit 50 Mitarbeitern in Korneuburg weitergeführt. Vereinbart wurde eine Barquote von 20 Prozent an die Gläubiger. Diese liegt laut KSV1870 bereits treuhändig beim Insolvenzverwalter. Ermöglicht werde dies durch Zuschüsse von Eigentümerseite, Maximilian und Matthäus Salzer, die das Unternehmen im August 2015 übernommen haben. 266 Gläubiger, davon 85 Dienstnehmer, haben laut den Kreditschützern im seit Ende März laufenden Sanierungsverfahren ohne Eigenverwaltung Forderungen angemeldet.

Anerkannt wurden Forderungen in Höhe von 5,3 Millionen Euro. „Mit der Annahme des Zahlungsvorschlages konnte ein erster, wichtiger Schritt in Richtung Unternehmenssanierung gesetzt werden“, urteilt der KSV1870. Das Ziel der Sanierung, nämlich die Erhaltung des Betriebs und die Chance auf einen nachhaltigen Neustart im Sinne der Zukunftssicherung, sei damit erreicht, erklärte das Unternehmen.

In Kalamitäten befand sich Ueberreuter Print & Packaging bereits seit längerem – was sich in diversen Umstrukturierungsversuchen unter wechselnder Verantwortlichkeit niederschlug. Als Ursachen für die Insolvenz wurde denn auch Kostendruck in einem schwierigen Marktumfeld und ein daraus resultierender Umsatzrückgang genannt. Alleine im letzten Geschäftsjahr soll das Unternehmen 1,6 Millionen Euro Schulden angehäuft haben. Der Sanierungsplan sieht die Schließung unrentabler Unternehmensbereiche und damit auch einen Personalabbau vor.

Der Hintergrund

Ueberreuter zählt zu den traditionellsten und größten Bogenoffsetbetrieben in Österreich. Im Insolvenzantrag der Anwaltskanzlei Urbanek Lind Schmidt Reisch liest man denn auch viel über die Hintergründe des Niederganges in den vergangenen Jahren...

Ursprünglich im Jahr 1548 gegründet, übernahm 1805 der bereits langjährige Druckereileiter Georg Ueberreuter die Buchdruckerei. Im Jahr 1866 verkaufte dessen Nachfahre Carl Ueberreuter die Buchdruckerei, Schriftgießerei und Verlagsbuchhandlung an den Papierfabrikanten Matthäus Salzer. Am Standort Korneuburg führte schließlich die Ueberreuter Druckzentrum GmbH. diese Drucktradition fort.

Im Jahr 2009 wurde die Ueberreuter Packaging GmbH gegründet, um ein Etablieren im Verpackungssegment zu ermöglichen und von dessen Wachstum zu profitieren, um die seit der Wirtschaftskrise 2008 rückläufigen Umsätze aus dem Akzidenzgeschäft abzufedern. Später ist diese in die 2011 gegründete Ueberreuter Print GmbH eingegangen.

Im Jahr 2010 erwarb man aus dem Konkurs der Druckerei Stiepan diverse Assets und brachte diese in eine Ueberreuter Digital GmbH ein. Diese wurde später in Stiepan & Partner Druck GmbH unbenannt, und in weiterer Folge ist auch diese in die Ueberreuter Print GmbH eingegangen. Im Jahr 2012 entstand am Standort Wien mit Die

Stadtdrucker eine Digital- und Klein-Offset-Druckerei. Diese ging aus dem Zusammenschluss mehrerer in Wien ansässiger Druckbetriebe hervor.

Bis Mitte 2015 war die Druckgruppe Ueberreuter in Form von Produktions- und Vertriebsgesellschaften organisiert. Die Ueberreuter Druckzentrum GmbH. erzeugte die industriellen Offset- und Verpackungs-Drucksorten, die von den Vertriebsgesellschaften vertrieben wurden. Die Stadtdrucker GmbH produzierte und vertrieb die Klein-Offset und Digitaldrucksorten direkt.

Im März 2015 wurde schließlich die nun insolvente Ueberreuter Print & Packaging GmbH gegründet. Mit einem Sacheinlagevertrag wurde in diese der Betrieb der Ueberreuter Druckzentrum GmbH eingebracht. Weiters erfolgte die Übernahme des Betriebs der Ueberreuter Print GmbH und der Stadtdrucker 2012 GmbH durch die Antragstellerin. Im Sommer 2015 übernahmen die beiden Cousins Maximilian und Matthäus Salzer die Anteile an der Ueberreuter Print & Packaging GmbH.

Styria Print

Aber nicht nur bei Ueberreuter sind die beiden Salzlers in jüngster Zeit persönlich eingestiegen. Im Februar vergangenen Jahres haben Matthäus und Maximilian Salzer auch das steirische Druckunternehmen Styria Print, bis 1995 Teil der Styria Medien AG, übernommen. Durch den ähnlichen Maschinenpark sowie im Einkauf würden sich mit Ueberreuter Synergien ergeben und „die Möglich-

keit, sich gegenseitig zum Beispiel bei Kapazitätsengpässen zu unterstützen“, hieß es damals. Die Styria Print GmbH zählt 35 Mitarbeiter. Neben dem klassischen Akzidenz-Geschäft ist die Druckerei auch im Verpackungsdruck erfolgreich positioniert.

Im Mai 2016 hat Styria Print denn auch gleich die Druckmaschinen und die Markenrechte der Platinum Print & Art GmbH von Wallter Pietsch aus Graz erworben. Platinum ist einer der weltweit renommiertesten Hersteller von Faksimiles.

Salzer Holding

Parallel zum persönliche Einstieg bei Ueberreuter und der Übernahme von Styria Print wurde zum Jahreswechsel 2015/2016 auch die Salzer Holding neu organisiert - um, wie es hieß, auch in der mittlerweile 8. Generation klare Eigentümerstrukturen zu schaffen. Bisher war die Salzer Holding GmbH im Eigentum der Cousins Matthäus und Maximilian sowie Thomas Salzer. Die Beteiligungen an der Salzer Papier GmbH, der Salzer Formtech GmbH sowie der Salzer Industrie Service GmbH werden in die zu 100 Prozent im Eigentum von Thomas Salzer stehende Tosaco GmbH abgespalten.

In der Salzer Holding, an der nur mehr Matthäus und Maximilian Salzer beteiligt sind, verbleiben diverse Immobilienbeteiligungen sowie die Salzer Service Center GmbH als Dienstleister im Finanz- und Controllingbereich.

Taus-Druckimperium wächst weiter Swarovskis verkaufen Gerin-Anteile

Das Druckimperium des Dr. Josef Taus wächst weiter: Nächstes „Opfer“, die Wolkersdorfer (NÖ) Plakat-Großdruckerei Paul Gerin, seit dem Rückzug von Richard Gerin im Besitz der Swarovski-Familie. Wie man hörte, stand die Druckerei Gerin schon seit längerer Zeit zum Verkauf, nun hat also die Herold Druck & Verlag AG, eine Tochter der Taus'schen P&V Holding AG, zugeschlagen. Wie Unterlagen der Wettbewerbsbehörde von Mitte Mai zu entnehmen ist, umfasst die Übernahme den Erwerb sämtlicher von Dr. Christoph (Gerin) Swarovski und Marlis Gerin-Swarovski gehaltener Kommanditanteile an der Paul Gerin GmbH & Co KG sowie des gesamten von Dr. Christoph Swarovski gehaltenen Geschäftsanteils an der einzigen

unbeschränkt haftenden Gesellschafterin der Paul Gerin GmbH & Co KG, nämlich der Gerin Druck GmbH, der einer Beteiligung am Stammkapital von 100 % entspricht. Dr. Josef Taus ist jedenfalls angetreten, die Druckbranche in Ostösterreich zu konsolidieren. Und „wir wollen mit Abstand die Nummer 1 im Bogendruck werden“ wird der 84-jährige in der Kronenzeitung zitiert. Was Taus mit der Gerin-Übernahme wohl sein dürfte. Seine Druck- und Verlagsgruppe der P&V-Holding AG mit Sitz in Wien beschäftigt ca. 350 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Umsatz von rund 80 Mio. Euro. Die Herold Druck und Verlag AG ist im Bereich Zeitungsdruck tätig, die zur Gruppe gehörenden Druckereien AV+Astoria, Wien, agensketterl, Bad Vöslau, Grasl

Druck & Neue Medien, Bad Vöslau, Alwa & Deil, Wien, und Schreier & Braune, Wien, drucken für eine Vielzahl von Kunden Produkte im Bogendruck.

Zum Verlagsbereich der P&V Holding gehören unter anderem die MedMedia Verlag und Medienservice GmbH, als Marktführer von Publikationen im medizinischen Bereich, und die Ed. Hölzel GmbH Nfg KG, Wien, als bekannter Verlag für Schulbücher und kartographische Produkte.

Gute Geschäfte auch mit Papier- und Buchhandel und Industriebeteiligungen

Der Ex-ÖVP-Politiker Josef Taus ist in den vergangenen Jahren nicht nur zum größten Drucker Österreichs geworden sondern auch sonst war er äußerst erfolgreich. Die MTB-Gruppe, ein Firmenkonglomerat, das Josef Taus zusammen mit Partnern kontrolliert, hat im Geschäftsjahr 2015/16 rund 800 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet. Unter dem Strich verblieb ein Gewinn von fast 15 Millionen Euro.

Die Firmen der als Dachgesellschaft fungierenden MTB Beteiligungen AG sind in verschiedenen Branchen tätig. Das wohl bekannteste Unternehmen der gesamten MTB-Gruppe ist die Papier- und Buchhandelskette Libro (240 Filialen und 1300 Mitarbeiter), die zusammen mit anderen österreichischen und deutschen Handelsdiskontern wie Pagro, Mäc-Geiz und Pfennigpfeifer Teil einer gesonderten Firmengruppe, der MTH Gruppe, ist.

Zu der gehören auch das Industrieunternehmen Krause & Mauser, ein Werkzeugmaschinenbauer und Autozulieferer, sowie die beiden Firmen Axess und Designa, die auf Park- und Zutrittssysteme spezialisiert sind.

Den Kern der MTB-Gruppe bilden die Einzelhandelsfirmen. Sie setzten 2015/16 mit insgesamt 636,2 Millionen Euro um zwei Prozent mehr um als im Geschäftsjahr davor. Die Expansion in Österreich sieht der für den Handelsbereich zuständige Vorstand Martin Waldhäusl, Taus' Schwiegersohn, mittlerweile zwar langsam ans Ende kommen. Dies gelte jedoch nicht für Deutschland. „Dort sehen wir weitere Chancen, dort können wir mehr wachsen“, sagte Waldhäusl. Insgesamt entfallen auf die Einzelhandelsparte der MTB-Gruppe inzwischen rund 4700 Mitarbeiter und 763 (Vorjahr: 750) Filialen, die Hälfte davon befindet sich in Deutschland.



→ **GS1200**
Vollautomatisiertes Laser System
für auflagenstarkes Papierfinishing



- Hohe Profitabilität ab der ersten Seite
- Mehr Wert für Druckerzeugnisse
- Bieten Sie neue Produkte an und heben Sie sich vom Wettbewerb ab
- Papierformate bis zu B2
- Frei schwebendes Laserschneiden – angemeldetes Patent







www.troteclaser.com

Trotec Laser GmbH
Freillinger Straße 99, 4614 Marchtrenk, Österreich
trotec@troteclaser.com, +43 7242 239-7371

Offset 5020: Neuausrichtung im Drucksaal

Bis jetzt war die Salzburger Offset 5020, das Druckunternehmen von Gerald Watzal, im Mai wiedergewählter Präsident des Verbandes Druck & Medientechnik, bisher ein eingeschworenes Heidelberg-Unternehmen. Zukünftig wird man in Salzburg Wals aber fremd-drucken. Mit der Fertigstellung der neuen Produktionshalle für die Weiterverarbeitung im dritten Quartal wird nämlich dort eine Manroland R700 Evolution aufgestellt.

Zu den Features der neuen Maschine gehören Lösungen wie InlineColorpilot für die vollautomatische Qualitätsregelung, DirectDrive für den vollautomatischen Plattenwechsel und Inline Drucklängenkorrektur, IntegrationPilot – zur Einbindung in das MIS System sowie ein Lackierwerk. Mit der bis zu 18.000 Bogen/h schnellen Fünffarben-Ganzbogenmaschine kann das Salzburger Druckunternehmen eine noch flexiblere Produktion im mittleren Druckauflagen-Bereich für

die heimische Wirtschaft gewährleisten. Bisher hat die Druckerei Offset 5020 Technik von Heidelberg eingesetzt. Mit der Neuinvestition will sich das Unternehmen technisch auf die Herausforderungen der Zukunft ausrichten und seinen Erfolgsweg fortsetzen. Juniorchef Robert Watzal zu der Entscheidung: „Die technischen Vorzüge des DirectDrive-Antriebes mit den daraus resultierenden Vortei-

len haben uns die Entscheidung erleichtert. Die Steigerung der Qualität und die enorme Rüstzeitverkürzung ermöglichen es uns, die gestiegenen Anforderungen des Marktes zu bewältigen.“

Offset 5020 beschäftigt über 85 Personen und der Umsatz beläuft sich auf über 13 Millionen Euro. Die Investitionen in 2017 inklusive Druckmaschine und Gebäude betragen mehr als 4 Millionen Euro.



LED-Großformat und A3+ Bannerdruck: Jentzsch setzt auf Digitaltechnologie

Vor kurzem wurde in der Druckerei Jentzsch in Wien Strebersdorf eine Weltneuheit installiert: Die swiss-Qprint Impala mit LED-Technologie. Aber nicht nur die weltweit erste Kundeninstallation dieser neuen Baureihe sondern die damit einhergehende Produkterweiterung im Hause Jentzsch sind ein paar Zeilen wert. In millimetergenauer Arbeit wurde die Impala in den ersten Stock gehoben, wo sie inklusive eines großen zusätzlichen Plattentisches innerhalb eines Tages installiert wurde.

Die swissQprint Impala ist – so betonen die schweizerischen Hersteller – äußerst vielseitig im Einsatz, zeichnet sich durch Schweizer Präzision und Verlässlichkeit aus, aber diese neue Generation beeindruckt zudem durch ihre Umweltfreundlichkeit: Die LED-Technologie hinterlässt nur einen minimalen ökologischen Fußabdruck. Die Medienvielfalt, die bedruckt werden kann, ist weit gestreut: Vom einfachen Bilderdruck-Bogen über Holz, PVC, Kappa-Platten bis hin zu Alu-DiBond-Platten kann die Impala bis zu einem Format 2,5 x 4 Meter und einer Stärke von 40 mm eine Vielzahl an Materialien bedrucken. Der Lack und die weiße Tinte eröffnen völlig neue Druckmöglichkeiten! Und das in wirklich bestechender Qualität: Die neun Druckköpfe (CMYK + Light-Cyan + Light-Magenta + Weiß + Lack) sorgen für brillante Druckergebnisse.

„In Kombination mit unserem KONGSBERG-Schneidetisch, der die Drucke in jede gewünschte Form bringen kann, eröffnet die Impala ein neues Geschäftsfeld und unseren Kunden vielfältige neue, innovative Möglichkeiten.“, ist Geschäftsführer Benjamin Jentzsch überzeugt.

Für Produkte wie Poster, Banner, Verpackungen, POS-Material, Schilder, Shop-Dekoration u.v.m. als Einzelstücke oder in kleineren Auflagen ist man bei Jentzsch nun allerbestens gerüstet!

Ein Summa Schneidplotter komplettiert das Maschinenportfolio im Großformatbereich.

Heidelberg Versafire CV

Jentzsch setzt im Digitaldruck aber nicht nur auf das Großformat, auch im Produktionsdruck hat man aufgerüstet. Seit Anfang Mai läuft eine neue Heidelberg Versafire CV im Format SRA3 auf Hochtouren. Neben der sehr hohen Passgenauigkeit (Vorder- zu Rückseite) besticht sie unter anderem durch speziell Features: „Das ist Digitaldruck in einer neuen Dimension: Nun können auch kleinere Auflagen mit weißem Druck, neongelbem Toner oder partiellen Lackierungen schnell und kostengünstig hergestellt werden“, erklärt Firmenchef Benjamin Jentzsch. Auch Folder mit zum Beispiel vier Seiten A4 quer oder sechs Seiten A4 hoch sind nun im Digitaldruck produzierbar! Der neongelbe Toner ist zudem auch als Sicherheitsmerkmal einsetzbar, da er unter UV-Licht leuchtet. Da Bogenformate bis 300 x 700 mm möglich sind, können aber auch Banner in kleineren Auflagen gedruckt werden. Auch die Vielfalt der einsetzbaren Medien erweitert die Möglichkeiten im Digitaldruck.

Jentzsch: „Schnell – effizient – variabler Druck – kostengünstig und das nun in noch bestechenderer Qualität mit Druckoptionen, wie sie sonst nur in wesentlich aufwendigeren und somit teureren Druckverfahren möglich sind.“

Zertifizierter High-Speed-Inkjet-Druck bei VSG

VSG Direkt, eines der führenden Dienstleistungsunternehmen für Direkt- bzw. Dialogmarketing Österreichs mit Sitz in Brunn am Gebirge, erhielt das PSD-Zertifikat der deutschen Forschungsgesellschaft Druck. Das Inkjet-Rollendrucksystem Océ Colorstream 6500 von Canon ist damit die einzige derart zertifizierte Inkjetmaschine in Österreich.

Anton Jenzer, Geschäftsführer von VSG Direkt, stolz: „Wir freuen uns sehr, dass wir mit der PSD-Zertifizierung unsere Qualitätsstandards im Inkjetdruck noch weiter verbessern konnten. Die höchste Bewertungsstufe in allen geprüften Bereichen zeigt, dass wir in jedem einzelnen Prozessschritt für höchste Druckstandards stehen. Die Zertifizierung ist all unseren Mitarbeitern zu verdanken, die diese Qualität täglich leben.“

Der Prozessstandard Digitaldruck der Fogra definiert vorhersagbare Druckqualität im klein- und großformatigen Digitaldruck. Dies geschieht durch klare Schnittstellendefinition und objektive Prüfung aller organisierten Maßnahmen, die der Verbesserung von Produkten, Prozessen oder Leistungen dienen.

Auch Wolfgang Glaser, Business Unit Director Industrial & Production Solutions bei der Canon Austria GmbH, freut sich: „Wir sind stolz, mit VSG die erste PSD-Zertifizierung in Österreich durchführen zu können. Das bedeutet für uns, einen weiteren Schritt in Richtung Prozesssicherheit im Digitaldruck geleistet zu haben. Einen gesamten Workflow auf Qualität zu prüfen und zu zertifizieren, ist genau das, was uns zuversichtlich in die Zukunft

blicken lässt. Wir legen die Messlatte der Ausgabequalität bei unseren Systemen sehr hoch und investieren in Innovation, was unseren Kunden neue Möglichkeiten bietet. VSG ist ein sehr gutes Beispiel dafür.“

Im Bild Zoran Kovacevic, Leiter EDV und Druck VSG Direkt, Berthold Oberhollenzer, Fogra, und Anton Jenzer, Geschäftsführer VSG Direkt.



Huber Reklametechnik: Erfolg dank Investitionen ins Digitaldruckzentrum

Der Lichtwerbe- und Objektausstattungspezialist und einer der größten Digitaldruckanwender in Oberösterreich, die Huber Reklametechnik GmbH, baut seinen Firmenstandort in Marchtrenk weiter aus: Neben dem Umbau des Büro- und Produktionsgebäudes investiert Huber 400.000 Euro in den Maschinenpark und schafft neue Arbeitsplätze.

Seit nunmehr vier Jahren hat Huber einen klaren Kurs eingeschlagen: Positionierung als System- und Full-Service-Anbieter mit hochqualifizierten Mitarbeitern, Investition in den Firmensitz Marchtrenk und Steigerung der Wertschöpfung durch Eigenfertigung. Mit dieser Erfolgsstrategie setzte das Unternehmen im Geschäftsjahr 2016/17 seinen Wachstumskurs fort. So erwirtschaftete Huber einen Umsatz von 10,5 Mio. Euro in Österreich, was erneut ein Plus von fünf Prozent bedeutet. Der Gruppenumsatz belief sich auf mehr als 21 Mio. Euro.

