

Der große Blöff...

Das war die Drupa 2012

Persönliche Eindrücke von 14 Tagen Düsseldorf

Sie waren auf der Drupa? Was waren Ihre Eindrücke? Unsere lesen Sie hier in der Folge. Unsere ganz persönlichen, notiert von Gerhard Bartsch und Rudolf Messer. Technische News lesen Sie übers ganze Heft verteilt in den jeweiligen Heftbereichen.

Eigentlich ging man in diesem Jahr mit geringen Erwartungen nach Düsseldorf. Die Wirtschaft läuft immer noch nicht so richtig an, einer der großen Drei der Druckmaschinenhersteller legte wenige Monate vor dem Messehighlight eine saftige Pleite hin, den anderen beiden ging es auch nicht blendend. Also was hat man sich erwartet? Digital, digital, digital... stand im Vorfeld im Fokus – zumindest wenn man sich die Vorankündigungen der Aussteller betrachtete. Natürlich, viel digital – aber anders als so manche dachten...

Aber bereits am Tag vor Messebeginn gab's für die Fachpresse ein erstes Highlight. Der Star der Drupa 2012 bat zur Pressekonferenz. Benny Landa was back. Und mit ihm die Zukunft und Überlebenschance des Drucks, meinte man. So zumindest begeisterte der Messias der schwarzen Kunst die mehr als 200 internationalen Journalisten, die Landa bereits vor seiner Vorstellung der Zukunftshoffnung „Nanographie“ heftigst applaudierten.

Beim nachfolgenden großen Presstreffen der Heidelberger, strategische Partner von Lan-

da, gelang es dem Chronisten sogar, selbigem die Hand zu schütteln und ein paar Sätze zu wechseln. Es war die letzte Gelegenheit, denn jede weitere Show von B.L. war von Stund an „ausverkauft“.

Gasgaben aber an diesem Pressetag vor Drupabeginn neben Heidelberg und seinem strategischen Partner auch die von allen Seiten (nicht zuletzt auch von einigen Kollegen der Fachpresse) tot geredeten Manroländer. Manroland web systems gab ein heftiges Lebenszeichen von sich und Manroland sheetfed stemmt sich offensichtlich mit aller Vehemenz gegen den asiatischen Produzenten-Einfluss. Also doch nicht alles digital.

Die Messe konnte beginnen. Überraschend wenige Besucher an den ersten Tagen. Aus-

Drupa 2012: Bilanz mit Schönheitsfehlern

Man mag ja zu Großveranstaltungen wie der Drupa stehen wie man will aber zweifelsohne gingen von der Drupa 2012 wichtige Impulse für die weltweite Print- und Medienindustrie aus. Das wichtigste Signal, so der offizielle Presstext des Veranstalters, der Messe Düsseldorf: Print hat Potenzial, die Branche investiert kräftig in ihre Zukunft. Die Aussteller meldeten gleich von Anfang an zahlreiche Geschäftsabschlüsse aus aller Welt. Hinzu kommt: Internationale Experten heben ausdrücklich die Fülle an Innovationen und marktgerechten Lösungen für das gesamte Print-Spektrum hervor.

„Die Drupa war für die Branche ein voller Erfolg. Von der Messe gingen wichtige Impulse aus. Es wurden zahlreiche Geschäftsideen und Innovationen gezeigt, die allesamt zu hohen Investitionen führten. Was die 1.850 Aussteller hier in den letzten zwei Wochen präsentiert haben, wird das Entwicklungspotential der Druck- und Medienindustrie nachhaltig stärken“, meint Bernhard Schreiber, Präsident der Drupa 2012 und Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG (zweck?)optimistisch.

Andererseits – was sich bereits an den ersten Messtagen abzeichnete hat sich bis zum Ende der Veranstaltung bewahrheitet. Mit nach offizieller Zählweise nur 314.500 Fachbesuchern – um 75.500 weniger als bei der letzten Drupa 2008 – ist der Besuch relativ schwach ausgefallen.

