

September **2026**

Folge **297**

36. Jahrgang

Euro **6,60**

issn **1018 8054**

print^{and} Publishing EUROPE



KLAMPFER DRUCK 26

Jetfire 50 steigert Wettbewerbsfähigkeit

AGENTIC PRINT 16

Wenn KI die Druckerei auswählt

ePac IN ZAMS 40

Eine Erfolgsgeschichte

Printing the Pace

mit der neuen Gallus Five



Ein System. Maximale Power. Bereit für jede Herausforderung.

Schnell. Flexibel. Zukunftssicher.

Mit der Gallus Five setzen wir einen neuen Maßstab im Etikettendruck. Die modulare Hybriddruckmaschine verbindet maximale Geschwindigkeit, erstklassige Qualität und unvergleichliche Flexibilität.

100 m/min? Müheless. Moderne Tintenformulierung? Selbstverständlich. Inline-Veredelung? Integriert. Schnelle Jobwechsel? Standard. Erleben Sie, wie moderne Drucktechnologie den Takt vorgibt!

g5 Gallus Five



Mehr dazu unter:
gallus-group.com

Happy Birthday druck.at ...

druck.at, die größte Online-Druckerei des Landes, feiert dieser Tage ihr 25-jähriges Bestehen. Der Einladung zur Jubiläumsveranstaltung am neuen Unternehmensstandort in Leobersdorf folgten zahlreiche Gäste aus Politik und Wirtschaft. Extra aus den USA angereist war Robert Keane, Gründer, Chairman und CEO von Cimpres, dem internationalen Mutterkonzern des Unternehmens. Bei einer Werksführung erhielten die Gäste exklusive Einblicke in Produktion, Technologie und Arbeitsabläufe der Druckerei, deren Sortiment mehr als 250.000 Druckprodukte zählt. Der überwiegende Teil davon wird von den rund 300 Mitarbeitenden in der kürzlich neu errichteten Produktionshalle mit einer Gesamtfläche von 8.800 Quadratmetern produziert.

Seit seiner Gründung im Jahr 2001 durch Peter Kolb hat sich druck.at gemeinsam mit den technischen Möglichkeiten und den Anforderungen des Druckmarktes kontinuierlich weiterentwickelt. Moderne Drucktechnologien und laufende Investitionen in den Maschinenpark bilden dabei einen wesentlichen Bestandteil der Unternehmensentwicklung. Seit 2015 ist das Unternehmen Teil des US-amerikanischen Konzerns Cimpres, mit europäischem Sitz in Dundalk, Irland. Die Zugehörigkeit zu dem international tätigen Unternehmen verbindet den österreichischen Produktionsstandort mit internationalem Know-how im Bereich Mass Customization.

Niederösterreichs Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner gratulierte druck.at herzlich zum Jubiläum und strich dabei vor allem die Bedeutung einer erfolgreichen Wirtschaftspolitik für die Sicherheit von Arbeitsplätzen und die Wettbewerbsfähigkeit niederösterreichischer Unternehmen hervor: »Dieses Firmenjubiläum zeigt, was mit Mut, Fleiß und guten Ideen alles möglich ist: Aus einer kleinen Druckerei ist eines der führenden Unternehmen der Branche mit rund 300 Mitarbeitern geworden. Der neue Standort in Leobersdorf sichert heimische Arbeitsplätze und ist ein starkes Bekenntnis zum Wirtschaftsstandort Niederösterreich. Und er zeigt: Diese Erfolgsgeschichte ist noch lange nicht fertig geschrieben. Herzliche Gratulation zu 25 Jahren druck.at!«, so die Landeshauptfrau.



Neben der Präsenz aller politischen Vertretern war es wohl ein feines Signal, dass Robert Keane sich Zeit genommen hatte, um nach Österreich zu kommen und das Jubiläum mitzugestalten. Im Gespräch mit PRINT & PUBLISHING unterstreicht er die Bedeutung der Aktivitäten hierzulande und die Kreativität von druck.at. Cimpres hat bekanntlich mit der Übernahme der Print Alliance und Gerin in Österreich kräftig aufgerüstet und erwirtschaftet mit allen Unternehmungen hierzulande einen Umsatz von rund 120 Millionen Euro. Weltweit sind es mittlerweile fünf Milliarden Euro, die der Konzern umsetzt. Im Gespräch schmunzelt Keane darüber, dass, als er 1998 das Unternehmen gründete, ihn noch viele mitleidig ansahen, wenn er von Druck und E-Commerce sprach und handelte. Das Ergebnis sieht man heute an einem Unternehmen, das weltweit für Druck in verschiedensten Ausformungen sorgt und mit Peter Kolb im Jahr 2001 einen weiteren Fan des Druck-E-Commerce hervorbrachte.

Herzlichst Ihr
Michael Seidl
 m.seidl@europeanmediagroup.at

297

08

PEOPLE & EVENTS



16

BUSINESS & MARKT



PEOPLE & EVENTS

06 _ Flaschenpost 23.

In Grein wird gegautscht – erfolgreiche Unternehmer bleiben über Wasser

08 _ Augsburger Allgemeine

Neue Koenig & Bauer Commander CL eingeweiht

10 _ Golden Pixel Award 2026

Der Lockruf des Drucks

14 _ 80 Jahre Carl Ueberreuter

Wiener Traditionsverlag feierte Jubiläum

BUSINESS & MARKT

16 _ Agentic Print

Der nächste Kunde ist ein KI-Agent

18 _ 80 Jahre Chromos

Die mit den Farben spielen

22 _ Canon

Mehr Effizienz für internationale Unternehmen

24 _ Happy Birthday druck.at

Leobersdorfer Online-Druckerei feiert Firmenjubiläum

26 _ Jetfire 50 von Heidelberg

Klampfer Druck steigert Wettbewerbsfähigkeit

Die nächste Ausgabe und deren Schwerpunkte

PRINT & PUBLISHING 298 »DIE NEUE AUTONOMIE«

Thema: Wie Produktionssysteme dank KI und Steuerung hoch automatisiert funktionieren und wie Unternehmen damit umgehen. Nachhaltigkeit in der Druckindustrie: Nach wie vor wichtig angesichts der Veränderungen in der Branche?

Messe: print fair (Oktober 2026), Wien

Erscheinungstermin: 15. OKTOBER 2026

Redaktions- und Anzeigenschluss: 05. OKTOBER 2026

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten, soweit nicht anderwärtig betont, gleichermaßen für beiderlei Geschlecht.

30

MEDIEN KOMMUNIKATION DESIGN



MEDIEN . KOMMUNIKATION . DESIGN

- 30** _ Gutenberg in Linz
Raus aus dem digitalen Dauerrauschen
- 31** _ Bewegliche Lettern
Die gefährlichste Erfindung der Welt
- 32** _ Neuntes Lithographie Symposium Tidaholm
Stein, Papier, Leidenschaft

PRODUKTION & TECHNOLOGIE

- 36** _ Konica Minolta bringt AccurioLabel 231
Wirtschaftlicher digitaler Etikettendruck

ZEITREISE

- 58** Rückblick auf 25 Jahre PRINT & PUBLISHING
Ein Sommer in Österreich ... als die Fluten kamen

36

PRODUKTION & TECHNOLOGIE



- 40** _ ePac und flexible Verpackung
Eine Erfolgsgeschichte in Zams
- 43** _ Hybrid Software-ColorLogic
Neue Versionen von ColorAnt, CoPrA und ZePrA
- 44** _ Koenig & Bauer und Bosch
Neue Entwicklungen für Produktschutz
- 46** _ Cardbox Packaging
Effizienzsteigerung in der Weiterverarbeitung
- 48** _ Bobst und Leopold
Fliegende Auftragswechsel bei Voll- und Wellpappebogen
- 52** _ Aus der Praxis eines Gutachters
Flexodruckmaschine mit großen Verlusten beim Farbwechsel
- 54** _ Kern GmbH & Müller Martini
Sammelheftung auf höchstem Niveau
- 56** _ Horizon erweitert iCE Serie
Klebebinder SB-09R und Dreimesser-Vollautomat
HT-1000R mit dabei

Impressum

EMGroup GmbH . Meytensgasse 27, A-1130 Wien . Telefon +43(0)1/983 06 40 . Fax +43(0)1/983 06 40-18 . INTERNET www.printernet.at
 ADMINISTRATION E-MAIL office@europeanmediagroup.at . REDAKTION E-MAIL edit@europeanmediagroup.at . HERAUSGEBER (e.h.) Prof. Dr. Werner Sobotka
 CHEFREDAKTEUR | GESCHÄFTS-/VERLAGSLEITUNG Michael Seidl . VERLAGSASSISTENZ Vanessa Ruby . COVER Heidelberg . AUTOREN Mag. Izabela Seidl-Kwiatkowska,
 Michael Seidl, Dr. Werner Sobotka, Ing. Harald Sexl MBA, Dr. Colin Sailer . LAYOUT Robert Sabolovic (EMGroup / Zeitmassdesign)
 DRUCK Print Alliance HAV Produktions GmbH, 2540 Bad Vöslau

PRINT & PUBLISHING ERSCHEINT IN DEN JEWEILIGEN LANDESSPRACHEN IN ÖSTERREICH, POLEN SOWIE UNGARN UND UNTERHÄLT MEDIENKOOPERATIONEN IN DER TSCHESCHISCHEN REPUBLIK, SLOWAKEI, RUSSLAND
 UND INDIEN. INTERNATIONALE KOORDINATION EMGROUP GMBH, MEYTENSASSE 27, A-1130 WIEN, TELEFON +43(0)1/983 06 40, FAX +43(0)1/983 06 40-18, E-MAIL: OFFICE@EUROPEANMEDIAGROUP.AT



In Grein wird gegautscht – erfolgreiche Unternehmer bleiben über Wasser

Heute sitzt der Flaschenpostler am Donauufer bei Grein. Neben ihm liegt ein gedrucktes Branchenblatt. Er blättert durch die letzten Meldungen, die ihm aus der Druckbranche noch auf Papier begegnen. Viel ist es nicht. Vielleicht täuscht ihn der Eindruck. Doch ein gedruckter Branchenhinweis wirkt inzwischen wie ein Fundstück. Der Flaschenpostler hebt den Blick vom Papier zum Wasser und schaut über die Donau ins Land hinein. Dabei denkt er an den 17. September: In Grein wurden sechs Lehrlinge gegautscht und in den Gesellenstand erhoben. Wasser, Schwamm, Gejohle und Gautschbrief – der Brauch war vollständig. Das Gautschen gehört zum immateriellen Kulturerbe Österreichs. Die sechs waren an diesem Tag Teil einer lebendigen Tradition.

Der Flaschenpostler freut sich besonders, dass auch zwei Ehrengäutschlinge mitgemacht haben: Eveline Grabmann, Obfrau der WKÖ-Bezirksstelle Perg, und Manuel Adlung, Direktor der Berufsschule 9 Linz. Sie ließen den Brauch nicht widerwillig über sich ergehen. Sie stellten sich dem Ritual und machten mit. Wer Tradition nur in Grußworten lobt, kann sich ruhig selbst nass machen. Die beiden taten es. Der Flaschenpostler dankt ihnen dafür ausdrücklich und spricht ihnen ein großes Lob aus.

Den sechs Gegautschten wünscht der Flaschenpostler alles Gute. Möge ihnen die Freude am Beruf erhalten bleiben, und mögen sie Betriebe finden, die ihr Können brauchen und fair bezahlen. Die kleinen Sünden der Lehrzeit wäscht der Schwamm symbolisch ab. Für die Fehler der Erwachsenen gibt es kein ver-

gleichbares Reinigungsverfahren. Dafür müsste der Flaschenpostler vermutlich die Donau umleiten.

Beim Gautschen werden die Kornuten nach altem Brauch mit dem Kopf unter Wasser getaucht – und tauchen danach wieder auf. In manchen Druckereien steht das Wasser erst bis zum Hals; dort gehen Betriebe weiter unter und kommen am Ende nicht mehr hoch. Betriebe ringen um Aufträge, Nachfrage und Personal. Manche hoffen auf einen Käufer, andere auf einen neuen Kunden, wieder andere darauf, dass die nächste Rechnung später kommt als die nächste Mahnung. Und während alle auf den Wasserstand schauen, gibt es immer noch Unternehmer, die überzeugt sind, man könne genauso weitermachen wie bisher. Man kann. Für eine gewisse Zeit. Auch ein Bogen Papier lässt sich erstaunlich lange spannen, bevor er reißt.

Ein Beispiel aus Linz kommt dem Flaschenpostler in den Sinn: Was einst zu den größten Druckereien Oberösterreichs zählte und einen mächtigen, einflussreichen Druckmeister an der Spitze hatte, mutierte zuletzt – in der bitteren Lesart dieser Flaschenpost – zu einem besseren Kopierstudio. Der Vorgang wurde höflich als »Fusionierung« bezeichnet. Für den Flaschenpostler klingt das nach einem freundlichen Wort für eine Übernahme durch einen internationalen Konzern. Den Namen lässt er bewusst aus. Nach den Angaben, die ihm vorliegen, verkaufte der Seniorchef, der Junior, fix vom AMS wieder zurückgeholt, soll heute das Linzer Verkaufsbüro »leiten«. Frühere Außendienstmitarbeiter sollen zur Konkurrenz gewechselt sein.

Eine bemerkenswerte Rochade: Betrieb, Nachwuchs und Außendienst wechseln die Plätze. Wer braucht da noch eine Umstrukturierung? Der Markt erledigt sie offenbar nebenbei. Unternehmensberater haben es in Zeiten wie diesen schwer: Wo sollen sie noch Aufträge herbekommen, wenn der Markt die Umstrukturierung gleich selbst erledigt? Vielleicht bleibt ihnen, das Ergebnis als »strategische Neuausrichtung« zu präsentieren.

Natürlich kann eine Übernahme Arbeitsplätze sichern. Ein großer Käufer kann Aufträge bündeln, Löhne weiterzahlen und einem Betrieb Zeit verschaffen. Das soll man nicht kleinreden. Aber »Wir wissen, was zu tun ist« ist noch keine Strategie; es ist ein Satz, der auf jeder Präsentationsfolie gut aussieht. Entscheidend ist, ob Kundennähe, Fachwissen und Menschen bleiben, die Aufträge hereinholen.

Wenn ein Unternehmen seine Eigenständigkeit verliert, ist das nicht automatisch ein Unglück. Aber ist die neue Rolle eines Verkaufsbüros dieselbe wie die eines produzierenden Betriebs? Eine Druckmaschine nimmt keine Synergien entgegen. Sie braucht Aufträge, Personal, Material und jemanden, der sie wirtschaftlich laufen lässt. Ein Verkaufsbüro kann Türen öffnen; drucken muss trotzdem jemand. Wechseln frühere Außendienstler zur Konkurrenz, ist das für diese wohl ein erfreulicher Nebeneffekt. Für die Kundschaft zeigt es: Vertrauen wird nicht mit einem Kaufvertrag übertragen.

Von Linz führt der Weg zur »print fair 26« an der Graphischen in Wien. Die Website ver-



Alle tauchen wieder auf. Die Branche nicht.

spricht Innovation, Networking, Inspiration und persönlichen Austausch. Schön. Fast könnte man meinen, die Messe löse schon vor der Eröffnung alle Probleme der Branche. Weniger sichtbar ist, wer dafür sorgt, dass Aussteller und Besucher zusammenkommen.

Zuerst zollt der Flaschenpostler Karl Patschka und seinem engagierten Team Respekt: Sie haben die print fair aufgebaut. Dieses Erbe verdient Anerkennung. Eine Messe entsteht nicht durch ein Logo und schöne Sätze über Vernetzung, sondern durch Menschen, die Zeit, Arbeit und Überzeugung hineinstecken. Wer darauf aufbaut, sollte das nicht als selbstverständlich betrachten. Für den Flaschenpostler heißt eine Messe weiterzuführen: Aussteller ernst zu nehmen, Besucher zu erreichen, Inhalte zu planen und ein Team zusammenzubringen.

Genau dort wird es heikel. Seit Jahren hört der Flaschenpostler, dass man versucht, ein Team aufzustellen. Allein: Es gelingt nicht. Ist das demotivierend? Fehlt Engagement? Wird zu wenig mit Ausstellern gesprochen? Wer eine Branchenmesse veranstaltet, sollte die Branche nicht erst am Eingang begrüßen. Ein fixes Team, klare Zuständigkeiten und echte Gespräche mit Ausstellern wären ein Anfang. Das ist keine Revolution. Es ist Grundausrüstung.

Besonders skurril wird es, wenn ein Zulieferer am selben Tag weit entfernt, einen Tag der offenen Tür veranstaltet. Wenn diese Information stimmt, haben Kunden und Aussteller eine unmögliche Wahl: Messe hier oder offener Betrieb dort. Vielleicht hat man eine neue

Technologie entdeckt. Bislang hieß sie »Scot-ty, bereit zum beamen«; jetzt heißt sie offenbar »persönlicher Austausch«. Wer Kundenschaft erreichen will, könnte Termine abstimmen. Oder glaubt man, jeder Besucher habe einen Zwilling?

Die printfair soll nicht baden gehen. Das wäre Karl Patschka und seinem Team nicht gerecht. Kritik an der heutigen Organisation ist keine Kritik an den Gründern. Gerade weil etwas aufgebaut wurde, sollte man es nicht austrocknen lassen. Eine Messe lebt nicht von der jährlichen Versicherung, sie sei wichtig. Sie lebt von Ausstellern, Besuchern, Gesprächen und dem Wunsch wiederzukommen. Dafür braucht es mehr als einen Kalendereintrag und schönes Wetter.

Dann denkt der Flaschenpostler an die Herrschaften hinter dem Stephansdom. Er nennt sie nicht beim Namen. In der dunklen Gasse spricht man gern von Print. Einladungen kommen nach Beobachtung des Flaschenpostlers aber bevorzugt elektronisch. Man wirbt für gedruckte Produkte, ohne selbst einen Bogen dafür einzurichten. Praktisch: Print ist unverzichtbar, solange man es nicht selbst verwenden muss.

Natürlich ist eine E-Mail schneller und billiger. Das ist nicht der Punkt. Wer für Druckereien spricht, könnte mit eigenen Einladungen zeigen, dass Print mehr ist als ein Slogan. Sonst erinnert das Bekenntnis an einen Ernährungsvortrag aus einer Konditorei. Und die Herrschaften müssen nicht in den Gautschbottich.

Vielleicht liegt genau darin die Pointe der Gautschfeier. Die sechs wurden gegautscht, gefeiert und in die Gemeinschaft aufgenommen. Das ist mehr als ein nasser Spaß. Es ist ein Versprechen, die nächste Generation willkommen zu heißen. Dieses Versprechen darf nicht am Stadtplatz enden.

Den sechs Gegautschten wünscht der Flaschenpostler also nochmals alles Gute. Möge ihnen die Freude am Beruf erhalten bleiben, möge die Druckbranche genug Arbeit bieten und möge ihnen das Wasser höchstens beim Gautschen bis zum Hals stehen. Sie haben an diesem Tag ein Stück immaterielles Kulturerbe Österreichs lebendig gemacht. Das verdient Respekt. Den Betrieben, die selbst baden gehen, hilft Respekt allein freilich wenig. Dafür braucht es Aufträge, gute Entscheidungen und Menschen, die Verantwortung übernehmen.

Denn es gibt auch erfolgreiche Unternehmer. Sie treten nicht vor den Vorhang und präsentieren sich nicht auf den größten Bühnen. Sie agieren und arbeiten. Sie brauchen keine Scheinwerfer, damit ihre Betriebe bestehen. Über sie will der Flaschenpostler in der nächsten Flaschenpost berichten.

Der Flaschenpostler ●

AUGSBURGER ALLGEMEINE

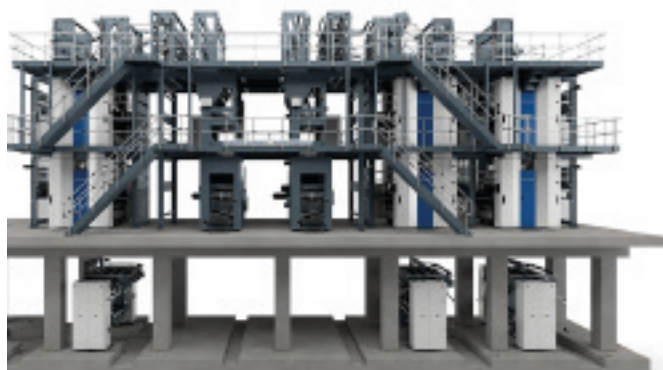
NEUE KOENIG & BAUER COMMANDER CL EINGEWEIFT

Es war ein klares Signal für den Wirtschaftsstandort Augsburg, aber auch für Zeitungsdruckwelt selbst: Die Augsburger Allgemeine weihte kürzlich ihre neue Zeitungsrotation – eine Koenig & Bauer Commander CL 4/2 – ein.



Feierliche Einweihung der neuen Zeitungsrotation Koenig & Bauer Commander CL 4/2 bei der Augsburger Allgemeinen (v.l.n.r.): Philipp Zimmermann, CEO Koenig & Bauer Digital & Webfed, Christian Steinmaßl, Mitglied der Konzernleitung bei Koenig & Bauer, Dr. Alexander Blum, CFO Koenig & Bauer, Alexandra Holland, Verlegerin der Augsburger Allgemeinen, Karoline Kalb, Mitglied des Aufsichtsrats Koenig & Bauer, Andreas Schmutterer, Vorsitzender der Geschäftsleitung Augsburger Allgemeine, Alex Wüstmann, Vorsitzender Geschäftsführung Augsburger Allgemeine.