Dazu Alfred Huemer, geschäftsführender Gesellschafter der Huber Reklametechnik GmbH: „Wir bewegen uns nach wie vor in einem anhaltend schwierigen Marktum-

feld. Mit unserem Alles-aus-einer-Hand-Konzept punkten wir allerdings sowohl bei bestehenden Schlüsselkunden als auch bei Neukunden, und können dadurch Jahr für Jahr aus eigener Kraft wachsen. Mit qualifizierten Mitarbeitern und einem hochwertigen Maschinenpark wollen wir unsere Qualitätsführerschaft weiter ausbauen.“

Die positive Entwicklung setzt sich auch im laufenden Geschäftsjahr 2017/18 fort. So peilt Huber ein Zielwachstum von neuerlichen fünf Prozent an: „Die Auftragsbücher sind für das heurige Jahr bereits gut gefüllt. Mehrere Großaufträge wie etwa der Flughafen Wien stehen kurz vor der Verlängerung. Auch Filialisten beauftragen uns verstärkt. Vor allen in Ungarn, Slowenien, Deutschland und Kroatien stehen viele Projekte an. Gerade Neukunden überzeugen wir durch unser umfassendes Service- und Dienstleistungsangebot“.

Weitere Investitionen

Seit 2014 investierte Huber 600.000 Euro in die Erweiterung der Produktion und in den Maschinenpark am Fir-

menstandort Marchtrenk. Als nächster Investitionsschritt wird im heurigen Geschäftsjahr das Büro- und Produktionsgebäude umgebaut. Zudem werden weitere Maschinen in der Höhe von rund 400.000 Euro angeschafft. Bereits Anfang des Jahres hat Huber vom benachbarten Lasersystemhersteller Trotec einen Laser Cutter installiert, nun steht die Anschaffung eines Druck- bzw. Schneidesystems Typ Roland Soljet XR-640 Pro 4 ins Haus.

Zusätzlich sind Investitionen in der Schlosserei sowie der Lackiererei geplant.

„Unser neues Digitaldruckzentrum läuft auf Hochtouren. Durch die neuen technischen Möglichkeiten und unsere Flexibilität punkten wir bei den Kunden. Mit den geplanten Investitionen setzen wir im laufenden Geschäftsjahr einen nächsten Schritt, um einerseits als serviceorientierter Qualitätsanbieter den Kundenwünschen noch mehr gerecht zu werden und andererseits unsere Wertschöpfung zu steigern“, so Huemer, der sich klar zum Hauptquartier in Marchtrenk und Hightech-Quality made in Austria bekennt.

So sehen Sieger aus Edition Lammerhuber räumt ab...

Ein außergewöhnlicher Verlag, der sich kaum bekannten Themen widmet und diese couragiert und höchst qualitativ vorstellt, ohne in Stereotype zu verfallen“, so begründete die Jury bei den *FEP European Book Prize of the Year Awards* die Wahl der Edition Lammerhuber aus Baden bei Wien zum *Best Publisher 2017*, eine Auszeichnung, die bei diesem alle zwei Jahre stattfindenden Wettbewerb auch schon 2013 und 2015 bei Lammerhuber landete. „Zusätzlich freuen wir uns aber ganz besonders mit unseren Autoren über den Sieg ihrer Bücher in drei von sechs Kategorien. Solch ein renommierter Preis ist immer eine tolle Bestätigung der Qualität und Könnerschaft“, so der strahlende Verleger Lois Lammerhuber bei der Preisverleihung.

Seit gut sieben Jahren, mit einem stetig wachsenden Verlagsprogramm am Buchmarkt präsent, hat es der Verlag geschafft, international an die Spitze zu gelangen. „Was man liebt, das macht man am besten. Und wir lieben Bücher, wir lieben Fotografie. Das Fotobuch ist das ideale Medium, um diese beiden Vorlieben zu vereinen. Fotografie dokumentiert die Welt auf unvergleichliche Weise und prägt unser Menschheitsgedächtnis wie kein anderes Medium,“ begeistert sich Verleger Lois Lammerhuber. Und die für Marketing und Vertrieb verantwortliche Geschäftsführerin Silvia Lammerhuber: „Wir wollen nicht nur Bücher mit den faszinierendsten Themen aus Kunst und Wissenschaft, mit exzellenter Fotografie, ganz besonderen Texten und hervorragen-

den Autoren verlegen, sondern vor allem Bücher, die etwas zu sagen haben, die wichtige Themen in die Mitte der Gesellschaft tragen. Wir sehen das mit emotionaler Fotografie aufgeladene Buch als Referenzpunkt für Kommunikation, die weit über die verkaufte Auflage hinauswirkt. Wir glauben, mit einem Buch ganz viel bewegen zu können. Ein Buch ist für uns daher auch keine Ware, sondern eine Kulturtechnik, die ihresgleichen sucht“.

Ein leidenschaftlicher Gestaltungsprozess

Wie entsteht nun ein Buch in der Edition Lammerhuber? Birgit Hofbauer, für die Vorstufe verantwortlich: „Das Thema muss uns wichtig sein, die Fotografie fesseln, etwas Besonders, eine Magie den Bildern innewohnen. Wenn die Entscheidung getroffen ist, es zu machen, kommt der Fotograf zu uns in den Verlag. Es wird das Bildmaterial noch einmal gesichtet, das Format des Buches bestimmt, die Ausstattung dem Thema entsprechend überlegt. Und dann beginnt der fast magische Prozess des Designens und Layoutierens. Meist eine Woche lang, bis das Buch in großen Teilen konzipiert ist und das Werk aller Beteiligten am Bildschirm durchgeblättert werden und den nächsten Produktionsschritten zugeführt werden kann.“

Und der Verleger wieder: „Erklärtes Ziel ist es, sich in einem leidenschaftlichen Gestaltungsprozess dem perfekten Buch zu näh-



hern. Das Handwerkliche dabei ist überaus wichtig, ist Teil der Verlagsphilosophie. Alle Produktionsschritte bis zur Drucklegung werden im Verlag erarbeitet. Die Druckvorstufe wird von Könnern verlagsintern ausgeführt. Der Reproduktionsqualität der Fotografien, der Haptik der bedruckten Papiere und dem qualitätsvollen Binden der Bücher wird ein hoher Stellenwert beigemessen. Jede einzelne Druckform wird persönlich überwacht.“

Es verwundert denn auch nicht, wenn manche Beobachter die Bücher der Edition Lammerhuber als Kunstwerke bezeichnen, die aus einer „Buchwunderkammer“ kommen, und dass fast alle Titel, die weltweit mittlerweile in über 170 Ländern vertrieben und meist zweisprachig, manchmal dreisprachig publiziert werden, Preise erhalten, unter anderem vom *Art Directors Club New York*, beim *Deutschen Fotobuchpreis*, bei den *Pictures of the Year International (POYI) Awards*, USA, beim *Visa d'or*, Frankreich, bei den *FEP European Book Prize of the Year Awards* oder *World Press Photo*.

Eigener Fotowettbewerb zum Thema Frieden

Hervorragende Fotoarbeiten finden nicht nur in den Büchern der Edition Lammerhuber ihr Forum, sondern auch in einem Fotowettbewerb, den Edition Lammerhuber gemeinsam mit der Photographischen Gesellschaft 2013 in Wien ins Leben gerufen hat. Unter dem Generalthema „What Does Peace Look Like?“ zeichnet der *Alfred Fried Photography Award*, der mit 10 000 Euro dotiert ist, das Friedensbild des Jahres aus. Eine explosionsartige Teilnehmerentwicklung seit Bestehen des Awards, bestätigt die Präsenz der Fotografie als Medium, um wichtige, gesellschaftspolitische Themen zu transportieren. Ab 2017 steht ein eigener Wettbewerb, um das Friedensbild des Jahres zu küren, Kindern bis 14 Jahren offen.

Beim alle zwei Jahre stattfindenden *LUMIX-Festival* in Hannover wird der *Lammerhuber Photography Award*, ein mit 5000 Euro dotierter Preis für jungen Fotojournalismus, vergeben.



Adriano Scognamillo (Juryvorsitzender), Lois Lammerhuber, KommR Andreas Barylli. Im Bild oben eines der Siegerbücher verlegt von der Edition Lammerhuber

Rattpack übernimmt dvb komplett

Im Jahr 2013 beteiligte sich die Dornbirner Rattpack-Gruppe an dvb Druck & Verpackungen Buch GmbH im deutschen Buch, nun hat das Verpackungsunternehmen die restlichen Anteile übernommen. Dadurch werden, so Rattpack-CEO Stephan Ratt, die Marktanteile und die Wertschöpfungskette in den Produktionswerken erweitert. Mit mehr als 33.000 Quadratmeter Grundfläche stün-



Stephan und Matthias Ratt haben nun dvb komplett übernommen

den zudem genügend Reserven zur Erweiterung der Produktion zur Verfügung. Stephan Ratt bezeichnet die Übernahme als „einen der wichtigsten Meilensteine in der Firmengeschichte. Dies erlaubt uns, in der Roadmap to 2020 die nächsten Schritte einzuleiten.“

Die vergangenen Jahre hätten gezeigt, dass dvb das Produktsortiment der Gruppe, die 2014 auch 100 Prozent des Wolfurter Verpackungsunternehmens Pawag und im Jahr 2015 50 Prozent an der Dornbirner Druckerei Wenin übernommen hat, ideal ergänze. Das One-Shop-Stop-Konzept könne nun noch besser in der Praxis umgesetzt werden. „Wir können nun alle Wertschöpfungsschritte im eigenen Werk produzieren und ersparen uns dadurch mehrere hundert Lkw-Fahrten pro Jahr. Das spart Geld und CO₂“, zeigt Stephan Ratt einen erfreulichen Aspekt des Kaufes auf.

Die Rattpack Gruppe mit dem Stammsitz in Dornbirn betreibt mittlerweile acht Produktionswerke in Deutschland und Österreich und stellt Druck und Verpackungsprodukte her. Der Umsatz beläuft sich auf 100 Mio. Euro. Die dvb GmbH beschäftigt derzeit 95 Mitarbeiter und realisiert einen Umsatz von 12 Millionen Euro. Das ehrgeizige Ziel ist es, dort den Umsatz bis ins Jahr 2020 auf 20 Millionen Euro auszuweiten. Für die Mitarbeiter am deutschen Standort ist die Nachricht eine gute. Denn, so Matthias Ratt, der für Marketing und Vertrieb verantwortlich zeichnet, „Entlassungen im Rahmen von Rationalisierungen wird es nicht geben“. Vielmehr plane man die Erweiterung der Produktionsstätte in den nächsten Jahren.

Ulikett für Umwelt-Maßnahmen ausgezeichnet

Für die Teilnahme am Umwelt-SERVICE Programm ÖkoBusiness Wien ist der Wiener Verpackungsspezialist Ulikett unlängst von der Wiener Umweltstadträtin Ulli Sima ausgezeichnet worden. „Nachhaltig wirtschaften, das tun wir nicht nur aus unserem Verantwortungsbewusstsein heraus – es kann zu einem klaren Wettbewerbsvorteil werden. Plus: Man muss bei diesem Thema am Ball bleiben. Das fördert Innovationen, so bleibt man als Unternehmen in Bewegung“ begründet Ulikett-Geschäftsführer Manfred

Girschik das Engagement von Ulikett. Als Teil der CTI Group ist Ulikett auf Expansionskurs. Über 5 Milliarden Etiketten und flexible Verpackungen pro Jahr oder 45 Millionen Quadratmeter bedrucktes Material – dahinter gibt es immer wieder Potential für Verbesserungen, Einsparungen und ökologischeres Wirtschaften. Marie Luise Premig ist bei Ulikett für Qualitätssicherung zuständig und somit auch für die Teilnahme am Öko-Business-Programm. Sie kann von vielen Einzelmaßnahmen berichten, wobei sie die so-

genannte „Farbküche“, einen Waschplatz mit geschlossenem Kreislauf für Walzen und Flexowerke und die Optimierung bei den Rohmaterialien besonders hervorhebt. Das garantiere konstante, reproduzierbare Farb-Mischungen und spare Ressourcen, Zeit und Geld.

Und dafür gab es eben die Auszeichnung durch die Stadt Wien. 123 Wiener Unternehmen wurden dabei vor den Vorhang geholt. „Sie alle sind Impulsgeber für eine nachhaltige Wiener Wirtschaft“, freute sich Umweltstadträtin Ulli Sima.

www.roglersoftware.com

ROGLER INTERNATIONAL

unabhängiges, modulares MIS/ERP Industrie 4.0

1,15 Milliarden Euro: Constantia Flexibles verkauft ihre Labels Division an Multi-Color

Gerüchte, wonach der heimische Verpackungsriese Constantia Flexibles seine Labels Division abstoßen könnte, hat es schon seit längerer Zeit gegeben. Am 17. Juli kam nun die offizielle Bestätigung. Um 1,15 Milliarden Euro geht die Sparte an den US-Etikettenriesen Multi-Color Corp. MCC. Das Unternehmen ist in Europa mit 14 Standorten vertreten, im deutschen Sprachraum jedoch bisher nur in der Schweiz.

Der Großteil der Transaktion wird direkt in bar bezahlt. Zudem wird die Constantia im Zuge der Transaktion größte Multi-Color-Aktionärin – mit 16,6 Prozent. Die Einnahmen will Constantia Flexibles für weitere Zukäufe und eine Reduzierung der Verschuldung nutzen. Und: „Wir werden uns auf die Stärkung unserer Divisionen Food



der Thurnauer Privatstiftung gehört, werden künftig im Board of Directors der Amerikaner aus Cincinnati, Ohio sitzen. Ein Closing ist vorbehaltlich aller behördlichen Genehmigungen fürs vierte Quartal heuer avisiert.

Multi-Color: Einer der größten Etikettenhersteller

Multi-Color ist schon mehr als 100 Jahre alt (gegründet 1917) und gehört zu den größten Etikettenherstellern weltweit. Prominente Marken werden mit Etiketten für Gesundheitsprodukte, Haushaltswaren, Lebensmittel, Getränke, Körperpflegemittel und Gebrauchsgüter beliefert. Das Unternehmen ist mit 5.500 Mitarbeitern fast doppelt so groß wie die Labels Division der Constantia Flexibles, die offenkundig gut ins Konzept der Amerikaner passt. An 45 Produktionsstandorten wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/2017 (per Ende März 2017) ein Umsatz von 923 Millionen Euro generiert. Gemeinsam kommen beide Unternehmen – zieht man den Vorjahreswert der Constantia von 605 Millionen Euro heran – auf einen Umsatz von gut 1,5 Milliarden Euro.

In der Unternehmensaussendung der Constantia Flexibles ist weiters von einer „wertsteigernden Transaktion“ die Rede. Diese vereine den Lebensmittel- und Getränkebereich von Constantia Labels mit den starken Plattformen für Wein und Spirituosen sowie Haushalt und Körperpflege von Multi-Color. „Außerdem erweitert sie die geografische Präsenz der Unternehmensgesellschaft und schafft langfristige Synergien, von denen alle Beteiligten profitieren.“

Der leitende Vizepräsident der Labels Division der Constantia Flexibles, Mike Henry, wird nach Abschluss der Transaktion designierter CEO von Multi-Color. Er werde eng mit dem derzeitigen Noch-CEO Vadis Rodato zusammenarbeiten, der nach einer Übergangsphase Anfang 2018 in den Ruhestand geht. Nigel Vincombe bleibt in seiner aktuellen Funktion als Executive Chairman von Multi-Color.



Im Bild oben:
Das jüngste Werk von Constantia Labels in Heilbad Heiligenstadt in Thüringen.
Unten: Der CEO von Constantia Flexibles, Alexander Baumgartner

und Pharma konzentrieren – mit innovativen Produkten und Dienstleistungen und neuen Technologien“, so Alexander Baumgartner, CEO von Constantia Flexibles. Zwei Vertreter der heimischen Firma, die mehrheitlich dem französischen Finanzinvestor Wendel Group und maßgeblich auch

„Nach einer detaillierten Strategieüberprüfung haben wir beschlossen, dass unsere leistungsstarke Labels Division besser zu einem anderen Partner passen würde, der ihr anhaltendes Wachstum weiter vorantreibt“, so Baumgartner.

Wendel-Gruppe und Turnauer Stiftung

Constantia Flexibles ist nach eigenen Angaben der weltweit viertgrößte Hersteller von flexiblen Verpackungslösungen und Labels. Rund 10.000 Mitarbeiter stellen maßgeschneiderte Verpackungslösungen an 55 Standorten in 24 Ländern her. Zahlreiche internationale Konzerne und lokale Marktführer aus den Geschäftsbereichen Food, Pharma und Labels nutzen die nachhaltigen und innovativen Produkte von Constantia Flexibles. Constantia Flexibles war Teil der Constantia-Gruppe des Industriellen Herbert Turnau. Zuletzt war der französische Finanzinvestor Wendel-Gruppe Mehrheitseigner, die Turnauer Stiftung hält noch 27 Prozent. Zuletzt im Gespräch war Constantia Flexibles im März dieses Jahres, als das Unternehmen die Schließung ihres Werkes in Bukarest bekannt gab.

18-Werke Speedmaster für MPS

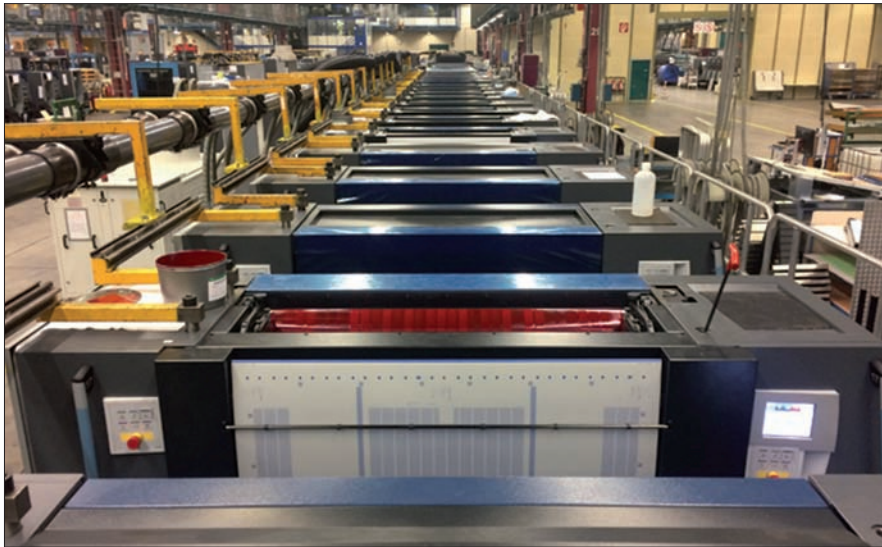
Der internationale Verpackungsproduzent Multi Packaging Solutions (MPS), hat an seinem schottischen Standort in East Kilbride die weltweit erste Speedmaster XL 106 mit 18 Werken installiert. Damit reagiert MPS auf die starke Kundennachfrage von Designern und Markenartiklern nach vielfältigsten Veredelungen

und Premiumqualität. Die neue Druckmaschine ist die vielfältigste, die die Heidelberger Druckmaschinen AG jemals für den Verpackungsdruck im Premiumbereich hergestellt hat. Sie umfasst elf Druck-, drei Lackier- und vier Trockenwerke sowie das Inline-Kaltfoliensystem FoilStar und hat soeben alle Abnahmetests bestanden. Für eine

Null-Fehler-Produktion und höchste Farbqualität ist die Speedmaster XL 106 mit den neuen Prinect Qualitäts- und Farbmesssystemen Inspection Control 2 und Image Control 3 ausgestattet. Seit über einem Jahr hat MPS an seiner 17-Werke Speedmaster XL 106 einen Feldtest mit Image Control 3 begleitet und war von den neuen Möglichkeiten begeistert.

„Mit der neuen 18-Werke Maschine, die übrigens direkt neben der 17-Werke Maschine steht, tätigen wir einmal mehr eine bedeutende Investition innerhalb unserer weltweiten Aktivitäten“, erklärt Tim Whitfield, Direktor European Branded Consumer von MPS.

„Mit der perfekt ausgestatteten Speedmaster XL 106 können wir noch mehr Prozesse inline und mit absoluter Qualitätskontrolle verarbeiten und stellen so sicher, die Anforderungen einiger der renommiertesten Marken der Welt zu erfüllen. Dies unterstützt uns, unser Geschäft zu optimieren und auszubauen.“ Eine Anwendung für die Speedmaster XL 106, die mit einer Höchstgeschwindigkeit von 18.000 Bogen in der Stunde druckt, sind beispielsweise Whisky-Faltschachteln mit Rückseitendruck, Kaltfolienveredelung und Doppellack.



Die längste Speedmaster aller Zeiten mit 18 Werken produziert bei MPS in Schottland

Erste AccurioJet KM-1 für Rehms Druck

2-UV-Inkjet-Technologie von Konica Minolta nutzt zukünftig die Rehms Druck GmbH aus Borken in Westfalen. Rehms Druck ist seit Jahrzehnten als Full-Service-Druckerei im Akzidenz-, Verpackungsdruck und Dialogmarketing tätig. Mittelständische Unternehmen aus der Region sowie nationale und internationale Firmen aus dem Dienstleistungs- und Industriesektor bilden den Kundenswerpunkt des Druckdienstleisters, der schon seit vielen Jahren auf Konica Minolta und dessen Toner-basierte Systeme nutzt. Zur Ausweitung seines digitalen Geschäfts, insbesondere für Mailings und den Verpackungsdruck, hat sich die Rehms Druck GmbH, beraten durch den Konica Minolta Consulting Specialist Industrial Printing, Thorsten Kinnen, für den Erwerb einer AccurioJet KM-1 entschieden.