„Dieser Rückgang kommt für uns und die gesamte Branche nicht überraschend. Alleine in Deutschland hat die Druckindustrie in den Jahren 2000 bis 2011 rund 3.900 Betriebe mit über 61.000 Beschäftigten verloren. In den USA haben im gleichen Zeitraum über

7.700 Druckereien geschlossen“, redet Werner Matthias Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung Messe Düsseldorf, die Zahlen schön. „Vor diesem Hintergrund ist es nicht überraschend, dass weniger Besucher zur Drupa 2012 kamen. Doch – und das ist das Entscheidende: Die Kunden kommen nicht mehr mit großen Delegationen oder im Rahmen eines Firmenausflugs zur Drupa; vielmehr ist es das Top-Management, das nach Düsseldorf reist.“

Das verdeutlichen angeblich auch die Ergebnisse der Besucherbefragung. Die Drupa-Besucher kamen demnach mit konkreten Investitionsvorhaben. Knapp 50 Prozent aller Besucher vergeben Aufträge – und das größtenteils direkt auf der Messe.

Mit über 190.000 internationalen Besuchern ist die Internationalität der Drupa weiter auf sehr hohem Niveau. Auffällig ist die hohe Anzahl der Fachbesucher aus Indien, das jetzt mit rund 15.000 Besuchern hinter Deutschland (über 123.000 Besucher) auf Rang 2 der Top-Besuchernationen liegt. Auf den weiteren Plätzen im Länderranking folgen: Belgien, Frankreich, Niederlande, Großbritannien, die USA, Schweiz und Italien. Auffallend der gestiegene Anteil der Besucher aus Süd- und Mittelamerika (2012: 8,8 Prozent; 2008: 7,0 Prozent) – und hier vor allem aus Brasilien.

Eine positive Bilanz zieht der Veranstalter auch zum fachlichen Rahmenprogramm. Über 20 Prozent der Besucher haben sich für die beiden Sonderschauen Drupa Innovation Park und Drupa Cube presented by digi:media interessiert. Rund 1.000 Fachleute aus 55 Ländern informierten sich im Drupa Cube an den einzelnen Thementagen über das weite Feld von Einsatzmöglichkeiten der verschiedensten Druck-Technologien.

nahme: der KBA Stand, eine Show jagte die andere. Jürgen Veil, Marketingverantwortlicher für den Bogenbereich und Chef-Präsentations-Entertainer, war wohl einer der meist beschäftigten Mitarbeiter. So ein Zigaretterl zwischendurch vor der Hallentür, gemeinsam mit seinem Chef, Klaus Schmidt... Wobei man sich dabei nicht vom Vorstandsvorsitzenden erwischen lassen sollte. Denn berechtigt macht sich Claus Bolza Schöne mann so seine Sorgen, sind die beiden ja gerade erst nach massiven Herzproblemen nochmals davon gekommen. Höchste Abstinenz und viel Ruhe wäre anzuraten!

Apropos Besucherströme: Der Name Drupa kommt von Druck und PAPIER. Die Papierhersteller waren wieder in das obere Geschoß der Halle 7 verbannt und kaum ein Besucher nahm Notiz von ihnen. Da stellt sich die Frage, ob sie nur falsch platziert waren oder ob ein zu bedruckendes Medium keinen mehr schert? Oder liegt's daran, dass traditionell die Papierhersteller so abgehoben agierten, dass kein Gefühl der Kundennähe und Branchenzugehörigkeit aufkommen konnte? Also doch der richtige Platz da oben?

Mehr als 20 Prozent weniger Besucher waren diesmal in Düsseldorf. Das lag aber nicht nur an der allgemeinen wirtschaftlichen Lage. Firmeninhaber, die früher noch ihre Mitar-

beiter mit Betriebsausflügen ins Ruhrgebiet belohnt hatten, stöhnten mittlerweile unter der finanziellen Belastung einer solchen Reise. Die Hotelpreise gerieten wieder einmal außer Kontrolle (obwohl das Sheraton Essen – 30 km entfernt – mit seinen Zimmerpreisen von 700+ Euro nicht durchkam und dann das „Schnäppchen“ von 450 Euro anbot). Im Hilton Düsseldorf, keine zwei Kilometer von der Messe weg, bekam man dann sogar Zimmer um 290 Euro. Weil Efi sein Kontingent stornierte und statt dessen auf ein billigeres Hotelschiff auswich.