✖ @ . Koenig & Bauer



Koenig & Bauer
Commander CL 4/2
✖ @ . Koenig & Bauer

Seit dem Projektstart im September 2024 ist eine komplett neue, hochmoderne Produktionsinfrastruktur entstanden, die zu den effizientesten und fortschrittlichsten Systemen im gesamten Markt gehört. Neben einem Grußwort des Bayerischen Staatsministers für Bundesangelegenheiten und Medien, Dr. Florian Herrmann, wurde die feierliche Zeremonie durch den Augsburger Bischof Dr. Bertram Meier und dem evangelischen Stadtdekan Frank Kreiselmeier gesegnet. Vor rund 100 geladenen Gästen unterstrichen die Verantwortlichen die strategische Tragweite des Projekts. Die Investition sichert den hohen Qualitätsstandard und stärkt das Unternehmen in seiner Rolle als wichtiger regionaler Arbeitgeber, der nachhaltig in die Wirtschaftskraft der Region investiert.

Gelebte Partnerschaft

Die installierte Commander CL vereint höchste Flexibilität und Zuverlässigkeit mit intelligenten Features für minimale Rüstzeiten und exzellente Druckqualität. Ausgestattet mit zwei Falzwerken und einem vollständigen QI-Standardsystem, verfügt die Rotation über modernste

Automatisierungsfunktionen – vom automatischen Plattenwechsel bis hin zur präzisen Farbdichteregelung und zukunftsweisender Predictive Maintenance. Durch

diesen hohen Automatisierungsgrad werden Makulaturzahlen sowie Stillstands- und Ausfallzeiten nachhaltig reduziert und der gesamte Druckprozess effizient optimiert. Mit der neuen Anlage erfolgt die Umstellung vom Rheinischen auf das kompaktere Berliner Format. Die Augsburger Allgemeine folgt hiermit einer branchenweiten Entwicklung der vergangenen Jahre und optimiert ihr Erscheinungsbild für die Leser.

Der Aufbau der neuen Anlage in die bestehende Infrastruktur erforderte höchste Präzision. Dank der exzellenten Zusammenarbeit zwischen dem eigenen technischen Team und Koenig & Bauer wurde das Projekt eine absolute Punktlandung – vollkommen im Zeit- und Budgetrahmen sowie nach höchsten Qualitätsstandards. Andreas Ullmann, Gesamtleiter Technik, ergänzte stolz: »Die erzielten Fortschritte sind beeindruckend, und die Zusammenarbeit mit dem Team von Koenig & Bauer gestaltete sich

absolut erstklassig. Wir freuen uns jetzt alle unsere Auflagen künftig auf der neuen Anlage in Top-Qualität pünktlich an unseren Leser auszuliefern«. Alexander Blum, CFO von Koenig & Bauer AG, betonte anlässlich der Einweihung: »Zum ersten Mal haben unsere beiden Traditionshäuser ein Projekt dieser Größenordnung gemeinsam realisiert. Ein solches Großprojekt ist in der heutigen Zeit alles andere als ein Selbstläufer und verlangt allen Beteiligten vollen Einsatz ab. Ich freue mich sehr, dass die Zusammenarbeit über die vergangenen knapp 24 Monate hinweg so reibungslos verlaufen ist und wir das Ziel gemeinsam punktgenau erreicht haben.« Nach dem offiziellen Festakt im Medienzentrum konnten sich die Gäste bei exklusiven Führungen direkt an der Anlage ein Bild von der neuen, beeindruckenden Produktionsgeschwindigkeit und der wegweisenden Ergonomie der Commander CL machen. ●

PEOPLE & EVENTS

VIELE INFOS? DANN BESSER PRINT.

GROSSE WIRKUNG, KLEINER FUSSABDRUCK.

**Unbegrenzte
Lesezeit**
weniger CO₂

**Online 2,5
Sekunden Lesezeit**
1,5 x mehr CO₂
als Print

PRINT WIRKT NACHHALTIG.



Eine Initiative des Verband Druck Medien und Austropapier.
www.druckmedien.at/studie-print-online

GOLDEN PIXEL AWARD 2026

DER LOCKRUF DES DRUCKS

Der Golden Pixel Award ist in seiner nächsten Runde. Zum 24. Mal sind wir auf der Suche nach den besten, schönsten, kreativsten, durchdachtesten und fulminantesten Druckprojekten in Österreich. Die Einreichphase für die Projekte in 16 Kategorien hat am ersten Juli begonnen und läuft noch bis 30. September 2026.



Zum 23. Mal wurden die begehrten Golden Pixel Statuen 2025 vergeben. Es gingen insgesamt 16 Auszeichnungen an die österreichischen Print- und Verpackungschampions.

✕ @ . Golden Pixel/Katharina Schiffel

Wie in den 23 Ausgaben zuvor bleiben wir unseren Grundsätzen verpflichtet, dass bei der Bewertung der Projekte, Faktoren wie Idee, Qualität, technische Umsetzung, Nachhaltigkeit beziehungsweise das Ergebnis der Zusammenarbeit von Kunden mit Agentur und Druckerei in seiner Gesamtheit von der fachkundigen Jury bewertet werden. Der Golden Pixel Award ist der Leistungsbeweis der österreichischen Druck- und Medienindustrie. Die Sieger setzen die Auszeichnung in der Kommunikation mit ihren Kunden ein und verstehen sie als Anerkennung ihrer hervorragenden Leistung. Auch in der internationalen Award-Szene ist der Wettbewerb gut positioniert. »Wir freuen uns schon auf spannende Projekte, die zeigen, wie wichtig Print in der Kommunikation als auch in der Verpackung ist«, so PRINT & PUBLISHING Chefredakteur und Jurymitglied Michael Seidl.

Kategorien und Jury

Eine unabhängige Jury trägt dafür Sorge, dass in jeder Kategorie das innovativste, interessanteste oder mitreißendste Projekt gekürt wird. Aus den eingesandten Druck- und Verpackungsprojekten werden die jeweiligen Kategorie-Gewinner ermittelt. Der Weg des Projekts von der Idee des Kunden, zum Design, in die Agentur, die drucktechnische Umsetzung und der kommerzielle Erfolg oder die umwelttechnische Relevanz oder Nachhaltigkeit des Projekts, spielen für die Bewertung durch die Jury eine besonders wichtige Rolle. »Wir sind davon überzeugt, dass wir in den 16 Kategorien wieder tolle Projekte haben, die der Jury beim Bewerten viel Spaß machen werden und zudem deren Expertise herausfordern«, meint Jury-Vor-

sitzender Dr. Werner Sobotka. Hier die Übersicht der Kategorien 2026.

Ökologisch & Umweltfreundlich: Druckprojekte, die nach den Richtlinien des Österreichischen Umweltzeichens oder des EU Ecolabels realisiert wurden beziehungsweise den Nachweis einer ökologischen Herstellung erbringen können.

Akzidenzen: Alles, was das Druckerherz erfreut – von Broschüren, Werbedrucksorten bis zur Geschäftsausstattung.

Geschäftsberichte: Unternehmen zeigen, was sie können – in Form ihrer Geschäftsberichte.

Plakat & Visuelle Kommunikation: Durch die Kraft der visuellen Kommunikation wird das Auge festgehalten. Plakate, Kampagnen,

Poster, City Lights, Fahrzeugbeklebungen ...

Buch & Bildbände: Eine der edlen Kategorien, in der erstklassige Projekte aufeinandertreffen.

Direct Mail: Wie man Freunde, Partner oder Kunden intelligent und persönlich anspricht – diese Kategorie zeigt es.

Cross Media Projekte: Kommunikation auf verschiedenen Ebenen. Print und Online vereinen und, wenn möglich, das Smartphone dabeihaben.

Magazine: Ebenso eine der klassischen Kategorien. Magazine wirken, beeindrucken haptisch und begeistern deren Leserschaft. Printer's Best – Eigenprojekte Druckereien: Druckereien zeigen, wer sie sind und was sie können.

Studentenprojekte: Junge Talente auf dem Sprung in die Zukunft. Deren kreative Arbeit wird vor den Vorhang geholt.

Verpackungen: Schöne und durchdachte Verpackungslösungen helfen Produkte besser in Szene zu setzen.

Etiketten: Auf kleinem Raum wird wunderbares Design drucktechnisch stimmungsvoll umgesetzt.

Wellpappeprojekte und POS-Displays: Hier erwartet man die Einreichungen von Wellpappe-Erzeugern und -Verarbeitern aus Österreich. Bewertet werden die drucktechnische Umsetzung, der kommerzielle Erfolg als auch die Nachhaltigkeit des eingereichten Projekts.

Flexible Verpackung: Diese Kategorie ergänzt die anderen Verpackungsbereiche. Ob digital oder klassisch hergestellte Projekte, diese sind ein wichtiges Segment der Branche und ermöglichen höchst anspruchsvolle Anwendungen und Lösungen für Kunden und Auftraggeber.

Sensorische Projekte – Haptische Erlebnisse: Hier geht es um Druckprojekte, die die Sinne stimulieren und somit helfen einem Produkt oder einer Marke einen besonderen Stellenwert oder eine ganz besondere Empfindung zu verleihen. In dieser Kategorie spielen Druck und Veredelung eine herausragende Rolle.

Freestyle: Mit dieser Kategorie kommt man dem Wunsch von Einreichern entgegen, die sich mit ihren Projekten bislang nicht in den bestehenden Kategorien einordnen konnten. Der Golden Pixel begibt sich auf die Suche nach verrückten, begeisternden, aufregenden und ungewöhnlichen Lösungen.

Der Ablauf

Am Bewerb zugelassen sind Projekte, die im Zeitraum 1. Juli 2025 bis 30. September 2026 realisiert wurden. Es können mehrere Projekte eingereicht werden, jedoch immer in einer klar definierten Kategorie. Die Einreichunterlagen können von der Webseite www.Golden-Pixel.eu geladen werden. Die Kraft und Wertigkeit von Gedrucktem zu zeigen und zu präsentieren, ist das erklärte Ziel des Golden Pixel Award, der zum 24. Mal veranstaltet wird. Die Veranstalter, EMGroup GmbH mit ihren Magazinen PRINT & PUBLISHING und PACKAGING Austria sowie dem VFG (Verein Forschung für die Graphischen Medien) rechnen mit einer regen Teilnahme für Projekte in den 16 Kategorien. Im



PRINT & PUBLISHING Chefredakteur Michael Seidl begrüßte im Jänner 2026 rund 200 Gäste, erstmals an der Graphischen in Wien.

✂ © . Golden Pixel/Katharina Schiffel



Juryvorsitzender Dr. Werner Sobotka: »Wieder hat die österreichische Druckindustrie eindrucksvoll gezeigt, was sie kann. Vor allem bei Magazinen, Buch & Bildbänden, Akzidenzen, Etiketten und Cross Media sahen wir Projekte, die im wahrsten Sinne des Wortes Print beleben.«

✂ © . Golden Pixel/Katharina Schiffel

Herbst 2026 findet die Jurysitzung statt, die Gala wird im Jänner 2027 abgehalten.

Golden Pixel Trophy

Mit der Golden Pixel Trophy wird zum 15. Mal ein Gesamtsieger aller Kategorie-Gewinner ermittelt. Es handelt sich dabei um einen Wanderpokal, der jährlich an den jeweils neuen Gesamtsieger weitergegeben wird. »Es ist sicher, dass wir uns in diesem Jahr wieder erfolgreich auf die Suche nach einem würdigen Gesamtsieger begeben werden«, so PRINT & PUBLISHING Chefredakteur und Jurymitglied Michael Seidl.

2025 erhielt die Auszeichnung zum zweiten Mal in Folge Schwarzach Packaging.

Gutenberg Award 2026

Der vom VFG verliehene Gutenberg Award zeichnet zum zehnten Mal verdiente Persönlichkeiten der Druck- und Medienindustrie aus und wurde erstmals 2014 verliehen. Im vergangenen Jahr ging die Auszeichnung an Ferdinand Rüesch von Gallus für sein langjähriges Wirken.

Wertvolle Partnerschaften

Der Golden Pixel Award 2026 wird – wie

schon in den Jahren zuvor – von namhaften Unternehmen unterstützt, die damit nicht nur ihre Wertschätzung zum Ausdruck bringen, sondern ihr Sponsoring auch als Signal an die Druck- und Medienindustrie verstehen. Darunter finden sich Arctic Paper, Berberich, Burgo, Canon, Chromos Österreich, GMG, Heidelberg Österreich, HP Austria, Koenig & Bauer, Konica Minolta, quarterpack, Rogler und Xerox. Neu in diesem Jahr, Feinpapierhersteller Hahnemühle. Als Eventpartner hat Sappi Austria wieder zugesagt. www.golden-pixel.eu 📍



Der Gutenberg Award ging 2025/2026 Jahr an Ferdinand Rüesch von der Gallus AG für seine Verdienste um Entwicklungen in der Etiketten- und Verpackungsindustrie. ❄️ @ . Golden Pixel/Katharina Schiffli



Die Golden Pixel Trophy ging wieder nach Vorarlberg an Schwarzach Packaging für das Projekt: Image Broschüre Schwarzach Packaging »think it, pack it.« ❄️ @ . Golden Pixel/Katharina Schiffli



Feierlaune an der Graphischen: Hier die glücklichen Sieger des 23. Golden Pixel Award. ❄️ @ . Golden Pixel/Katharina Schiffli

KOENIG & BAUER



IMPACTING PRINT PERFORMANCE

... mit der Rapida 106 X – entwickelt, um Spitzenproduktion neu zu definieren

Variable Auflagenhöhen. Blitzschnelle Durchlaufzeiten. Absolute Präzision. Die Rapida 106 X gibt Ihnen die Leistungsfähigkeit an die Hand, mit der Sie alle Anforderungen im Akzidenzdruck maximal profitabel lösen.

- **Total Press Automation:** Realisieren Sie autonome Auftragswechsel souverän mit AutoRun.
- **Maximale Flexibilität:** Liefern Sie kompromisslose, konstante Druckqualität auf jedem Bedruckstoff.
- **Profitabilität:** Sorgen Sie für ein messbares Margenwachstum in jeder einzelnen Schicht.

Heben Sie Ihre Profitabilität auf das nächste Level. Entdecken Sie die Rapida 106 X.

koenig-bauer.com

we're on it.

80 JAHRE CARL UEBERREUTER

WIENER TRADITIONSVERLAG FEIERTE JUBILÄUM

Mehr als 150 Gäste feierten auf der Summerstage – Verleger Georg Glöckler, Gisela Glöckner und Verlagsleiterin Birgit Francan begrüßten Autoren, Buchhändler sowie langjährige Wegbegleiter aus Medien, Kultur und Wirtschaft.



Der Carl Ueberreuter Verlag feiert heuer sein 80-jähriges Bestehen. »80 Jahre Verlag bedeuten für uns vor allem 80 Jahre Auseinandersetzung mit der Welt«, sagt Verleger und Geschäftsführer Georg Glöckler »Was als klassischer Kinderbuchverlag begann, hat sich über die Jahrzehnte zu einem Publikumsverlag entwickelt, der sich bewusst mit den Themen unserer Zeit beschäftigt: mit Geschichte und Gegenwart, Politik und Gesellschaft und den großen und kleinen Fragen des Lebens. Dabei ist Ueberreuter immer ein unabhängiges Wiener Unternehmen geblieben. Umso mehr freut es mich, dass mit Gisela auch die nächste Generation unserer Familie bereits in der Verlagsgruppe tätig ist.« Themen aufgreifen, die die Menschen beschäftigen, und dafür die richtigen

Autoren zu finden. »Das ist unser Anspruch«, sagt Verlagsleiterin Birgit Francan. »Dass uns das seit 80 Jahren gelingt, verdanken wir vor allem den vielen Menschen, die diesen Verlag geprägt und begleitet haben.«

Ein Abend mit vielen Wegbegleitern

Beim Jubiläumsfest auf der Summerstage standen die Menschen im Mittelpunkt, die Ueberreuter über viele Jahre begleitet haben. Unter den mehr als 150 Gästen waren Michael Pammesberger, der anlässlich des 80. Geburtstags eigens eine Serie von Jubiläumskarikaturen für Ueberreuter gestaltet

Eigentümer und Verleger Kommerzialrat Georg Glöckler, Gisela Glöckner und Verlagsleiterin Birgit Francan. ✕ @ . Nathan Hartung von Hartungen

hat, OPUS-Mastermind Ewald Pflieger, Musiker Georg Breinschmid, Journalist und Historiker Herbert Lackner, Onkologe Universitätsprof. Dr. Christoph Zielinski und »Polly Adler«-Erfinderin Angelika Hager. Mit Thomas Salzer, dem Enkel des Verlagsgründers Thomas Franz Salzer, war auch die ursprüngliche Eigentümerfamilie beim Jubiläum vertreten.

Für einen unterhaltsamen Rückblick auf acht Jahrzehnte Verlagsprogramm sorgte das PUB(lishing)-Quiz: Von Sprache, Geschichte und Wienerisches über Gesundheit und Biografien bis zu Humor wurde das Wissen der Gäste auf die Probe gestellt.

Und die bewiesen, dass sie das Ueberreuter-Programm ziemlich gut kennen. Bei gutem Essen, vielen Gesprächen und Begegnungen wurde anschließend bis in den Abend gefeiert.

Vom Kinderbuch zum breit aufgestellten Publikumsverlag

1946 von der Familie Salzer in Wien gegründet, befindet sich der Carl Ueberreuter Verlag seit 2014 im Eigentum der Familie Glöckler, die ihn bis heute als unabhängiges Familienunternehmen führt. Damit gehört der Verlag zu den wenigen unabhängigen, mittelständischen Verlagshäusern auf dem deutschsprachigen Buchmarkt. Der Verlag begann mit Kinder- und Jugendbüchern, in den 1970er Jahren kam das Erwachsenenprogramm dazu. Schwerpunkt waren Bücher unter dem Motto »Themen, die alle angehen – Themen, die die Welt von Morgen bestimmen«. Als im Herbst 1974 der großformatige Bildband mit dem Text »Der Fenstergucker«, der nach der beliebten Kultur-Serie des österreichischen Fernsehens gestaltet war, erschien, war dies

ein für die Zukunft richtungsweisendes Werk. Dazu kam das Thema Humor mit dem Autor Peter Wehle, dessen »Sprechen Sie Wienerisch?« sich über 100.000-mal verkaufte und immer noch lieferbar ist – ein Klassiker im österreichischen Buchhandel. Zum Thema Humor kamen Biografien, Bände und Reihen zur österreichischen Geschichte sowie die Themen Politik, Gesellschaft, Gesundheit, Pädagogik und Lebenshilfe. Größen der österreichischen Karikaturistenszene, beginnend mit Ironimus/Gustav Peichl über Gerhard Haderer und Manfred Deix bis zu Bruno Haberzettl, Michael Pammesberger und viele mehr publizieren ihre Werke im Carl Ueberreuter Verlag.

Die Übernahme durch Georg Glöckler

Bis 2014 umfasste der Carl Ueberreuter Verlag mehrere Verlagsbereiche, einen Bereich für Erwachsene sowie die Kinder- und Jugendbuchprogramme und das Imprint Annette Betz. Im Jänner 2014 übernahm

Georg Glöckler, Eigentümer des G&G Kinderbuchverlags, zunächst die Kinder- und Jugendbuchbereiche von Ueberreuter sowie das Imprint Annette Betz. Dieser Verlagsteil firmiert als Ueberreuter GmbH und ist seit 2012 in Berlin angesiedelt. Im Juni 2014 übernahm Georg Glöckler schließlich auch den Carl Ueberreuter Verlag (Bücher für Erwachsene) mit Sitz in Wien. Damit waren die verschiedenen Ueberreuter-Verlagsbereiche wieder unter einem Eigentümer vereint. Bis heute befinden sich sowohl der Carl Ueberreuter Verlag in Wien als auch die Ueberreuter GmbH in Berlin im Eigentum von Georg Glöckler und seiner Familie. Der Carl Ueberreuter Verlag kann auf jahrzehntelange Erfolge zurückblicken und führte mit seinen Verkaufserfolgen aus den Bereichen Biografien, Politik und Gesellschaft, Humor/Karikatur, österreichische Geschichte oder Gesundheit viele Male die Bestsellerlisten an. Ueberreuter Sachbuch steht für Themenvielfalt, Information, Wissen und Unterhaltung. ●

STARBOOK SHEETFOLDER/ VAREO PRO



Vom Einzelblatt zum fertigen Buch

Der Starbook Sheetfolder von Hunkeler steht für höchste Effizienz in der Buchblockproduktion ab Einzelblatt – ideal für Kleinstauflagen und Book-on-Demand. In perfekter Kombination mit dem Vareo PRO Klebebinder von Müller Martini entsteht ein durchgängiger, vollautomatischer Workflow – für maximale Produktivität und Qualität.

mullermartini.com

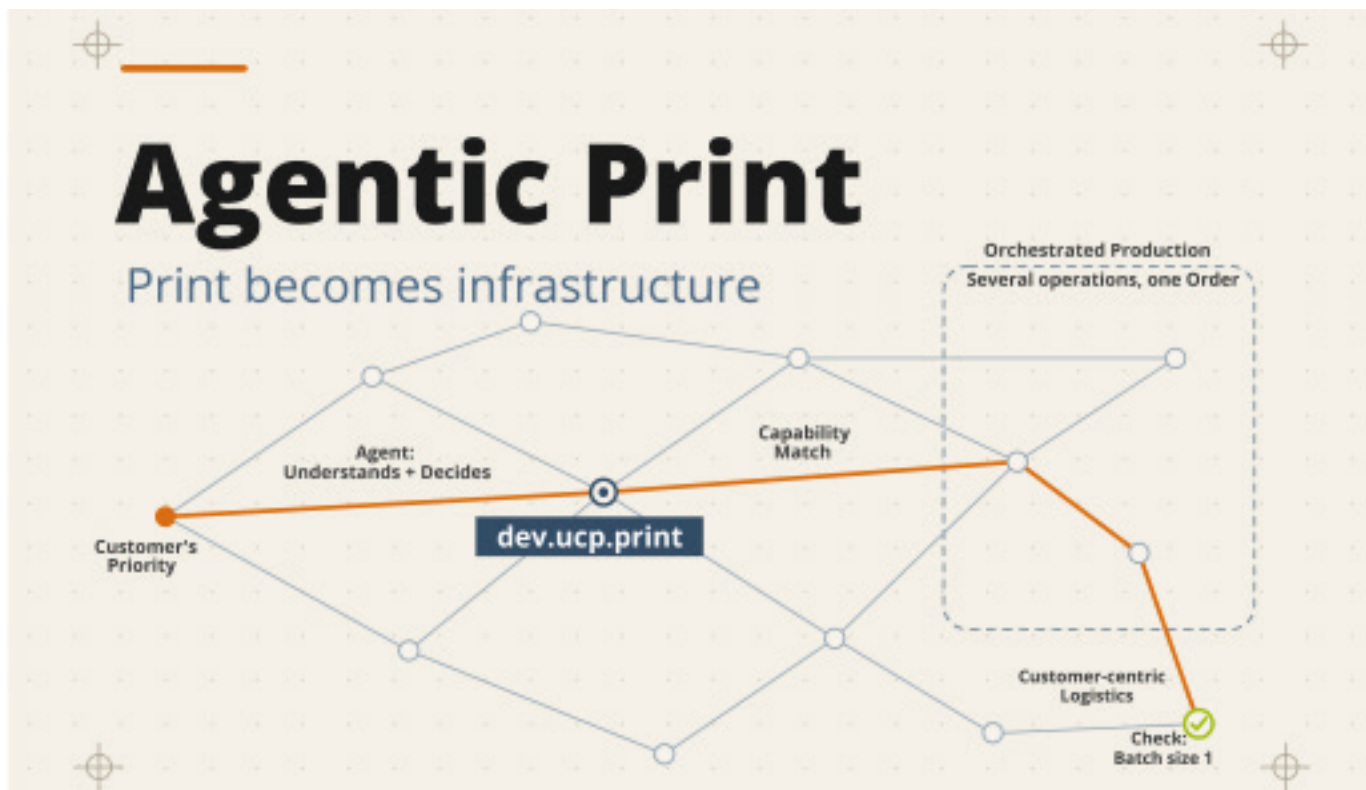
MÜLLER MARTINI

hunkeler
RIP

AGENTIC PRINT

DER NÄCHSTE KUNDE IST EIN KI-AGENT

Der nächste Kunde einer Druckerei ist womöglich kein Mensch mehr, sondern ein KI-Agent, der eigenständig recherchiert, vergleicht und bestellt. Was das für (Online-)Druckereien und ihre Geschäftsmodelle bedeutet, beschreibt zipcon consulting im neuen Whitepaper »Agentic Print – Print wird Infrastruktur«.