„Wir haben die Druckqualität der AccurioJet KM-1 umfassend getestet und die Qualität hat uns wirklich begeistert. Auch das Preis-Leistungsverhältnis stimmt, wie wir nach der Analyse unserer Geschäftsausrichtung und der aktuellen Druckjobs festgestellt haben“, erläutert Daniel Baier, Geschäftsführer bei Rehms Druck, die Entscheidung zur Anschaffung.

Eine erste Testpräsentation der AccurioJet KM-1 erhielt Baier beim Beta-Tester PLS Print Logistic Services GmbH in Markkleeberg. Vollständig überzeugt hat ihn schließlich das Drucken der eigenen Echtdaten in den Konica Minolta Schauräumen des Digital Imaging Squares. Markus Neumann, Senior Manager Production Printing Germany & Austria bei Konica Minolta, sagt: „Unser

langjähriger Kunde Rehms Druck hat mit dem Kauf der AccurioJet KM-1 eine sehr gute und nachhaltige Wahl für die Zukunft getroffen. Die AccurioJet KM-1 wird ihn erfolgreich dabei unterstützen, sein digitales Angebot für Kunden auszuweiten, zusätzliches Business zu generieren und weiter zu wachsen.“

Das Digitaldruckzentrum von Rehms Druck ist bisher mit acht Hochleistungs-Systemen im Schwarzweiß- und 4C-Bereich auf ein maximales Format von 330 x 487 mm ausgerichtet. Mit der AccurioJet KM-1 können künftig Papier-Formate von 750 x 585 mm bedruckt werden.



Rolle zu Rolle Digitaldruck: Digital Lizard installiert weltweit erste HP Indigo 50000



Digital Lizard, eine Division der Creel Printing Digital Gruppe und eine der fortschrittlichsten Digitaldruckereien in den USA, druckt als weltweit erster Beta-Testanwender auf einer HP Indigo 50000. Die 30 Zoll Rolle-zu-Rolle Digitalmaschine wurde erstmals zur Drupa 2016 angekündigt. Mit diesem System für Massenaufgaben, das Anfang Juni in Las Vegas installiert wurde, will sich Digital Lizard als Anbieter für personalisierte Magazine, Kataloge, Direktmailings, Kalender usw. in Off-setqualität profilieren.

„Die HP Indigo 50000 ist ein Meilenstein in der Entwicklung für Möglichkeiten im Digi-

taldruck-Universum. Ab sofort können wir unseren Kunden kostengünstige Lösungen anbieten, ihre Marketingbotschaften auch in Massenaufgaben zielgenau zu personalisieren“, sagt William Wieners, Präsident von Digital Lizard.

„Damit schließt die HP Indigo 50000 die Lücke, die wir zwischen unseren bisherigen Digitaldruck- und Offsetdruckkapazitäten bei Creel Printing hatten, inklusive der neu entstandenen Möglichkeit, Massenversandkataloge und Magazine mit personalisierten Beilagen anzubieten. Im Weiteren unterstützt die HP Indigo 50000 die Nachhaltigkeitsziele von Digital Lizard, in dem unsere

Kunden sich Dank günstigerer Preise einfacher für ein umweltbewusstes Druckverfahren entscheiden können“, ergänzt er.

Der Maschinenpark bei Digital Lizard besteht aus HP Druckmaschinen und Printern, darunter die HP Indigo 12000, 12 HP Indigo 7900, zwei HP Indigo 7250, ein HP Scitex LX850 Grossformatdrucker für Poster/Banner und ein HP DesignJet L25500 60“ Wide Format Poster Printer. Digital Lizard betreibt in den USA Druckereien in Hayden, Las Vegas, Mahwah und Pusignan in Frankreich. In der Schweiz und Österreich wird die HP Indigo 50000 durch die Chromos AG im Schweizer Dielsdorf vertrieben.

Finishing 4.0[®]

Die Zukunft ist variabel.



Effiziente Inline-Buchproduktion mit dem Klebebinder Vario und dem Dreischneider InfinitiTrim

Dank eines modularen Aufbaus kann der Vario in Verbindung mit einer kundenspezifischen Kühlstrecke und einem Dreischneider zu einer integrierten Produktionslinie erweitert werden.

So ist die Produktion klebegebundener Broschüren, wie Fotobücher, personalisierte Kataloge oder hochqualitative Broschüren, auch im Kleinstauflagenbereich auf wirtschaftliche Weise möglich.

Müller Martini ist Finishing 4.0

Printprodukte werden zunehmend individualisierter, personalisierter und damit variabler – eine grosse Herausforderung für die Weiterverarbeitung. Mit Finishing 4.0 demonstriert Müller Martini, wie eine Vielfalt an Printprodukten mit unterschiedlichsten Inhalten, Formaten und Dicken mit hoher Leistung und minimalem Eingriff der Bediener gefertigt werden kann. Denn bezüglich Finishing-Lösungen mit hoher Variabilität ist Müller Martini führend.

Müller Martini – your strong partner.

www.mullermartini.com
Telefon +43 1 706 47 77

MÜLLER MARTINI

Großinvestition in Russland für eine moderne Buchproduktion

KBA und OD Systeme aus Wien als Projektpartner

Eine Großinvestition für die Druckproduktion in der Niederlassung der Ersten Musterdruckerei in Chechov hat ihren erfolgreichen Abschluss mit der kompletten Neueinrichtung der Druckvorstufe, Drucktechnik und Weiterverarbeitung gefunden. Dieses Projekt wurde auf Lieferantenseite von KBA-Digital & Web in Würzburg mit Unterstützung durch die OD Systeme Handels- und Vertriebs GmbH von Wolfgang Henn in Wien koordiniert. Wolfgang Henn mit seiner jahrzehntelangen internationalen Erfahrung gilt als einer der besten Kenner der Graphischen und Verpackungs-Industrie in Südosteuropa und besonders in den Ländern der ehemaligen Sowjetunion. Mit seiner OD Systeme vertritt er namhafte Zulieferunternehmen, berät Unternehmen und projiziert komplette Produktionswerke.

Technik aus fünf Ländern

Das Investitionspaket umfasste zwei Achtfarben-Großformatmaschinen Rapida 164 mit Bogenwendung für den 4 über 4-Druck sowie eine Fünffarben-Mittelformatanlage Rapida 105 mit Lackwerk von KBA-Sheetfed, eine Digitaldruckmaschine HP Indigo 10.000, eine großformatige Magnus VLFQ2400 Druckplatten-Produktionsstrecke von Kodak, Schneidemaschinen von Perfecta, Präge- und Buchdeckenautomaten von Kolbus, großformatige Falzmaschinen von Herzog + Heymann, Stapelwender von Baumann, eine Goldschnittmaschine von Ochsner, eine Fadenheftstraße von Meccanotica und andere Hilfsmaschinen. Die Einbringung und Inbetriebnahme der Maschinen und Aggregate aus fünf Lieferländern erfolgte im Laufe von zwei Jahren bis Ende 2016 nach einem von KBA-Projektmanager Peter Benz koordinierten Zeit- und Umsetzungsplan.



22 Millionen Bücher

Vor 25 Jahren war die Druckproduktion in Chechov mit über 5.000 Beschäftigten der größte Standort im Land hauptsächlich für Zeitschriften und andere hochauflagige Produkte. Nach der umfassenden Restrukturierung produzieren heute in der Niederlassung von AO Erste Musterdruckerei in Chechov etwa 400 Mitarbeiter ca. 22 Millionen Hard- und Softcover-Bücher im Jahr. Hinzu kommen weitere Printprodukte. In der Ersten Musterdruckerei legt man neben Büchern großen Wert auf breiten Spektrums an Druckprodukten. Dazu zählen neben Büchern in unterschiedlichen Formaten und Verarbeitungsarten auch Broschüren und Prospekte, Fotobücher, Kalender, Karten und Fototapeten.

Acabamentos Gráficos: Eine Buchlinie als Lebenslinie

Acabamentos Gráficos im portugiesischen Porto geht mit einer Diamant MC 35 in die digitale Zukunft. Die Buchlinie von Müller Martini prägte die Karriere des Unternehmensgründers. In jungen Jahren hatte Alípio Ascensão (im Bild links mit Miguel Bos von der portugiesischen Müller Martini-Vertretung MaxiTrade) als Maschinenführer in einem anderen Betrieb auf einer Diamant gearbeitet. Nun ist er selbst stolzer Besitzer einer vollautomatischen Buchlinie Diamant MC 35. Dennoch hätten die Emotionen allein ihn noch nicht zu einem Kauf bewogen. Den Ausschlag gaben die zahlreichen Finessen wie die Motion-Control-Technologie, die Smart-Press-Technologie in der Falzeinbrenn- und Pressmaschine, Kontrollsysteme, die einfache Bedienung und die

Online-Hilfe von MMRemote im Störfall. „Mit der Diamant MC 35 bin ich bereit für die digitale Zukunft“, hebt Alípio Ascensão ein weiteres Plus der Neuerwerbung hervor. Aktuell beträgt der Anteil digital gefertigter Buchblocks bei Acabamentos Gráficos knapp 5 Prozent. Alípio Ascen-



ção ist jedoch überzeugt, dass sich diese Quote deutlich erhöhen wird. Stammkunden, die seine hohe Qualität loben, und die geringe Dichte von Hardcover-Linien in Portugal liessen ihn überhaupt erst ins Geschäft mit den Hartdecken-Büchern einsteigen. Der 6-Mann-Betrieb für „grafische Ausführungen“ – so die Übersetzung des Firmennamens – baute eine neue Halle, als er in die Diamant MC 35 mitsamt Buchstapler und Deckenmaschine investierte. Für Alípio Ascensão, der seit dem 14. Altersjahr in der grafischen Industrie arbeitet, bedeutete die Königsdisziplin der Weiterverarbeitung zugleich die Krönung seiner Unternehmer-Laufbahn, die ihn zuvor vom Laminieren zum Falzen, Wire-O-Binden, Sammelheften, Klebebinden und Fadenheften geführt hatte.



wahlprozess in unserem Technikum in Lengerich in Aktion getestet. In den späteren Phasen haben wir uns eng vor Ort beim Kunden abgestimmt, beispielsweise wurde das Hotmeltauftragsystem genau auf die Bedürfnisse von H&P ausgelegt“, berichtet Stefan Honke, Vertriebsmitarbeiter bei W&H, über die partnerschaftliche Zusammenarbeit. Eine Herausforderung des Projekts bestand darin, die Anforderungen von Heyne & Penke an die Maschinentechologie und -aus-

Die Herausforderung für Verpackungsdrucker... Kürzere Druckjobs im Tiefdruck

Im September 2016 wurde an den führenden deutschen Verpackungshersteller Heyne & Penke Verpackungen GmbH eine neue Tiefdruckmaschine HELIOSTAR SL 11 von W&H ausgeliefert. „Eine unserer Stärken ist es, durch schlanke Strukturen und schnelle Entscheidungswege schnellstens auf die Bedürfnisse unserer Kunden reagieren zu können. Diese Kundenorientierung leitet uns auch bei der Auswahl neuer Maschinen“, erklärt Christoph Penke, Geschäftsführer bei H&P. Er führt aus: „Ein wichtiger Markttrend geht zu kürzeren Auftragslosen. Gleichzeitig bleibt der Anspruch der Kunden an die hohe Qualität und Prozesssicherheit des Tiefdrucks. Mit der neuen HELIOSTAR SL bieten wir eine Antwort auf diese Anforderungen, indem wir kürzere Druckjobs auch im Tiefdruck wirtschaftlicher abbilden können.“

Heyne & Penke ist einer der führenden deutschen Hersteller von flexiblen Verpackungen aus Papier und Folie. Der Mittelständler ist dabei einer der wenigen Komplettanbieter der Branche, der das umfangreiche Spektrum an flexiblen Verpackungen inklusive Sonderausrüstungen aus einer Hand bietet: Von der kleinformigen Primärverpackung

bis zur großformatigen Sekundärverpackungen aus unterschiedlichsten Substraten und Verbundmaterialien. Mit 166 Mitarbeitern und einer Exportrate von ca. 30% erwirtschaftete das Familienunternehmen 2015 36,5 Mio. Euro. H&P verfügt sowohl über Flexo- als auch Tiefdruckmaschinen von W&H. Die neue HELIOSTAR SL 11 deckt das gesamte Tiefdruckportfolio des Unternehmens ab. Mit 11 Farbwerken verfügt sie über eine sehr gute Ausstattung und hohe Trocknungskapazität. Eine Wendestange ermöglicht die Flexibilität auf mehrere Farbwerke zu wenden. Dies macht einen beidseitigen Druck auf demselben Substrat in nur einem Produktionsgang möglich.

Reduzierter Rüstaufwand durch Schnellwechselteile

Durch die Konzeption der Schnellwechselteile erwarten wir eine noch höhere Verfügbarkeit der neuen HELIOSTAR bei reduziertem Rüstaufwand. Durch die gesteigerte Trocknungskapazität der Maschine können wir eine Leistungserhöhung von bis zu 40% für die KSM Produktion erzielen“, erklärt Penke die Vorteile. „Heyne & Penke hat die Anlage früh im Aus-

stattung in die bestehende Halle am Hauptsitz in Dassel zu planen. „Die Platzverhältnisse waren limitiert und erforderten gemeinsam mit H&P ein Höchstmaß an Detailplanung. Mit Erfolg: Mit passgenauen Umbaumaßnahmen wurde die Maschine in die bestehende Halle integriert“, berichtet Udo Neumann, technischer Ansprechpartner aus der Kundenberatung bei W&H. Insgesamt zieht Heyne & Penke ein positives Fazit „Das gesamte Projekt war von Beginn an durch konstruktive und ergebnisorientierte Gespräche geprägt, die das Projekt zu einem professionellen Ergebnis führten“, resümiert Penke.

Das Familienunternehmen Windmüller & Hölscher ist Weltmarktführer für Maschinen und Systeme zur Herstellung und Verarbeitung flexibler Verpackungen. Das Produktsortiment umfasst Hochleistungsmaschinen für Extrusion (Folienherstellung), Druck und Verarbeitung. Maschinen von Windmüller & Hölscher sind heute in über 130 Ländern und bei mehr als 5.000 Kunden im Einsatz. Die Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Lengerich, Deutschland, erwirtschaftete 2016 mit rund 2.700 Mitarbeitern rund 785 Mio. EUR Umsatz.

Falzen Heften Stanzen Blindprägen Cellophanieren Klebebinden Sammelheften Ösen Nieten Eckenrunden

Ihr Partner am Ende der Fertigung

**NEU: Wir falzen alle Ihre Pläne, vielfach
Leporellos und Wickelfalz.
Anfragen per Tel. oder E-Mail**



Überzeugend in Qualität und Termintreue



**BUCHBINDEREI
IMMERL**

Kontakt: **Peter Immerl**
3002 Purkersdorf
Wintergasse 52
Tel.+Fax: +43 (0) 2231-68 456
Mobil: +43 (0) 664 32 50 283
E-Mail: buchbinderei@immerl.at

Contour Crafting: Doka aus Amstetten will weltweit Häuser aus dem 3D-Drucker bauen

Doka Ventures, Tochterfirma der Amstettner Umdasch Group, steigt in ein US-Unternehmen ein, das mobile 3D-Baudrucker entwickelt. Mit diesen Robotern können komplette Häuser innerhalb weniger Stunden oder Tage gebaut werden. Aus dem 3D-Drucker kommen nicht nur kleine Plastikfiguren, sondern diese Drucker werden mittlerweile auch in der Medizin oder in der Lebensmittelindustrie eingesetzt – und schon bald auch am Bau. Mit einem klassischen Drucker aus dem Büro hat das, was das US-Unternehmen Contour Crafting Corporation entwickelt, allerdings kaum etwas mehr zu tun.

Die Geräte sollen eine Arbeitsbreite von acht bis zwölf Metern haben und mit weniger als 400 Kilogramm Gesamtgewicht sehr leicht für eine Baumaschine sein, heißt es bei Doka Ventures. Zudem sei der überdimensionale Drucker einfach aufzubauen und mehrere Maschinen würden auf einen Lkw oder einen handelsüblichen Hochsee-Container passen.

Anfang 2018 sollen die ersten mobilen 3D-Baudrucker in Serie gehen. Bisher gebe es diese Art von Robotern nur vereinzelt, so eine Doka-Sprecherin. Die Drucker sollen überall dort eingesetzt werden, wo rasch und kostengünstig Wohnraum und Infrastruktur



geschaffen werden müssen. Das betreffe etwa Gegenden, wo die Bevölkerung besonders rasch wächst, oder auch die Katastrophenhilfe, um zum Beispiel nach Erdbeben innerhalb kurzer Zeit neue Gebäude „drucken“ zu können.

Es gebe bereits Bestellungen, heißt es bei Contour Crafting, zu den künftigen Kunden

würden etwa Bauunternehmer und Immobilienentwickler zählen. Produziert werden die Roboter in Los Angeles (USA). Doka Ventures, eine 100-Prozent-Tochter der Umdasch Group, beteiligt sich mit 30 Prozent an der US-Firma. Neben den finanziellen Mitteln bringt sie sich auch personell in den Aufsichtsrat ein.

HP Vertriebspartner für 3D in Österreich und Deutschland

Mit diesen fünf Partnern vermarktet der US-Hersteller künftig seine Technik für den industriellen 3D-Druck in Deutschland und Österreich: Techsoft in Linz und Bibus in St. Andrä Wördern für Österreich sowie 3D Experts in Gutach, Kaut-Bullinger in Taufkirchen sowie Solidpro in Langenau für Deutschland haben das Zertifizierungsverfahren erfolgreich durchlaufen.

Die HP 3D-Partner verfügen über hauseigene Democenter, sie sind mit 4200er-Lösungen ausgestattet. Neben der Beratung und dem Verkauf übernehmen sie auch den Service der Hardware und die Schulung der Mitarbeiter beim Anwender vor Ort. Seit Ende letzten Jahres liefert HP Systeme aus.

HPs Jet-Fusion-3D-Systeme basieren auf der neuartigen Technik namens Multi-Jet Fusion. Als Grundwerkstoff kommen Thermoplaste zum Einsatz (z.B. PA-12), wie sie im Spritzguss seit Jahrzehnten Verwendung finden. Sein Verfahren ist laut Hersteller im Vergleich zu bisher üblichen 3D-Druck-Techniken wie SLS (Selective Laser Sintering) oder FDM (Fused-Deposit-Modelling) bis zu zehnmal schneller im gesamten Prozess. Gleichzeitig könnten, je nach Bauteil und Anzahl, bis zu 50% Kosten eingespart werden.

Massivit: 3D Druck für den Sign- und Display-Markt

Seit dem Launch des großformatigen 3D-Druckers namens Massivit 1800 auf der Drupa 2016 hat Massivit 3D Printing Technologies rund 30 globale Kunden hinzugewonnen, ein Geschäftswachstum von 350 %. Das weltweite Vertriebsnetz wurde auf inzwischen 25 Partner ausgebaut, die Kundendienst und Training bereitstellen. Als, wie es heißt, weltweit einziger 3D-Drucker für den Sign- und Display-Markt, speziell für großformatige Werbelösungen, bietet der Massivit 1800 eine Möglichkeit, echte Hingucker zu produzieren, die die Ergebnisse herkömmlicher Verfahren bei Weitem überträfen und den Wettbewerbsvorteil steigerten. Zu den Unternehmen, die diese Vorteile bereits nutzen, zählt Supersize, eine auf 3D-Druck spezialisierte Tochter der Heidia Group, des größten israelischen Spezialanbieters von Marketinglösungen für den Einzelhandel. Auch das zu den führenden italienischen Digitaldruckereien zählende Unternehmen Sismaprint konnte seit der Installation seines Massivit 1800 neue Märkte für sich gewinnen. „Als erster italienischer Nutzer der Technologie können wir unser Angebot differenzieren und die Möglichkeiten bei großformatigen Anwendungen erweitern“, so Präsident Oscar Stucchi.



viscom
düссeldorf 2017
europas fachmesse
für visuelle kommunikation

18 | 19 | 20 oktober 2017
messe düссeldorf

WE CON NECT

| INNOVATION | INSPIRATION | INFORMATION

Was wird 2017
Ihren Geschäftserfolg
für immer verändern?

www.viscom-messe.com/erfolg

Organised by

 Reed Exhibitions

Igepa Deutschland verkauft Salzer Papiere

Noch einmal Salzer in X-media, diesmal aber der andere Teil der Familie, Thomas Salzer, bzw. seine Salzer Papier GmbH (siehe auch Box rechts). Zum 15. Mai wurden nämlich die Unternehmen der Igepa group exklusiver Vertriebspartner für Deutschland für das gesamte Formatsortiment der österreichischen Salzer Papier GmbH.