Enttäuscht waren wohl auch die Kneipenwirte in der Düsseldorfer Altstadt. Wann konnte man zu Drupa-Zeiten ohne längeres Warten in den Straßencafés und Fast-Food Terrassen der Bolker Straße einen Tisch bekommen? Oder wann waren jemals die Bars meist halbleer? Klar, wer 50 Kilometer entfernt von Düsseldorf wohnt weil er den Hotel-Preiswucher nicht mitmachen will – oder kann – der gibt auch abends sein Geld woanders aus. Auch Oberhausen, Köln oder gar Venlo haben nette Wirtshäuser!

Natürlich drückten auch die Eintrittspreise bei den Besuchern aufs Budget. Warum man sich nicht zu einem publikumsoffenen Sonntag – den einige namhafte Aussteller verlangten – durchringen kann, ließ sich nicht eruei-

ren. Gerüchteweise war es Heidelberg-Boss Bernhard Schreier himself, der das scheitern ließ. Am Ende hieß es dann aber doch von den Ausstellern: „Weniger Besucher am Stand aber die Qualität war hervorragend. Die Entscheidungsträger waren auch kaufwillig!“ Allgemein war man mit den Geschäften tatsächlich hoch zufrieden.

Vor allen Dingen durch die hohe Anzahl der chinesischen Besucher, die diesmal offensichtlich nicht nur zur Orientierung zwecks Ankurbelung der eigenen Produktion auch richtig auf Einkaufstour waren. Bernhard Schreier von Heidelberg konnte bereits zur Drupa-Halbzeit vermelden, dass China an der Spitze der Verkaufserfolge stand. Und auch bei KBA war es so.

Wo viele Leute zusammenkommen, da wird auch getratscht. Unter anderem, dass Heidelberg (wieder einmal) kurz vor dem Konkurs stünde, und dass der neue Eigner von Manroland websystems, Anthony Langley, bereits an die Chinesen verkauft hätte – weil so viele Asiaten sich bei Manroland die Bogenoffset-Technologie aus Offenbach anschauten. Wobei, da könnte ja doch was dran sein...

Und auch Manuel Mataré, der Drupa-Messe-direktor, war an dem Entstehen der einen



see. control. automate.

Informieren Sie sich über die Möglichkeiten der Automation im Akzidenzdruck!



- **Lösungen für Etiketten- und Endlosdrucker**
 - Drucklängen variabel einstellbar
 - nachträgliche Integration neuer Druckformate
 - Stanzen und Abkanten in einem Arbeitsgang
 - Ablage in einem oder mehreren Staplerfächern
 - Ausbau bis zur Vollautomation möglich

- **Automation für Akzidenzdruckereien**
 - NELA AOF 1100 SF
 - für die Verarbeitung von Druckplatten im 3B-Format
 - mehrere Formate möglich
 - Stanzen und Abkanten in einem Arbeitsgang
 - Ablage in einem oder mehreren Staplerfächern
 - Ausbau bis zur Vollautomation möglich

BRÜDER NEUMEISTER GMBH

D-77933 Lahr, Gottlieb-Daimler-Straße 15
www.nela.de

see. control. automate.



Identifizierung der Druckplatten über Barcodeleser. Der Inhalt des Barcodes wird individuell interpretiert und zur Sortierung herangezogen.



Druckplattensortierung nach definierbaren Kriterien, statisch zugeordnet oder dynamisch nach den jeweiligen Produktionsbedingungen.



Optional kann ein Aufdruck des Barcodeinhaltes mit einem Inkjet-Drucker direkt auf die Druckplatte erfolgen.



Die Ablage erfolgt in fahrbaren Trolleys, in denen die Druckplatten sicher und schonend direkt zur Druckmaschine transportiert werden können.

> oder anderen Spekulation beteiligt. So etwa, weil er sich mit Trevor Crawford, dem Direktor der IPEX (die Druckmesse 2014 in England), bei deren offiziellem Launch für ein Foto traf. Nein, die Messe Düsseldorf werde die IPEX nicht übernehmen, dementierte er ein noch gar nicht verbreitetes Gerücht.

Zu dem Gemunkel trugen auch die Aussteller selbst bei. Denn: spekuliert wird dort, wo nichts Konkretes vorliegt. Und gerade bei manchem Neueinsteiger in den Digitaldruck gab es viel zum Nachdenken. Ein halbes Dutzend Firmen zeigten Technologiestudien von Inkjet-Websystemen. Ob die alle tatsächlich Marktreife erlangen werden?