Autor Bernd Zipper erklärt darin, warum sich der Marktzugang gerade verschiebt – und wie Betriebe im agentischen Kanal sichtbar bleiben. Das Papier steht kostenlos zum Download bereit. Als Branchenexperte mit einem Gespür für kommende Trends hat sich Bernd Zipper schon vor Jahren einen Namen gemacht. Nun hat der Gründer und CEO des Beratungsunternehmens zipcon consulting und Vorstandsvorsitzende der Initiative Online Print e.V. ein neues Whitepaper zum Thema Agentic Print veröffentlicht. Die Kernaussage darin: Druckereien, die ihr Angebot nicht maschinenlesbar auffindbar machen, spielen im Onlinehandel der Zukunft keine Rolle mehr, ja tauchen darin erst gar nicht auf. Denn in Zeiten von Künstlicher Intelligenz wandert die Kaufentscheidung und -abwicklung zunehmend vom Menschen hin zum KI-Agenten – und das verändert auch das Geschäftsmodell von (Online-)Druckereien grundlegend.

Worum geht es bei Agentic Print?

Anlass für das Papier ist eine Entwicklung, die nicht aus der Druckbranche, sondern aus dem Handel kommt: Im Januar 2026 stellte Google auf der Handelskonferenz der National Retail Federation in New York das Universal Commerce Protocol (UCP) vor – gemeinsam mit Shopify sowie Händlern wie Walmart, Target, Etsy und Wayfair und weiteren Partnern aus der Zahlungs- und Handelswelt. OpenAI und Stripe arbeiten parallel dazu am Agentic Commerce Protocol (ACP), Anthropic am Model Context Protocol (MCP). Welcher dieser drei Standards sich im Onlinehandel der Zukunft durchsetzen wird, mag offen sein. Was feststeht jedoch ist, dass große Plattformen zeitgleich die Infrastruktur für einen Handel aufbauen, in dem Maschinen einkaufen. Für den Onlineprint, so ist sich Zipper sicher, verschiebt sich damit die Grundlage seines Geschäftsmodells. Denn es ist nicht mehr der Kunde, der sich auf der Suche nach einem

Im Zeitalter Künstlicher Intelligenz funktioniert der Onlinehandel zunehmend nach neuen Regeln. Nicht mehr der Mensch übernimmt die Bestellung, sondern KI-Agenten. Darauf müssen sich auch (Online-)Druckdienstleister einstellen. Agentic Print ist die nächste Entwicklungsstufe der Druckindustrie.

Produkt und anhand definierter Kriterien durch die Shops klickt; ein Agent liest ein maschinenlesbares Profil der Leistungen des Onlineshops aus, das unter einer festen Adresse auf der Domain hinterlegt ist. Was dort nicht steht, existiert für den Agenten nicht. Selbst große Onlinedruckdienstleister würden, wie Zipper bereits auf dem Online Print Summit 2026 betonte, oft nicht von agentischen Systemen gefunden. Doch anstatt nur auf die kritischen Punkte zu zeigen, ordnet Bernd Zipper in dem neuen Whitepaper auch die Chance ein, die in der

BUSINESS & MARKT

Der eigentliche Wandel ist größer: Mit Agentic Print hört Print auf, ein isolierter Werbekanal zu sein – es wird Teil einer allgemeinen Kommunikationsinfrastruktur. Print wird adressierbar, maschinenlesbar, anschlussfähig an die digitalen Systeme, in denen Agenten längst entscheiden. Und genau dadurch bekommt es eine neue Bedeutung: nicht als Beiwerk, sondern als fester Knoten in einer digitalen Infrastruktur, auf den sich Menschen und Maschinen verlassen.

neuen Entwicklung liegt: den Ausstieg aus dem reinen Preiswettbewerb und damit einhergehend den Aufstieg von Agentic Print.

Differenzierung wird maschinenlesbar

Der Online Generierte Print-Umsatz (OGPU) in der D/A/CH-Region liegt seiner Einschätzung nach bei rund 8,1 Milliarden Euro. In diesem Markt entscheidet bislang vor allem der Preis. Ein KI-Agent dagegen, der »heute liefern« oder einen belegten CO₂-Wert als Kriterium an die Hand bekommen hat, sortiert die Angebote nach Erfüllung dieser Anforderungen, nicht nach dem günstigsten Preis. Damit wird, so Zipper, Differenzierung maschinenlesbar – und damit wieder bezahlbar. Die Kehrseite der Entwicklung benennt das Whitepaper aber ebenso: Bei Preis, Termin oder der Einhaltung von Nachhaltigkeitszertifikaten wird der Vergleich schonungslos. Denn in Zeiten von Agentic Print entstehe Vertrauen im agentischen Kanal nicht über Kampagnen, sondern über den Nachweis und die Einhaltung der Zusagen. Mit Agentic Print meint Zipper aber nicht nur die Nachfrageseite. Erst wenn agentengesteuerte Nachfrage und eine durchautomatisierte, selbst KI-unterstützte Produktion zusammenlaufen, schließt sich

der Kreislauf. Die Bausteine dafür – Print-on-Demand, Mass Customization, zunehmend automatisierte Drucksäle – existieren bereits; sie müssen nur neu gekoppelt werden.

UCP-Print-Verticals wird entwickelt

Damit auch konfigurierte, dateibasierte Druckprodukte in dem neuen Standard sauber abgebildet werden, hat die Initiative Online Print (IOP) gemeinsam mit BVDM und Intergraf bereits im Mai 2026 die Entwicklung eines Branchen-spezifischen UCP-Verticals dev.ucp.print gestartet. Beigetreten sind dem Projekt außerdem dpsuisse, VIGC, CIP4, die Ghent Workgroup und die PRINTING United Alliance, die das UCP-Print-Vertical damit zu einem internationalen Engagement machen. Für das vierte Quartal 2026 ist bereits die Einreichung eines formalen Enhancement Proposals geplant. Das ist der erste Schritt zu einem offiziellen Branchenstandard für Print im Agentic Commerce.

Diskussion eröffnet

Das neue Whitepaper von zipcon versteht sich ausdrücklich als Diskussionspapier, nicht als Gutachten. Es arbeitet mit nummerierten Quellen und benennt die sechs

stärksten Gegenargumente ebenso wie die Bedingungen, unter denen die These scheitern könnte. Inhaltlich behandelt es unter anderem eine Definition und Abgrenzung des Begriffs, die ökonomische Logik hinter dem Wandel, die wachsende Rolle von Vertrauen und Nachweisbarkeit, die sechs typischen Einwände samt Antwort sowie einen konkreten Handlungsrahmen für den Einstieg für Druckereien in das Thema. wZielgruppe des Papers sind Geschäftsführung, Strategie- und Digitalverantwortliche in Onlinedruckereien und bei Print-Dienstleistern. »Wer seine Leistungen heute nur in PDF-Preislisten vorhält, ist für einen KI-Agenten unsichtbar. Das ist keine Zukunftsmusik, sondern schon jetzt Realität. Wer die Standards mitschreibt, schreibt die Spielregeln – wer wartet, bekommt sie vorgesetzt«, so Bernd Zipper.

Einladung zum Download

Das Whitepaper »Agentic Print – Print wird Infrastruktur« kann kostenlos heruntergeladen werden. Die deutsche Fassung lässt sich unter <https://zipcon.de/agentic-print/> anfordern, die englische unter <https://zipcon.de/en/agentic-print/>. Der Downloadlink wird nach Eingabe der Kontaktdaten per E-Mail zugestellt. ●

80 JAHRE CHROMOS DIE MIT DEN FARBEN SPIELEN

Zum Jubiläum wird ein Schiff zum Signal. Denn eine Collage bestehend aus 1.360 Bildern und Format von 3 mal 2 Metern, die Mitarbeiter und Nahestehende zur Gestaltung des Werkes gesendet haben, zeigt wie Chromos tickt. Das Gemeinsame steht ganz oben auf der To-Do-List, gefolgt von Vorausschau und Neugierde ... und das mittlerweile seit 80 Jahren.

TEXT . Michael SEIDL (nicht KI generiert)

Im Gespräch:
Chromos Group CEO
Daniel Broglie und
Marketing-Projekt-
leiter Walter Weber.
✕ © . Chromos



Mit der Frage »Wie geht es euch« beginnen wir ein Gespräch mit Chromos Group CEO Daniel Broglie und dem Marketing-Projektleiter Walter Weber. Die Antwort? »Wir sind erstaunlich gut unterwegs«, was den Fragesteller natürlich freut, angesichts der Tatsache, dass man rund um die Begrifflichkeit Druck immer öfter mit negativen Aussagen besprüht wird. Wenn ein Unternehmen heute sagt, es gehe gut mit dem Druck und mehr, dann erzeugt dies positive Stimmung. Im Laufe des Gespräches werden wir erfahren, warum dies so ist bei Chromos.

Der Beginn

Man schreibt das Jahr 1946: Großvater Paul Broglie gründet ein Unternehmen und es heißt Chromos, gleichbedeutend mit Farbe in der griechischen Sprache. Damit wurde der

Grundstein für ein Unternehmen gelegt, dass seither tagtäglich mit Farbe und deren Umsetzung zu tun hat. Eine der ersten Vertretungen, welche die junge Firma innehatte, war, wie könnte es anders sein, ein Farblieferant: Siegwerk Druckfarben aus Deutschland. Gründer Paul Broglie war bereits in den 30er Jahren für einen anderen deutschen Farblieferanten in Indonesien aktiv. So haben sich die Banden geknüpft und man hat schon bei der Gründung Weitblick bewiesen – mit dem Firmennamen und dem Verpackungsdruck. Die Farbe begleitet Gesprächspartner und heutigen CEO Daniel Broglie seit seiner Geburt durch das Leben und gemeinsam mit seinem Bruder Christian führt er heute das Unternehmen. Schon als Kind durfte er schnuppern, wie es ist, in einer Unternehmerfamilie aufzuwachsen. »Mit acht Jahren war ich total davon begeistert, dass wir im Fir-

mengebäude an der Röntgenstraße beim Hauptbahnhof in Zürich so unglaublich zentral gelegen waren. Als kleiner Junge spürte ich schon, Teil eines Ganzen zu sein und es tat gut, Firmenluft zu schnuppern. Alles konnte ich damals noch nicht zuordnen, wie etwa das Ersatzteillager, aber es war beeindruckend.« Große Freude entstand, als der Nachwuchs mit auf die drupa 1986 durfte. Chromos hatte seinerzeit einen eigenen Stand und repräsentierte seine Lieferanten in Düsseldorf. Die wichtige Aufgabe der drei Kids – Christian und Daniel haben noch eine Schwester Martina – war damals, Erdbeeren an das vorbeilaufende Publikum zu verteilen und somit die Einladung für den Standbesuch zu geben. Heute ist das anders: Mit einer App checkt man die Aussteller und wird direkt zum Kontakttermin geführt. Ohne Erdbeeren ... aber was schmeckt wohl besser?

Eine Collage bestehend aus 1.360 Bildern und Format von 3 mal 2 Metern, die Mitarbeiter und Nahestehende zur Gestaltung des Werkes gesendet haben, zeigt wie Chromos tickt.

✕ © . Chromos

Die Präsenz auf einer drupa hat sich in den Jahren verändert. »Damals war es so, dass unsere Lieferanten nicht ausgestellt hatten, sondern sich bei uns präsentierten. Das ging bis Anfang der 90er Jahre. Heute sind wir an den Ständen unserer Lieferanten präsent ... aber Beziehungen, die wir seinerzeit aufgebaut haben, sind bis heute aktiv.« Diesem Prinzip ist man bis heute treu geblieben. »Auf der Loupe (vormals Labelexpo) beispielsweise, helfen wir jungen Partnern, die wir neu ins Sortiment aufnehmen, sich möglichst gut zu präsentieren«, so Daniel Broglie.

Chromos bezog in weiterer Folge ein Büro am Flughafen und das Erlebnis dort war die installierte Rohrpostanlage. »Sie können sich gar nicht vorstellen, wie viel Schabernack wir damals über sieben Etagen betrieben haben«, bemerkt ein schmunzelnder Daniel Broglie. Was auf Messen, wie etwa der drupa begonnen hat, ist heute noch gültig. Die Stärke von Chromos sind langjährige Partnerschaften, wie seit 30 Jahren mit HP oder mit FUJIFILM, mit sage und schreibe 66 Jahren. Chromos hat im Jahr 1994, nur ein Jahr nach der Weltpremiere der ersten Indigo E-Print 1000, das Vertriebsmandat für Indigo erhalten, und war damit einer der ersten Distributionspartner weltweit. Indigo Gründer Benny Landa war durchaus erfreut.

Hinzu kommen die Stärken eines Familienunternehmens mit direkten Entscheidungswegen und Lösungsansätzen. Daniel Broglie, selbst 2008 in den Betrieb eingestiegen, widmet heute jeweils ein Drittel seiner Zeit Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten. Eine wichtige Brücke... die das Unternehmen



von der Struktur her seit seiner Gründung betreibt. Um beim Beispiel HP zu bleiben. »Trotz der langen Zusammenarbeit ist es nicht immer einfach, wenn der Lieferant viel fordert. Weltmarken verlangen ihren Handelspartner doch einiges an Performance ab. Daher muss die Leistung, trotz aller persönlichen Beziehungen, immer stimmen.« Wenn man so will, Schweizer Qualität in Handelsbeziehungen.

Der Werdegang – die Highlights

Zu Beginn war das Unternehmen im Verbrauchsmaterialbereich aktiv, erst später kam der Maschinenhandel dazu: Das war ein Riesenschritt plus die Entwicklung der Niederlassungen. Chromos Deutschland wurde bereits 1954 gegründet, Österreich folgte Anfang 2000. Von Verbrauchsmaterialien zu Maschinen ... das war eine ganze neue Art der

Herangehensweise, denn der Kunde investiert in sein Herzstück. Seinerzeit war dies ein Schritt in die in die Königsklasse. »Seither liefern wir das Produkt durch den Verkauf, Installation und technische Betreuung während der gesamten Laufzeit. Das waren für uns ganz neue Prozesse«, so Daniel Broglie und wohl ein weiterer Grundstein für das Vertrauen in das Unternehmen seitens der Branche. 1997 war insofern wichtig, dass, man für FUJIFILM nicht nur die grafische Industrie vertrat, sondern auch das komplette Angebot im Bereich Foto übernahm. Das war gleichbedeutend mit dem Namen FUJIFILM Schweiz, der von Chromos seither verwendet werden darf. »Das war eine große Investition ... kaum hatten wir übernommen, kam die Krise mit dem mit dem Film durch die aufkommende Digitalisierung und wir hatten einige Aufgaben zu lösen«, meint Daniel Broglie.



Großvater Poul Broglie im Jahr 1944, schon mit Farben unterwegs. ✕ © . Chromos



Das erste Bürogebäude von 1950 bis 1988 an der Röntgenstraße in Zürich. ✕ © . Chromos



Ab 1988, das blaue Haus in Glattbrugg.

✕ © . Chromos

In den Jahren kam es auch zu signifikanten Veränderungen in Bezug auf Lieferanten. Zuerst aus Deutschland, dann England, USA, Japan und jetzt eben immer mehr China mit einem ungeheuren Tempo. »Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit«, so das Credo. Mit dem chinesischen CtP-Lieferanten Cron hat man beispielsweise seit Beginn in der Zusammenarbeit positive Erfahrungen gemacht. Chromos pflegt heute gute Beziehungen zu Lieferanten aus China in der Druck- und Verpackungswelt. »Unsere Aufgabe ist es, Wertschöpfungen mit dem Kunden zu erzielen. Das ist etwas, was das Unternehmen ausmacht. »Wir packen auf die Marken das, was unsere Kunden erfolgreich werden lässt. Egal, woher die Marken kommen.« Chromos verpasst somit allen seinen Projekten ein »Schweizer Chromos Gütesiegel«, was Kunden als vertrauenswürdig ansehen.

Hier der aktuelle Standort in Dielsdorf.

✕ © . Chromos



Das Momentum

Wechseln wir zur Gegenwart. Wir wollten wissen, woher Chromos sich über die Jahre hinweg die kreative Energie holt? Familie, Berater, Mitarbeiter? Daniel Broglie: Für uns gilt folgendes: Die Triebfeder, die man haben soll, ist Neugierde und Offenheit. Wir vereinfachen die Welt unserer Kunden durch technologische und innovative Lösungen. Das ist

unsere Vision ...« Chromos interessiert sich für Themen, die Kunden beschäftigen und darauf werden Antworten und Lösungen entwickelt. In all diesen Prozessen werden die Mitarbeiter tief eingebunden. »Wir glauben an die Schwarmintelligenz und das treibt uns voran. Chromos ist breit gefächert und wir können auf diese Art und Weise viel stemmen«, so Daniel Broglie.

Im Sommer macht das Unternehmen für gewöhnlich eine Drei-Jahres-Planung dafür, wo die Reise hingehen soll. Es wird geprüft, entschieden und begonnen. »Wir legen ständig neue Eier in das Nest ... manche werden ausgebrütet, manche eben nicht«,

schmunzelt Daniel Broglie. »Das kann ich bestätigen, wir haben eine ungewöhnliche Freiheit in diesem Unternehmen und wir können uns voll einbringen. Der Gestaltungsraum bringt Energie und die Mitarbeiter nutzen das sehr gerne. Es geht letztendlich um den kreativen Freiraum«, meint Walter Weber im Gespräch. »Wir wachsen auf und leben in einer Gesellschaft, die uns einsuggeriert, keine Fehler machen zu dürfen. Genau das ist verkehrt.« Wie soll sich Kreativität und Freiraum entwickeln, wenn permanent ein Deckel darüber gestülpt wird? Bei Chromos setzt man bewusst auf Freiräume und freies Denken. Hinzu kommt, dass man kein

Konzernunternehmen ist, sondern ein Familienunternehmen. Deswegen landen auch gerne Ex-Mitarbeiter von Konzernen bei Chromos und fühlen sich sehr wohl in dem Umfeld. Daniel Broglie: »Wir gestalten Lösungen, die wir mit unseren Kunden umsetzen und einfach Spaß machen.«

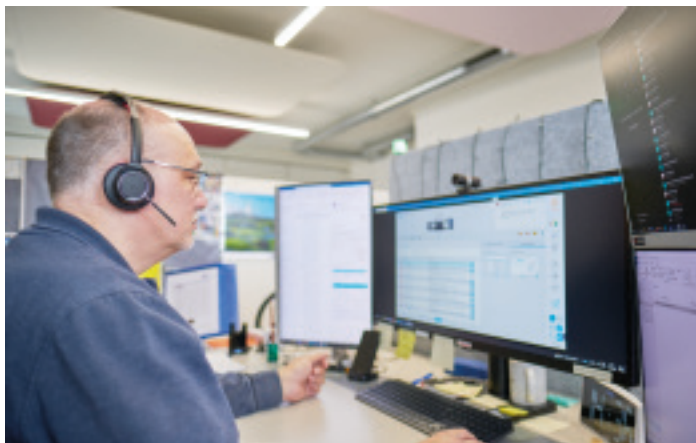
Der Blick nach vorne – Storm Readiness

Angeht der letzten Jahre und Krisen wollten wir wissen wie Chromos tickt und es geschafft hat, durch den teilweise hohen

Drucksaal-Verbrauchsmaterialien. Ein Kunde aus der französischen Schweiz hat sich für eine 8-Farben-Maschine mit Wendeeinrichtung RMGT 790PF-8S-LED entschieden, womit der Maschinenpark erweitert wird, um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden. Aber auch im Digitaldruckbereich wird investiert: Gleich zwei Kunden haben sich für eine Erneuerung ihrer HP Indigo-Systeme entschieden, um von Weiterentwicklungen zu profitieren. Es gibt Akzidenzdruckereien in der Schweiz und Österreich, die mit tollen Konzepten reüssieren und keine Probleme mit der

mäßig gewartet werden. Als ein weiteres Standbein definiert man den Bereich Automatisierung und Robotik, wo man mittlerweile ein deutliches Wachstum verzeichnet.