Salzer Papier ist ein Spezialhersteller von Werkdruck-, Vorsatz- und Designpapieren. Die Papiere namens Eos, Design und Touch des österreichischen Familienunternehmens sind, wie es heißt, international als Spitzenerzeugnisse in diesen Produktbereichen anerkannt. So ist etwa jedes dritte Hardcover-Buch in Europa mit holzfreien Papieren von Salzer ausgestattet. Salzer Papier ist seit Jahrzehnten spezialisiert und in Europa führend in der Herstellung holzfreier Werkdruckpapiere für hochwertige Hardcover-Bücher und Premium-Paperbacks.

Mit ihrem dezentralen Logistikkonzept wollen die Unternehmen der Igepa group durch die Bevorratung der meisten Spezifikationen eine bundesweit flächendeckende Versorgung der am Markt gängigsten Spezifikationen sicherstellen.

Mit dieser neuen Vertriebskooperation erweitert die Gruppe ihr Angebot mit den Qualitäten der Salzer Papier GmbH, die sich laut Igepa u.a. für Verlagserzeugnisse international höchster Reputation für Produkt und Servicequalität erfreuen. Damit setzt die Igepa group ihre strategische Ausrichtung hin zu einem Vollsortimenter mit größtmöglicher Auswahl und einem überzeugenden Servicekonzept fort. Alle bestehenden wie auch potenziellen Kunden sowie Entscheider speziell in diesen Produktkategorien sollen künftig von dieser Sortimentsergänzung profitieren.

Thomas Salzer hat seine Unternehmensbeteiligungen 2015 aus der Salzer Holding losgelöst – siehe Seite 17 – und unter dem Dach der TOSACO GmbH gebündelt. Sie ist in den Bereichen Papierindustrie, Kunststoffindustrie und Industrie Service tätig ist.

Salzer Papier gehört zu den ältesten Papierfabriken Österreichs. Nur wenige hundert Meter von der 1496 erbauten, ältesten Papiermühle Österreichs, der Unteren Papiermühle an der Traisen, gründete 1579 André Perner an der Stelle einer Schmiede die Obere Papiermühle an der Traisen. Bevor sie 1798 von Kaspar Salzer gekauft wurde, war die Mühle von acht Familien besessen oder gepachtet worden.

Kaspar Salzer, geboren in Želnavá (Selnau) im Böhmerwald, war gelernter Schneider, in Wien jedoch als Unternehmer im Buchdruck tätig, wo er 1784 die Jahnsche Universitätsbuchdruckerei erwarb. Er kaufte die Papiermühle in St. Pölten, um die Versorgung und das weitere Wachstum seines Unternehmens zu sichern. Die Mühle ist seither im Besitz seiner Erben. Die heutige Papiermaschine basiert auf einer Anlage aus dem Jahr 1924 der J.M. Voith AG. In den 1970er Jahren, von 1998 bis 2001 und 2012–2013 wurde in diese grundlegend reinvestiert.

1972 wurde am Standort der ehemaligen Zellstofffabrik die Verarbeitung von EPS (expandierbares Polystyrol) begonnen. Heute produziert die Salzer Formtech am Standort St. Pölten Stattersdorf Formteile aus EPS. Das Produktionsspektrum reicht von Verpackungsteilen über Bauelemente, verlorene Schalungen bis hin zu speziell beschichteten Formteilen für die Elektronikindustrie.

Die Salzer Industrie Service GmbH wurde 2008 aus der ausgegliederten Instandhaltungsabteilung der Papierfabrik gegründet. Sie bietet technischen Service im Bereich Elektrotechnik, Mechanik und Mechatronik für die anderen Unternehmen der Salzer Gruppe aber auch zahlreiche andere Industriebetriebe an.

Die TOSACO GmbH ist auch an der denkstatt gmbh, dem mitteleuropäischen Consulting-Marktführer im Bereich Nachhaltigkeit, beteiligt.



Thomas Salzer, seit Herbst 2015 auch Präsident der Industriellenvereinigung Niederösterreich

International Paper mit neuem Country Manager DACH

Der US-amerikanische Papierhersteller International Paper verstärkt seine Aktivitäten im DACH-Bereich und hat dafür Denis Tolj (im Bild rechts) zum Country Manager DACH ernannt. In seiner neuen Position ist Tolj verantwortlich für den Auf- und Ausbau der Aktivitäten im Bereich ungestrichene, holzfreie Papiere (UWF – uncoated woodfree) in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Holzfrei ungestrichenes Papier wird hauptsächlich für Office-Anwendungen (Kopierpapier, Druckerpapier), Schulhefte, Schreibblöcke, aber auch im Buchdruck und teilweise in der grafischen Industrie eingesetzt.



Tolj verfügt über 22 Jahre Erfahrung in der Papierbranche. Seit Oktober 2003 ist er in verschiedenen Vertriebsaktivitäten für International Paper tätig. Zuletzt war er als Senior Key Account Manager Ansprechpartner sowohl für bestehende als auch für Neukunden mit nationaler und gesamteuropäischer Verantwortung.

Tolj unterstützt in seiner neuen Funktion Mathias Reich, Area Manager Northern Europe bei International Paper.

International Paper hat seinen Hauptsitz in Memphis, Tennessee. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen etwa 55.000 Mitarbeiter auf der ganzen Welt und ist in über 24 Ländern vertreten.

EcoLite: kostengünstiges Dünndruckpapier von UPM

Der Papierhersteller UPM ist seit neuestem auch auf dem Markt für Dünndruckpapier mit einem völlig neuen Produkt vertreten. Das neue Papier UPM EcoLite wurde speziell für die verschiedenen Anforderungen der Kunden, die Beipackzettel für Arzneimittel, religiöse Literatur oder Handbücher und Anleitungen drucken, entwickelt. Mit dem neuen Papier können Kunden gegenüber einer herkömmlichen Papierlösung signifikant Kosten einsparen. „Das Produkt ist ein Resultat intensiver

Entwicklungsarbeit unserer Papierfabrik in Kaipola. Schon der Name UPM EcoLite verdeutlicht: Das Papier ist nicht nur eine umweltfreundliche Lösung, sondern es bietet unseren Kunden auch eine kostengünstige Option. Und das ohne Kompromisse beim Leserlebnis oder den Falteigenschaften des Endprodukts“, so Joonas Järvinen, New Business Development Manager bei UPM Paper ENA.

EcoLite wird in den Flächengewichten 29, 32, 34 und 38 g/m² angeboten. Ein Papier, das leichter ist, ist auch automatisch

umweltfreundlicher, da weniger Rohstoffe, weniger Wasser und weniger Energie in der Herstellung und beim Transport notwendig sind. „Die Entwicklung von leichtgewichtigen Papier ist ein Paradebeispiel für Ressourceneffizienz. Der Vorteil für unsere Kunden: Sie bekommen dieselbe Druckfläche, für die weniger Materialien eingesetzt werden müssen. Gleichzeitig werden die Auswirkungen der Produktion und der Lieferkette auf die Umwelt insgesamt erheblich gesenkt“, so Järvinen weiter.

Ökologisches Papier für Fastfood aus Traun

Papierproduzent delfort mit Sitz in Traun hat in den Dr.-Franz-Feurstein-Standort 40 Millionen Euro investiert, damit Papiere für Fastfood zum Mitnehmen mit einer Beschichtung aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt werden können. Sie trägt etwa auf die dünnen Burger-Papiere eine fett- und dampfabweisende Schicht auf. So bleibe der Burger in Fast-Food-Lokalen länger haltbar und heiß, ehe er gegessen wird.

Die weltweit größten Fast-Food-Ketten kaufen ihr Burger-Papier in Traun. Dort betont man deshalb, mittlerweile auf umweltfreundliches Papier zu setzen, sagte Geschäftsführer Martin Zahlbruckner. „Wir haben uns zum Ziel gesetzt, Aluminium, Kunststoffe – alles, was die Natur belastet – zu ersetzen; und das ist uns gelungen.“ Die neue Beschichtung der Papiere für die Fastfoodketten ist aus nachwachsenden Rohstoffen und damit umweltfreundlich, wiederverwertbar, so Zahlbruckner.

In der Zentrale in Traun erzeugt eine 100 Meter lange und mehrere Meter hohe Papiermaschine (im Bild oben) bis zu 180 Tonnen Papier jeden Tag. Darin können bis zu sieben Millionen Burger eingewickelt werden. Neben den Burgerpapieren wird etwa auch Zigarettenpapier oder Backpapier erzeugt. Die Firma aus Traun punktet da-



mit gegen die billiger produzierende Konkurrenz aus China oder Indien mit Qualität, sagt man hier. Wenngleich delfort mittlerweile selbst Papierfabriken in Vietnam oder auch in Osteuropa betreibt.

Ihr Prepress & Print Spezialist für:



LARGE FORMAT
by e.h.montagen  Digital Printing®
www.largeformat.at

e.h.montagen Digitale Medien Handelsg.m.b.H.
Prepress, Digital Printing & Producing
A-1210 Wien • Rußbergstraße 58
Tel. +43 1 292 61 94 • Fax +43 1 292 61 94 20
welcome@eh-montagen.at • www.eh-montagen.at

Bereits vor drei Jahren, in der Sommerausgabe 2014 von X-media, haben wir über Experimente und Machbarkeitsstudien der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) und der Projektgesellschaft C+G Papier zur industriellen Herstellung von Papier aus Gras berichtet. Nun hat der deutsche Papierhersteller Scheufelen den Herstellungsprozess so weit entwickelt, dass man erstmals Graspapier für den kommerziellen Einsatz als neueste Produktfamilie präsentieren konnte. Damit stehe das Haus Scheufelen in einer wegweisenden



Es grünt so grün: Graspapier von Scheufelen

Tradition und revolutioniere erneut die Papierherstellung.

1969 flog mit Apollo 11 das von Scheufelen entwickelte, erste nicht brennbare Papier zum Mond: ein echter Meilenstein in der Geschichte der Papierindustrie, ebenso bahnbrechend wie schon 1892 die Einführung des Scheufelen-Kunstdruckpapiers. Im Graspapier nun werden 50% Frischfasern aus sonnengetrocknetem Gras verwendet. Anders als bei vielen auf dem Weltmarkt erhältlichen Frischfaserzellstoffen wird dieses Material in der nächsten Umgebung der Papierfabrik in der Biosphärenregion Schwäbische Alb aus einem mehrmals jährlich nachwachsenden Rohstoff gewonnen und soll zukünftig direkt in der Papierfabrik in Lenningen in einer gemeinsam mit dem Entwicklungspartner Creapapier GmbH betriebenen Anlage verarbeitet werden.

Im Vordergrund steht dabei die Herstellung eines kostengünstigen Frischfaserzellstoffs unter möglichst geringer Umweltbelastung. Diese beruht auf einem verschwindend niedrigen industriellen Wasserbedarf (weniger als 1 l/t Graszellstoff, verglichen mit mehreren tausend Litern Wasser pro Tonne

Holzzellstoff), einer massiven Energieersparnis von bis zu 80% pro Tonne Frischfasermaterial und dem kompletten Verzicht auf Prozesschemikalien.

Der schonende Einsatz dieser Ressourcen geht in die Umweltbilanzen der mit Graspapier verpackten Produkte 1:1 ein, verstärkt die ohnehin schon großen ökologischen Vorteile von Papierverpackungen und erlaubt einen einzigartigen Marketingansatz. Außerdem entsprechen Frischfaserpackungen auf Graspapierbasis bereits heute allen Anforderungen, die sich aus der geplanten Mineralölverordnung für Verpackungsmaterialien mit Blick auf noch besseren Verbraucherschutz ergeben werden. Die Lebensmittelunbedenklichkeit wird durch ein entsprechendes Isega-Zertifikat bestätigt, außerdem ist das Material recyclingfähig, kompostierbar und FSC-Mix-zertifiziert (C009951).

Das Know-How des Herstellerteams in der Entwicklung innovativer Druckoberflächen stellt als wichtige Eigenschaft die Offset-Druckbarkeit des neuen Materials sicher. Das wurde durch den Pilotanwender Rondo (St. Rupprecht/Raab) für Produkte im Be-

reich von Obst- und Gemüseverpackungen bereits unter Beweis gestellt.

Scheufelens Graspapier ist zur Herstellung von Wellpappenrohpa-pieren, Linern und Faltschachteln, aber auch für grafische Anwendungen geeignet. Produktbeispiele aus relevanten Marktsegmenten wurden im Rahmen einer Kooperation durch Master-Studenten der Hochschule für Medien (Stuttgart) und Produktentwickler der Papierfabrik Scheufelen im neuen Lenningen Packaging Campus zur Marktreife entwickelt und zeigen - wie es heißt - ein enormes Potenzial.

Graspapier wird mit unterschiedlichen Eigenschaften unter den Marken „Greenliner“ als Wellpappenroh-papier bzw. Liner, als „Graspapier“ für grafische Anwendungen sowie als „Phoenogras“ in einer exklusiven Kombination von Graspapier mit dem hochweißen Zellstoffkarton Phoenolux für als einzigartig bezeichnete Verpackungslösungen vertrieben.

Derzeit ist Greenliner in Flächengewichten von 80, 95, 105, 130 und 200 g/qm, Graspapier in 95 und 130 sowie Phoenogras in 360 g/qm erhältlich.

dua Druckfarben ist nun Epple Druckfarben Österreich

Ab sofort firmiert die dua Druckfarben Produktions- und Vertriebsgesellschaft mbH, Wien, bereits jetzt eine hundertprozentige Tochterfirma der Epple Druckfarben AG aus dem deutschen Neusäß, unter Epple Druckfarben Österreich GmbH. Die österreichische Gesellschaft vertreibt das gesamte Produktportfolio an Druckfarben und -lacken der Marke Epple. Epple will im Zuge ihrer neuen Ausrichtung auch im österreichischen Markt ihre Position deutlich stärken. Deshalb wurde im Rahmen einer Umfirmierung der Firmennamen der österreichischen Tochter entsprechend der deutschen Muttergesellschaft vereinheitlicht.

Geschäftsführer Gunther Gerlach begrüßt den Schritt: „Der österreichische Druckmarkt und seine Kunden erkennen in uns jetzt zweifelsfrei ihren Vertriebspartner für die hochwertigen Quali-

tätsfarben und -lacke von Epple. Für unsere Kunden ändert sich außer dem Namen nichts. Unser bewährtes Team der ehemaligen dua berät gewohnt kompetent zu allen Fragen rund um Farbsysteme und leistet entsprechenden anwendungstechnischen Service.“ Der schnelle Service beinhaltet ebenso die umgehende Bereitstellung des wunschgemäßen Lack- bzw. Farbproduktes. Epple Druckfarben Österreich nutzt deshalb eine eigene Mischstation für Sonderfarben. Aufgrund des Qualitätsbewusstseins und der Innovationsfreude österreichischer Bogenoffsetdruckereien erwartet Epple zudem großes Interesse an Neuheiten wie der BoFood-Serie zum migrationsunbedenklichen Außen- bzw. Innenseitendruck auf Verpackungen, zukunftssicheren Akzidenzfarbsystemen sowie UV-LE- und UV-LED-Farben für Niederenergie-Technologien.

Europapier hat Eu-Ro komplett übernommen

Neues gibt es auch von Europapier zu vermelden. So hat die Europapier CE GmbH, ein Unternehmen der Heinzl Group, die restlichen 50 Prozent der Anteile an Eu-Ro übernommen, die bisher von der Rondo Ganahl AG, Spezialist für Papier, Wellpappe, Verpackungen und Recycling, gehalten wurden. Wie es heißt werde die Übernahme sämtlicher Anteile durch Europapier keine Änderungen in Organisation und Zuständigkeiten bei Eu-Ro nach sich ziehen. Die Eu-Ro Handelsges. m.b.H. ist als Groß-

händler von Papierwaren, Büroartikeln sowie Druckerzubehör tätig und deckt vor allem den westösterreichischen Markt ab. Laut Europapier soll die Akquisition die Marktposition der Europapier Gruppe in Österreich stärken und die weiteren Expansionspläne in Richtung neuer Markt- und Kundensegmente unterstützen.

Michael Hicker Commercial Director Austria

Karriere gemacht hat auch Mag. Michael Hicker, nach der Übernahme von PaperNet durch Europapier bei der neuaufgestellten Europapier Werbetechnik verantwortlicher Geschäftsführer. Seit Anfang Mai ist er zum kaufmännischen Direktor für Österreich in der Europapier-Gruppe aufgestiegen.

Igepa Austria präsentiert Bereich Werbetechnik: Hüttengaudi in der Marx Halle auf der Xfair 2017

Aufgrund der vielen Veränderungen hat sich das Team in Igepa Austria kurzfristig dazu entschlossen an der Xfair 2017 teilzunehmen. Erich Fasching, Geschäftsführer Igepa Austria: „Die Xfair zu diesem Zeitpunkt war die perfekte Plattform, unsere Kunden über alle Veränderungen und Neuheiten zu informieren. Neue Lieferanten, erweitertes Sortiment, neues Zentrallager ab Juni 2017 und neue Büroräume ab Juli 2017 waren nur einige Themen, die wir in gemütlicher Atmosphäre mit unseren Kunden diskutiert haben.“

Unter dem Motto „Hüttengaudi“ präsentierte die Igepa Austria den passenden Stand dazu und war damit der „Eyecatcher“ auf der Messe. Ziel war es, sich bei entspannter Ambiente und einem kühlen Getränk über alle Neuheiten zu informieren. Wer Lust und Zeit hatte, bewies auf den neuen Stahls Textiltransferpressen sein Geschick beim Entgittern und testete die neuesten Folien. Die fertig gepressten Tragetaschen waren auch gleich bestens für die neuen Kataloge geeignet.

Der bewusst gewählte Standplatz neben der Messebar hat sich als perfekte Location für den außergewöhnlichen Messestand bestätigt. Bis spät nach Messeende wurden die „Nagelkünste“ auf einer Steirischen Eiche von den Kunden, Lieferanten und Freunden von Igepa Austria getestet –

ohne auf das „Fachsimplen“ zu vergessen.

Bereits im Herbst gibt es für die Kunden der Igepa übrigens die Möglichkeit, sich auf der größten Hausmesse Europas, der Igepa Select vom 14. bis 16. September 2017 in Essen, über alle Neuheiten zu informieren. Weitere Infos dazu gibt's auf www.igepa.at.

**Fesch auf der Xfair:
Oliver Beinlich, Melanie Käfer (Kundenberatung) und Igepa Austria-Chef Erich Fasching**



PRÄSENZ
**BESTE
BEDRUCKBARKEIT**
SAMTIG
matt gestrichen

LuxoArt® Samt
das haptische
Bilderdruckpapier

Einfach beeindruckend, was LuxoArt® Samt in puncto Optik und Haptik leistet. Das weiße, matt gestrichene Bilderdruckpapier ist edel im Auftritt und exzellent in der Verarbeitung. Ausgestattet mit dem Plus an Haptik verleiht es hochwertigen Printprodukten, wie z.B. Geschäftsberichten, noch mehr Ausdruckskraft. Sein Volumenvorteil verbindet Kosteneffizienz mit Umweltschutz.

tolle
Laufeigenschaften

für mehr & holzfrei

AUSDRUCK
jederzeit verfügbar

& HAPTİK

Für aktuellste Informationen und Verkaufsaktionen rund um Papier melden Sie sich ganz einfach unter

www.papyrus-deutschland.de/newsletter

an oder kontaktieren Sie unser Sales Team Austria:

Tel. +49 89 61 56 52 41
sales.at@papyrus.com
www.papyrus-deutschland.de/geschaeftsberichte

Oder bestellen Sie direkt unter www.papyrus.com/at

PAPYRUS

Starre Medien, Mimaki UV-LED, Kornit Textildruck...

Kalle Repromedia/Vink Austria Großer Auftritt auf der Xfair

Ein kräftiges, vielbeachtetes Lebenszeichen hat Kalle Repromedia auf der Xfair Anfang April mit seinem Stand in der Mitte der Wiener Marx Halle gegeben. „Ein in Österreich einzigartiger Treffpunkt für Kunden, Freunde, Lieferanten und Aussteller“, meinte Karl Pölderl, Geschäftsführer von Kalle Repromedia. So war der Auftritt auf der Xfair denn auch Gelegenheit prominent die Zugehörigkeit des Unternehmens zur Vink Gruppe, einem internationalen Spezialisten für Kunststoffe, darzustellen.