Entsprechend groß denn auch die Geheimniskammer bei manchen Unternehmen. Der japanische Hersteller Miyakoshi, Digitaldruck-Technologie-Zulieferer unter anderem von Océ und Ryobi, zeigte zwei Inkjet-Digitaldrucksysteme, eines Bogen, eines Rolle – von der Ferne. Auf maximal 2 Meter konnte man sich den Dingen nähern. Ja, gedruckt wurde etwas, Druckmuster gab's keine, alles was aus der Maschine raus kam wurde gleich wieder ins Kabäuschen dahinter verfrachtet. Nur hinter einem Plexiglaskasten konnte man etwas betrachten. Wer sagt, dass das nicht auf einer Speedmaster gedruckt war?

Ähnlich zugeknöpft auch Komori mit seinem Prototypen einer digitalen Inkjet-Rotation. Auch hier keine Druckmuster zur Begutachtung. Da glaubte wohl selbst die Marketinglady nicht an das Produkt, Nachfragen von Journalisten waren es ihr nicht wert, dafür ihre kostbare Zeit zu opfern.

Überraschung andererseits bei Wifag. Bei der letzten IfraExpo in Wien vergangenen Herbst hatte der wiederauferstandene Schweizer Zeitungs-Rotationsmaschinenhersteller eine eigens entwickelte Inkjet-Rotation angekündigt, die dann auf der Drupa live zu sehen sein sollte. Nichts. Statt dessen „nur“ ein – wenn auch beeindruckendes – „normales“ Virtu-Quantum Großformat-Drucksystem.

Viel mehr Mut hat da schon KBA bewiesen, dass sie ihre neue RotaJet live auf der Drupa präsentierte. Erst im November hatte man in Würzburg mit der Entwicklung begonnen. Beachtlich, dass man darauf sogar täglich eine KBA-Standzeitung produzierte.

Der größte Blöf blieb aber für Benny Landa reserviert. So sehr er auch in einer Vor-Drupa-Presskonferenz die Journaille beeindruckte, nach zweimaligem Nachdenken blieb aber nicht viel von dem Hype übrig

(siehe auch unseren Bericht auf Seite 58). Eine einzige der ausgestellten Maschinen druckte auch etwas. Aber ebenfalls nicht für das normalsterbliche Auge bestimmt. Auf den anderen Maschinen lief weißes Papier durch – unbedruckt!

In Summe kein Blöf sind die vielen B2-formatigen Digitaldrucksysteme, die kurz vor der Drupa aus dem Technologie-Boden geschossen sind. 16 verschiedene Systeme haben wir gezählt. Wenn auch einige noch nicht für den täglichen Einsatz geeignet sind, das größere Format bei den Produktionsmaschinen lässt machen Offsetmaschinenhersteller alt aussehen.

Apropos aussehen: Viele der neuen Systeme sehen mittlerweile tatsächlich so aus wie klassische Offsetmaschinen. Das hat natürlich auch damit zu tun, dass sich die Heavy Metal-Hersteller zusehend auch dieser neuen Technologie besinnen. Und damit aber auch das Argument gegen den Digitaldruck obsolet wird, dass damit keine industrielle Produktion möglich wäre, da diese filigranen „Plastikmaschinen“ wegen mechanischer Gebrechen mehr stunden als produzierten.

Ein Druckmaschinenbauer, Ryobi aus Japan, ist einer der „Hauptschuldigen“, dass sich die neuen Digitalsysteme so ähnlich sehen. Denn viele der neu gezeigten Systeme basieren auf der Maschinen-Hardware von Ryobi. Miyakoshi, Fujifilm, um nur einige zu nennen. Klassische Drucktürme, Inkjetköpfe drauf – und fertig (na ja, nicht ganz – aber fast!). Sogar Kodak baut mit Ryobi an einer Hybridmaschine.

Bei all dem Digitaldruck-Hype soll aber eines nicht übersehen werden. Die Drupa war KEINE Digitaldruck-Drupa. Vielmehr war sie eine der Veredelung, der Weiter- und Endverarbeitung. Drucken kann heute jeder, egal ob klassisch oder digital. Gedrucktes wird erst dann zum Gebrauchs- (oder Luxus) Artikel, wenn es bearbeitet wird. So waren denn auch gut 30 Prozent der Drupa-Exponate aus diesen Bereichen. Wirklich verblüffend, was heute inline alles hergestellt werden kann.