Im Chromos »Entwicklungstreibhaus« werden besondere Projekte geführt, welche zunächst reifen müssen, um sie später bei entsprechender Marktentwicklung in den regulären Vertrieb zu überführen. Dazu zählte in der Vergangenheit beispielsweise der industrielle 3D-Druck oder derzeit Industriedrohnen. Aus dem Treibhaus entstand auch das Projekt Chromos Solutions, in welchem



Die Zusammenarbeit mit HP Indigo ist seit Jahrzehnten ein wichtiger Bereich für Chromos. ❖ @ . Chromos



Der klassische Offsetdruck ist darüber hinaus eine wertige Komponente.

❖ @ . Chromos

Wellengang zu kommen. Wohin segelt das Chromos-Schiff? Daniel Broglie holt aus und meint: »Das was und das wie. Mit wie meine ich, um beim Segeln zu bleiben, da gibt es immer einen Grundsatz und der heißt Storm Readiness. Man soll immer vorbereitet sein auf einen Sturm. Das ist sehr wichtig ... und für Unternehmen ist dies auch gut, denn es wird immer etwas kommen, an das wir nicht gedacht haben. Covid, Zölle, Ukraine, Iran-Krieg etc. Wie soll man reagieren, wenn sich etwas ändert? Die Antwort ist, man soll so gut als möglich vorbereitet sein.«

Als ein weiteres Standbein definiert man den Bereich Automatisierung und Robotik, wo man mittlerweile ein deutliches Wachstum verzeichnet.

❖ @ . Chromos



Die vier Säulen der Stabilität

Aus der Sicht von Chromos ist der Bereich Print & Packaging ein sehr wichtiger Teil der Zukunftsformel. Im Akzidenz- und Verpackungsbereich fühlt sich das Unternehmen gut aufgehoben. Obwohl der Verpackungsbe- reich spürbar an Relevanz gewinnt, werden im Akzidenzbereich weiterhin tolle Projekte realisiert.

So konnte kürzlich unter anderem bei einem Kunden aus der Deutschschweiz ein umfassendes Offset-Komplettpaket installiert werden, bestehend aus einer RMGT 790 4-Farben Druckmaschine, einem Cron CTP-Belichter, XMF-Workflow und Superia ZX Druckplatten von Fujifilm sowie diverse

Auslastung beziehungsweise Kundengewinnung haben.

Es klingt spannend: Der Foto-Bereich ist nach wie vor wichtig für das Unternehmen und die zweite Säule. Wohl auch aufgrund aktueller Retro-Entwicklungen. Zudem hat FUJIFILM hat nach wie vor coole Kameras und Objektive im Gepäck und bietet auch Bildprodukte wie zum Beispiel Fotobücher oder Wandbilder an.

Das Servicegeschäft ist weiterhin ein wichtiges Standbein des Unternehmens, unzählige Systeme und Anlagen sollen regel-

schlüsselfertige Automationslösungen entwickelt werden, unter anderem eine Palettierlösung mit kollaborativen Robotern. »Es ist ein Lernprozess, dem wir uns stellen«, so Daniel Broglie. Es ist ein junger Bereich für »Made by Chromos« mit Entwicklungspotential: »Am Ende werden wir wie immer am Funktionieren einer Lösung gemessen«, meint Daniel Broglie, der sich als Präsident von Handel Schweiz, dem Dachverband des Schweizer Handels, auch außerhalb von Chromos für die Anliegen des Schweizer Handels engagiert. ●

CANON MEHR EFFIZIENZ FÜR INTERNATIONALE UNTERNEHMEN

Mit der Gründung der neuen Region Canon Central & East (CCE) baut Canon EMEA seine internationale Organisationsstruktur weiter aus. Ab sofort werden 26 Länder in Mittel- und Osteuropa, dem Kaukasus, Zentralasien und dem östlichen Mittelmeerraum von Wien aus verwaltet.



Wilbert Verheijen, Managing Director CCE, setzt mit der neuen Lösung auf den attraktiven Standort Wien als historischen Schmelztiegel.

✕ © . Canon

Im Fokus für Geschäftskunden steht die länderübergreifende Steuerung von Druck-, Dokumenten- und Informationsmanagementprozessen. Ziel ist es, internationalen Organisationen mit einer Firmenzentrale in Österreich standardisierte und skalierbare Lösungen aus einer Hand bereitzustellen. Darüber hinaus profitieren Privatkunden weiterhin in der gesamten Region von innovativen Imaging- und Printing-Lösungen – von Kameras und Objektiven bis hin zu Foto- und Heimdruckern für kreative und alltägliche Anwendungen.

Viele Organisationen stehen heute vor der Herausforderung, unterschiedliche Technologien, Prozesse und Serviceorganisationen über mehrere Länder hinweg zu koordinieren. Mit der neuen Region schafft Canon einen zentralen Zugang zu Leistungen und Services in 26 Märkten und verbindet internationale Steuerung mit lokaler Umsetzungskompetenz. Unternehmen profitieren dadurch von einheitlichen Standards, harmonisierten Governance-Strukturen und konsistenten Serviceprozessen über Ländergrenzen hinweg. Neue Lösungen können deutlich

einfacher international ausgerollt werden, während gleichzeitig mehr Transparenz über Kosten, Systeme und Leistungsdaten entsteht. Die Verbindung aus zentraler Steuerung und lokaler Marktkennntnis sorgt zudem dafür, dass globale Strategien effizient umgesetzt werden können, ohne nationale Anforderungen und Besonderheiten aus dem Blick zu verlieren. Das Ergebnis ist höhere Produktivität, verbesserte Sicherheit und eine konstant hohe Servicequalität. »Mit Canon Central & East machen wir es internationalen Unternehmen leichter, über Ländergrenzen hinweg einheitlich zu arbeiten. Ein zentraler Ansprechpartner, harmonisierte Standards und die Möglichkeit, Lösungen effizient in mehreren Märkten auszurollen, reduzieren den administrativen Aufwand erheblich. Gleichzeitig gewährleisten wir durch unsere lokale Präsenz, dass nationale Anforderungen und Besonderheiten nicht verloren gehen. Diese Kombination schafft durch Effizienz und Sicherheit einen großen Vorteil für unsere Kunden«, so Wilbert Verheijen, Managing Director CCE. Wobei die Betreuung der Kunden ganz nach deren Wünschen erfolgt. »Es

gibt Fälle, die wollen eine komplette Lösung, aber auch welche, die jeweils pro Land betreut werden wollen«, so Wilbert Verheijen im Gespräch mit PRINT & PUBLISHING.

Wien als strategisches Zentrum

Die Entscheidung für Wien unterstreicht zugleich das klare Bekenntnis von Canon zum Wirtschaftsstandort Österreich. Die Stadt bietet ideale Voraussetzungen für die Steuerung einer international ausgerichteten Region und verbindet geografische Nähe zu den Märkten mit hoher wirtschaftlicher Stabilität, ausgezeichneter Infrastruktur und internationaler Vernetzung. Mit der neuen Organisationsstruktur übernimmt Wien (wieder einmal) eine zentrale Rolle für Management, Innovation und Kundenentwicklung innerhalb der Canon Gruppe. Von hier aus werden regionale Strategien entwickelt, internationale Projekte koordiniert und neue Lösungen für Unternehmen in 26 Ländern vorangetrieben. Dazu Wilbert Verheijen: »Wien war seit jeher ein Ort, an dem unterschiedliche Kulturen, Märkte und Perspektiven zusammenkommen. Genau dieses internationale Umfeld schafft die Voraussetzungen für Innovation und Zusammenarbeit. Diese Dynamik möchten wir nutzen und gemeinsam mit unseren Kunden weiterentwickeln.«

Exklusive Einblicke in die Arbeitswelt von morgen

Ein weiterer zentraler Baustein des Wiener Standorts ist das Canon Experience Center. Hier erhalten Unternehmen Einblicke in aktuelle Entwicklungen und Zukunftsthemen rund um Digitalisierung, Informationsmanagement, Künstliche Intelligenz, Sicherheit in Druckumgebungen, Nachhaltigkeit und

Ihr Vorteil: Von der Druckveredelung bis zur Weiterverarbeitung – die besten Marken unter einem Dach.

Ammerer und Reinauer sind ab jetzt:

→
**FUSIONS-
RABATT
-20%
AUF CELLO-
PHANIER-
FOLIEN***

*) Aktion gilt bis 15.10.2026

moderne Arbeitswelten. Anhand konkreter Anwendungsbeispiele zeigt Canon, wie sich Arbeits- und Geschäftsprozesse effizient gestalten und digitale Transformationsvorhaben erfolgreich umsetzen lassen. Das Experience Center dient zugleich als Plattform für den Austausch zwischen Unternehmen, Experten und Entscheidungsträgern. Im Mittelpunkt stehen praxisnahe Impulse, strategische Fragestellungen und innovative Ansätze, die Organisationen dabei unterstützen, Produktivität, Flexibilität und Zukunftsfähigkeit nachhaltig zu stärken. Mit dem neuen Firmensitz in Wien ist ein Umfeld entstanden, wo Kunden in einer feinen Umgebung neueste Technologien und Lösungen präsentiert bekommen. »Und das für eine Region die von Vorarlberg bis an die Grenze Chinas reicht«, so ein verschmitzter Wilbert Verheijen, der weiß, dass die neue Lösung auch wieder eine Vorreiter-Rolle innerhalb der Canon Organisation hat.

Ergänzt wird das Angebot durch die Canon Executive Briefings für mittlere und große Unternehmen sowie öffentliche Organisationen. Die individuell gestalteten Formate ermöglichen einen direkten Dialog mit Canon Experten und bieten Raum für die Diskussion aktueller Herausforderungen, individueller Anforderungen und zukünftiger Entwicklungsmöglichkeiten. Themen wie Modern Working, Smart Printing und Information Management werden dabei aus strategischer und praktischer Perspektive beleuchtet. Die Executive Briefings verbinden technologische Innovationen, persönliche Beratung und konkrete Anwendungsbeispiele in einem exklusiven Rahmen für Führungskräfte und Entscheidungsträger. Ziel ist es, neue Perspektiven aufzuzeigen und Impulse für die Weiterentwicklung von Organisationen und Geschäftsprozessen zu geben. ●



Von Vorarlberg bis an die Grenze von China reicht das Wirken der neuen Organisation. . ❄️ © . Fespa

HAPPY BIRTHDAY DRUCK.AT LEOBERSDORFER ONLINE-DRUCKEREI FEIERT FIRMENJUBILÄUM

druck.at, die größte Online-Druckerei des Landes, feiert dieser Tage ihr 25-jähriges Bestehen. Der Einladung zur Jubiläumsveranstaltung am neuen Unternehmensstandort in Leobersdorf folgten zahlreiche Gäste aus Politik und Wirtschaft, darunter Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner, WK-NÖ Präsident Wolfgang Ecker, AK-NÖ Vicepräsident Thomas Schäffer, Badens Bezirkshauptmann Christian Pehofer sowie Leobersdorfs Bürgermeister Andreas Ramharter. Extra aus den USA angereist war Robert Keane, Gründer, Chairman und CEO von Cimpres, dem internationalen Mutterkonzern des Unternehmens.



Das neue Gebäude von druck.at in Leobersdorf. ✖ © . P&P

Bei einer Werksführung erhielten die Gäste exklusive Einblicke in Produktion, Technologie und Arbeitsabläufe der Druckerei, deren Sortiment mehr als 250.000 Druckprodukte zählt. Der überwiegende Teil davon wird von den rund 300 Mitarbeitenden in der kürzlich neu errichteten Produktionshalle mit einer Gesamtfläche von 8.800 Quadratmetern produziert.

Vom klassischen Druckbetrieb zum Online-Anbieter

Seit seiner Gründung im Jahr 2001 durch Peter Kolb hat sich druck.at gemeinsam mit den technischen Möglichkeiten und den Anforderungen des Druckmarktes kontinuierlich weiterentwickelt. Moderne Drucktechnologien und laufende Investitionen in den Maschinenpark bilden dabei einen wesentlichen Bestandteil der Unternehmensentwicklung. Seit 2015 ist das Unternehmen Teil des US-amerikanischen Konzerns Cimpres, mit europäischem Sitz in Dundalk, Irland. Die

Zugehörigkeit zu dem international tätigen Unternehmen verbindet den österreichischen Produktionsstandort mit internationalem Know-how im Bereich Mass Customization. »Seit der Gründung von druck.at hat sich in der Branche vieles verändert. Was mit 11 Mitarbeitenden begann, ist heute Österreichs größte Online-Druckerei. Wir haben den Wandel der Druckbranche als Chance begriffen und konsequent auf Prozessoptimierung sowie – mit der Unterstützung von Cimpres – auf Investitionen in neue Technologien gesetzt. Gleichzeitig haben wir kontinuierlich in den Ausbau unseres Webshops und unseres Produktsortiments investiert und uns so als eine der sichtbarsten Marken im heimischen Druck E-Commerce positioniert. Für unsere Kunden bedeutet dies höhere Qualität, ein noch breiteres Angebot und kürzere Produktionszeiten. Unser klares Ziel: Wenn man hierzulande an Drucken denkt, soll druck.at die erste Adresse sein, die einem in den Sinn kommt«, erklärt druck.at Geschäftsführer



Ein Blick in die Produktionshalle des Unternehmens.

Andreas Mößner und betont dabei: »Möglich wird das alles nur durch den täglichen Einsatz unserer 300 Mitarbeitenden, die jeden Tag mit vollem Einsatz ihrer Arbeit nachgehen und ohne die wir heute nicht da wären, wo wir sind«.

Standort Leobersdorf im Zentrum
Niederösterreichs Landeshauptfrau Johanna

Mikl-Leitner gratulierte druck.at herzlich zum Jubiläum und strich dabei vor allem die Bedeutung einer erfolgreichen Wirtschaftspolitik für die Sicherheit von Arbeitsplätzen und die Wettbewerbsfähigkeit niederösterreichischer Unternehmen hervor: »Dieses Firmenjubiläum zeigt, was mit Mut, Fleiß und guten Ideen alles möglich ist: Aus einer kleinen Druckerei ist eines der führenden

Unternehmen der Branche mit rund 300 Mitarbeitern geworden. Der neue Standort in Leobersdorf sichert heimische Arbeitsplätze und ist ein starkes Bekenntnis zum Wirtschaftsstandort Niederösterreich. Und er zeigt: Diese Erfolgsgeschichte ist noch lange nicht fertig geschrieben. Herzliche Gratulation zu 25 Jahren druck.at!«, so die Landeshauptfrau.



Neben der Präsenz aller politischen Vertreter war es wohl ein feines Signal, dass Robert Kean sich Zeit genommen hatte, um nach Österreich zu kommen und das Jubiläum mitzugestalten. Im Gespräch mit PRINT & PUBLISHING unterstreicht er die Bedeutung der Aktivitäten hierzulande und die Kreativität von druck.at. Cimpress hat bekanntlich mit der Übernahme der Print Alliance und Gerin in Österreich kräftig aufgerüstet und erwirtschaftet mit allen Unternehmungen hierzulande einen Umsatz von rund 120 Millionen Euro.

Weltweit sind es mittlerweile fünf Milliarden Euro, die der Konzern umsetzt. Im Gespräch schmunzelt Kean darüber, dass als er 1998 das Unternehmen gründete, ihn noch viele mitleidig ansahen, wenn er von Druck und E-Commerce sprach und handelte. Das Ergebnis sieht man heute an einem Unternehmen, dass weltweit für Druck in verschiedensten Ausformungen sorgt und mit Peter Kolb im Jahr 2001 einen weiteren Fan des Druck-E-Commerce hervorbrachte. ●

Im Bild von links nach rechts: G. Patek, M. Graf, J. Mikl-Leitner, Robert Kean (CEO Cimpress) und A. Mößner. ✕ @ . Robert Husar

druck.at ist offizieller Druckpartner

der Vienna Capitals

Die Vienna Capitals zählen zu Österreichs erfolgreichsten Eishockeyvereinen und haben eine breite und leidenschaftliche Fangemeinde. Mit druck.at steht dem Club ab sofort ein erfahrener Druckpartner zur Seite, der

mit seinem umfangreichen Sortiment von mehr als 250.000 Produkten im Digital-, Offset- und Großformatdruck alle Anforderungen eines professionellen Sportbetriebes abdecken kann. Über die gesamte Saison stellt druck.at den Besuchern der Steffl Arena

Klatschfächer zur Verfügung und sorgt bei den Heimspielen für die richtige Stimmung auf den Rängen. Darüber hinaus unterstützt man den Club mit einem breiten Spektrum an Druckprodukten wie Schildern, Plakaten, Aufstellern, Foldern und Stickern sowie mit der Produktion des clubeigenen onFire-Magazins. Die Partnerschaft verbindet zwei Marken, die für Qualität, Schnelligkeit und Leidenschaft stehen. Für druck.at ist das Engagement bei den Vienna Capitals ein weiterer Schritt, um die enge Verbundenheit mit dem österreichischen Sport zu unterstreichen.

druck.at hat seit Jahren eine partnerschaftliche Verbindung in die Sportwelt aufgebaut. Neben den Vienna Capitals ist man aktuell auch in einer Zusammenarbeit mit Handball Ligen Austria sowie als Hauptsponsor der Traiskirchen Lions aktiv. ●



Im Bild v.l.n.r.: Gerhard Patek, Geschäftsführer, druck.at; Patrick Wondra, Geschäftsführer, Vienna Capitals und Stefan Just, Commercial Director, druck.at. ✕ @ . Vienna Capitals/Aaron Margotti

JETFIRE 50 VON HEIDELBERG KLAMPFER DRUCK STEIGERT WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

Heidelberg verspürt auch in ihrer Region Osteuropa ein wachsendes Interesse an seinen industriellen Digitaldrucklösungen rund um die Jetfire 50. Wesentliche Ursache ist der wachsende Trend zu immer mehr Kleinauflagen, der auch in dieser Region Einzug gehalten hat.



Daniela und Robert Klampfer begrüßen gemeinsam mit ihrer Tochter Antonella die internationalen Gäste. ✕ @.P&P

Dies war wohl ein Grund zur Präsentation der Jetfire 50 am 23. September, auch Kollegen aus Osteuropa und deren Kunden zu Klampfer in die Steiermark einzuladen. Denn laut Analysen von Heidelberg steigt der Anteil des digital gedruckten Volumens am Gesamtvolumen im Akzidenzbereich in Osteuropa bis 2030 auf rund 44 Prozent, wobei insbesondere Polen, Österreich und Tschechien aufgrund der ausgeprägten Drucklandschaft zu den stärksten Märkten zählen. »In der Region Osteuropa stoßen wir mit der Jetfire 50 auf eine sehr positive Resonanz. Mit dem industriellen Inkjet-System haben wir ein Produktivitätslevel im Digitaldruck erreicht, mit dem sich Akzidenzdruckereien in Kombination mit dem Offsetdruck zukunftsfähig aufstellen können«, so Roland Spatt, Leiter Region Eastern Europe bei Heidelberg, der beim Event die Gäste auf das Herzlichste begrüßte. Ein Beispiel für die Entwicklungen am Markt ist eben Full-Service Dienstleister Klampfer Druck aus St.

Ruprecht an der Raab, der an fünf Standorten rund 100 Mitarbeitende beschäftigt und sowohl hochwertige Akzidenzen als auch Falt-schachteln produziert. Vor Kurzem hat das Unternehmen seine Digitaldruck-Aktivitäten durch die Installation einer Jetfire 50 kräftig erweitert. Damit kann Klampfer Druck auf die gestiegenen Anforderungen des Marktes nach mehr Flexibilität und kürzeren Reaktionszeiten wesentlich schneller und effizienter reagieren. In diesem Zusammenhang hebt die Geschäftsführerin Daniela Klampfer den anhaltenden Trend zu Kleinauflagen sowie zur Personalisierung von Druckprodukten hervor. Das industrielle Inkjet-System Jetfire 50 ist für Klampfer Druck, die sowohl hochwertige Akzidenzen als auch kreative Verpackungen produzieren, eine optimale Lösung, um diesen Bedarf wirtschaftlich und qualitativ abzudecken.

Ende August wurde die Jetfire 50 installiert, damit setzt das Unternehmen verstärkt auf hybride Produktion, in der Offset- und

Digitaldruck ihre jeweiligen Stärken ausspielen. Dabei stößt das industrielle Digitaldrucksystem mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 4.560 SAR3-Bogen/Stunde (duplex) in ganz andere Auflagenhöhen vor als der tonerbasierte Digitaldruck, der schon seit vielen Jahren bei Klampfer Druck im Einsatz ist.