Die Attraktion: Textildruck mit Kornit

Uns war es vor allem wichtig die Kontakte, das Netzwerk auf der Plattform dieser Veranstaltung noch enger zu knüpfen und unsere Weiterentwicklungen greifbar zu machen. So haben wir Kornit, unseren neuen Lieferanten, für dieses Event gewinnen können. Mit großem Aufwand installierten wir die Storm Hexa, das einzigartige Direkt-Textildruck-System von Kornit, samt einer passenden Trockenstraße auf der Messe. An die 500 T-Shirts wurden an den Messtagen gedruckt und an Xfair-Besucher verteilt.“

Laut Pölderl zeichnen sich die mit Kornit bedruckten Textilien vor allem durch ihre extreme Haltbarkeit aus. „Exzellente Druckqualität, niedrige Produktionskosten und die integrierte Vorbehandlung machen dieses Drucksystem zu den einzig wahren Direkt-Textildruckern am Markt.“ Aus einer kleinen Idee heraus geboren, wächst Kornit seit Jahren international immer weiter und ist nun bereits in



500 T-Shirts wurden am Stand von Kalle Repromedia gedruckt

Amerika, Asien und Europa fast flächendeckend vertreten. Für die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten – vom T-Shirt bis hin zu Jacken, Hosen oder Rollenwaren – bietet Kornit in seinem Produkt-Portfolio die passende Lösung.

Starre Medien und UV Direktdruck

Pölderl weiter: „Viel hat sich in den letzten Monaten bei Kalle Repromedia getan und so war es uns wichtig, dies auch auf der Xfair zu präsentieren: Seit rund einem Jahr im Sortiment, bietet Kalle Repromedia seinen Kunden nun auch starre Medien an.“ Um dem wachsenden Markt des UV-Direktdruckes Rechnung zu tragen und als Vink Austria mit den direkten Kontakten zu den Herstellern ausgestattet, stellte sich der Erfolg für diesen Bereich bei Kalle Repromedia innerhalb von kürzester Zeit ein und wächst stetig weiter.

UV-Direktdruck, ein – aufgrund der enormen Möglichkeiten – sich ständig wandelnder Markt, sollte natürlich bei Kalle Repromedia, dem Spezialisten für UV-Direktdruck in Österreich – nicht zu kurz kommen. „Die brandneuen Mimaki Modelle UJF3042 MKII und UJF6042 MKII, Nachfolger der Erfolgsserie UJF3042HG und UJF6042, wurden bei uns am Stand präsentiert. Diese sogenannten Desktop UV-LED Direktdrucker, haben in den letzten Jahren nicht nur den österreichischen Markt im Sturm erobert. Durch ihre fast endlosen Anwendungsmöglichkeiten werden diese Flachbettdrucker nicht nur im Bereich der Werbetechnik und Werbemittel eingesetzt, sondern haben auch ihren erfolgreichen Weg in die Industrie im Bereich von Beschriftung von Elektronikbauteilen, Musikinstrumenten, Anlagenbau und vielem mehr weitergeführt. Die neue Serie führt diesen Weg nahtlos weiter.“ So konnte Kalle Repromedia auch direkt auf der Messe bereits Aufträge entgegennehmen.

Noch schnelleres Drucken, ein exzellentes Druckbild und vor allem die neue Tintenserie LUS 120 machen das Anwendungsspektrum und die Produktionsmöglichkeiten noch breiter, noch zuverlässiger und noch kreativer.



Neue UV-LED Tinten von Mimaki

Die Mimaki LUS 120 UV-LED Tinte ist aber nicht nur in den neuen UV-LED Desktopdruckern von Mimaki einsetzbar, vielmehr ist es die neue „Wundertinte“ von Mimaki, preislich absolut interessant, zeichnet sie sich durch eine hohe Haltbarkeit und vor allem einer höheren Flexibilität aus. Dies führt dazu, dass die neue LUS 120 Tinte in vielen anderen UV-Drucksystemen ihren Einsatz findet.

Wie zum Beispiel in der neuen Mimaki UJV55-320. In einer Breite von 3,20 Meter zu drucken, war für viele ein interessanter Traum aber meist aufgrund des hohen Preises nicht finanzierbar. Nun bietet Mimaki mit der UJV55-320 eine UV-LED-Direktdruck-Maschine der Sonderklasse um einen Sonderpreis. Damit wird nicht nur der aktuellen Trends Rechnung getragen, sondern vor allem auf die extrem wachsende Nachfrage der Spannrahmen Werbung erfolgreich reagiert.

Einer der Kunden, der die Messe gleich für eine Bestellung nutzte, betreibt die UJV55-320 mit der LUS120 Tinte genau für den Bereich der Spannrahmen und Großflächenwerbung. Die Begeisterung über die neuen Möglichkeiten und die neuen enormen Umsatzsteigerungen aufgrund dieser Investition lassen ihn sogar die kurzfristige Anschaffung einer zweiten Maschine überlegen. „Es ist als hätten alle auf solche Möglichkeiten gewartet“.

Die Erfolgsgeschichte der LUS120 zieht aber noch größere Kreise: auch der bereits bewährte und einer der beliebtesten UV-Direktdrucker in Europa, der Mimaki JFX200, ist nun auf Wunsch mit der LUS120 lieferbar.

Strukturdruck live auf der Xfair

Karl Pölderl weiter: „Für die Präsentation auf der Xfair haben wir uns von ganz speziellen Anwendungen unserer Kunden inspirieren lassen – dem Strukturdruck: Druck fühlbar machen, zu spüren und zu erleben, das war unsere Herausforderung und so haben wir auf der Messe Holz, Lederoptik oder Steinmuster edruckt. Ein Erlebnis für jeden Besucher: Brailleschrift auf Informationstafeln, Hotelzimmernummern, aber auch im Bereich Ladenbau findet diese Art des haptischen Drucks ihre Anwendungen. Dadurch ergeben sich ganz neuen Verwendungszwecke und die Basis für ein gesundes Wachstum der Betriebe unserer Kunden. Die Kombination von Mimaki JFX200, der neuen LUS 120 UV-LED Tinte und die Starren Medien von Vink Austria gibt unseren Kunden die Sicherheit, ihrer Kreativität nachhaltig und mit hoher Qualität in die Tat umzusetzen“.

Mimaki auf der Labelexpo

Das japanische Unternehmen will auf der Labelexpo im September unter den Motto „Gain an Unfair Advantage“ ihre Lösungen für dieses Marktsegment präsentieren. „Die Markeninhaber suchen zunehmend nach Möglichkeiten, sich mit ihren Etiketten und Verpackungen spürbar vom Markt abzuheben“, so Ronald van den Broek, General Manager Sales von Mimaki Europe.

In Brüssel will Mimaki mit dem Flachbettdrucksystem vom Typ UJF-7151-plus den Direktdruck auf starre Substrate vorführen: qualitativ hochwertige Typenschilder für die Industrie und andere Beschilderungen. Zusätzlich wird ein kleines Laserschneidegerät in Verbindung mit einem Drucker starre Etiketten endverarbeiten. Darüber hinaus will das Unternehmen Print & Cut-Lösungen für qualitativ hochwertige Spezialetiketten unter Einsatz der Farbe Silber vorstellen.



ECO³

Ecological, Economical
and Extra Convenience

(umweltfreundlich, wirtschaftlich
und besonders praktisch)

Agfa Graphics engagiert sich für nachhaltige Innovationen, die sich auf das Prinzip ECO³ fokussieren. Wir möchten sowohl für chemiefreie als auch für herkömmliche Plattensysteme saubere und wirtschaftliche Lösungen entwickeln, die einfacher zu bedienen und zu warten sind.

www.agfagraphics.com

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Oki schließt seine Niederlassung in Österreich

Wieder ein internationales Unternehmen, das sich mit einer eigenständigen Niederlassung aus Österreich zurückzieht. Um „...mit Hilfe stärkerer Zentralisierung den Support für die Händler systematisch auszubauen (...) hat sich die Geschäftsführung von OKI Europe entschlossen, einige Länderbüros, wie etwa das in Österreich und in den Niederlanden, zu schließen und mit den bestehenden Strukturen zusammenzulegen“, heißt es dazu in einer offiziellen Mitteilung. Selbstverständlich seien die OKI Produkte nach wie vor in diesen Ländern über den Fachhandel erhältlich, und die Fachhandelpartner würden weiterhin von den vor Ort ansässigen Vertriebsmitarbeitern betreut. Weitere Länder, für die diese Umstrukturierung gilt, sind Spanien, Irland, Finnland, Ukraine, Norwegen und Ungarn.

Mittlerweile hat Oki auch personell seine neue Struktur angepasst und Thomas Seeber zum Vice President Central Region berufen. Er übernimmt damit die Verantwortung und Steuerung der Länder Deutschland, Österreich, Schweiz, Belgien und der Niederlande. Seeber, seit 2015 Vice President Channel und Distribution EMEA bei OKI Europe, ist somit formell Managing Director für die OKI Systems (Deutschland) GmbH, zu der auch die österreichische Niederlassung gehört, sowie für OKI Systems Holland. Seebers Ziel ist es, die Position von OKI als Spezialist für professionelle Drucklösungen und Smart Managed Document Solutions weiter auszubauen. „Wir wollen unsere Anteile im Office-Bereich sowie in den vertikalen Märkten vergrößern und unsere Strategie erfolgreich umsetzen“, erklärt Thomas Seeber. „Dazu gehört, neue Fachhändler für OKI zu gewinnen, die mit unseren

Zielmärkten vertraut sind, um OKI am Markt zu stärken und voranzutreiben.“

In seiner neuen Position übernimmt Seeber das Österreichgeschäft von Karl Hawlik, der als General Manager Value Channel zum europäischen Headquarter des Konzerns wechselt. Innerhalb des OKI Europe Sales Development Departments wird Karl Hawlik für den indirekten Sales Channel in der gesamten EMEA Region verantwortlich sein. Das europaweite Netzwerk an Fachhandelspartnern ist der größte OKI Sales-Kanal mit entsprechend qualifizierten Produkt- und Service-Anforderungen: „Gerade wenn es um Digitalisierung geht hat OKI hervorragende Konzepte und Produkte am Start. Der Wandel bringt neue Chancen für den Fachhandel. Ich freue mich darauf, meine Erfahrungen auf europäischer Ebene einzubringen“, so Karl Hawlik.



Konica Minolta: neuer Geschäftsbereich für professionelle und industrielle Drucklösungen

Auch Konica Minolta passt sein Strukturen den aktuellen Gegebenheiten an und hat in Europa einen Geschäftsbereich für professionelle Drucklösungen (Professional Print Division) eingerichtet, in dem Charles Lissenburg seine neue Aufgabe als General Manager übernimmt. Er wird die Leitung der Teams übernehmen, deren Schwerpunkt auf der Bereitstellung von Produkten und Lösungen liegt, damit Kunden aus den Bereichen Akzidenz- und Industriedruck die Effizienz ihrer Geschäftsprozesse steigern und einen Mehrwert generieren können.

Die Einrichtung dieses neuen Geschäftsbereichs soll die wachsende Bedeutung des Industrie- und Akzidenzdrucks im Zuge der stärkeren Kundenorientierung von Konica Minolta und seines Einstiegs in Marketing-, Software- und Crossmedia-Services widerspiegeln. Dieses Services sollen neue Möglichkeiten für Druckanwendungen erschließen.

Vor seinem Einstieg bei Konica Minolta war

Lissenburg drei Jahre lang als Senior Vice President of Worldwide Sales, Imaging bei Nuance Communications tätig. Davor war er 14 Jahre lang bei EFI tätig und zuletzt für den weltweiten OEM-Vertrieb verantwortlich.

Industrie und Akzidenz

Lissenburg erklärte: „Wir möchten die großartigen neuen Umsatzchancen auf dem Industrie- und Akzidenzdruckmarkt nutzen. Im Zuge der Erweiterung unseres Produkt- und Lösungsangebots für den Highend-Akzidenz- und -Industriedruckmarkt müssen wir unseren Kunden unbedingt Daten- und Geschäftstools bereitstellen, damit sie diese neuen Marktmöglichkeiten erschließen können. Die Professional Print Division möchte ihr Digitaldruckgeschäft erweitern. Zu diesem will sie ihre Technologien zur Erfüllung der Anforderungen für den variablen Datendruck in kleinen Auflagen und kürzere Lieferzeiten nutzen und Lösungen zur Steigerung der Ef-

fizienz von Druck- und Geschäftsprozessen anbieten.“

Mit der Einführung seiner UV-Inkjet-Bogendruckmaschine AccurioJet KM-1 und seiner On-Demand-Etikettendruckmaschine bizhub PRESS C71cf sowie anderen wichtigen Entwicklungen im Verpackungs- und professionellen Druckbereich hat Konica Minolta in den letzten Jahren bereits wichtige Schritte für den Einstieg in den Industriedruck vollzogen.

Konica Minolta hat sich zum Ziel gesetzt – so Indy Nakagawa, Präsident der Konica Minolta Business Solutions Europe GmbH – seinen Erfolg im Farbdruck für mittlere Auflagen zu wiederholen und sich auch im Industriedruckmarkt als führender Anbieter zu etablieren. Dabei stehen wichtige industrielle Anwendungen wie Etiketten und Verpackungen im Mittelpunkt der Forschungsarbeit von Konica Minolta, wie seine Entwicklung neuer Drucktechnologie und Partnerschaften mit Unternehmen wie MGIDigital Technology eindeutig belegen.

»Die EDP Awards sind der renommierteste und wertvollste Technical Award für das digitale Print-Business in Europa.«



So die Stimme eines Teilnehmers.
Danke. Und herzlichen Glückwunsch den Gewinnern.

HARD/SOFTWARE Best robotics hardware: **swissQprint Rob** • Best layout, design and editing software: **Esko Artios CAD** • Best workflow technology: **Esko Automated Quality Assurance** • Best color management: **GMG Open Color** • Best special application software: **Ricoh Digital book printing solution** • **LARGE/WIDE FORMAT PRINTING** Best roll-to-roll printer up to 170 cm: **Canon Océ Colorado 1640** • Best flatbed/hybrid printer up to 20 m²/h: **Mutoh ValueJet 1638UH dual head LED UV** • Best flatbed/hybrid printer up to 250 m²/h: **swissQprint 4x4 version of Nyala 2** • Best print & cut solution: **Roland DG TrueVIS SG-Series** • Best object printer: **Mimaki UJF-3042/6042MkII** • Best textile printer roll-to-roll up to 100 m²/h: **Mimaki Tx300P-1800P** • Best textile printer roll-to-roll > 100 m²/h: **EFI VUTEk FabriVU 180/340** • **COMMERCIAL PRINTING** Best cutsheet printer color up to B3 < 200.000 A4/month: **Ricoh Pro C5200s** • Best cutsheet printer color up to B3 > 200.000 A4/month: **Kodak NexPress ZX 3900** • Best cutsheet printer color up to B3 > 600.000 A4/month: **Xerox Brenva HD** • Best cutsheet printer color B2 (+): **HP Indigo 12000 Digital Press** • Best webfed printer color < 550 mm width: **Canon Océ ProStream** • Best webfed printer color > 550 mm width: **HP Indigo 50000 Digital Press** • Best label printer > 321 mm web width: **HP Indigo 8000 Digital Press** • **PRINT & FINISHING SOLUTIONS** Best book printing solution: **Domino K630i book block solution** • Best folding carton solution: **KAMA FF 52i Folder Gluer** • Best corrugated solution: **Durst Delta WT 250** • Best textile solution: **SPGPrints Javelin** • **FINISHING** Best digital cutting system: **Zünd 3.6 kW Routing System RM-L** • Best laser cutting system: **Trotec Laser SP2000** • Best cutsheet finishing solution offline B2: **SEI Laser PaperOne 5000** • Best cutsheet finishing solution offline B1: **Highcon Beam** • Best enhancement solution: **Steinemann dmax/dfoil** • **CONSUMABLES** Best UV ink: **Agfa Graphics UV LED inks** • Best special application substrate: **Trotec Laser Digital print series** • **SPECIAL SOLUTIONS**: Best special: **Just LED proofStation 20 SP**



ist Mitglied der European Digital Press Association.



Xerox bringt drei neue Versant-Drucksysteme

Bessere Bildqualität, die Bearbeitung unterschiedlicher Materialien und Inline-Endverarbeitungs-Möglichkeiten sind das Aushängeschild der neuen Xerox-Modelle 180, 180 Performance Package und 3100 (im Bild rechts), mit denen sich der Hersteller sowohl an gewerbliche als auch an Inhouse-Druckereien wendet.

„Mit den Produktivitäts-, Automatisierungs- und Inline-Endverarbeitungsmodulen der Versant konnten sich unsere Drucksysteme weltweit als fester Bestandteil bei tausenden kommerziellen Dienstleistern und Inhouse-Druckereien etablieren“, so Ragni Mehta, Vice President und General Manager, Cut Sheet Business. „Die neue Versant-Produktfamilie bietet verbesserte Automatisierungsfunktionen, was die Verfügbarkeit erhöht,



die Makulatur reduziert, die Durchlaufzeiten verkürzt sowie die Anwendungsmöglichkeiten erweitert.“

Die Drucker seien leistungsfähiger, schaffen mehr Output und verfügen über Inline-Automatisierungstools wie ein Spektralfotometer, einen Booklet-Maker für randlos bedruckte Broschüren, eine Stanze, einen Squarefold-Trimmer und weitere verbes-

serte Endverarbeitungswerkzeuge für Druckerzeugnisse aller Art. Die Drucksysteme sind vielfältig einsetzbar: von zugeschnittenen und fertigen Prospekten und Direktmailings über Schilder bis hin zu Berichten oder randlos bedruckten Magazinen, für verschiedene Materialien und unterschiedliche Größen, angefangen bei Briefumschlägen bis hin zu 660 mm langen Bannern.

Integrierbare mobile Hybriddrucklösung: Digi-M-Jet von Memjet und Digikett

Memjet und die deutsche Digikett GmbH haben auf der Doxnet-Jahreskonferenz und -Ausstellung vom 19. bis 21. Juni die hybride Tintenstrahl-Farbdrucklösung namens Digi-M-Jet mit Memjet-Technik präsentiert. Das System sei ein revolutionärer mobiler und vollfarbiger All-in-one-Druckturm, der von einer Druckmaschine an die andere gewechselt werden kann. Dank dessen Vielseitigkeit werde die Nachrüstung von Rollen-, Bogenoffset und Flexodruckmaschinen sowie von Weiterverarbeitungslösungen für den vollfarbigen Duplexdruck variabler Daten zum Kinderspiel.

Bill Brunone, General Manager der Commercial Business Unit von Memjet, kommentiert: „Die heutige Druckbranche ist hart umkämpft. Druckdienstleister müssen sich aktiv um die Zufriedenheit ihrer Kunden bemühen, um sich weitere Druckaufträge zu sichern. Aus diesem Grund ist der Digi-M-Jet eine unerlässliche Ressource für moderne Druckbetriebe. Durch die Integration in bestehende Systeme können Druckdienstleister kostengünstig gewährleisten, dass für jeden Auftrag – unabhängig von Umfang, Farbvorgaben und kundenspezifischen Anforderungen – stets die richtige Lösung zur Hand ist.“



Die Lösung mit fünf Farbdruckköpfen vereint laut Anbieter maximale Flexibilität mit herausragender Druckqualität und Geschwindigkeit. Sie kann alleine eingesetzt oder in bestehende Papierbahnen – mit oder ohne Führungslochrand – integriert werden. Diese Kombination der Flexibilität des Digi-M-Jets mit der Druckqualität der Memjet-Druckköpfe eröffne unzählige Möglichkeiten für Hybriddruckanwendungen und spart Zeit und Geld durch den Einsatz in bereits bestehende Papiertransportsysteme.

Universalwerkzeug für Offsetdrucker

Zudem funktioniert der Digi-M-Jet nach dem Baukastensystem: Zwei Drucktürme ermöglichen einen farbigen High-Speed-Inkjet-Druck im Groß- oder Duplexformat und erreichen dabei eine Auflösung von 1600 x 1375 dpi bei Geschwindigkeiten bis zu 102 m/Min. Werden bis zu vier Drucktürme verwendet, können stündlich bis zu 35.000 A4-Seiten im Großformat gedruckt werden, variable Inhalte und Duplexfunktion eingeschlossen.

Das System wird über ein direkt in das Gerät integriertes Touchpad gesteuert. Ein separater Computer zur Steuerung ist nicht erforderlich. Dank dieser All-in-one-Integration können Prozesse vereinfacht und technische Probleme oder Pannen vermieden werden, die häufig in Verbindung mit freistehenden Computern entstehen.