Natürlich, dass sich die Maschinenhersteller denn auch nicht mehr – mit dem immer noch hungerleidenden – graphischen Bereich abgeben können. Alle wollen in den Verpackungsbereich, den Verpackungsherstellern etwas verkaufen. Als ob die vorher nicht auch schon etwas produziert hätten. Wer soll das alles kaufen? Wenn das nicht eine Sackgasse wird...

Noch ein paar Anmerkungen zu den Stän-

den selbst. Eindeutig: es wurde gespart. Mit einigen Ausnahmen hat man sich bei der Standarchitektur auf das Wesentlichste reduziert. Nur mehr einige Stände mit mehrstöckigen Hochbauten. Technologie und Maschinen ersetzen Schnick-Schnack.

Was aber gerade in den Hallen 8 a und 8 b, dort wo sich die Ex-IT und nunmehr Digitaldruck-Multis ansammelten, zu sehen war – tatsächlich beeindruckend. Die beste Show zweifelsohne Xerox, ästhetisch am schönsten ganz in weiß Konica Minolta. Am wenigsten Technologie eindeutig bei Ricoh, ein so gut wie leerer Stand; am meisten bei HP mit dem zweitgrößten Messestand – aber in Halle 4.

Noch eine Anmerkung zu HP: Wohl das beste Beispiel dafür, dass Masse nicht Klasse bedeuten muss. Eindeutig zu viele Exponate, eindeutig zu viele Anwendungen, eindeutig zu viele Leute am Stand.

Was noch auffiel: Wo war das vielgerühmte Drupa-Wetter? Die Leidtragenden des teilweise kühlen und regnerischen Wetters waren diesmal wohl die Gastrobetriebe im Freigelände.

Gott sei Dank gab's diesmal keine Fußball WM und man musste um keinen Platz beim Public-Viewing kämpfen. Das Platzangebot beim deutschen Pokalendspiel während der, wie immer hervorragend ausgerichteten, Drupa-Night war ausreichend. Nicht zuletzt deshalb, weil das Sportereignis mit dem Auftritt der alten Herrn des Electric Light Orchestra ernstzunehmende Konkurrenz hatte.

Jedenfalls, der Glorienschein der Drupa war schon einmal heller, erste Kratzer zeigen sich. Und schon kommen die ersten Stimmen, die die Messe verkürzen wollen und auch mit Düsseldorf nicht mehr zufrieden sind. Und ganz ferne im Hintergrund tönt auch schon etwas von Überheblichkeit und Arroganz. Wo gibt's das sonst, dass ein Messeveranstalter zusätzlich zu den bereits im voraus kassierten Messekosten, das ursprünglich zur Anmeldung verlangte 20 prozentige Downpayment für allfällige Nachverrechnungen einbehält, als zusätzliches Gratis-Zwangsdarlehen quasi. Und sich dann mit der Rückzahlung nach der Messe wochenlang Zeit lässt?

Wie war das mit dem Hochmut und dem Fall?

Übrigens ... die nächste Drupa soll vom 2. bis 15. Juni 2016, wieder 14 Tage lang, stattfinden. Schauen ma mal...

Soweit unsere wichtigsten persönlichen Eindrücke. Technologie-News der Aussteller lesen Sie auf den folgenden Seiten.

EDP Awards 2011/2012

Die 18 besten Produkte und Technologien für digitalen Druck und digitale Produktion

Die European Digital Press Association (EDP) vergab in diesem Jahr bereits zum sechsten Mal den mittlerweile hoch begehrten Award für die besten technologischen Innovationen im Bereich der digitalen Druck- und Produktionstechnik. Gastgeber für die Zeremonie der Preisverleihung war bereits zum zweiten Mal nach 2008 die Drupa.

EDP Präsident Chris Cooke zeigte sich vom Rahmen der Veranstaltung angetan: „Die Drupa ist der größte Branchentreff der Industrie und als solcher die beste Gelegenheit, die herausragenden Innovationen der digitalen Druckwelt vorzustellen.“

Der EDP Award 2012 wurde an Produkte vergeben, die zwischen März 2011 und Februar 2012 marktreif wurden. Von den ursprünglich 26 Award-Kategorien wurden in diesem Jahr allerdings nur 18 Produkte ausgezeichnet, da wie erwartet im Drupa Jahr einige Hersteller mit der Marktvorstellung ihrer innovativen Produkte bis zum Messeauftritt warteten. „Die ausgezeichneten Unternehmen haben mit ihren innovativen Produkten einmal mehr gezeigt, dass sie bei Forschung und Entwicklung die Wünsche ihrer Kunden in Fokus haben“, so der EDP Präsident in seiner Eröffnungsrede.