Teil eines gesamten Öko-Systems

Die Jetfire 50 ist komplett in das digitale Ökosystem von Heidelberg mit Equipment, inklusive Weiterverarbeitung, Softwareintegration, Verbrauchsmaterialien, Service, Anwendungsberatung und Training integriert. Über Prinect wird die Jetfire 50 in den bestehenden Produktionsworkflow einer Druckerei eingebunden. Bei Klampfer Druck wurde die Jetfire 50 problemlos in den bestehenden Workflow eines Drittanbieters integriert. Der Umstieg auf den KI gesteuerten Workflow Prinect Touch Free hält sich Klampfer in einem nächsten Schritt als Option offen, um so die gesamte Produktion noch stärker



Heidelberg Vertriebsvorstand Dr. David Schmedding informierte die Gäste über aktuelle Entwicklungen und den Blick nach vorne. .P&P



»Mit dem industriellen Inkjet-System haben wir ein Produktivitätslevel im Digitaldruck erreicht, mit dem sich Akzidenzdruckereien in Kombination mit dem Offsetdruck zukunftsfähig aufstellen können«, so Roland Spatt, Leiter Region Eastern Europe bei Heidelberg.

zu automatisieren. Dabei werden Offset- und Digitaldruck in einem durchgängigen Workflow KI gesteuert verknüpft und sorgen so für maximale Effizienz bei minimalem manuellem Eingriff.

Im Offsetdruck arbeitet Klampfer Druck aktuell mit einer Speedmaster XL 106 sowie einer Speedmaster CX 104 im Dreischicht-Betrieb, die über einen Subscription Smart Vertrag mit Service und Verbrauchsmaterialien zuverlässig versorgt werden. »Bei unserer Auftragsstruktur können wir eine Auflage zwischen 1.000 und 2.000 Exemplaren auf einer tonerbasierten Digitaldruckmaschine oder auch im Offsetverfahren oft nicht mehr wirtschaftlich abbilden«, sagt Geschäftsführer Robert Klampfer. Insofern ist die Jetfire 50 die richtige Antwort, um im Digitaldruck ein breites Spektrum an Kleinauflagen schnell und in hoher Qualität zu produzieren und somit auch die Nutzung der gesamten technischen Infrastruktur, inklusive Offsetdruck, weiter zu optimieren. »Wir produzieren jetzt jeden Auftrag auf der optimalen Maschine«, so Klampfer.

Die Qualität stimmt

Qualitativ sind bei der Produktion mit der Jetfire 50 keine Unterschiede im Vergleich zum Offsetdruck zu erkennen. Ein konsistentes Farbmanagement ist die Voraussetzung für eine hybride Produktion, bei der beispielsweise die Vorab- oder Erstauflage im Digitaldruck gefertigt wird und bei steigender Nachfrage dann der Offsetdruck zum Zug kommt. Ein weiteres Beispiel, das Klampfer Druck hervorhebt, sind personalisierte Gutscheine oder Mailings, die früher in zwei Produktionsschritten im Offset- und Digitaldruck gefertigt wurden. Solche Aufträge erledigt die Jetfire 50 jetzt effizient in einem Arbeitsgang. Aber auch in der Kalenderproduktion spielt das System bereits seine Vorteile aus. Für Klampfer Druck war die Entscheidung für die Jetfire 50 aber keineswegs nur eine reine Technologieentscheidung. Ausschlaggebend war das gesamte digitale Ökosystem, das Heidelberg rund um die Maschine bietet, wobei die insbesondere die Integrationsfähigkeit der Jetfire sowie das Serviceversprechen entscheidend waren. Gerade die Möglichkeit,

unterschiedliche Produktionsverfahren und Prozesse digital miteinander zu verknüpfen, eröffnet dem steirischen Unternehmen die Perspektive, die Produktion nicht nur zu automatisieren, sondern kontinuierlich weiterzuentwickeln.

»Die Installation der Jetfire 50 bei unserem langjährigen Kunden Klampfer Druck ist ein weiteres Beispiel dafür, dass unser Angebot für eine hybride Druckproduktion den Bedarf unserer Kunden deckt. Viele erkennen, dass sie dadurch wesentlich flexibler, effizienter und somit profitabler und wettbewerbsfähiger am Markt agieren können«, erläutert Dr. David Schmedding, Vorstand Technologie und Vertrieb bei Heidelberg. »Unser nächster Innovationschritt ist die Jetfire 75, mit der wir unser digitales Portfolio für das B2-Format erweitern. Damit erreichen wir ein deutlich höheres Produktivitätslevel und decken ein noch breiteres Angebotsspektrum ab.« Von der Jetfire 50 habe man mittlerweile rund 40 Anlagen verkauft, meint David Schmedding im Gespräch. Das Interesse sei weltweit groß, man käme gut voran.

Die Weiterverarbeitung ist extrem wichtig

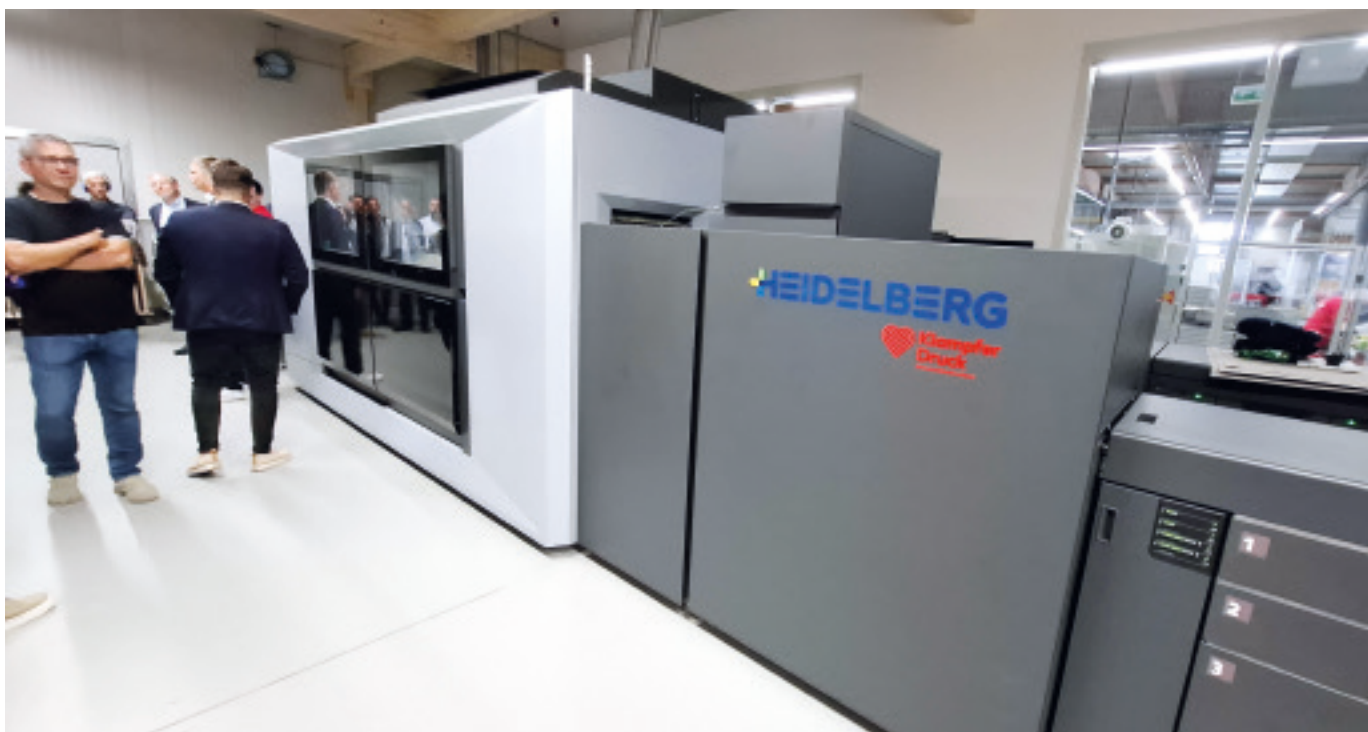
Optional stehen für die Jetfire 50 unterschiedliche In- und Nearline-Weiterverarbeitungssysteme zur Auswahl. Das reicht vom Multifalzwerk über Klebebinder bis hin zum Broschüren-Finisher. So lassen sich geheftete und klebegebundene Produkte, wie Broschüren, Kataloge, Bücher und vieles mehr in einem Durchgang produzieren. Als Systemintegrator hat Heidelberg die Finishing-Lösungen von C.P. Bourg und Tecna zusammen mit der eigenen Schneide- und Falzlösung mit der Stahlfolder Fireline in das digitale Ökosystem integriert und damit auch für die Jetfire 50 verfügbar gemacht. Klampfer Druck setzt im Sinne der hybriden Produktion auf bereits vorhandene Nearline-Systeme, es wurden über die letzten Jahre sowohl in die Weiterverarbeitung als auch in die Veredelung stark investiert, um so die

Wertschöpfung weitgehend im Haus zu behalten und technologisch auf dem neuesten Stand zu bleiben. Auch hier kommt Technik von Heidelberg, unter anderem die Stahlfolder Falztechnologie sowie ein StackStar-P Roboter, beziehungsweise MK Masterwork, das heißt zwei Easymatrix Systeme für das Stanzen und die Heißfolienprägung sowie eine Faltschachtelklebemaschine Diana Go, zum Einsatz. »Durch diese Maßnahmen und die laufenden Investitionen konnten wir uns trotz des herausfordernden Marktes sehr gut behaupten und auch weiterwachsen«, betont Daniela Klampfer.

Einfaches Bedienkonzept steigert Verfügbarkeit

Die Jetfire 50 ist auch eine Antwort auf den Fachkräftemangel, da das Bedienpersonal nicht zwingend eine Ausbildung zum Drucker benötigt. Bei Klampfer Druck bedienen Mit-

arbeitende aus der Vorstufe die Jetfire 50, die eine digitale Affinität mitbringen und somit nach einer kurzen Schulung sehr schnell und erfolgreich in die Produktion einsteigen konnten. An dieser Stelle hilft auch die intuitive Benutzeroberfläche von Prinect Production. Durch das Maschinenkonzept kann das Bedienpersonal bestimmte Wartungsarbeiten selbst durchführen, was die Verfügbarkeit zusätzlich erhöht, bei rund 90 Prozent liegt. Aufgrund der positiven Erfahrungen im Offsetdruck hat sich das Unternehmen auch in Verbindung mit der Jetfire 50 für Vendor Managed Inventory (VMI) entschieden. Dahinter verbirgt sich ein Logistikservice, bei dem Heidelberg sich um Bestandsverwaltung und Nachbestellung der Verbrauchsmaterialien, im Fall der Jetfire 50 unter anderem um die Tinten, kümmert. 🟡



Die Jetfire 50 bei Klampfer. 🟡 © .P&P



Das digitale Ökosystem von Heidelberg umfasst Equipment, inklusive Weiterverarbeitung, Software(integration), Verbrauchsmaterialien sowie Service und Training.

🟡 © .Heidelberg

BRANCHEN INDEX STELLEN MARKT

simsa GmbH

Siebdruck | Druckveredelung

Wir bedrucken für Sie fast alles, mit dem Ihre Druckmaschinen nicht mehr zurecht kommen: Durchgefärbte Papiere, dicke Pappen, Buchbinderleinen, Metallic-Papier, Papiere mit grober Struktur...

Telefon: 01/689 19 50

✉ simsa@simsa.at, www.simsa.at
Oberlaaer Straße 226, 1100 Wien

Vertriebsprofi (m/w/d) gesucht!

Hochmoderne Traditionsdruckerei
sucht Verstärkung im Vertrieb.

• **Aufgaben:** Betreuung und Ausbau bestehender Kund*innen, Gewinnung neuer Geschäftspartner*innen sowie Angebotserstellung und Vertragsverhandlungen.

• **Profil:** Vertriebserfahrung (idealerweise im Druckbereich), kommunikativ, verhandlungssicher und abschlussstark. Reisebereitschaft und digitale Affinität; ein Kund*innenstamm ist von Vorteil.

• **Wir bieten:** Stabiles Unternehmen mit flachen Hierarchien, Firmenwagen (auch privat nutzbar), Fixum plus attraktives Provisionsmodell und abwechslungsreiche Aufgaben in einem motivierten Team.

Jetzt bewerben unter s.kaiser@gutenberg.at

 **GUTENBERG.at**
seit 1910

**manfred
ergott**

*... schreibt und gestaltet
Nachhaltigkeitsberichte
und Umwelterklärungen,
die man sehr gerne liest.*

office@manfredergott.at

+43 676 392 39 00

www.manfredergott.at

 **marzek**
etiketten + packaging

Nur die Natur verpackt besser.
attraktiv & farbenfroh

Maßgeschneiderte Lösungen für die verkaufsfördernde Verpackung und Präsentation Ihrer Produkte – vom hochveredelten Etikett bis zum Industrieprodukt



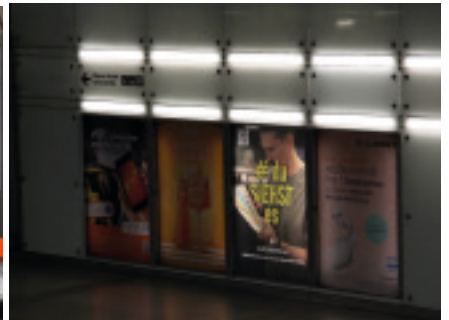
ETIKETTEN
FEINKARTONAGEN
FLEXIBLES
DESIGN
ETIKETTENDRUCKER
ETIKETTIERTECHNIK

www.marzek.at

GUTENBERG IN LINZ

RAUS AUS DEM DIGITALEN DAUERRAUSCHEN

Mit der aktuellen Awareness Kampagne »Druck kannst du nicht wegwischen« möchte Gutenberg in Linz auf die Vorzüge von Print aufmerksam machen und wohl auch vermitteln, dass man in Oberösterreich zu den Key-Playern zählt.



Alle Bilder: © . ©4motions



Nachdem es in Oberösterreich zu einigen Druckereiturbulenzen gekommen ist (Salzkammergut Media, Friedrich, Estermann) geht es den Machern der Kampagne darum, Print wieder ins rechte Licht zu rücken. Abseits von Getuschel, Gemauschel und Herumneiden. Nachdem die Digitalisierung und Nutzung von AI so rasant wachsen, ist es ein Anliegen von Gutenberg, Menschen wieder »zurück in die Realität« zu holen beziehungsweise

auf die Wichtigkeit von Abwechslung im Medienkonsum aufmerksam zu machen. Parallel läuft die in Oberösterreich weit gestreute OOH Kampagne (City Lights, Plakate) auch auf Social Media und demnächst auch in Form von Radiospots im regionalen Rundfunk bei Life Radio OÖ. Neben der grundsätzlichen Bewusstseinsförderung zu Print soll die Kampagne natürlich auch oberösterreichischen Kunden beziehungsweise potenziellen Interessenten zeigen,

dass nach den jüngsten, gravierenden Marktveränderungen in OÖ nicht in die Ferne geschweift werden soll, um hochqualitativ und kosteneffizient Drucken zu lassen. Das Credo: »Gutenberg mitten im Herzen Oberösterreichs ist ein verlässlicher, nahbarer und stabiler Partner für die Industrie, Kultur, den Tourismus und die Kreativwirtschaft mit Fokus auf Beratung und Qualität.« duspirstes.at, duriechstes.at, dusiehstes.at

MEDIEN KOMMUNIKATION DESIGN



Dr. Ulf Sölter | Esther Klippel M.A.
(Herausgeber)

Die gefährlichste Erfindung der Welt

news

BEWEGLICHE LETTERN DIE GEFÄHR- LICHSTE ERFINDUNG DER WELT

Was für uns heute Internet und KI sind, war im 15. Jahrhundert das Drucken mit beweglichen Lettern: die größte Medienrevolution der Menschheitsgeschichte. Ohne die gefährlichste Erfindung der Welt wären Bücher immer noch ein privilegiertes Luxusgut statt unsere täglichen Begleiter. Johannes Gutenbergs Erfindung hat vor rund 600 Jahren die Welt aus den Angeln gehoben und Wissen demokratisiert. Die gefährlichste Erfindung der Welt erscheint anlässlich des 125-jährigen Jubiläums des Gutenberg-

Museums Mainz. Das Drucken mit beweglichen, wiederverwendbaren Lettern in hoher Auflage veränderte Machtverhältnisse, forderte Autoritäten heraus und trieb gesellschaftliche Umbrüche voran. Die neue Technologie schuf eine breite Öffentlichkeit, öffnete den Zugang zu Bildung und zwang die Menschen, sich zu positionieren – mit Nachwirkungen bis heute. Die gefährlichste Erfindung der Welt zeigt auf, wie eine Erfindung im Laufe der Geschichte im Spiegel der aktuellen politischen und gesellschaftlichen Ereignisse immer wieder neu interpretiert und bewertet wird, wie eine Sammlung Fahrt aufnimmt und wie wichtig Kuratieren im Wandel ist. Dieses Buch erlaubt den Lesern einen Blick hinter die Kulissen: Wie entstand die Sammlung und wie wird sie für die Zukunft gesichert? Was erzählen die Objekte

Kuratiert vom Gutenberg-Museum Mainz

Gestaltung: Katrin Schacke

160 Seiten mit 11 doppelseitigen Illustrationen auf den Kapitelaufaktseiten und zahlreichen Abbildungen von Jörn Kaspuhl durchgehend in vier Sonderfarben auf 100 Prozent Recyclingpapier, FSC-zertifiziert gedruckt

Format 15 x 22 Zentimeter

Flexibler Leineneinband
mit zweifarbigem Prägung

Euro 25,-

ISBN 978-3-87439-988-3

über die Vergangenheit und wie regen sie gleichzeitig dazu an, den heutigen Umgang mit Medien mutig zu diskutieren? Museen verstehen sich nicht mehr nur als Orte des Sammelns, sondern als ein Netzwerk, in dem sich Geschichte und Gegenwart begegnen und miteinander verweben. ●

NEUNTES LITHOGRAPHIE SYMPOSIUM TIDAHOLM STEIN, PAPIER, LEIDENSCHAFT

In einer Ära, in der die Halbwertszeit von Bildern in Millisekunden und Algorithmen gemessen wird, wirkt der Prozess fast wie ein anachronistisches Sakrileg: Künstler, die im Jahr 2026 in Summe tonnenschwere Solnhofener Kalksteine schleifen, sie stundenlang mit Fettkreide bearbeiten und chemisch präparieren, nur um einen einzigen Abdruck zu erzeugen. Warum nimmt man diese körperliche Mühsal auf sich? Die Antwort liegt im schwedischen Tidaholm.

Ein Kommentar von Boris Andreas Weber im Namen der Internationalen Senefelder-Stiftung sowie des Förderverein FISS, mit Sitz in Offenbach am Main

Alle vier Jahre wird diese beschauliche Kleinstadt während des Internationalen Lithographie-Symposiums zum Zentrum einer globalen Bewegung für Entschleunigung und handwerkliche Tiefe. Vom 28. Juli bis zum 9. August 2026 feierte die neunte Ausgabe dieses Treffens (bestens organisiert von Patrick Wagner) die Lithographie nicht als Museumsstück, sondern als hochaktuelles Medium für zeitgenössische Diskurse.

Die Vulcan-Insel: Wo Industrie auf Inspiration trifft

Das Epizentrum dieses künstlerischen Ausnahmezustands ist die »Vulcan-Insel« im Herzen von Tidaholm. Wo einst die industrielle Produktion den Rhythmus vorgab, atmen heute die Druckwerkstätten der Lithographischen Akademie den Geist der Transformation. Es ist ein kuratorisches Statement für sich: Die Umwandlung eines ehemaligen Fabrikareals in ein Zentrum für Grafik symbolisiert die Beständigkeit der Kunst inmitten des industriellen Wandels. Während das benachbarte Marbodal Center in Vorträgen Raum für theoretische Reflexion bot, verwandelte das Symposium die gesamte Stadt in ein begehbare Gesamtkunstwerk. Die Ausstellungen sind dabei nicht auf einen Ort



begrenzt, sondern erstrecken sich über drei Galerien im Stadtgebiet, was Tidaholm für zwei Wochen in ein echtes »Art Village« verwandelt.

Die Wiederentdeckung der Langsamkeit als Qualität

Eines der täglichen Highlights, das die Brücke zwischen technischem Erbe und

Auf den Spuren von Alois Senefelder: Teilnehmer aus aller Welt beschäftigten sich in Tidaholm auf höchstem Niveau mit dem chemischen Druck durch die bahnbrechende Lithographie-Druckkunst.



Impressionen.



moderner Anwendung schlägt, ist das »Printing on the Schnellpresse« (Made by Faber&Schleicher in Offenbach/Main) unter der Leitung der Experten Ernst Hanke (i. Senefelder-Preisträger 1984) und Rolf Maas. In einer Welt des »Instant Print« wird die Arbeit an historischen Maschinen zu einem innovativen Akt des Widerstands. Hier geht es nicht um Nostalgie, sondern um die

Wiederentdeckung der Langsamkeit als Qualität. Die Bedienung dieser Kolosse erfordert eine physische Präsenz und eine Sensibilität für das Material, die im Digitalen verloren gegangen ist. Es ist die ‚Renovatio‘ einer Technik, die durch ihre Widerständigkeit besticht und dem fertigen Druckkunstwerk eine Aura verleiht, die kein moderner Inkjet-Drucker imitieren kann.

Das globale Dorf der Steindrucker

Trotz seiner geografischen Abgeschlossenheit ist Tidaholm während des Symposiums ein Schmelztiegel der internationalen Avantgarde. Diese Vielfalt bricht die Isolation des Ateliers auf und schafft ein kollektives Bewusstsein, das in den sozialen Medien unter dem Schlagwort »Litho Love« weltweit Resonanz findet. »Ich fühle mich so



inspiriert und erfüllt von dieser ‚Litho Love‘ nach einer Woche des intensiven Austauschs... es ist eine fantastische Reise nach Schweden«, meinte Danielle Creenaune, Teilnehmerin des Symposiums.