Mark Bracht, Inhaber und Geschäftsführer der Digikett GmbH: „Der neue Digi-M-Jet ist ein Universalwerkzeug für Offsetdrucker. Als schnelle und kostengünstige Lösung bietet er sämtliche Vorteile des Digitaldrucks auch für Flexo- und Offsetdrucker. So können Druckdienstleister nicht nur in ihren vorhandenen Maschinenpark investieren, sondern auch neue Sparten und Services anbieten, die üblicherweise für Digitaldrucker mit vollfarbigen, variablen Aufträgen geeignet sind. Diese Kombination aus neuen Möglichkeiten und Wirtschaftlichkeit machen den Digi-M-Jet zu einem hervorragenden Produktionsmittel für Druckerzeugnisse aller Art.“

Canon und die digitale Herausforderung Neupositionierung im Businessbereich

Mit einem Canon Business Forum 2017 am 28. und 29. Juni im Wiener Allianz Stadion des SK Rapid Wien hat Canon seinen aktuellen Ansatz für den Business-Bereich präsentiert. Auf 2.000 m² wurden mit 30 realen Arbeitsumgebungen die Branchenlösungen dargestellt.

„Die Art und Weise, wie wir mit Bildern, Dokumenten und Informationen umgehen, hat sich in den letzten Jahren drastisch verändert“, erklärte Mag. Peter Saak, Geschäftsführer Canon Austria GmbH die Herausforderung durch die digitale Revolution. „Wir wollen mit unseren Kunden gemeinsame Wege gehen, um für sie die bestmögliche Lösung für ihre Herausforderungen im Bereich Informations-, Dokumenten- und Pro-

zessmanagement zu finden“, so Peter Saak. Als einziger Anbieter am Markt verfolge Canon mit seinem Portfolio einen ganzheitlichen Ansatz: Von der Bilderfassung über das Editieren, Speichern, Verwalten, Verteilen, Betrachten bis hin zum Druck werden sämtliche Bereiche der Imaging- und Informations-Welt abgedeckt. „Der Canon B2B Bereich umfasst alle relevanten Bereiche für Geschäftskunden und beinhaltet Druck- und Dokumentenmanagement-Lösungen für kleine und mittlere Unternehmen, Konzerne und den öffentlichen Sektor. Im Canon B2C Bereich wiederum finden sich Office-Lösungen für KMU, Foto- und Dokumentendrucker, Scanner, Taschenrechner, Ferngläser, digitale Kompakt- und Spiegel-

reflexkameras, Objektive, Videokameras und Zubehör.“

Wolfgang Mantler, Head of Marketing & Sales Excellence der Business Gruppe bei Canon Austria: „Canon hat im Zuge der Neupositionierung seines Produkt-, Lösungs- und Dienstleistungsportfolios insgesamt fünf Kernbereiche identifiziert – Differenzieren, Beschleunigen, Transformieren, Vereinfachen und Weiterentwickeln – die den Erfolg und die Effizienz von Unternehmen steigern. In jedem einzelnen lassen sich die Angebote von Canon einordnen. Die Kernbereiche sind auch gleichzeitig ‚Leistungsversprechen‘ des Canon Angebots: Die Antwort von Canon auf den jeweiligen Bedarf des Kunden“.

Canon/Océ erweitert Varioprint- Inkjetportfolio

Im professionellen Druckbereich hat Canon die Varioprint-i-Serie um die 200er erweitert – ein Inkjet-Bogendrucksystem mit einer Druckgeschwindigkeit von 200 A4-Seiten/Min. Mit dem neuen Modell profitieren laut Anbieter auch Anwender mit niedrigerem Druckvolumen von den Vorteilen der bereits eingeführten 300er.

Die Einführung der neuen Generation des Prismasync-Controllers bietet für die beiden Modelle durchgängig native PDF-Workflows, erweitert die Anwendungsvielfalt und erhöht die Produktionseffizienz. Die 200er wie die 300er verfügen über eine optimierte Materialzuführung, die es Druckdienstleistern ermöglicht, Registerblätter und vorgestanzte Medien zu verarbeiten. Diese zusätzliche Medienflexibilität stehe auch bestehenden Varioprint-i-300-Anwendern als Upgrade zur Verfügung, heißt es.

Das neue Inkjet-Bogendrucksystem profitiert von den gleichen patentierten Tinten-, Druckkopf- und Papierhandhabungs-Techniken wie die Varioprint-i-300. So können Druckdienstleister mit hoher Geschwindigkeit auf einer Vielzahl von Medien produzieren – inkl. gestrichenen, ungestrichenen und für den Inkjet behandelten Papieren. Das neue System wurde entwickelt, um das Volumenband zwischen dem tonerbasierten Vollfarb-Bogendrucksystem namens Imagepress C-10.000-VP (100 Seiten/Min.) und eben der 300er (300 Seiten/Min.) zu schließen.

Im Fokus der Entwicklung hat laut Canon auch die Investitionssicherheit für den professionellen Anwender gestanden: Unternehmen mit einer Varioprint i-200 könnten bei steigenden Anforderungen auf die 300er hochrüsten, ohne das System auszutauschen zu müssen.

OKI launcht kompaktesten A3 Weißtonerdrucker

OKI präsentiert einen weiteren Neuzugang in seinem Graphic Arts Portfolio: Der A3-Weißtoner-Drucker OKI Pro8432WT punktet mit besonders hochwertiger Deckweiß-Qualität, kompaktem Design und einfacher Bedienung. Der Printer kann alle relevanten Transfermedien bedrucken und sorgt dafür, dass das Motiv in nur einem Schritt auf die zu bedruckende Fläche übertragen wird.

Der neue OKI Pro8432WT bietet vollen Funktionsumfang auf kleinster Stellfläche und ist damit auch für kleine Designstudios und Druckereien geeignet. Mit schnellen Umsetzungszeiten stellt er für die Grafikbranche eine Alternative zum Siebdruck-Verfahren dar und eröffnet neue Geschäfts-

felder im Bereich Textil- und Dekorationsdruck auf nahezu jedem Untergrund. OKI macht außerdem ein überzeugendes Angebot zur schnellen Amortisation: Die Preise für den Weißtoner wurden halbiert und der Drucker wird mit zwei zusätzlichen Weißtoner-Kassetten ausgeliefert.

Die hohe Deckqualität des Weißtoners ermöglicht vollfarbige Transferdrucke auf Untergründen in jeder Farbe. Mit der Übertragung des Motivs auf das Druckmedium in nur einem Schritt entfällt mühsames und zeitaufwändiges Zuschneiden oder Ausstanzen. Der neue OKI Weißtoner-Drucker ist mit allen relevanten Transfermedien inklusive den neuesten Niedrigtemperatur-Transfermedien einsetzbar. Die Druck-

Übertragung gelingt auf nahezu jedem Material wie z.B. Baumwolle, synthetischen Stoffen, Glas, Metall, Acryl oder sogar Holz. Dieser einfache Transferdruck in nur einem Schritt lässt eine sehr schnelle und kosteneffiziente Produktion zu. Er verwendet darüber hinaus spezielle Fixier- und Toner-Technologien für besonders deckendes Weiß und langanhaltende, leuchtende Farben.

„Der Pro8432WT ist die perfekte Lösung für zahlreiche Anforderungen im grafischen Bereich. Er punktet mit innovativer Technologie, einem beeindruckend schnellen ROI und extremer Vielseitigkeit im besonders kompakten Design“, erläutert Heiko Thomson, Senior Manager Product Marketing bei OKI.

Nach Umstrukturierung zum „digitalen“ Unternehmen Heidelberg auf Wolke Sieben: Der Gewinn soll sich verdreifachen

Mit einem ordentlichen Plus reagierte die Aktie der Heidelberger Druckmaschinen AG nach dem jüngsten Verlautbarung zu den Geschäftsergebnissen des Unternehmens. Zum Einen teilte man für das mit Ende März endende Geschäftsjahr 2016/2017 die endgültige Rückkehr in die Gewinnzone mit, zum Anderen sei die Transition in ein digitales Unternehmen voll im Gange.

Nachhaltige Rückkehr in Gewinnzone

Jedenfalls habe mit einer erneuten Verbesserung des Nachsteuergewinns auf 36 Mio. Euro (Vorjahr: 28 Mio. Euro) – basierend auf vorläufigen Zahlen – die Heidelberger Druckmaschinen AG im Schlussquartal des Geschäftsjahres 2016/2017 (1. Januar 2017 bis 31. März 2017) bei Umsatz und Ergebnis den „besten Wert seit 2008“ erzielt. Laut Rainer Hundsdörfer, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens, sei damit dem Konzern im Gesamtjahr die avisierte nachhaltige Rückkehr in die Gewinnzone gelungen. Auch der Free Cashflow verbesserte sich von –32 Mio. auf +24 Mio. Euro. Heidelberg sieht darin eine Bestätigung der bereits eingeleiteten strategischen Ausrichtung hin zu einem digitalen Unternehmen. Für noch bessere Laune sorgt schließlich der mittelfristige Ausblick, den der Druckma-

schinenkonzern vorgelegt hat. Bis zum Jahr 2022 will Heidelberger Druck den Umsatz auf 3 Milliarden Euro steigern nach 2,5 Milliarden Euro im vergangenen Geschäftsjahr. Auf EBITDA-Basis wollen die Heidelberger ihren operativen Gewinn von 179 Millionen Euro auf einen Betrag zwischen 250 Millionen Euro und 300 Millionen Euro steigern, unter dem Strich soll sich der Gewinn von 36 Millionen Euro auf 100 Millionen Euro fast verdreifachen. „Wir haben die Erfolgsfaktoren hierfür definiert und bereits die ersten Maßnahmen eingeleitet. Damit beginnt für Heidelberg eine neue Wachstumsära“, so Rainer Hundsdörfer.

Heidelberg wächst durch Zukäufe

Zu den von Hundsdörfer genannten Maßnahmen gehören wohl zuallerst auch Akquisitionen:

Anfang Juni die Übernahme der Docufy GmbH in Bamberg, ein Hersteller professioneller Softwarelösungen für die Technische Dokumentation und „erster Anbieter von Multi-Level-Dokumentation“, so Heidelberg wörtlich. Die angebotenen Lösungen sollen die Prozesse zur Erstellung Technischer Dokumentationen optimieren und diese entlang der Wertschöpfungskette für alle Unternehmensbereiche digital verfügbar machen. Das Unternehmen erwirtschaftete

zuletzt einen Umsatz von rund 6,5 Mio. Euro. Docufy beschäftigt etwa 80 Mitarbeiter.

Zuletzt kam die Nachricht, dass Heidelberg vom Technologiepartner Fujifilm Europe das Geschäft mit Lacken und Drucksaal-Chemikalien in der Region EMEA mit 25 Millionen Euro Umsatzvolumen übernehmen würde. Man verdreifache damit das Geschäftsvolumen in dieser Sparte, heißt es von Seiten des Unternehmens. „Die Übernahme des Lack- und Drucksaal-Chemikaliengeschäfts von Fujifilm in EMEA hilft uns dabei, ein digitales Unternehmen zu werden und unseren Kunden ein Gesamtangebot von der Technologie, über die Verbrauchsmaterialien bis hin zum Service anbieten zu können“, so Hundsdörfer.

Neue Strukturen für Heidelberg digital

Unter dem Motto: „Heidelberg goes digital!“ wurde die Konzernstruktur für die digitale Zukunft des Unternehmens bereits zum 1. April 2017 angepasst. Hierfür wurden die Segmente Heidelberg Digital Technology (HDT) und Heidelberg Digital Business & Services (HDB) etabliert. Bei HDT sind das Sheetfed-Offset-Geschäft, der Etikettendruck und die Druckweiterverarbeitung zusammengefasst; hier werden die passenden Technologien und Produkte auch für neue Geschäftsmodelle entwickelt, produziert und vermarktet. Bei HDB steuert Heidelberg seine Geschäfte mit Services und Verbrauchsmaterialien, Gebrauchsmaschinen sowie die digitalen Drucktechniken und Lösungen entlang der Wertschöpfungskette. Das dritte Segment Heidelberg Financial Services (HDF) wird unverändert weitergeführt. Im neuen Geschäftsjahr werden hierfür zahlreiche Maßnahmen eingeleitet und zum Teil bereits umgesetzt.

Für das laufende Jahr peilt Heidelberger Druck eine Gewinnspanne auf EBITDA-Basis zwischen 7,0 Prozent und 7,5 Prozent an. Aus der neuen Strategie erwartet die Gesellschaft vor allem ab dem kommenden Geschäftsjahr 2018/2019 „kontinuierlich steigende Umsätze“. Für das laufende Jahr erwarte man noch einen Umsatz auf dem Niveau des vergangenen Geschäftsjahres 2016/2017.

Neue manroland web productions als unabhängige Fertigungsfirma

Wie bereits angekündigt hat manroland web systems nun seine Produktion ausgeliefert - am 12. Juni 2017 wurde die neue manroland web produktionsgesellschaft mbH gegründet – eine Schwester der manroland web systems GmbH in der Possehl-Gruppe. Das neue Unternehmen wird zukünftig als Fertigungsunternehmen für sämtliche Branchen agieren. Sie bietet als Komplettlieferant somit vom Konstruktionsdesign über die Fertigung verschiedenster Bauteile bis hin zur Montage, Verdrahtung, Inbetriebnahme und Qualitätsprüfung alle Leistungen aus einer Hand. „Wir verbinden mit dieser Investition das Ziel, beide Unternehmungen mit einer eigenen Identität und fokussierten Geschäftszwecken unabhängiger vom weiterhin schrumpfenden Markt für neue Druckmaschinen zu machen und dadurch die Beschäftigung am Standort Augsburg zu halten“, erläutert Uwe Lüders, Vorstandsvorsitzender der L. Possehl. Rund 280 Mitarbeiter der manroland web systems GmbH setzen ihre Beschäftigung im neuen Unternehmen zu gleichen Bedingungen fort. Zum Geschäftsführer wurde Franz Gumppe bestellt, der zuletzt bei manroland web systems die Bereiche Produktion, Einkauf und IT verantwortete.

2-in-ONE APP



EIN NEUER WEG ZUR INTERAKTION MIT UND ENGAGIEREN VON LESERN

Eine App mit **aktuellen Nachrichten** und der **e-Zeitung**,
alles in einem!

Perfektes Leseerlebnis für **jede Bildschirmgröße**

Fähigkeit alles **zu kommentieren** und mit Freunden über soziale Netzwerke **zu teilen**

Neue **Werbemöglichkeiten**



ANSPRECHENDES WEBDESIGN



Reshape your news!

NEWSMEMORY

info@tecnavia.com - WWW.TECNAVIA.COM

200 Jahre Koenig & Bauer

Von der Klosterschmiede zum industriellen Druck

Im August wird die Koenig & Bauer AG (KBA) in Würzburg 200 Jahre alt. Aus der weltweit ersten Schnellpressenfabrik von 1817 ist ein international führender Drucktechnikkonzern mit einem einzigartig breiten Portfolio an Print-Lösungen entstanden. Gefei-ert wird der runde Geburtstag vom 21. bis 23. September. Dann soll es auch Neuigkeiten zur Strategie und zum Marktauftritt im nächsten Firmenjahrhundert geben.

Durchbruch in London

Im frühen 19. Jahrhundert gab es in Deutschland noch keine risikofreudigen Geldgeber und kein industrielles Umfeld. Also reiste der gelernte Drucker und unermüdliche Erfinder Friedrich Koenig 1807 nach London, um seine Vision einer von einer Dampfmaschine angetriebenen Druckpresse umzusetzen. Dort traf er den Feinmechaniker Andreas Bauer und 1814 wurde The Times als erste Zeitung auf ihrer Doppelzylindermaschine produziert. Damit schufen die beiden die Basis für den industriellen Druck und den Zugang breiterer Bevölkerungsschichten zu Printmedien.



Am 9. August 1817 unterzeichneten Friedrich Koenig und Andreas Bauer den Gründungsvertrag der Schnellpressenfabrik Koenig & Bauer im Kloster Oberzell bei Würzburg und 1823 wurde die Haude und Spenersche Zeitung in Berlin als erste Publikation auf dem europäischen Kontinent auf Maschinen aus Oberzell gedruckt.

1833 verstarb Friedrich Koenig. Seine Witwe Fanny und Andreas Bauer setzten sein Werk fort. Neue Maschinen wurden entwickelt und 1838 bereits die hundertste ausgeliefert. Junge Fachkräfte gingen weg und gründeten eigene Fabriken. So wurde Oberzell zur Wiege des deutschen Druckmaschinenbaus. 1860 ging die Gründerzeit der Firma mit dem Tod von Andreas Bauer zu Ende.

Die beiden Söhne Wilhelm Koenig und Friedrich Koenig jr. entwickelten neue Maschinen, modernisierten die Betriebsabläufe und führten soziale Neuerungen ein. Nach der 1855 gegründeten Fabrikkrankenkasse entstand 1865 eine Fabriksparkasse und 1868 die Fabrik-Fortbildungsschule als Vorläuferin der heutigen Werkberufsschule in Würzburg.

Ära des Rollendrucks beginnt

Die erste Hochdruck-Rollenrotation lieferte Koenig & Bauer 1876 nach Magdeburg. 1886 kreierte Wilhelm Koenig die variable Rotationsmaschine, 1888 die erste Vierfarbenrotation

und Spezialmaschinen für luxuriöse Drucksachen. Zusätzlich beschäftigte er sich mit dem Wertpapierdruck, in dem Koenig & Bauer später zum Technologieführer wurde. 1895 verließ die 5000. Schnellpresse das Werk.

Von 1895 bis in die 20er-Jahre standen Albrecht Bolza, ein Enkel des Gründers, und Constantin Koenig an der Spitze. Am heutigen Standort des Stammwerkes entstand 1901 eine neue Fabrik. Die 225 m lange Fertigungshalle war damals eine der größten in Deutschland. Illustrations- und Tiefdruckrotationen wurden geliefert, die Entwicklung der Bogenmaschinen vorangetrieben. Neben Druckmaschinen gingen Prägepressen und Plattengießmaschinen in alle Welt.

Zerstörung und Wiederaufbau

Nach dem 1. Weltkrieg erwarb sich Dr. Hans Bolza, ein Urenkel Friedrich Koenigs, bei der Wiederherstellung abgerissener Auslandsbeziehungen große Verdienste. Er wurde 1920 in den Vorstand des in eine Aktiengesellschaft umgewandelten Unternehmens berufen und war von 1931 bis 1971 Vorstandsvorsitzender.

Die Hyperinflation in den 20er-Jahren überstand Koenig & Bauer dank der neu entwickelten Sammeldruckmaschine namens Iris für farbige Banknoten. Im März 1945 zerstörten Bomben und Artilleriegranaten die Würzburger Werke. 1946 begann der Wiederaufbau. Mit einem Grundkapital von 4,1 Mio. DM startete Koenig & Bauer 1949 nach der Währungsreform in das deutsche Wirtschaftswunder. 1952 begann die Zusammenarbeit mit dem Wertpapierdruckexperten Gualtiero Giori. Ein weiterer wichtiger Meilenstein war 1951 der Eintritt des jungen Konstrukteurs Dr. Hans-Bernhard Schünemann aus einer Bremer Verlegerfamilie. Sein erstes von über 250 Patenten war die Modifikation des sog. Malteser Kreuzes für die von ihm konstruierte Bogentiefdruckmaschine Rembrandt MT III. 1959 adoptierte Dr. Hans Bolza den begnadeten Konstrukteur.

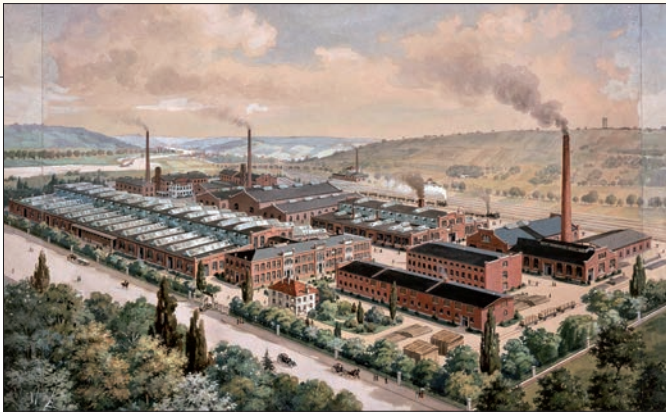
Von 1971 bis 1995 war Dr. Bolza-Schünemann fast 25 Jahre lang Vorstandsvorsitzender und Initiator der ab 1990 entstehenden KBA-Gruppe. Anschließend leitete sein enger Partner, der langjährige Finanzvorstand Reinhart Siewert, erfolgreich das Unternehmen. Nach der Jahrtausendwende folgten Albrecht (2003 bis 2009) und Claus Bolza-Schünemann (seit 2011) als Vertreter der sechsten Familiengeneration an der Spitze des Vorstands.

Trotz der wachsenden Offsetkonkurrenz in den 60er- und 70er-Jahren hielt Koenig & Bauer bei Bogen- und Rollendruckmaschinen noch lange am bewährten Hochdruckverfahren fest. Neben den gemeinsam mit De La Rue Giori entwickelten Banknotendruckmaschinen und den Rembrandt-Bogentiefdruckanlagen waren die Zweitourenmaschine namens Condor und die ab 1963 gelieferte Rotafolio für Wickelplatten weltweit sehr erfolgreich.