Die Jury hatte die schwere Aufgabe, aus über 60 eingereichten Produkten auszuwählen. Auffallend war in diesem Jahr, dass es im LFP



Bereich ein Jahr der Kontraste war. Aufgrund der schwierigen Marktsituation der vergangenen zwei Jahre hielten sich viele Hersteller mit Produktinnovationen etwas zurück. Anders war die Entwicklung bei den Anwendern, die sich mit Innovationen von Produkten und Serviceangeboten für den Markt auszeichneten.

Im Bereich der digitalen Produktionsmaschinen gab es im Jahre 2011 interessante Neuentwicklungen, allerdings wurden die meisten Highlights besonders im Bereich der B2 Digitaldrucker erst auf der Drupa vorgestellt und konnten so leider nicht für den EDP Award berücksichtigt werden.

Im Rahmen der festlichen Preisverleihung im Drupa Cube wurde auch das neueste Produkt der EDP, eine europaweite Marktuntersuchung zur Situation der digitalen Drucktechnik, vorgestellt. Barney Cox von Infotrend präsentierte auszugsweise die Befragung von über 160 Händlern, Anwendern und Kunden in Europa. Dieser EDP Digital Printing Survey steht Interessenten in Kürze in vollem Umfang zur Verfügung.

Neuer EDP-Vorstand

Die European Digital Press Association führte während der Drupa in Düsseldorf auch ihre jährliche Generalversammlung durch und beschloss einschneidende Veränderungen in der Führungsspitze der EDP. Sechs Jahre haben Augustin Torres und Chris Cooke den Verband erfolgreich geführt. Für die künftigen Aufgaben der EDP wird nun der neue Präsident, Rudolf Messer, Verleger und Chefredakteur von X-media, verantwortlich zeichnen. Er ließ auch sofort mit einer Erfolgsmeldung aufhorchen, als er die gesamte skandinavische AGI Gruppe als neues Mitglied der EDP begrüßen konnte. Somit sind es nun die führenden Zeitschriften in 19 Ländern Europas, die in der EDP-Association vereinigt sind. Messer zur Seite im Führungsgremium der EDP stehen künftig der Verlagschef von X-media, Gerhard Bartsch, als Generalsekretär, Denis Samsonov, Verlagsdirektor bei der russischen Fachzeitschrift Publish als Vizepräsident, und Herman Hartman, Chefredakteur von SignPro Benelux, als Direktor des technischen Komitees.

Die Sieger des 6. EDP-Awards 2011/2012

Bester Großformat-Drucker Rolle zu Rolle bis 1,6 m: **Epson SureColor SC-S30600**

Bester Großformat-Drucker Rolle zu Rolle über 1,6 m: **HP Designjet L28500**

Bester Großformat-Textil-Drucker: **Mimaki TS500-1800A**

Bester Großformat Imaging Drucker: **Agfa M-Press Leopard**

Bester Hybrid-Drucker unter 200.000 Euro: **Durst Omega 1 Plus**

Bester Hybrid-Drucker über 200.000 Euro: **Efi VUTEK GS3250LX**

EDP Technical Committee Award: **Barbieri Electronic Spectro Pad**

Bester Production Bogen-Drucker - Light Production: **Xerox Docucolor 8080**

Bester Production Bogen-Drucker - High Production: **Océ Varioprint DP Line**

Bester Rollen-Drucker: **Xerox CiPress 500**

Bestes UV-Etiketten-Drucksystem: **Efi Jetrion 4900 UV**

Beste Specialist Printing Solution: **Jetrix 2513**

Beste Environmental Printing Solution: **Mimaki JV-400LX**

Bestes Environmental Substrate: **Antalis DigiGreen**

Innovativster Bedruckstoff: **Neschen Solvoclear Easy Protect**

Bestes web-based Software Product: **Optimus Cloud**

Beste Großformat Software Solution: **SA International Pixel Blaster**

Bestes Großformat Finishing-System: **Zünd S3**