Wenn Steine feiern könnten

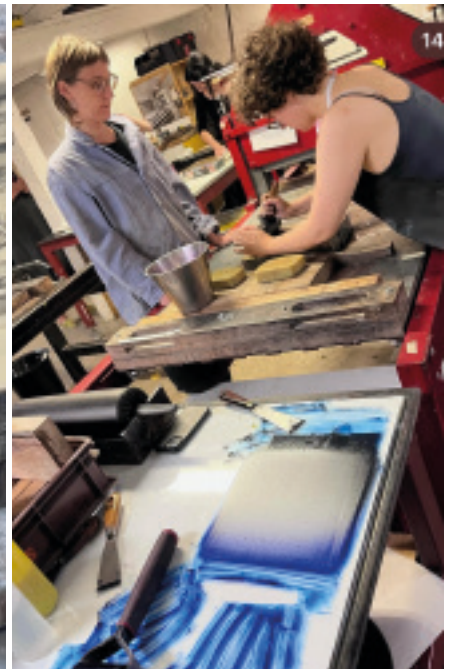
Kunst entsteht nicht nur durch den Druck der Presse, sondern durch das soziale Bindege-
webe der Gemeinschaft. Die traditionelle
Lithographen-Party am Freitagabend, den 31.
Juli, markierte den emotionalen Höhepunkt
der ersten Symposiumswoche. In dieser
informellen Atmosphäre werden jene Netz-
werke geknüpft, die die internationale Gra-
fik-Szene über Jahre hinweg tragen. Es ist
das Fest einer Community, die verstanden
hat, dass der Austausch von Wissen und
Leidenschaft ebenso dauerhaft sein muss
wie das Bild auf dem Stein.

Fazit: Ein Abdruck, der bleibt

Als am neunten August 2026 die Ausstellun-
gen in den drei Galerien Tidaholms
geschlossen wurden, blieb mehr zurück als
nur bedrucktes Papier. Tidaholm beweist,
dass die Lithographie kein Relikt ist, son-
dern ein lebendiges Labor für die Zukunft.
Die Geduld, die ein Steindrucker aufbringt,
ist eine Lektion in Demut gegenüber dem

Material und der Zeit. Vielleicht ist dies die
wichtigste Frage, die wir alle aus Tidaholm
ableiten können: Was könnten wir über die
Qualität unseres eigenen Schaffens lernen,
wenn wir der Entstehung unserer Ideen die-
selbe Beharrlichkeit und physische Hingabe
widmen würden, die Lithographen für einen
einzigen perfekten Abdruck aufwendet? »Es
war sehr eindrucksvoll, dass bei den interes-
santen Tagen in Tidaholm so viele Lithogra-
phen aus aller Welt in Begeisterung

zusammenwirkten, sich austauschten und
neue Freundschaften schlossen. Besonders
beeindruckt hat mich die Vielfalt von experi-
mentellen und spielerischen Anwendung
lithografischer Techniken.« So lautet auch
das Fazit von Prof. Dr. Gerhard Kilger (Vor-
standsvorsitzender der Internationalen Sene-
felder-Stiftung, ISS, mit Sitz in Offenbach
am Main), der zusammen mit anderen Ver-
tretern und Freunden der ISS am Symposium
im schwedischen Tidaholm teilnahm. ●



Impressionen.



Auf eine gute Partnerschaft!

Sie besitzen einen grafischen Gewerbeschein und sind z. B. als Werbeagentur, Grafiker:in, Druckerei oder Ähnliches tätig oder sind aktives Mitglied des Vereins „designaustria – Wissenszentrum & Interessenvertretung“? Dann werden Sie druck.at Partner:in und freuen Sie sich auf eine persönliche und enge gemeinsame Zusammenarbeit mit exklusiven Vorteilen und individueller Beratung.

Ihre Vorteile als Partner:in bei druck.at

- Teilnahme am Bonusprogramm:
bis zu 15 %* Partnerrabatt auf alle Produkte
- Regelmäßige Partnernewsletter mit aktuellen Informationen sowie Aktionen
- Neutral verpackte Pakete für Direktversand an Ihre Kundschaft
- Neutrale Material-Mustermappen



Noch mehr Vorteile
und Infos unter
[www.druck.at/
partner-werden](http://www.druck.at/partner-werden)

GALLUS ERFOLGREICH IN DEN USA

STARRE MASCHINENKONFIGURATIONEN HINTER SICH LASSEN

Heidelberg North America und Gallus präsentierten auf der Loupe Americas (ehemals Labelexpo) unter dem Motto »Let's Connect«, wie neueste Technologien Etikettendruckereien dabei unterstützen, starre Maschinenkonfigurationen hinter sich zu lassen und individuell anpassbare, skalierbare sowie zukunftssichere Produktionsumgebungen aufzubauen.



Seit Beginn des Geschäftsjahres am ersten April 2026 wurden in den USA mehr als zehn neue Druckmaschineninvestitionen verzeichnet. Damit gewinnen die hochgradig modularen und flexiblen Lösungen für den Etikettendruck von Gallus im Rahmen des System-to-Compose-Konzepts auf dem US-Markt deutlich an Dynamik. Der nordamerikanische Etikettenmarkt setzt seinen stabilen Wachstumskurs fort. Laut dem AWA Labeling & Product Decoration Market Report 2026 wird bis 2028 ein stetiges jährliches Wachstum von zwei Prozent erwartet. Die Etikettendruckereien in den USA setzen diese positiven Aussichten in Investitionen um. Das zeigt die starke Dynamik, die Heidelberg und Gallus seit Beginn des Geschäftsjahres verzeichnen: Innerhalb von nur fünf Monaten wurden mehrere Maschinen aus dem gesamten Portfolio, darunter Gallus RCS, Gallus Labelmaster, Gallus One und Gallus Five, an US-amerikanische Etikettendruckereien verkauft.

Zu den jüngsten Investoren gehört Hub Labels aus Hagerstown, Maryland. Das Unternehmen verfügt bereits über eine Gallus EM 410, zwei Gallus EM 510 und zwei Gallus RCS 330 und war einer der ersten Anwender der Gallus Labelfire 340 Hybrid. Vor kurzem entschied sich Hub Labels für die neu eingeführte Gallus Five. Deren Herzstück ist ihr Hybridkonzept: Flexo- und digitaler Inkjetdruck werden auf einer einzigen Plattform kombiniert und durch integrierte Veredelungs- und Stanzmodule ergänzt. In Verbindung mit dem neuen Heidelberg Saphira UV05-Tintenset erreicht die Maschine Geschwindigkeiten von bis zu 100 Meter pro Minute und steigert damit die Gesamtproduktivität erheblich. Dank der außergewöhnlich hohen Pigmentierung wird pro Auftrag weniger Tinte benötigt. Das senkt den Tintenverbrauch unmittelbar und trägt zu niedrigeren Gesamtbetriebskosten (TCO) bei. Die Tinten sind zudem vollständig LED-härtbar. Dadurch sinkt der Energieverbrauch, und die

Gallus rückte auf der Loupe Americas 2026 sein System-to-Compose-Konzept in den Mittelpunkt und baut dabei auf der starken Dynamik auf, die das gesamte Portfolio des Unternehmens in den USA verzeichnet – von den bewährten, traditionsreichen Druckmaschinen bis hin zur kürzlich eingeführten Gallus Five, die auf der Labelexpo Europe 2025 erstmals vorgestellt wurde. ✕ @ . Gallus

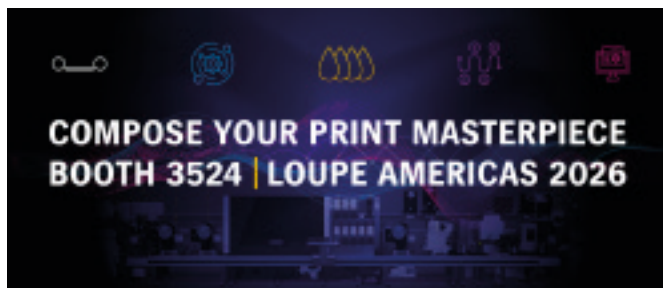
Gallus Five wird zu einer wirtschaftlichen Lösung für den Hybriddruck ohne Abstriche bei Präzision oder Farbintensität. Hub Labels profitiert außerdem von der höheren Geschwindigkeit und der größeren Druckbreite von 430 Millimeter. So kann das Unternehmen bei einem breiteren Auftragsspektrum wettbewerbsfähiger agieren und kürzere Auflagen von den bereits installierten Maschinen auf die neue Plattform verlagern. Dies unterstützt eine optimale Auslastung der gesamten Produktion. »Die Entscheidung für die Gallus Five fiel uns leicht«, erklärt Thomas Dahbura, Inhaber von Hub Labels.

PRODUKTION & TECHNOLOGIE

»Da sich die Farben zwischen Flexo- und Digitaldruck abstimmen lassen, können wir beide Technologien ohne Kompromisse in einem Auftrag kombinieren. Gleichzeitig bedeutet die kurze Umrüstzeit der Hybridplattform einen echten Paradigmenwechsel bei Aufträgen mit vielen SKUs. Als einer der ersten Anwender der Gallus Labelfire 340, die ebenso wie die Gallus Five zwei Technologien auf einer Plattform vereinte, freuen wir uns darauf, weiterhin mit dem Team von Heidelberg und Gallus zusammenzuarbeiten. Sie bringen die neuesten Technologien auf den US-Markt und unterstützen uns mit flexiblen Lösungen für den Etikettendruck dabei, unseren Betrieb zukunftssicher aufzustellen.«

Das eigene Meisterwerk komponieren

Das System-to-Compose-Konzept stand im Mittelpunkt der größten Fachveranstaltung Nordamerikas für die Etiketten- und Verpackungsindustrie. Es wurde entwickelt, um Etikettendruckereien durch maßgeschneiderte Produktionskonfigurationen mehr Flexibilität und Skalierbarkeit zu bieten. Bei sich verändernden Geschäftsanforderungen lassen sich Einheiten im Gallus-System hinzufügen, anpassen oder entfernen. Gleichzei-



tig gewährleistet das Konzept eine unübertroffene Kompatibilität über die Produktlinien hinweg. Auf der Messe wurde das Konzept mit dem Gallus-Maschinenkonfigurator erlebbar. Besucher konnten damit individuelle Maschinenkombinationen, Anwendungsmöglichkeiten und Produktionsabläufe in Echtzeit erkunden und so das volle Potenzial der modularen Gallus-Plattform kennenlernen. Am Stand konnten sie »ihr eigenes Meisterwerk komponieren«. Als Basis wählten sie eines der verschiedenen Gallus-Maschinenmodelle, von der bewährten Gallus Labelmaster bis zu den neuesten Digital- und Hybridmodellen Gallus One und Gallus Five, und passten die Konfiguration an ihre individuellen Produktionsanforderungen an. Außerdem präsentierten Heidelberg und Gallus auf der Loupe Americas ihre neueste Screeny-Siebdruckeinheit und de-

Unter dem Motto »Let's Connect« begrüßten Heidelberg und Gallus die Besucher der Loupe Americas 2026, wo sie die neuesten Technologien für eine flexiblere, skalierbare und zukunftssichere Etikettenproduktion kennenlernen konnten.

✖ © . Gallus

monstrieren deren Leistungsfähigkeit, Präzision und Qualität bei hochwertigen Etikettenanwendungen. »Wir befinden uns an einem spannenden Punkt für die Branche. Immer mehr Etikettendruckereien erkennen, dass Modularität und Flexibilität genau das sind, was sie brauchen, um in einem sich wandelnden Markt erfolgreich zu sein«, so Dario Urbinati, CEO von Gallus. »Die Loupe Americas 2026 bot uns eine wertvolle Gelegenheit, mit weiteren Kunden in den USA ins Gespräch zu kommen und zu zeigen, wie Gallus sie beim Aufbau agilerer, effizienterer und zukunftssicherer Produktionsumgebungen unterstützen kann.«

KONICA MINOLTA BRINGT ACCURIOLABEL 231

WIRTSCHAFTLICHER DIGITALER ETIKETTENDRUCK



Das System bietet Unternehmen einen praxisnahen Weg für den Einstieg in die digitale Etikettenproduktion und kann zugleich Produktivitätslücken in bestehenden Umgebungen effektiv schließen. Druckdienstleister können Musteretiketten, variantenreiche Aufträge und kleinere Losgrößen profitabel inhouse fertigen, statt diese auszulagern oder unwirtschaftlich auf analogen Maschinen abzuwickeln. Mit der neuen Lösung ersetzt man die AccurioLabel 230 und stärkt sein Portfolio mit einem zukunftsicheren Nachfolger im Etikettendruckmarkt. Während die AccurioLabel 231 für Musterproduktionen sowie kleine bis mittlere Auflagen ausgelegt ist, liefert die AccurioLabel 400 größere Geschwindigkei-

ten und eignet sich für höhere Auflagen sowie Anwendungen mit CMYK plus Weiß. Weltweit wurden bereits rund 2.000 AccurioLabel-Systeme installiert, in Europa rund 700.

Stabile Produktion und effiziente Auftragsabwicklung

Die AccurioLabel 231 erreicht eine maximale Produktionsgeschwindigkeit von 23,4 Metern pro Minute. Schnelle Anlaufzeiten und eine deutlich minimierte Makulatur sorgen für eine effiziente Auftragsabwicklung. Mit der optionalen IQ-Einheit sind durchgehende Produktionsläufe von bis zu 1.600 Metern möglich. Die Druckauflösung von nativen 1.200 x 2.400 dpi liefert detailreiche und scharfe Etiketten in CMYK. Eine hohe Medi-

enkompatibilität unterstützt unterschiedlichste Etikettenanwendungen und erleichtert die Einbindung in bestehende Workflows. Über den gesamten Produktionslauf hinweg ist das System auf stabile Ergebnisse vom ersten bis zum letzten Etikett ausgelegt. Unerwartete Ausfallzeiten werden minimiert, was eine souverän durchlaufende Produktion, hohe Planungssicherheit und ein spürbar geringeres Betriebsrisiko für Druckereien bedeutet.

IQ-Einheit automatisiert Qualitätskontrolle in Echtzeit

Die optionale IQ-Einheit (Intelligent Quality Optimizer IQ-530) überwacht die Farbstabilität und Passergenauigkeit in Echtzeit. Sie

Konica Minolta erweitert sein Portfolio und stellt mit der AccurioLabel 231 die Nachfolgerin der AccurioLabel 230 vor. Ein neues digitales Etikettendrucksystem vor, das ab sofort erhältlich ist. Es richtet sich an Akzidenzdruckereien, die wirtschaftlich in den digitalen Etikettendruck einsteigen wollen, sowie an Converter, die ihre analogen Produktionskapazitäten gezielt ergänzen möchten.



übernimmt zudem vollautomatisch die Kalibrierung und Dichteanpassung, ergänzt durch einen Überdrucksensor. Dadurch sinkt der Bedarf an manuellen Eingriffen auf ein Minimum. Diese weitreichende Automatisierung reduziert den Einarbeitungsaufwand für die Anwender drastisch und minimiert Einschränkungen aufgrund fehlender Fachkräfte. So unterstützt die AccurioLabel 231 Unternehmen dabei, ihre Produktion auch bei personellen Engpässen zuverlässig und wirtschaftlich aufrechtzuerhalten.

Einfache Bedienung und nahtlose Workflow-Integration

Die Anlage knüpft an die bewährte Benutzerführung von Konica Minolta an. Auch An-

wender ohne tiefgreifende Spezialisierung im digitalen Etikettendruck können Aufträge über einen klaren, automatisierten Workflow sicher bearbeiten. Der neue KM IC-615 Controller verarbeitet komplexe Druckdaten und variable Inhalte mühelos. Die Software AccurioPro Flux Label Impose vereinfacht die Auftragsvorbereitung zusätzlich durch gezielte Funktionen für Layouts, Sammelformen, Schnittmarken und Stanzlinien, wodurch sich das System nahtlos in bereits bestehende Workflows einfügt.

Angebot ergänzen oder erweitern

Für Akzidenzdruckereien und Etikettenverarbeiter eröffnet die AccurioLabel 231 eine Möglichkeit, das eigene Angebot ohne das

Die AccurioLabel 231 erreicht eine maximale Produktionsgeschwindigkeit von 23,4 Metern pro Minute. Schnelle Anlaufzeiten und eine deutlich minimierte Makulatur sorgen für eine effiziente Auftragsabwicklung.  Konica Minolta

Risiko einer Überinvestition zu erweitern und Kleinauflagen wirtschaftlich inhouse zu produzieren. Markenhersteller und Inhouse-Druckereien können ihre Kosten für Mustereketten deutlich senken, die Unabhängigkeit von externen Lieferanten stärken und eine schnellere Markteinführung realisieren. »Die AccurioLabel 231 wurde speziell für ambitionierte kleine und mittlere Unternehmen entwickelt«, sagt Masashi Morii, Head of Industrial Printing Business Development bei Konica Minolta Business Solutions Europe. »Sie vereint höchste Qualität, Anwenderfreundlichkeit und Wirtschaftlichkeit. Gleichzeitig bietet sie einen verlässlichen Einstieg in die digitale Etikettenproduktion und hilft unseren Kunden, Mustereketten, Versionierungen sowie kleine bis mittlere Auflagen flexibel inhouse zu produzieren.« Er ergänzt: »Technologie allein garantiert noch keinen Erfolg. Der Unterschied entsteht aus Zusammenarbeit. Durch die enge Partnerschaft mit unseren Kunden verbinden wir globales Know-how mit verlässlicher Unterstützung vor Ort und tragen so dazu bei, ihr Geschäft dauerhaft und profitabel zu stärken.«

ePac UND FLEXIBLE VERPACKUNG

EINE ERFOLGSGESCHICHTE IN ZAMS

ePac entstand aus einer klaren Marktbeobachtung. Kleine und mittlere Marken benötigten flexible Verpackungen in kleineren Mengen, oft mit mehreren Artikeln, kurzen Lieferfristen und ohne große Lagerbestände. ✕ © . ePac

Wie lassen sich flexible Verpackungen in kleinen und mittleren Auflagen industriell, rentabel und mit kurzen Lieferzeiten herstellen? ePac beantwortet diese Frage nicht mit einer einzigen Maschine. Das Unternehmen verbindet Marktanalyse, Geschäftsmodell, Prozesse, Technologie und Mitarbeitende zu einem System. Was nach Vereinfachung klingt, ist das Ergebnis jahrelanger Erfahrung und klarer Marktleistung. ePac kombiniert Digitaldruck, flexible Fertigung und optimierte Prozesse, um schnelle Durchlaufzeiten für Marken unterschiedlicher Größe zu ermöglichen. Maria Lyri, Marketing Managerin bei ePac, fasst das Unternehmen in einem Satz zusammen: »Flexible Verpackungen leicht gemacht.« Der Satz klingt einfach. Die betriebliche Realität dahinter ist jedoch eine Herausforderung. Flexible Verpackungen sind technisch komplex. Materialien, Barrieren, Siegeleigenschaften, Öffnungsverhalten, Wiederverschließbarkeit, Stabilität, Hitzebeständigkeit und Laminierung müssen aufeinander abgestimmt sein. ePac versucht nicht, diese Komplexität wegzudiskutieren. Dank eines stringenten Geschäftsmodells meistert das Unternehmen diese Herausforderungen und reduziert sie so für seine Kunden erheblich. Johnny Hobeika, Geschäftsführer von ePac Europe, bringt den Kern auf den Punkt: »Unser Produkt ist nicht innovativ. Unsere Methode, es herzustellen, ist es.« Das Produkt selbst ist bekannt. Der Unterschied liegt in der Art und Weise, wie ePac diese Produkte industriell herstellt, verkauft und liefert.

Drei Jahre nach Produktionsstart in Zams bei Innsbruck steht der österreichische Standort von ePac für mehr als nur eine regionale Erfolgsgeschichte. Anlässlich dieses Jubiläums und der kürzlich installierten HP Indigo 200K zeigen Gespräche mit den Verantwortlichen bei ePac Europe, wie konsequent das Unternehmen sein Geschäftsmodell umsetzt.



Ein klar definierter Markt

ePac entstand aus einer klaren Marktbeobachtung. Kleine und mittlere Marken benötigten flexible Verpackungen in kleineren Mengen, oft mit mehreren Artikeln, kurzen Lieferfristen und ohne große Lagerbestände. Lange Zeit war die Branche für flexible Verpackungen auf Großkunden, hohe Mindestmengen und lange Produktionsläufe ausgerichtet. Die Gründer von ePac erkannten hier eine klare Marktlücke: zunehmende Produktvarianten, kürzere Lieferfristen, tiefe Mindestbestellmengen und keine Anzeichen dafür, dass sich diese Entwicklung verlangsamen würde. Gleichzeitig betrugen die Bearbeitungszeiten auf dem konventionellen Markt sechs bis acht Wochen und mehr. Die Fokussierung auf dieses Marktsegment ist eines der Kernelemente der Strategie. Auf den ersten Blick scheint dies einschränkend zu sein. In der Praxis sorgt es jedoch für Schnelligkeit, Vorhersehbarkeit und Wiederholbarkeit.