High-Performance im Bogen seit 1974

Die erste Bogenoffsetmaschine zeigten die Würzburger auf der Drupa 1967 mit der Koebau-Rapida 0 im Halbformat. 1969 folgte die Rapida III im Mittelformat. Beide liefen mit max. 8000 Bogen/Std. 15.000 Bogen/Std. schnell war die Rapida SR III von 1974. Maschinen anderer Hersteller erreichten diese Leistung erst viel später.

1986 brachte Koenig & Bauer mit der Rapida 104 in Reihenaufbauweise eine sehr flexible Maschine mit 15.000 Bogen/Std. auf den Markt. Sie wurde 1992 zur neuen Tochter KBA-Planeta AG verlagert und war die Keimzelle für die heutigen Hochleistungs-Bogenoffsetmaschinen aus



Das neue Koenig & Bauer Werk aus dem Jahr 1981 in Würzburg. Im Bild linke Seite die Gründer Friedrich Koenig und Andreas Bauer. Unten der Zylinderzusammenbau in der Werkshalle um 1920

Radebeul. So ist die aktuelle Rapida 106 nach Herstellerangaben mit bis zu 20.000 Bogen/Std., extrem schnellen Jobwechseln und bis zu 19 Druck- und Veredelungswerken seit Jahren das Benchmark im Mittelformat.

Die heutigen Großformat-Baureihen vom Typ Rapida 145 und 164 gehen auf die in den 90er-Jahren in Radebeul mit Unterstützung aus Würzburg neu entwickelten Maschinen Rapida 142 und 162 zurück. Die Jumbos verdrängten andere Fabrikate aus vielen Druckereien und legten den Grundstein für die, wie es heißt, führende Position von KBA-Sheetfed in den großen Formatklassen. Dies bestätigte Radebeul 2003 mit der weltgrößten Bogenoffsetmaschine Rapida 205.

Wie die Franken bei Rollenmaschinen gingen die Sachsen bei Bogenmaschinen auf der Suche nach einfacheren und wirtschaftlichen Lösungen immer wieder eigene Wege. Beispiele waren die gemeinsam mit der israelischen Scitex Corp. entwickelte DI-Offsetmaschine namens 74 Karat mit Direktbebilderung der Druckplatten in der Maschine von 1997 und die Schwesternmaschine Rapida 74 G aus dem Jahr 2000. Beide waren mit Kurzfarbwerken für den wasserlosen Druck ausgestattet. Für diese unter Qualitäts- und Umweltgesichtspunkten zukunftsweisende Technik hat sich KBA in den letzten 20 Jahren besonders engagiert.

Bei innovativen Verfahren für die Inline-Veredelung, den Öko-Druck, den Wellpappen-Direktdruck oder jüngst den LED-UV-Druck war und ist KBA-Sheetfed oft Vorreiter. Der letzte Jahr erfolgte Einstieg in die Druckweiterverarbeitung und die zur Drupa angekündigte digitale Bogenmaschine namens Varijet 106 eröffnen weitere Perspektiven.

World Firsts im Rollendruck

In Würzburg begann die Rollenoffset-Ära 1969 mit der Commander. Mit der Zeit wurden die damals dominierenden Satelliten-Rollenrotationen immer komplexer. Anfang der 90er-Jahre begegnete man diesem Trend mit den Achterturmmaschinen namens Journal und Colora. Später kamen die einfachbreiten Baureihen Comet und Continent dazu. Mit den günstigeren Achterturmmaschinen erreichte man international viele neue Kunden, die zum Aufstieg zur Nr. 1 im Zeitungsdruck beitrugen.

Auch bei Rollenmaschinen wagten sich die Würzburger oft an Neues. So produzierte schon auf der Drupa 1995 eine Anilox-Express mit automatischem Plattenwechsel und Inkjetköpfen von Scitex im Überbau. Diese druckten digital in jedes Offsetexemplar wechselnde Karikaturen ein. Es sollte dann aber noch 18 Jahre dauern, bis die Inkjet-technik in Offsetrotationen eingesetzt wurden.

Auf der Drupa 2000 leitete KBA mit der weniger als 4 m hohen Cortina einen neuen Trend zu kompakten, hoch automatisierten Zeitungsrotationen ein. Neu im Zeitungsdruck waren auch der Verzicht auf Feuchtwerte, der in der Mitte auseinander fahrbare Achterturm, Einzelantriebe für jeden Zylinder und die komfortable Bedienung mit Liften an den Drucktürmen. Dem gleichen Konzept folgte 2007 die Commander CT im Nassoffset.

Schon in den frühen 90er-Jahren machte das World Wide Web erste

Gehversuche. Auch in der Drucktechnik betraten neue digitale Mitbewerber die Bühne. Im Zuge der wachsenden Online-Konkurrenz und der Finanzkrise brach 2008 der Neumaschinenmarkt für Offsetrotationen drastisch ein. 2011 stieg Koenig & Bauer in den Digitaldruck ein und zeigte auf der Drupa 2012 mit der Rotajet 76 die erste Inkjetrollenrotation. Heute werden mit den Rotajet-VL-Baureihen für den Dekordruck und der für die US-amerikanische HP Corp. gefertigten T-1100-S für Wellpappenverpackungen die größten Digitaldruckrotationen der Welt in Würzburg gefertigt.

Frühe Diversifizierung

1985 war Koenig & Bauer an die Börse gegangen. Mit der Übernahme der Albert-Frankenthal AG und der Planeta-Druckmaschinenwerke entstand Anfang der 90er-Jahre ein mittelständischer Konzern mit einem Umsatz von über 1,1 Mrd. DM. Unmittelbar nach der Jahrtausendwende trieb das Management die Diversifizierung in weniger vom Medienwandel betroffene Märkte voran. Mit dem Erwerb des Partners De La Rue Giori SA aus Lausanne sicherte das Würzburger Unternehmen 2001 seine führende Position im Banknotenmarkt. Der Kauf der Metronic GmbH öffnete ihm 2004 den großen Markt für industrielle Kennzeichnungssysteme. Die Akquisitionen von Bauer + Kunzi und LTG Print Systems mit anschließender Fusion zur KBA-Metalprint GmbH machten KBA 2006 zur Nr. 1 im Blechdruck. Mit der im Glaskörperdruck führenden KBA-Kammann GmbH und der im Segment flexibler Verpackungen tätigen KBA-Flexotecnica S.p.A. erweiterte man 2013 sein Angebot für den breit gefächerten Verpackungsmarkt. Dem gleichen Zweck diente 2016 die Übernahme eines spanischen Stanzmaschinenherstellers.



Die frühe Diversifizierung habe geholfen, den Strukturwandel in der Branchenkrise besser bewältigt zu haben als andere Druckmaschinenhersteller, heißt es. Zur Jahrtausendwende wurden noch über 60% des Neumaschinenumsatzes in von den Online-Medien bedrängten Märkten erzielt. Heute entfallen 90% auf die Wachstumsmärkte des Digital- und Verpackungsdrucks sowie auf den Sicherheitsdruck.

Mit der marktorientierten Neuausrichtung der Kapazitäten, der Einführung einer kundennahen Holdingstruktur und dem klaren Fokus auf zukunftsträchtigen Printmärkten hat sich der älteste Druckmaschinenbauer der Welt in den Jahren 2014 und 2015 auf die voranschreitende Digitalisierung und Globalisierung gut vorbereitet.

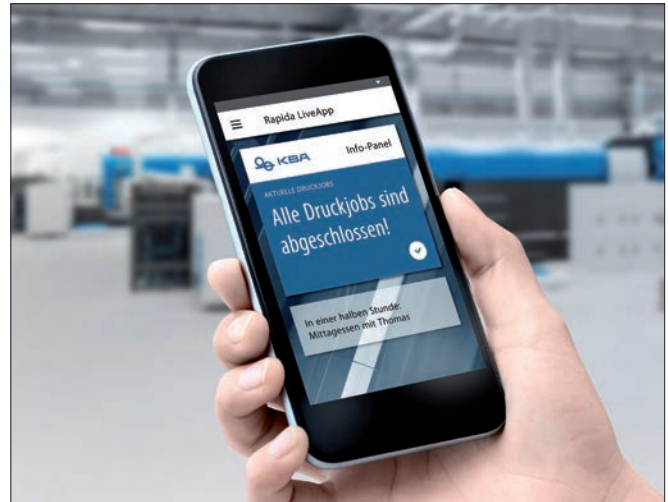
Heute werden mit analogen und digitalen KBA-Techniken Banknoten, Blechdosen, Bücher, Broschüren, Displays, Dekore, Etiketten, Glas- und Kunststoffbehälter, Karton- und Folienverpackungen, Kataloge, Lamine, Magazine, Reifen, Kabel, Smart Cards, Werbeflyer, Zeitungen und einiges mehr bedruckt, veredelt und teilweise weiterverarbeitet. Und wenn die technologische Diversifizierung in dem Tempo fortschreitet werden demnächst wohl noch neue Anwendungen dazukommen...

KBA ErgoTronic AutoRun: Autonomes Drucken als Bedingung für die industrielle Produktion

In Zeiten wie diesen ist es wichtiger denn je, Prozessabläufe in der Druckproduktion zu automatisieren, um die Leistungsfähigkeit der Technik voll auszuschöpfen. Mit ErgoTronic AutoRun präsentiert Koenig & Bauer jetzt die ihrer Meinung nach nächste Stufe der Prozessautomatisierung für die industrielle Produktion. ErgoTronic AutoRun startet den Auftragswechsel vollautomatisch, nachdem die Produktion des vorangegangenen Druckjobs abgeschlossen ist. Nach dem Auftragswechsel geht die Maschine automatisch wieder in Produktion. Dieser Kreislauf wiederholt sich, bis ein Bediener die Produktionskette manuell stoppt bzw. die vorbereitete Jobliste abgearbeitet ist. Bei Signaturwechsel oder Web-to-Print-Aufträgen muss nicht einmal der Rüstprozess konfiguriert werden. Der Start des Rüstens, der Auftragswechsel, der Start des Fortdrucks, die Farb- und Registerregelung – alles läuft ineinander verzahnt automatisch ab. Die Bediener überwachen den Prozessablauf und sind von weiteren Routinetätigkeiten befreit. Sie bestücken die Wechselschächte der Plattenwechsler mit neuen Druckplatten, stellen die benötigten Bedruckstoffe und Betriebsmittel bereit und wechseln – sofern nicht ebenso automatisiert – die Stapel. Haupteinsatzgebiet für ErgoTronic AutoRun ist der autonome Druck im Akzidenzbereich – beispielsweise bei kleinauflagigen Produktionen oder mehreren Signaturen bei umfangreicheren Produkten. Sprachwechsel sind eine weitere Anwendung. Auch Online-Druckbetriebe mit ihren hochstandardisierten und automatisierten Abläufen profitieren vom autonomen Drucken. In der Verpackung lässt sich der Rüstprozess nach dem Erreichen der Auflage vollautomatisch starten bzw. der Fortdruck läuft nach einem komplexen Auftragswechsel automatisch.

Rapida LiveApp macht Leitstand mobil

Auch beim Überwachen des Produktionsprozesses sind die Bediener zukünftig flexibler denn je. Sie tragen ihren mobilen Leitstand quasi in der Hosentasche. Per Smartphone und Rapida LiveApp sind sie immer mit ihrer Maschine verbunden – auch beim Kaffeetrinken in der Kantine. Ein Blick auf das Display infor-



miert darüber, welcher Auftrag gerade produziert wird und wie lange er noch läuft. So kann der Bediener selbst abschätzen, wann er wieder an der Maschine sein muss um beispielsweise die Druckplatten für den Folgeauftrag zu laden.

Neben dem Maschinenzustand informiert die LiveApp über alle Fakten zum Auftrag bis hin zu Energieverbrauch und CO₂-Emission pro 1.000 Bogen. Mit der Chargenerfassung lassen sich Verbrauchsmittel wie Papier und Farbe über einen QR-Code bzw. manuell erfassen und den jeweiligen Druckjobs zuordnen. Der Verwendungsort – z. B. ein bestimmtes Farbwerk – wird automatisch erkannt und im Datensatz mit abgespeichert. Ob Druckfarbe, Bedruckstoff, Gummitücher oder Platten: alle Daten stehen für die Nachverfolgung bis zur Lagerverwaltung zur Verfügung. Und das ohne weite Wege. Die Daten werden vom mobilen Gerät an den Leitstand gesendet und automatisch über die LogoTronic Professional per JMF an die Branchensoftware übergeben. Der integrierte Wartungsmanager weist auf die tagaktuellen sowie die folgenden Arbeiten zur Maschinenpflege hin.

Neue Europazentrale für Draabe/Condair

Unter dem neuen Namen Condair Systems hat der Spezialist für Direkt-Raumluftbefeuchtung, Draabe Industrietechnik GmbH, seinen neuen Standort in der neuen Europazentrale der Condair-Gruppe im deutschen Norderstedt bei Hamburg bezogen. Dieses Unternehmen gehört bereits seit 2001 zur Condair-Gruppe und verantwortet den Vertrieb der Raumluftbefeuchtungssysteme für Deutschland und Zentraleuropa. Der 8500 qm große Neubau zeigt, so das Unternehmen stolz, wie ein gesundes Raumklima dank modernster Gebäudetechnik nachhaltig und Energie-effizient realisiert werden kann. In weniger als einem Jahr Bauzeit ist direkt

am Hamburger Flughafen das neue europäische Produktions- und Logistikzentrums der Condair entstanden. Mit rd. 700 Beschäftigten gilt die Schweizer Gruppe als der führende Hersteller von gewerblichen und industriellen Luftbefeuchtungsgeräten und -anlagen. Am neuen Standort in Norderstedt hat sie die Produktionswerke aus vier europäischen Ländern zusammengeführt. In dem Gebäude werden auf rd. 8500 qm zunächst 130 Beschäftigte arbeiten, mittelfristig soll die Anzahl auf 200 steigen. Größter Wert sei auf die Einrichtung gesundheitsfördernder und innovativer Arbeitsplätze gelegt worden, heißt es. Für ein optimales Innenraumklima kämen In-

novationen und Technik aus dem eigenen Produktportfolio zum Einsatz. Neben einer dezentralen gasbetriebenen Dampfluftbefeuchtung mit integrierter Wärmerückgewinnung sind zusätzlich diverse Direkt-Raumluftbefeuchter in den Produktions- und Verwaltungsbereichen installiert. Das ermöglichen die Abdeckung von Befeuchtungsspitzen – zum Beispiel im Winter – sowie die lokale Sicherstellung einer gesunden relativen Luftfeuchte zwischen 40 und 60%. Die Temperatur liegt ganzjährig konstant zwischen 22 und 24° Celsius und wird über eine umschaltbare Heiz-/Kühldeckenanlage mit aktiver Nutzung der Gebäudemasse geregelt.



Höchstleistung für perfekten Druck

Inspiziert von der Reinheit des schnee-
reichen finnischen Winters, ist dieses
Papier unglaublich weiß und daher ideal
für die Präsentation Ihrer Kreationen. Mit
seiner außergewöhnlichen Druckqualität
ist LumiSilk die perfekte Wahl für Kunst-
drucke, Zeitschriften und Werbeveröf-
fentlichungen.

Lumi setzt neue Maßstäbe in Bezug
auf Nachhaltigkeit, Bedruckbarkeit und
Leistungsfähigkeit.

Erfahren Sie mehr über LumiSilk
und das glänzende LumiArt auf
www.storaenso.com/lumi

Stora Enso Austria GmbH in
Kooperation mit Grafolit Austria GmbH
Telefon: 0664 738 50 839.



storaenso

Synergien locken: GUK übernimmt MB Bäuerle

Der Falzmaschinenspezialist GUK aus dem deutschen Wellendingen hat mit Wirkung vom 19. Juni die Gesellschafteranteile von MB Bäuerle erworben. Der bisherige Hauptgesellschafter und Geschäftsführer Dieter Busenhardt ist aus dem Unternehmen ausgeschieden. Die Unternehmensleitung werde wie gewohnt fortgeführt und dabei künftig von Stefanie Faulhaber sowie Herbert Herrmann unterstützt, der durch seine langjährige frühere Tätigkeit bei MB Bäuerle über weitreichende unternehmensspezifische Kenntnisse verfüge. Bereits im November 2012 schien es, als ob die damals insolvente MB Bäuerle nicht mehr zu retten wäre. Doch in letzter Minute stieg der Schweizer Dieter Busenhardt als In-

vestor gemeinsam mit drei ausländischen MB-Vertretungen ein und übernahm das Unternehmen samt 106 Mitarbeitern und 18 Auszubildenden.

MB Bäuerle ist seit 1863 in St. Georgen im Schwarzwald beheimatet und befasst sich seit mehr als 60 Jahren mit der Entwicklung und der Produktion von Maschinen für die Druckweiterverarbeitung. Durch Erfindungen und Patente hat das Unternehmen die Automatisierung in Falzmaschinen gestaltet und geprägt. Heute sind die Kernkompetenzen auf automatisierte Falz- und Kuvertiersysteme sowie auf Systemlösungen im Hochleistungsbereich ausgerichtet.

Durch die Aufnahme in die GUK-Gruppe soll die Ausrichtung MB Bäuerles als kom-

petenter Lösungsanbieter strategisch aufgewertet werden, wodurch sich zahlreiche Vorteile für die Anwender der Technik beider Unternehmen ergäben. GUK bietet mit einer umfassenden Produktpalette im Bereich von Falzmaschinen, Phalarlösungen und Zuführsystemen eine solide Ausgangsbasis für eine stabile Zukunft. Der in vierter Generation geführte Familienbetrieb stehe für Werte wie Beständigkeit und Zuverlässigkeit, heißt es weiter.

Beide Unternehmen verfügen über eine lange Historie im Bereich der Druckweiterverarbeitung. Durch den Zusammenschluss sollen sich das hohe Know-how der Mitarbeiter sowie die intensiven Kundenbeziehungen nun noch optimaler nutzen lassen.

MBO und Herzog+Heymann wieder bei Samhaber

Nach vierjähriger Pause vertritt die Samhaber GmbH aus dem oberösterreichischen St. Marien zwischen Traun und Steyr die MBO-Gruppe wieder in Österreich. Das Unternehmen übernimmt damit den Direktvertrieb, den Service und das Ersatzteilgeschäft für Produkte von MBO und Herzog+Heymann.

Seit zwölf Jahren vertrauen Interessenten in Österreich bereits auf die Beratung von Alexandra und Michael Samhaber (Bild) sowie des gesamten Teams. Die Firma ist seit 2005 als Partner für Druckereien und Buchbindereien am Markt tätig und vertritt neben der MBO-Gruppe Endverarbeitungs- und Bearbeitungssysteme unter anderem von Bograma, Palamides, Hohner, MKW und Reimold. Zum Produktportfolio gehören Buchbindereimaschinen, Zubehör- und Ersatzteile, Werkzeuge, Verbrauchsgüter sowie die Dienstleistungen Service, Reparatur, Beratung und Schulung.



MBO präsentiert neue K80 Kombifalzmaschine

Der Falzmaschinenbauer MBO hat eine neue Falzmaschine K80 präsentiert. Die K80 passt laut Hersteller perfekt in die neue Produktreihe der MBO-Kombifalzmaschinen für den Formatbereich 70 x 100 cm. Sie schließt die Lücke zwischen der nicht automatisierten K70 und der K8RS, der schnellsten Falzmaschine der Welt.

Die K80 eignet sich zur hochpräzisen und leistungsfähigen Herstellung von Signaturen, Flyern und ähnlichem in mittleren, industriellen Auflagenhöhen. Sie läuft mit einer Geschwindigkeit von bis zu 230 m/min, verfügt über eine umfangreiche Standardausstattung und mehrere Automatisierungsmöglichkeiten. Die K80 ist in acht vorkonfigurierten Varianten

erhältlich. Kunden können zwischen einem Paletten- und einem Rundstapelanleger wählen sowie zwischen vier und sechs Falztaschen im Parallelbruch. Darüber hinaus können sie sich zwischen manuellen oder automatisierten Falzwalzen- und Messerwelleneinstellungen entscheiden.

Zur Standard-Ausstattung gehört auch die M1-Steuerungstechnik inklusive Touchscreen. Hierdurch wird das intuitive Einstellen der Maschine erleichtert. Wird der Palettenanleger gewählt, kommt der bewährte Trennkopf Vaculift III zum Einsatz. Vivas ist sowohl beim Paletten- als auch beim Rundstapelanleger enthalten. Durch Vivas werden der Bogeneinzug und die Bogenausrichtung bei schwierigen Materialien und hohen Produktionsgeschwindigkeiten ver-

bessert. Die erste Falztasche im Parallelbruch ist in der K80 immer mit einem durchgehenden Bogenanschlag ausgestattet. Dadurch vergrößert sich die Anschlagfläche um ca. 30 %, was eine Bogenverformung verhindert und zu einer besseren Falzqualität bei hohen Geschwindigkeiten führt.

Bei der K80 können die Kunden zwischen PU-Spiralfalzwalzen oder Virotec-Falzwalzen wählen. In der Standardausstattung ebenfalls enthalten ist die patentierte Messerwellenkassette im Parallelbruch. Dadurch lassen sich die Messerwellen bedienerfreundlich bestücken und die Werkzeuge können schnell und exakt justiert werden. Präzise Pneumatikschwerter im Kreuz- und Dreibruch sorgen zudem für eine höhere Laufleistung.

Bobst und 75 Jahre Leidenschaft für die Prozesse Falten und Kleben

2017 ist es 75 Jahre her, dass das bereits 1890 gegründete Unternehmen Bobst mit der Entwicklung und Herstellung von Faltschachtel-Klebmaschinen für die Verpackungsbranche begann. Eine der ersten Maschinen, eine PCR382, wurde 1942 bei Zeiler in der Nähe von Bern aufgestellt. Dieses Unternehmen, das heute unter dem Namen Limmatdruck Zeiler als Teil der RLC Packaging Group, eines führenden Faltschachtelherstellers in Europa, großen Erfolg hat, ist immer noch Kunde von Bobst. Was 1942 begann, entwickelte sich zu einer echten Erfolgsgeschichte. Bobst Faltschachtel-Klebmaschinen haben sich dank ihrer gleichbleibend hohen Schachtelqualität und ihrer herausragenden Leistungen als Maßstab für die Hersteller von Faltschachteln und Verpackungen aus Wellpappe durchgesetzt. Heute können die Kunden komplette Faltschachtel-Klebeanlagen erwerben, die hoch konfigurierbare Maschinen mit Peripheriegeräten der Spitzenklasse kombinieren, um integrierte und automatische Lösungen für jeden Verbraucherswunsch zu liefern.

Bobst hat regelmäßig ca. 6 % des jährlichen Umsatzes in die Forschung und Entwicklung investiert. So gelang es dem Unternehmen, innovative neue Systeme, Maschinen und Prozesse zu entwickeln, von denen viele patentiert und auch heute noch einzigartig sind. In diesen 75 Jahren wurden Bobst Faltschachtel-Klebmaschinen mit durchschlagenden neuen Technologien permanent weiterentwickelt. Zu diesen Technologien gehören das Ausrichtemodul für Zugschnitte, das Faltbodenmodul, die Faltsysteme für Vier-Punkt-Schachteln, der Auswerfer „Flipper“ sowie das Modul GYROBOX für die Produktion komplexer Schachteln in einem einzigen Maschinendurchlauf. Zudem können ebenfalls bei hoher Produktionsgeschwindigkeit inline Braille-Prägung aufgebracht und eine Null-Fehler Kontrolle durchgeführt werden.

Philippe Milliet, Head of Business Unit Sheet-fed, erläutert: „Der Erfolg unserer Faltschachtel-Klebmaschinen in den letzten 75 Jahren beweist, dass Leidenschaft und Innovation Teil unserer DNA sind. Im Laufe der Jahre haben die Kunden nach immer schnelleren und effizienteren Maschinen verlangt, die Schachteln liefern, die den zunehmend strengeren Qualitätsanforderungen des gesamten Verpackungsmarktes entsprechen. Wir entwickeln kontinuierlich anspruchsvolle Technologien, die diese Er-

wartungen erfüllen, und liefern dieselbe Zuverlässigkeit und Langlebigkeit wie bei den ersten Maschinen.“ Diese Fähigkeit, mit konstanter Innovation die Erwartungen der Kunden zu erfüllen, hat Bobst zu einer führenden Position auf dem Markt für Faltschachtel-Klebmaschinen wie z. B. im E-Commerce-Bereich verholfen.

Heute werden Bobst Faltschachtel-Klebmaschinen auf der ganzen Welt verkauft und häufig vor Ort für die verschiedenen Märkte produziert. Dabei hat Bobst aber auch verstanden, dass Technologie allein

nicht ausreicht und so investiert das Unternehmen, das nun in 50 Ländern weltweit vertreten ist, intensiv in Serviceleistungen vor Ort.

Das 1890 von Joseph Bobst in Lausanne, Schweiz, gegründete Unternehmen Bobst ist in mehr als 50 Ländern vertreten, besitzt 12 Produktionsstätten in 8 Ländern und beschäftigt mehr als 5 000 Mitarbeiter auf der ganzen Welt. Das Unternehmen erzielte im vergangenen Geschäftsjahr, das am 31. Dezember 2016 endete, einen Umsatz von CHF 1,45 Mrd.

Polar: neues Ausbildungszentrum

Kürzlich wurde das neue Ausbildungszentrum von Polar in Betrieb genommen. Es bietet Platz für bis zu 24 Auszubildende, die in zwei unterschiedlichen handwerklichen Berufen ausgebildet werden. Die Ausbildung junger Menschen hatte bei Polar schon immer einen sehr hohen Stellenwert. So bildet das Unternehmen nach wie vor, über den eigenen Bedarf hinaus, hochqualifizierten Nachwuchs aus. Die Ausbildung bei Polar genießt über die Grenzen des Main-Taunus-Kreises hinaus ein sehr hohes Ansehen. Polar bildet sowohl im kaufmännischen als auch gewerblichen Bereich aus. Als Maschinenbauunternehmen liegt ein großes Augenmerk auf der gewerblichen Ausbildung. So steht den gewerblichen Auszubildenden eine eigene Werkstatt zur Verfügung. Hier kümmern sich zwei Ausbilder um die fachliche Qualifikation der jungen Menschen. Um das hohe Niveau auch zukünftig sicherzustellen, investierte Polar jetzt in ein neues Ausbildungszentrum.

Das bisherige Gebäude, in dem die Ausbildung angesiedelt war, war nicht mehr zeitgemäß. So entschied sich Polar, in ein neues Ausbildungszentrum zu investieren. Dazu wurden die vorhandene Räumlichkeiten an die zukünftigen Bedürfnisse der Ausbildung angepasst.

„Die Auszubildenden und wir Ausbilder freuen uns über das neue und moderne Ausbildungszentrum. Wir können jetzt schon sagen, dass sich die Investition gelohnt hat. So macht Ausbildung richtig Spaß“, äußert sich Stefan Jösch, einer der beiden Ausbilder, hoch zufrieden. Polar bietet die Ausbildung in drei Berufen an: Industriekaufmann/-frau, Industriemechaniker/-in und Mechatroniker/-in. Die jeweils 3,5 jährige Ausbildungsdauer findet nicht nur im Ausbildungsbetrieb statt, sondern auch in der Berufsschule. So wird fachliches und theoretisches Wissen gleichermaßen vermittelt.



Rekord bei Kama: zweistelliges Wachstum

Der Dresdner Maschinenhersteller für Druckweiterverarbeitung und -veredelung hat sein nach eigenen Angaben bislang erfolgreichstes Jahr geschafft – unter anderem auch dank des Einstiegs in den Verpackungsmarkt. Im Geschäftsjahr 2016/17 (zum 31. März) konnte die Kama GmbH einen „Rekordumsatz“ – so Kama – von 14,75 Mio. Euro verbuchen. „In unserem Kerngeschäft, dem Bau und Vertrieb eigener Maschinen, haben wir sogar ein Wachstum von 30 Prozent realisiert“, wie

Kama-Geschäftsführer Marcus Tralau berichtet.

Laut Tralau habe der Markt die auf der Drupa 2016 vorgestellten Neuheiten „sehr gut angenommen, allen voran die weltweit erste Faltschachtelklebmaschine für kleine und digital gedruckte Auflagen“. Für die stark steigende Nachfrage nach versionierten und personalisierten Faltschachteln sowie Lieferung „on demand“ hat Kama mit der FF 52i eine Lösung entwickelt - im Bild unten. Die hoch automatisierte Faltschachtelkle-

bemaschine für sehr schnelle Auftragswechsel ist gerade erst mit dem EDP Award für die „best folding carton solution“ ausgezeichnet worden.

Zum Umsatzplus beigetragen haben auch die neue Generation der Stanz- und Veredelungsmaschinen (Procut 76 Foil und DC 76 ASB) mit verkürzter Rüstzeit, neuen Optionen, mehr Bedienkomfort und Servoantrieb sowie ein „Miniboom“ bei der universell einsetzbaren Profold 74 zum Falten, Kleben und Aufspenden. „Wir nehmen einen guten Auftragsbestand mit ins neue Geschäftsjahr“, wie Tralau weiter ausführt.

Gut 40 Prozent des Umsatzes macht der Dresdner Maschinenbauer in West- und Osteuropa, 10 Prozent im mittleren Osten und Afrika und jeweils ein Viertel auf dem amerikanischen Kontinent (26 %) und in Asien (23 %). Stärkste Einzelländer sind Deutschland, China und die USA.

Für Marcus Tralau hat sich die neue Vertriebsstruktur mit einem Mix aus großen und in einigen Ländern auch kleineren Partnern bewährt. Auch in Deutschland gäbe es noch Potential. Er und Geschäftsführer Steffen Pieper sehen die Weichen für ihr Unternehmen weiter auf Wachstum: „Der Einstieg in den Verpackungsmarkt ist gelungen, unser Standbein im Akzidenzdruck stabil, und die neuen Produkte kommen gut an“, ist Tralau überzeugt. „Wir erwarten eine leichte Steigerung auf hohem Niveau.“

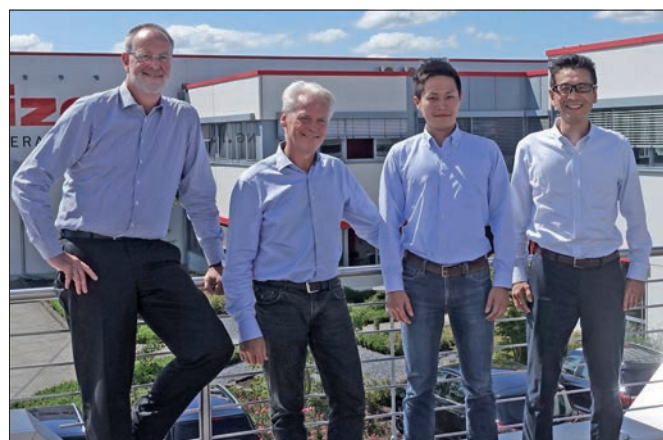


Horizon stellt sich in Deutschland neu auf

Die japanische Horizon Gruppe, Systemanbieter im Bereich Druckweiterverarbeitung, hat ihr Management in Deutschland ausgetauscht. Zum 3. Juli 2017 wurde Norbert Wienck zum neuen Geschäftsführer bestellt. Der 59-jährige Betriebswirt und Ehegatte der Horizon Marketing-Chefin Birgit Wienck bringt 15 Jahre Managementenerfahrung als CEO und CFO in der technischen Industrie mit. Er tritt die Nachfolge von Rainer Börgerding an, der das Unternehmen nach 13 Jahren als Geschäftsführer verlässt. Die Verantwortung für den Vertrieb der Horizon GmbH übernimmt der Schwede Paul Jakobson. Jakobson ist mit Horizon seit über 30 Jahren auf vielfältige Weise verbunden, davon 20 Jahre sehr erfolgreich mit der Horizon Vertretung in Skandinavien und später als Vertriebs- und Marketingberater für die europäischen Vertriebspartner von Horizon. Zuletzt hat er seit Februar 2017 den Markteintritt von Horizon in Skandinavien maßgeblich mitgestaltet.

Mit dem Management-Update soll, wie es heißt, der deutsche Standort gestärkt werden „um sich auf die wachsenden Anforderungen in der europäischen Druckindustrie vorzubereiten“. Ziel sei, die Erwartungen der Kunden an Produkt, Service und individuelle Lösungen auch im Zeitalter der digitalen Transformation bestmöglich zu erfüllen. „Der europäische Markt war und ist für Wachstum und Erfolg der Horizon Gruppe immens wichtig“ erklärt Eijiro Hori, Inhaber und Vorstandsvorsitzender der japanischen Horizon Gruppe. „Wir sind

überzeugt, mit Norbert Wienck, Paul Jakobson und dem engagierten Team der Horizon GmbH unsere Kunden und Vertriebspartner zukünftig noch besser mit Service und Knowhow unterstützen zu können.“



Im Bild die neue Führung der Horizon GmbH: Geschäftsführer Norbert Wienck und Vertriebsleiter Paul Jakobson zusammen mit Hideharu Hori und Yoshihiro Oe von Horizon International

Müller Martini begeistert mit seinem Vareo Von der Xfair in Wien direkt nach Rumänien

Auf eine äußerst positive Bilanz seiner Präsenz auf der Xfair in Wien Anfang April kann wieder einmal Müller Martini verweisen. Auch an der zweiten Ausgabe der Xfair in Wien konnte Müller Martini wieder viele Kunden aus Österreich und Osteuropa auf dem Stand in der historischen Marx Halle begrüßen. Auf dem Klebebinder Vareo zeigte das Unternehmen live spannende Produktionen mit variablen Produkten. Die Maschine überzeugte mit ihrer Vielseitigkeit, so dass der Vareo bereits am

ersten Messtag nach Rumänien verkauft wurde.

Der hochautomatisierte Klebebinder Vareo entpuppte sich in Kombination mit dem Dreischneider Granit als Publikumsmagnet. Die Besucher waren beeindruckt von den gezeigten Produktionen von Cocktail-Büchern und Produktkatalogen, die in fünf Sprachversionen mit PUR gebunden wurden. „Die vielseitigen Möglichkeiten bei der Varianz von Sprachen, Titeln und Inhalten und der Einsatz sowohl im Bereich Offset-

als auch Digitaldruck trifft den Nerv der Zeit“, zog Roland Henn, Geschäftsführer Müller Martini Österreich, Bilanz des erfolgreichen Messeauftritts. „Wir freuen uns besonders, dass wir bereits am ersten Messtag die Konfiguration an Elixir Press in Rumänien verkaufen konnten. Die Vorteile der Maschine und die umfangreiche Ausstattung mit PUR, Hotmelt und Fälzelstation überzeugten den Geschäftsführer Vasile Tirsolea davon, dass dies die ideale Kombination für seine digitale Druckerei ist.“

Ein weiteres Highlight des Xfair-Auftritts in Wien waren die Live-Demonstrationen des Daten- und Prozessmanagement-Systems Connex. Die Vernetzungssoftware von Müller Martini erlaubt es, Produktionen nach Finishing 4.0-Kriterien detailliert zu planen, zu überwachen und anschließend die Produktionsdaten wieder an die Betriebssoftware zu übertragen.

Grosses Interesse zeigten die Besucher auch an den präsentierten Service-Produkten. Beratungen über Serviceleistungen drehten sich unter anderem um das „Investment Protection Program“ IPP, das die neuesten Inspektionsprogramme und Auswertungsmöglichkeiten beinhaltet.

Von der Xfair direkt nach Rumänien: Elixir Press (2. von links Geschäftsführer Vasile Tirsolea) investiert in einen Klebebinder Vareo und Dreischneider Granit. Links neben ihm Müller Martini CEE-Geschäftsführer Roland Henn



Das große X-media Herbstmessen-Spezial

Mit umfangreicher Technologie-Vorberichterstattung zu folgenden Events:

- Labelexpo in Brüssel – vom 25. bis 28. September 2017
- IFRA Expo & DCX Expo in Berlin – vom 10. bis 12. Oktober 2017
- Druck + Form in Sinsheim – vom 11. bis 14. Oktober 2017
- Viscom in Düsseldorf – vom 18. bis 20. Oktober 2017
- PrintFair in Wien – am 18. und 19. Oktober 2017
- InPrint in München – vom 14. bis 16. November 2017

... damit Sie wissen was wirklich läuft!

Das Heft erscheint am 25. September 2017
Redaktionschluss ist am 11. September 2017

Kontakt: office@X-media.at, 0699 11655760, 06234 7161



Wir suchen gebrauchte CTP-Systeme, LFP-Printer und Digitaldruckmaschinen.

Alle Hersteller, ab Druckerei für den Export.
Angebote bitte an: info@gebrauchte-ctp-systeme.de
UP-Systems
Tel. ++49-4371-88-99-651 • Fax:++49-4371-88-99-652
www.gebrauchte-ctp-systeme.de

GEGRÜNDET 1935

GEORG SCHANDL
GRAFISCHE MASCHINEN

Maschinen für die
Buchbinderei | Druckerei

Klebebinder | Broschürenfertigung
Heften | Falzen | Schneiden
Zählsysteme | Markieren
In-Line Finishing



Margaretegürtel 82- 88 | 1050 Wien
Tel./ Fax: 01/ 544 21 59
office@grafischesmaschinen.at
www.grafischesmaschinen.at

FREE DELIVERY ALL OVER EUROPE

PVC BANNER FRONTLIT MESH BACKLIT BLOCKOUT

TIDER

Spectrumlaan 47
2665NM Bleiswijk The Netherlands
Tel:0031-79-3411152, 0031-79-3318921
Fax:0031-79-3318919
E-mail:info@tidersign.com
www.tidersign.com

MEHGIES
TEXTILES • TO TRANSFORM

www.mehgies.com

Exciting Colours

Hochfeste Materialien für den Sieb- und Digitaldruck bis zu 5 Metern Bahnenbreite:

- Frontlit • Mesh • Blockout
- Backlit • AIRTEX® • Side curtain

Progress through performance
A Low&Bonar solution

marzek
etiketten+packaging

ETIKETTEN BOGEN+ROLLE DESIGN
FEINKARTONAGE FALTSCHACHTELN
ETIKETTIERTECHNIK TT-DRUCKER

www.marzek-group.com +43 2252 90500

LARGE FORMAT
by e.h.montagen *Digital Printing* www.largeformat.at



Ihr Prepress & Print Spezialist

Grafik, Satz & Prepress-Studio | Daten & Bildbearbeitung, Retusche | Proof & Musterdrucke | Dummies | Digitaldruck & Spezialitätendruck, Kunstdruck | Digitale Fräs- & Schneidproduktion | Endfertigung & Finishing & Montage KFZ & Objektfolierungen | Displays & Messeausstattung

Kontakt
e.h.montagen Digitale Medien Handelsg.m.b.H.
Prepress, Digital Printing & Producing
A-1210 Wien • Rußbergstraße 58
Tel. +43 1 292 61 94 • Fax +43 1 292 61 94 20
welcom@eh-montagen.at • www.eh-montagen.at

BEST PRICING IN EUROPE

DISPLAYS POST STAND LIGHTING OUT DOOR BANNER ROLL UP POP UP FLAG

TIDER

Spectrumlaan 47
2665NM Bleiswijk The Netherlands
Tel:0031-79-3411152, 0031-79-3318921
Fax:0031-79-3318919
E-mail:info@tidersign.com
www.tidersign.com

mehring seit 1861
gmbh
Maschinen & Zubehör

NAGEL · RENZ · Wire-O
Rhin-O-Tuff · GMP
Fastbind · PUR Binder
Material · Zubehör

Tel. +49-2241-2341730 · mail@mehringgmbh.de
D-53842 Troisdorf · D-37085 Göttingen
www.druckweiterverarbeitung.at

DRUCK NUR WAS DU BRAUCHST
INDIVIDUALISIERT & EINZIGARTIG



Geschäftsdrucksorten
Karten & Folder
Postwurfsendungen
Broschüren & Bücher
Plakate & Banner
Schulungsunterlagen
Gebrauchsanweisungen
Kalender
Fotodruck
...uvm.

LASERSCHNEIDEN UND GRAVIEREN
Leinwandartige Individualisierung für Papier & Pappe, Acryl, Alu., Holz, Leder, auch Obst und mehr!

PERSONALISIERT · EINZIGARTIG · OHNE MINDESTAUFLAGE
DIGITALDRUCK · WEB2PRINT · GRAFIK · LASERCUT

KollerMedia gmbh

5112 Lamprechtshausen · Marienweg 8
Tel. 06274/77008 · Fax DW 6
www.kollermedia.com

STRIP PLATE®
Lackierplatten Produktions- und Handels GmbH



Lackierplatten für das partielle Lackieren in Offsetdruckmaschinen
coating plates for spots in coating on offset presses

STRIP PLATE®
Lackierplatten Produktions- und Handels GmbH
A-3950 Dietmanns/Gmünd, Dechant Hauer Straße 28
Tel. +43 (0) 2852 / 2023020, Fax +43 (0) 2852 / 20250
e-mail: info@strip-plate.at www.strip-plate.at

Knappes Budget?
Kleininserate in X-media
office@x-media.at
0699 11655760