Die Lieferzeit als oberste Priorität

Das zentrale Dienstleistungsversprechen lautet 10 bis 15 Arbeitstage. Diese Frist bestimmt das gesamte Geschäftsmodell. John Peat, Group Vice President Operations bei ePac, sagt: »Einer der Hauptgründe, warum Kunden zu uns kommen, ist eine kleine Bestellung mit vielen SKUs, aber einer Vorlaufzeit von 10 bis 15 Tagen.« Schnelle Durchlaufzeiten sind somit ein zentraler Bestandteil des Kundenangebots von ePac. Dies gilt für die Auftragsauswahl, die Kalkulation, das Sortiment, die Materialfreigaben, die Maschinenplattformen, die Nachbearbeitung, den Service und die Personalentwicklung. Für kleinere Marken ist dies in der Regel einfach, da die Vorteile sofort sichtbar sind. Man vermeidet hohe Mindestmengen, reduziert die Anlaufinvestitionen und bringt ein Produkt schneller auf den Markt. Für größere Marken liegen die Vorteile anders. Sie können damit Werbeaktionen, Designänderungen,

Sortimentstests oder regionale Varianten schneller umsetzen. Peat sagt: »Wir beseitigen die Veralterung.« Digitale flexible Verpackungen können Marken dabei helfen, das Lagerisiko zu senken, schneller auf Marktveränderungen zu reagieren und Produktvarianten effizienter umzusetzen.

Standardisierung schafft Geschwindigkeit

In vielen Unternehmen wird Flexibilität als das Gegenteil von Standardisierung angesehen. Bei ePac entsteht Flexibilität durch Standardisierung. Alle primären Prozessschritte folgen standortübergreifend derselben Logik. In einem solchen Umfeld wirkt sich ein technisches Problem unmittelbar auf die Lieferfähigkeit aus. Dies stellt hohe Anforderungen an Industriepartner wie HP und lokale Vertriebspartner wie Chromos. Service, Ersatzteilverfügbarkeit, Eskalationswege und Reaktionszeiten müssen dem Zeitplan eines Unternehmens entsprechen, das sein Leistungsversprechen in Tagen und nicht in Wochen misst. Hobeika beschreibt, warum dieses System notwendig ist: Flexible Verpackungen weisen mehr Komplexitätsdimensionen auf als viele andere Druckanwendungen. Beim Etikettendruck geht es in erster Linie um Substrat, Farbe, Haftung und Weiterverarbeitung. Bei flexiblen Verpackungen spielen zudem Barriereigenschaften, Funktion, Öffnung, Wiederverschließbarkeit, Fallverhalten, Schweißbarkeit und Produktschutz eine wichtige Rolle. Der Digitaldruck ist Teil der Lösung, und HP Indigo ist seit der Gründung von ePac ein strategischer Partner. Johnny Hobeika sagt: »HP ist Teil der Lösung, aber nicht die gesamte Lösung.« Die Herausforderungen liegen oft im nachgelagerten Bereich, das heißt bei der eigentlichen Beutelproduktion. Der Druck ist zwar entscheidend, aber nicht die einzige Herausforderung. Die kürzlich installierte HP Indigo 200K erweitert die Digitaldruckkapazitäten in Zams und unterstützt das weitere Wachstum von ePac in der Region. Die Investition stärkt die Fähigkeit des Unternehmens, Kunden zu bedienen, die hochwertige flexible Verpackungen mit kurzen Vorlaufzeiten benötigen. Dies schärft zudem die Rolle von Chromos als lokaler HP-Vertriebspartner. Nähe, Reaktionsfähigkeit und das Verständnis für den 24/5-Betrieb sind für ePac nicht zweitrangig, sondern Teil der Lieferfähigkeit.

Recyclbarkeit im Dauerbetrieb

Ein weiterer Bereich, in dem die Prozesslogik sichtbar wird, ist die Recyclingfähigkeit. ePac kann nicht nur recycelbare Materialien als technische Option anbieten, sondern diese auch effizient und wiederholbar als Standard

produzieren. Johnny Hobeika sagt: »Es ist eine Sache, recycelbare Materialien verarbeiten zu können. Es ist eine andere Sache, immer recycelbare Materialien zu verarbeiten.« Wenn man nur einen kleinen Anteil an recycelbaren Materialien verarbeitet, kann man Effizienzverluste auf andere Weise ausgleichen. Wer einen großen Teil seines Portfolios auf diese Weise produziert, muss Material, Prozesse und Kosten unter Kontrolle halten. ePac hat schrittweise Kompetenzen in den Bereichen PE, Polyolefin und PP aufgebaut. Diese Materialien sind anspruchsvoll in der Verarbeitung. Die Frage lautet nicht nur: Kann man darauf drucken? Die Frage lautet: Lässt sich damit eine funktionale Verpackung zu einem marktfähigen Preis und

trifft nicht nur die Verpackungsindustrie in Österreich. Hobeika beschreibt ihn als globales Problem. ePac reagiert darauf mit internen Schulungen und klaren Karrierewegen. Das Unternehmen rekrutiert zudem Mitarbeitende außerhalb der Verpackungsindustrie und bildet sie intern weiter. Das funktioniert, weil die Prozesse standardisiert sind. Wer neu ins Unternehmen eintritt, trifft nicht auf lokale Sonderlösungen, sondern auf definierte Prozesse, klare Rollen und wiederholbare Prozessschritte. Im Interview spricht Hobeika darüber, wie ePac junge Talente anzieht und ihnen Perspektiven in einer digitalisierten, skalierbaren Branche bietet. Die Arbeit ist technisch anspruchsvoll. Sie umfasst Druck, Laminierung, Beutelherstellung,



Flexible Verpackungen gehören zu den wichtigsten Verpackungsformaten auf dem Konsumgütermarkt in Europa.

✖ @ . ePac

innerhalb einer Lieferzeit von 10 bis 15 Tagen herstellen? Genau hier zeigt sich die Bedeutung selbst gewählter Prozessgrenzen. ePac beabsichtigt nicht, jedes Material, jedes Format und jede Zusatzanforderung in den Leistungskatalog aufzunehmen, ohne das eigene Versprechen zu gefährden.

Die Mitarbeiter als Kern des Gesamtmodells

Die Reproduzierbarkeit des Modells hängt nicht nur von Maschinen und Arbeitsabläufen ab. Sie hängt auch von den Menschen ab. Zams hat dies bereits in der Aufbauphase gezeigt. Peat beschreibt den Arbeitsmarkt in Tirol als anspruchsvoll: »Es ist eine Skiregion, und die Personalbeschaffung war ziemlich schwierig.« Der Fachkräftemangel be-

Materialien, Daten, Workflow, Qualität und Kundenlogik. Wer diese Prozesse beherrscht, entwickelt Kompetenzen, die über ein einzelnes Werk hinausgehen. So entsteht eine interne Wissensbasis, die mit jedem Standort wächst. Ein Problem in einem Werk wird zur Erfahrung für das Netzwerk. Eine Prozessverbesserung in Frankreich kann in Österreich helfen. Ein Bediener mit Erfahrung an einer Linie kann einen anderen Standort unterstützen. Das stärkt nicht nur die technische Leistungsfähigkeit, sondern auch das Netzwerkgefühl. Diese Kultur ist nicht losgelöst vom Geschäftsmodell. Sie ist Teil davon. Wenn die Lieferzeit von 10 bis 15 Tagen oberste Priorität hat, müssen die Menschen in der Lage sein, schnell zu lernen, klar zu kommunizieren und im Netzwerk zu handeln.

Ein ideales Modell für einen wachsenden Markt

Flexible Verpackungen gehören zu den wichtigsten Verpackungsformaten auf dem Konsumgütermarkt in Europa. In Westeuropa machen sie rund 35 Prozent der Einzelhandelsverpackungseinheiten aus und sind damit mengenmäßig die größte Verpackungsart. Zwischen 2018 und 2023 gehörten flexible Verpackungen zu den Formaten mit dem stärksten Wachstum bei den zusätzlichen Verpackungseinheiten. Die Bedeutung liegt jedoch nicht nur im Volumen, sondern auch im Materialeinsatz. Flexible Verpackungen machen mengenmäßig mindestens die Hälfte der Primärverpackungen für Lebensmittel aus, benötigen jedoch gewichtsmäßig nur etwa ein Sechstel des Verpackungsmaterials. Die Konsumenten schätzen sie vor allem wegen des Produktschutzes, der einfachen Handhabung und des geringen



Freuen sich über eine Erfolgsstory in Zams v.l.n.r.: Robert Kramer, Global Accounts Manager HP Industrial Print; Adrian Meyer, Head of Printing+Packaging Division Chromos Group AG; John Peat, Group Vice President Operations ePac Holdings Europe und Johnny Hobeika, Managing Director ePac Holdings Europe. ✖ © . Walter Weber



Ein weiterer Bereich, in dem die Prozesslogik sichtbar wird, ist die Recyclingfähigkeit. ePac kann nicht nur recycelbare Materialien als technische Option anbieten, sondern diese auch effizient und wiederholbar als Standard produzieren. ✖ © . ePac

Gewichts. Es gibt keine Anzeichen dafür, dass sich der Markt in naher Zukunft drastisch verändern wird.

Mit seinem Fokus auf digitale flexible Verpackungen, kurze Vorlaufzeiten und der Unterstützung kleiner und mittlerer Auftragsvolumina hat sich ePac als wichtiger Partner für Marken etabliert, die nach agilen und hochwertigen Verpackungslösungen suchen. Die fortgesetzten Investitionen am Standort Zams unterstreichen das langfristige Engagement des Unternehmens für Innovation, Kundenservice und nachhaltiges Wachstum auf dem europäischen Verpackungsmarkt. ●

ePac Europe ist ein führender Anbieter von digital bedruckten flexiblen Verpackungen. Das Unternehmen bietet eine breite Palette an Verpackungslösungen für vielfältige Anwendungsbereiche, darunter Lebensmittel, Getränke, Kosmetik, Chemikalien, Tiernahrung und Nahrungsergänzungsmittel. Der Fokus liegt auf kleinen und mittelgroßen Marken, die professionelle Verpackungslösungen ohne hohe Mindestbestellmengen, Druckplattenkosten oder lange Lieferfristen benötigen. Schnelle Lieferzeiten von rund 10 Arbeitstagen für Rollenware und 15 Arbeitstagen für fertige Beutel stehen im Mittelpunkt des Serviceversprechens von ePac. Das Unternehmen bedient derzeit ganz Europa von fünf Produktionsstandorten aus, die sich in Großbritannien, Frankreich, Polen und Österreich befinden.

news

HYBRID SOFTWARE- COLORLOGIC

NEUE VERSIONEN VON COLORANT, COPRA UND ZEPRA

Hybrid Software hat neue Versionen für alle drei Kernprodukte der »ColorLogic Complete Color Solutions Suite« herausgebracht.

Mit ColorAnt 12 lassen sich die Auswertungsmethoden individuell anpassen. Außerdem können Reportparameter wie Delta-E-Grenzwerte und -Methoden an die jeweiligen Produktionsstandards angepasst werden. Das Ergebnis ist eine Evaluierung, die auf die tatsächlichen Produktionsbedingungen abgestimmt ist und nicht auf allgemeine Branchenstandardwerte.

CoPrA 12 verbessert die Qualität und Präzision von Multicolor-Profilen. Beim Erstellen von DeviceLink-Profilen sorgt der neue Rendering-Modus, »Paper White/OBA Match«, für optimale Ergebnisse durch eine verbesserte OBA-Kompensationsmethode,

wenn sich die Papierweißwerte von Quell- und Zielmedium erheblich unterscheiden. Die neue Option »Lichter beschneiden« ermöglicht eine kontrollierte Anpassung der Tonwerte in den Lichterbereichen und erfüllt damit die Anforderungen des Flexodrucks. Bei ZePrA 14 ist die wichtigste Neuerung die überarbeitete PDF-Flattening-Engine, die komplexe Flattening-Jobs effizienter verarbeitet und Fehler bei der PDF-Verarbeitung reduziert – ein entscheidender Schritt, um

Workflows präzise und auf dem neuesten Stand zu halten.

Über das gesamte Portfolio hinweg wurde das Angebot in zwei Kernpakete umstrukturiert: »Process« und »Multicolor«. Dabei bietet ColorAnt ein eigenständiges Evaluierungspaket an, während CoPrA ein Standardpaket bereitstellt, um Märkte zu bedienen, die hochwertige ICC-Profile für Drucker benötigen. Alle drei Produkte verfügen zudem über ein neues Lizenzierungssystem. ●



Offsetdruck – neu interpretiert.



Unendliche Möglichkeiten dank
Substratsvielfalt bis 600 micron,
breitem Farbspektrum und
KI-Automatisierung.

CHROMOS
ÖSTERREICH

KOENIG & BAUER UND BOSCH

NEUE ENTWICKLUNGEN FÜR PRODUKTSCHUTZ

Der Markt für Produktschutz, Markenschutz und Rückverfolgbarkeit ist bislang stark fragmentiert. Um Markenherstellern eine ganzheitliche und flexible Antwort auf diese Herausforderung zu bieten, bündeln Bosch Secure Authentication und Koenig & Bauer Vision & Protektion ihre Expertise in einer neuen Kooperation.

Auf der Luxe Pack Monaco 2026 präsentierten die Partner erstmals ihre gemeinsame Plattform *ava* (a verification app). Unter dem Leitgedanken »One platform. Many ways to prove authenticity.« zeigte man von 28. bis 30. September im Grimaldi Forum, wie Produkte und Verpackungen ohne sichtbare Merkmale, geschützt und digital authentifiziert werden.

ava bündelt verschiedene Technologien und Anwendungen für Produktauthentifizierung, Markenschutz und End-to-End-Rückverfolgbarkeit. Marken und Hersteller können über die Plattform die Lösung auswählen, die zu ihren Produkten, Verpackungen und bestehenden Prozessen passt. Bosch Secure Authentication steuert die Software-Lösungen für die visuelle Authentifizierung und digitale Identifikation physischer Produkte ein. Koenig & Bauer Vision & Protection ergänzt die Kooperation um Expertise im Sicherheits- & Banknotendruck. Die Lösung richtet sich insbesondere an Unternehmen aus den Bereichen, Luxusgüter, Uhren, Schmuck, Spirituosen und hochwertige Konsumgüter. Für sie kann Verpackung künftig mehr leisten als Design: Sie wird zum Träger von Produktsicherheit, digitaler Identität und neuen Kontaktpunkten zu Verbraucherinnen und Verbrauchern.

»Derzeit müssen sich Hersteller oft zwischen verschiedenen isolierten Schutztechnologien entscheiden. Mit *ava* lösen wir diese Fragmentierung auf und schaffen eine universelle Plattform für die Branche«, erklärt Oliver Steinbis, Technischer Geschäftsführer der Bosch Secure Authentication GmbH.

Ovjera: Das Produkt selbst wird zum Echtheitsmerkmal

Auf der Luxe Pack wurde *ava* erstmals anhand konkreter Anwendungen erlebbar. Eine



davon ist *Ovjera*, eine markierungsfreie Authentifizierungslösung für einzelne Produkte, Verpackungen oder die Kombination aus beidem. Zugrunde liegt eine bildbasierte Identifikation: Jedes Produkt und jede Verpackung besitzt individuelle Merkmale in seiner Oberflächenstruktur. Diese werden über ein Bild erfasst und mit einer zuvor gespeicherten Referenz verglichen. So lässt sich die Echtheit per Smartphone überprüfen. Dies funktioniert ohne zusätzlichen QR-Code, ohne Seriennummer und ohne Veränderung des Designs.

Unsichtbarer Schutz in Druckbild und Lackschicht

Ergänzend zeigen die Partner mit *Atheneum* und *Aegis* zwei weitere Lösungen aus dem *ava*-Lösungsportfolio. Beide Produkte basieren auf *Stegano*-Technologie, die unsichtbare Informationen wie Codes, Bilder oder Logos direkt in die Verpackung integriert, ohne deren Design zu verändern. Während *Atheneum* die Sicherheitsmerkmale direkt im Druck-

Marc Hunsänger, Director Protection Technologies bei Koenig & Bauer Vision & Protection:

»Durch die nahtlose Integration von Sicherheitsmerkmalen direkt in den Druckprozess schaffen wir unsichtbaren Schutz, der das Verpackungsdesign völlig unberührt lässt.«

✖ © . Koenig & Bauer

bild verankert, nutzt *Aegis* hierfür die Lackschicht der Verpackung; auslesen lassen sie sich per Smartphone-App. Demonstratoren aus den Bereichen Uhren, Champagner sowie Sicherheitsdokumente machen die unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten am Messestand anschaulich. »Durch die nahtlose Integration von Sicherheitsmerkmalen direkt in den Druckprozess schaffen wir unsichtbaren Schutz, der das Verpackungsdesign völlig unberührt lässt«, erklärt Marc Hunsänger, Director Protection Technologies bei Koenig & Bauer Vision & Protection. Mittelfristig soll *ava* alle digitalen Schutzmechanismen in einer Applikation vereinen und so eine umfassende Lösung für Endnutzer bilden. ●

GOLDEN PIXEL award 2026

**Auszeichnung
für fortschrittliche
und innovative
Druckprojekte**

Herausragende österreichische
Drucklösungen und -Projekte
in 16 Kategorien.
Der Leistungsbeweis einer le-
bendigen Druck-, Medien- und
Verpackungsindustrie!

■ Akzidenzen

Canon

■ Geschäftsberichte

BURGO
GROUP

■ Magazine

ROGLER
SOFTWARE

■ Sensorische Projekte


KONICA MINOLTA

■ Plakat & Visuelle Kommunikation

■ Etiketten

C CHROMOS
ÖSTERREICH

■ Wellpappe POS Display

VG

■ Geschäftsberichte

**BENEDIKT
PAPIER**

■ Buch & Bildbände

KOENIG & BAUER

■ Studentenprojekte

HEIDELBERG

■ Verpackungen

 **QuarterPack**

■ Flexible Verpackung

gmg color

■ Ökologisch & Umweltfreundlich


ARCTIC PAPER

■ Cross Media Projekte

■ Printer's Best

hp

■ Direct Mail & TransPromo

xerox TM

■ Freestyle

 **Hahnemühle**

■ Eventpartner

sappi

CARDBOX PACKAGING

EFFIZIENZSTEIGERUNG IN DER WEITERVERARBEITUNG

Innerhalb des wachsenden Verpackungsmarktes spielt der Bereich Weiterverarbeitung eine immer wichtigere Rolle. Gerade hier lassen sich noch deutliche Effizienzpotenziale heben, um die Wirtschaftlichkeit und Projektattraktivität zu erhöhen.

Verpackungsdruckereien benötigen dazu einen höheren Automatisierungsgrad, mehr Produktivität und Transparenz in den einzelnen Prozessen, um die Produktion weiter zu optimieren. Als End-to-End Systemintegrator arbeitet Heidelberg zusammen mit Partnern an integrierten Lösungen für die gesamte Wertschöpfungskette in der Verpackungsproduktion von der Kreation bis hin zum Versand.

Heißfolienprägung und Stanzen in einer Maschine

Im Bereich der Weiterverarbeitung von Faltschachteln profitieren Kunden dabei von der langjährigen Partnerschaft mit MK Masterwork. Jüngstes Beispiel ist die Weiterentwicklung der MK Duopress Power. Das Besondere an dem System ist die Kombination von Stanzen und Heißfolienprägung in einer Maschine. Zusätzlich werden die einzelnen Nutzen getrennt und aus dem Bogen ausgebrochen. Die Basis dafür sind zwei hintereinander geschaltete Stanzeinheiten, die unterschiedlich eingesetzt werden können: die erste zur Heißfolienprägung und die zweite zum reinen Stanzen. Beide Stationen können aber auch nur zur Heißfolienprägung oder zum Stanzen verwendet werden, um besonders kreative Verpackungen umzusetzen. »Kunden erwarten heute keine einzelnen Maschinen, sondern integrierte Produktionslösun-

gen. Als Systemintegrator verfügen wir über das Know-how, gemeinsam mit Branchenspezialisten beziehungsweise Partnern wie MK Masterwork End-to-End-Lösungen zu entwickeln und erfolgreich in der Praxis zu implementieren«, erläutert Dr. David Schmedding, Vorstand Technologie und Vertrieb bei Heidelberg, die Strategie des Unternehmens.

Durch die hohe Registergenauigkeit aufgrund der optimierten Greiferstruktur ist es gelungen, die Heißfolienprägung auf ein neues Qualitätslevel zu heben und gleichzeitig die maximale Produktionsgeschwindigkeit, abhängig vom Bedruckstoff, auf 7.000 Bogen pro Stunde anzuheben. Die neue Struktur der Greifer gewährleistet Präzision und Stabilität im gesamten Prozess, und das auch bei maximaler Produktionsgeschwindigkeit. Das Konzept der MK Duopress Power hilft gerade bei anspruchsvollen Kosmetik- und Genussmittelverpackungen oder bei Verpackungen von Süßwaren oder Spirituosen, den steigenden Qualitätsanforderungen des Marktes gerecht zu werden.

Effizienz steigern

Verpackungsproduzent Cardbox Packaging ist einer der Pilotanwender des weiterentwickelten Systems, der das Potenzial der MK Duopress Power früh erkannte und entschied, die Anlage am Standort in Wolfsburg

Mit der weiterentwickelten MK Duopress Power steigert Heidelberg die Effizienz in der Weiterverarbeitung von Verpackungen.

zu installieren. Die Basis für diese Investitionsentscheidung bildete die langjährige partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Heidelberg sowie das Serviceversprechen des Unternehmens. Das unterstreicht auch die Tatsache, dass an den fünf Standorten in Europa und den USA in der Weiterverarbeitung fast ausschließlich auf Technologie und Know-how von Heidelberg und MK Masterwork gesetzt wird. »Wir schätzen die offene und lösungsorientierte Gesprächsbasis mit Heidelberg. So gelingt es uns immer wieder aufs Neue, die Herausforderungen, vor denen wir als Verpackungsdrucker stehen, zu meistern und im Sinne unserer Kunden zu lösen«, betont Roland Schöberl, Managing Director Cardbox Packaging Holding. Das Unternehmen profitiert durch Systemintegration von mehr Flexibilität, Transparenz und Produktivität. Angesichts knapper Produktionskapazitäten bei Cardbox Packaging im Stanzbereich konnten mit der MK Duopress Power Produktionsengpässe beseitigt und gleichzeitig neue Akzente in der Heißfolienprägung gesetzt werden. Vor allem sehr anspruchsvolle Kunden aus der Kosmetik-

Lebensmittel- und Getränkeindustrie schätzen aufgrund der kreativen Anwendungsoptionen die Fähigkeiten der MK Duopress Power, versichert Chris Düringer, Director Cardbox Packaging. »Die Steigerung unserer Stanzkapazitäten in Kombination mit der Heiß-folienprägung ist damit auch aus technischer Sicht eine ideale Ergänzung für unsere Produktion.« Zudem unterstreicht Cardbox die Bedeutung des globalen Heidelberg Servicenetzwerks, auf das alle fünf Standorte von Cardbox Packaging zurückgreifen. »Damit ist die Grundlage für stabile Prozesse, eine hohe Anlagenverfügbarkeit und eine nachhaltige Optimierung der Weiterverarbeitungsprozesse geschaffen«, ergänzt Schöberl.

Am Standort Wolfsberg betreibt das Unternehmen für die Faltschachtelproduktion bereits zwei Speedmaster XL 106, davon eine mit einer Druckgeschwindigkeit von 21.000 Bogen pro Stunde in Verbindung mit drei Hochleistungsstanzen MK Mastermatrix 106 CSB. Am Cardbox Standort in den USA produziert eine Speedmaster XL 106 zusammen mit einer Stanze MK Promatrix 106 CSB sowie einer Faltschachtelklebmaschine MK Diany Easy. Eine weitere MK Promatrix 106 CB wird dort in Kürze installiert und die Stanzkapazitäten erhöhen.

Einbindung in den Prinect Workflow

Heidelberg bindet das Portfolio an Weiterverarbeitungssystemen von MK Masterwork und damit auch die MK Duopress Power Schritt für Schritt in den Prinect Workflow ein, so dass Kunden noch stärker von den Vorteilen einer End-to-End-Lösung profitieren. »Durch

die Workflow Integration sorgen wir im industriellen Verpackungsdruck für mehr Automatisierung, Transparenz und Produktivität und steigern damit die Wettbewerbsfähigkeit unserer Kunden aus dem Verpackungsbereich«, so David Schmedding abschließend. ●



Der Pilotanwender Cardbox Packaging erweitert mit der MK Duopress Power seine Stanzkapazitäten und profitiert von mehr Flexibilität, Transparenz und Produktivität.

MUTOH

Mehr Farbraum. Mehr Wirkung!

XpertJet 1681SR Pro



www.mutoh.eu

- Neuer kompakter 64"-Eco-Solvent-Drucker (1625 mm) für professionelle Anwendungen
- Neues 8-Farb-Tintenset (CMYK + LC, LM, Orange, Rot) für einen erweiterten Farbraum
- Ideal für Beschilderungen, Fahrzeugbeschriftungen, Poster und hochwertige Druckanwendungen
- GREENGUARD Gold-zertifizierte, GBL-freie MS51-Tinten - emissionsarm und leistungsstark

BOBST UND LEOPOLD

FLIEGENDE AUFTRAGSWECHSEL BEI VOLL- UND WELLPAPPEBOGEN

In den frühen 1960er Jahren revolutionierte Bobst mit der Markteinführung seiner Autoplaten-Flachbettstanzen für das Format VII – also für Bogenbreiten bis etwa 1.650 Millimeter – die Herstellung großer Verpackungen aus Wellpappe. 60 Jahre später leistet das Unternehmen gemeinsam mit dem Verpackungshersteller Leopold im Rahmen der Pilot-Installation einer Mastercut 165 PER Dual Stream in dessen Werk III in Marbach einmal mehr Pionierarbeit.



Mit ihrer Flexibilität in der Verarbeitung von Voll- und Wellpappe setzt diese Hochleistungsstanze für das Format VII völlig neue Maßstäbe. »Mit der Mastercut 165 PER Dual Stream können wir zweigleisig fahren und sowohl großformatige Karton- als auch Wellpappebogen stanzen. Bei beiden Materialarten erreichen wir bei schnellsten Auftragswechseln gleich hohe Geschwindigkeiten und Spitzenqualität. Bobst hat in dieser Flachbettstanze optimale Prozesse für beide Materialarten kombiniert – und damit einen Spagat geschafft«, erklärt Valeri Lach, Betriebsleiter im Werk III der Leopold GmbH Verpackungen in Marbach am Neckar.

Kundenspezifische Anpassungen

Die Mastercut 165 PER Dual Stream ist ein Ergebnis der engen Zusammenarbeit zwi-

schen den Experten von Bobst und Leopold, welche bereit war, eine seinerzeit noch nicht auf dem Markt erhältliche Maschine in seinem Werk zu testen. Die Maschine mit Zugschnittsauslage auf der Rückseite wurde mit einer zusätzlichen seitlichen Auslage ausgestattet. Diese Kombination von Hochstapel- und Stapelauslage wurde Dual Stream getauft. Indem Bobst in seinem Packaging Center in Mex in der Schweiz eine vergleichbare Mastercut 1.65 PER Dual Stream inklusive Palletizer installierte, konnte der Maschinenhersteller in seinem Headquarter alle technischen Anpassungen auf Herz und Nieren testen, bevor sie bei Leopold an der Pilotmaschine vorgenommen werden. Trotzdem war über die ersten Monate hinweg permanent ein Bobst Technikspezialisten bei Leopold vor Ort. Valeri Lach und sein Team kamen im Laufe der Zeit immer wieder mit Wünschen

Von links nach rechts: Valeri Lach (Leopold), Hans Dreistein (Bobst) und Markus Bonna (Leopold). ✕ © . Bobst

und Ideen auf uns zu, die in unsere Entwicklung eingeflossen sind. Letztlich ist damit eine Maschine entstanden, die im Markt ihresgleichen sucht«, lässt Hans Dreistein die gemeinsame Entwicklung Revue passieren. Er betreut im Verkauf von Bobst Meerbusch seit vielen Jahren den Verpackungshersteller, der in seinen drei Werken in Ludwigsburg, Bad Lauterberg und Marbach aktuell über 17 Stanzen und 16 Faltschachtel-Klebmaschinen von Bobst verfügt.

Maximale Flexibilität

Die neuartige Dual Stream-Technologie gab dem Unternehmen eine früher nicht gekannte Flexibilität in der Auslage. Lach: »Bei der

Mastercut mit Dual Stream haben wir hier zwei Optionen: die Ausgabe korrekt gezählter und getrennter Zuschnittstapel auf ihrer Rückseite oder die motorisierte Hochstapelbeziehungsweise Ganzbogenauslage an ihrer Seite. Hinzu kommt in der Verarbeitung von Vollpappe die Möglichkeit des Nutzentrennens mit Einfach- oder Doppelschnitt und dynamischem Abfallauswurf. Im Ergebnis können wir in unserer Produktion mit ein- und derselben Maschine flexibel wie nie zuvor auf Wünsche unserer Kunden eingehen und ihre Anforderungen aus einer Hand abdecken.«

Die Mastercut 165 PER stantzt Vollpappe mit Flächengewichten von 300 bis 2.000 Gramm pro Quadratmeter und Wellpappe mit Dicken von 0,5 bis 7 Millimeter. Das

heißt, sie vereint beide Welten. Die verarbeitbaren Bogenformate reichen von 600 x 520 Millimeter bis 1.650 x 1.300 Millimeter. Dank ihrer hohen Stanzkraft bis 5,5 MN bei gleichzeitig geringem Druck auf die Bogen sind auch kaschierte Materialien mit empfindlichen Lackierungen für diese Maschine keine Herausforderung. Ihr speziell angepasstes Bogenzuführungssystem zieht alle diese Materialien schonend und bei höchster Zuverlässigkeit in die Maschine ein. »Mehr und mehr unserer Kunden wollen zweigleisig fahren und ihre Produkte in Verpackungen sowohl aus Vollpappe als auch aus Wellpappe auf den Markt bringen. Oder auch in kaschierten Materialien. Dank des hybriden Betriebs der Mastercut 165 PER Dual Stream können wir ihre Anforderungen in beiden

Bereichen bei früher undenkbarer Flexibilität abdecken«, formuliert Lach den strategischen Vorteil gegenüber den Stammkunden. Aktuell erreicht Leopold mit der Mastercut 165 PER je nach Stanzauftrag Geschwindigkeiten bis 7.000 Bogen pro Stunde – sowohl bei Voll- als auch bei Wellpappe. Dank der um die Maschine realisierten automatischen Paletten-Logistik für verschiedene Palettenmaße kann das Unternehmen diese Geschwindigkeit konsequent ausreizen. Besondere Kundenorientierung erlaubt Leopold auch die Möglichkeit, über den Palletizer kundenspezifisch gestaltete Paletten mit Faltschachtelprodukten produzieren zu können. Und das alles automatisch. »Die Anlage erfordert bei Materialwechseln keine besonderen Umstellarbeiten. Alle ihre Vorrichtungen sind auf diese Flexibilität ausgelegt«, stellt Markus Bonna fest, stellvertretender Leiter des Werks III und Leiter Logistik bei Leopold.

Mehr Nachhaltigkeit dank Bedienerkomfort

Unter anderem entwickelte Bobst eigens für diese Maschine verfahrbare Regale und ein Easytransfer-System. Die Regale vereinfachen den Transport der großformatigen Stanzwerkzeugsätze an die Maschine und zurück an ihren Lagerort. Der Easytransfer-Turm hebt sie mechanisch auf die 1,80 Meter hohe Maschinenplattform. Damit erleichtert er nicht nur die Arbeit der Maschinenführer. Vielmehr macht er sie auch sicherer und effizienter. Leopold hat sich bei der Mastercut 165 PER für die höchstmögliche Maschinenanhebung entschieden, um in ihrer Auslage die maximale Stapelhöhe bis 2.000 Millimeter ausreizen zu können.

Automatisierte Einrichtungsabläufe vereinfachen den Auftragswechsel. Das für speziell die Verarbeitung von Wellpappe und kaschierter Wellpappe angepasste kontaktlose Power Register garantiert eine einzigartige Registerpräzision. Die Stapelpositionierung und die Bogensynchronisation werden zudem mit dem Smart Feeder automatisch auf die Registerwerte abgestimmt, womit höchste Präzision beim Stanzen garantiert wird. In der Matic-Steuerung lassen sich bis zu 5.000 Wiederholaufträge speichern und schnell wieder aufrufen. Die Maschinenführer brauchen hier nicht einzugreifen, sondern lediglich die Werkzeuge zu wechseln sowie



Die Mastercut 165 PER Pilotmaschine ist bei Leopold immer im vollen Einsatz. © Bobst



Die einzigartige Stanzmaschine ist mit einer Zuschnittsauslage auf der Rückseite und einer seitlichen Auslage ausgestattet. © Bobst

die Stanzplatten und die Ausbrechstation einzustellen. Bei Bedarf nehmen die Bediener über die Mensch-Maschine-Schnittstelle Sphere mit intuitiver Navigation nur noch ein Feintuning vor. So bietet ihnen die leicht zugängliche Maschine trotz ihrer einzigartigen Vielseitigkeit hohen Bedienkomfort. Tooling-Synergien und Energierparnisse helfen ebenfalls mit, die Nachhaltigkeit im Werk wann immer möglich zu steigern. Leopold kann seine neue Stanze sowohl im Format VI als auch im Format VII fahren. Sie ist sogar kompatibel mit den Werkzeugen seiner Großformatstanzen Mastercut 145, über die das Unternehmen verfügt. Hinzu kommt die hohe Energieeffizienz der Mastercut 165 PER. So kann Leopold den jeweils nicht genutzten Prozess ausschalten, womit die nicht genutzten Module und Peripheriegeräte keinen Strom verbrauchen.

Entwicklungspotenzial voll ausschöpfen

Bislang waren Verpackungen aus Vollpappe das Kerngeschäft von Leopold. Mit der Mastercut 165 PER ist das Unternehmen also zu neuen Ufern aufgebrochen. »Mit der Anlage verfügen wir generell über neueste Stanztechnologie, haben ihre Implementierung aber noch nicht in allen Bereichen abgeschlossen. Unter anderem gilt das für die TooLink-Option, um unsere Rüstzeiten bei Wiederholaufträgen weiter zu verkürzen«, nennt Lach ein Beispiel. So wurden einige Stanzwerkzeuge bereits mit TooLink-Daten-Chips ausgestattet, in denen die Auftragsdaten gespeichert werden. Beim Einschieben der Werkzeuge werden die Daten mit Sensoren aus den Chips ausgelesen und automatisch in die Mensch-Maschine-Schnittstelle übergeben. Mehrere, der in den Werken von

Leopold vorhandenen Anlagen, wurden inzwischen an die digitale Plattform Bobst Connect angeschlossen. So auch die Mastercut 165 PER. Über den Service Helpline Plus für technische Hilfe aus der Ferne hinaus ermöglicht diese Anbindung dem Verpackungshersteller die Überwachung der Leistungsdaten dieser Maschinen. Für die Zukunft bietet ihm das vielfältige Potenziale für Optimierungen seiner Produktionsprozesse. »Es entspricht unserer Philosophie, unsere Praxiserfahrungen in die Entwicklung neuer Maschinen unserer Lieferanten einzubringen und so einen Beitrag dazu zu leisten, dass die Möglichkeiten innovativer Technik voll ausgereizt werden«, formuliert Bonna die Denkweise im Hause Leopold. »Wir wissen nicht, was der Markt in Zukunft von uns noch fordern wird. Alleine deshalb wollen wir uns alle Möglichkeiten erschließen.«



Auf Wunsch des Kunden hat Bobst eine Transportlösung für die großformatigen Stanzwerkzeugsätze entwickelt.

✖ © . Bobst



Die Sphere-Steuerung ist bedienerfreundlich und bildet die Grundlage für die kontinuierliche Digitalisierung der Produktionsprozesse. ✖ © . Bobst

MEDIA & EVENTS WITH CHARACTER

print^{and}
Publishing

VISUAL
COMMUNICATION

print^{and}
Publishing
europe

Packaging
AUSTRIA



**EUROPEAN
MEDIA GROUP**

EMGroup GmbH

Meytensgasse 27, 2. Stock | 1130 Wien | Austria

T +43-1 983 06 40 | F +43-1 983 06 40-18

E office@europeanmediagroup.at

www.printernet.at | www.packaging-austria.at

FLEXODRUCKMASCHINE MIT GROSSEN VERLUSTEN BEIM FARBWECHSEL

Bei einer Achtfarben-CI-Flexodruckmaschine sollte überprüft werden, ob die beim Farbwechsel entstehenden Farbverluste und Waschzeiten den vertraglich vereinbarten Werten entsprechen. Ein praxisnaher Versuch mit dem Wechsel von Gelb auf Schwarz und zurück auf Gelb zeigte erhebliche Abweichungen – mit entsprechend hohen wirtschaftlichen Folgen.

Gegenstand der Begutachtung war eine neue Flexodruckmaschine mit acht Druckwerken. Die Maschine wird für den Druck flexibler Verpackungen mit lösemittelbasierten Flexodruckfarben eingesetzt. Im Mittelpunkt stand nicht die allgemeine Druckqualität der Maschine, sondern eine sehr konkrete wirtschaftliche Fragestellung: Wie viel Farbe geht bei einem Farbwechsel tatsächlich verloren, wie lange dauert der Waschvorgang und wie weit liegen diese Werte über den vertraglich zugesicherten Parametern?

Praxisversuch unter Produktionsbedingungen

Für die Untersuchung wurde ein definierter Farbwechsel an einem Druckwerk durchgeführt. Zunächst wurde mit Gelb gedruckt (siehe Bild 2), anschließend nach Bedienungsanleitung auf Schwarz umgewaschen (siehe Bild 1) und wieder vollflächig gedruckt (siehe Bild 3). Danach wurde erneut auf Gelb gewechselt. Während der Versuche lief die Maschine mit 180 Meter pro Minute. Als Bedruckstoff kam eine 6,35 µm starke, weich ausgeführte Aluminiumfolie zum Einsatz. Gedruckt wurde jeweils eine Vollfläche, damit sich die Auswirkungen des Farbwechsels eindeutig beurteilen ließen.

Messen statt schätzen

Entscheidend für die Beurteilung war, die Verluste nicht aus theoretischen Kreislaufvolumina abzuleiten, sondern direkt zu erfassen. Die Flexodruckfarben wurden deshalb vor und nach dem jeweiligen Waschvorgang exakt gewogen. Zusätzlich

wurden die Waschzeiten aufgenommen und die Viskosität der Farben vor Ort mit einem kalibrierten Messbecher kontrolliert. Nach dem Rückwechsel auf Gelb wurde außerdem die Farbdifferenz ΔE messtechnisch überprüft (siehe Bild 4). Damit ließ sich sowohl die wirtschaftliche Seite des Farbwechsels als auch das qualitative Ergebnis der Reinigung beurteilen.

Vertraglicher Wert und tatsächlicher Farbverlust.

Vertraglich war für einen Waschgang ein Farbverlust von 0,7 Liter vorgesehen. Bei einer zugrunde gelegten durchschnittlichen Farbdichte von 0,94 g/cm³ entspricht dies rund 0,6565 Kilogramm Farbe pro Waschvorgang. Der im Test ermittelte durchschnittliche Waschverlust lag dagegen bei 3,1 Kilogramm. Daraus ergibt sich ein zusätzlicher Farbverlust von rund 2,44 Kilogramm je Waschvorgang gegenüber dem vereinbarten Wert.

Maschinenzeit fällt ins Gewicht

Zum reinen Materialverlust kam ein zusätzlicher zeitlicher Aufwand für die Flexodruckmaschine hinzu. Der über die vertragliche Vereinbarung hinausgehende Zeitbedarf wurde mit 2,32 Minuten je Umwaschvorgang ermittelt. Für die wirtschaftliche Bewertung wurde ein Maschinenstundensatz von 400 Euro angesetzt. Gerade bei einer hochproduktiven Flexodruckmaschine wird damit deutlich, dass nicht nur die verlorene Farbe, sondern auch jede zusätzliche Minute Maschinenstillstand erhebliche Kosten verursacht.

Hohe Mehrkosten über die Nutzungsdauer

Die zusammengefasste wirtschaftliche Bewertung wurde im Detail ausgearbeitet. Für den zu bewertenden Zeitraum von fünf Jahren wurden Mehrkosten von insgesamt circa 700.000 Euro ermittelt. Davon entfallen circa 380.000 Euro auf den zusätzlichen Farbverlust, circa 300.000 Euro auf zusätzlichen Maschinenstillstand und circa 20.000 Euro auf die Entsorgung der Farbreste. Für die weiteren acht Jahre wurden auf Basis der bisherigen Betriebswerte weitere 1,1 Millionen Euro prognostiziert. Über den betrachteten Gesamtzeitraum ergibt sich damit eine Größenordnung von rund 1,8 Millionen Euro an zusätzlichen Kosten.

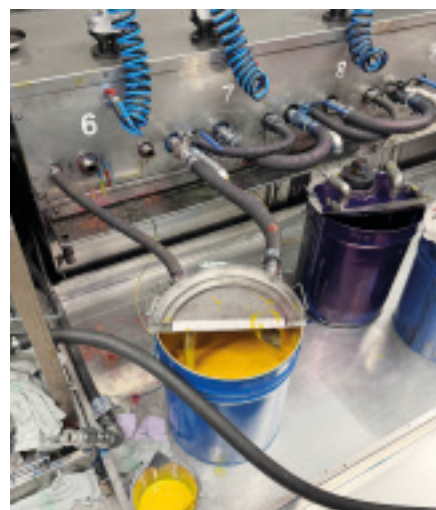


Abbildung 1 Flexodruckfarbe Gelb am Druckwerk, hier wurde der Farbwechsel Gelb – Schwarz – Gelb durchgeführt.

Dr. COLIN SAILER

Der Autor ist von der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Bogen- und Rollendruckmaschinen, Offset- und Tiefdruckverfahren. Er zeichnet für eine Vielzahl von Bewertungen und Expertisen verantwortlich.

www.print-und-maschinenbau.de



AUS DER PRAXIS EINES GUTACHTERS

Reinigungsergebnis qualitativ in Ordnung

Bemerkenswert ist, dass die Reinigung qualitativ durchaus funktionierte. Nach dem Rückwechsel auf Gelb wurde eine Farbdifferenz von $\Delta E = 0,85$ gemessen (siehe Bild 4). Dieser Wert lag innerhalb der vertraglichen Vereinbarung. Das Problem bestand somit nicht darin, dass nach dem Waschen keine ausreichende Farbreinheit erreicht wurde. Vielmehr wurde das gewünschte Ergebnis mit deutlich höheren Farbverlusten und längeren Waschzeiten erzielt als vertraglich vorgesehen.

Fazit

Der Fall zeigt, welche wirtschaftliche Bedeutung scheinbar kleine Abweichungen bei immer wiederkehrenden Rüst- und Waschvorgängen haben können. Ein Mehrverbrauch von wenigen Kilogramm Farbe und einige zusätzliche Minuten Maschinenstillstand wirken zunächst überschaubar. Multipliziert mit der Zahl der Produktionsaufträge und der möglichen Farbwechsel, dann summieren sich diese Differenzen jedoch über Jahre zu erheblichen Beträgen. Für Betreiber von Flexodruckmaschinen empfiehlt es sich

daher, zugesicherte Waschparameter nicht nur bei der Abnahme, sondern auch im realen Produktionsbetrieb durch nachvollziehbare Messungen zu überprüfen. 📌

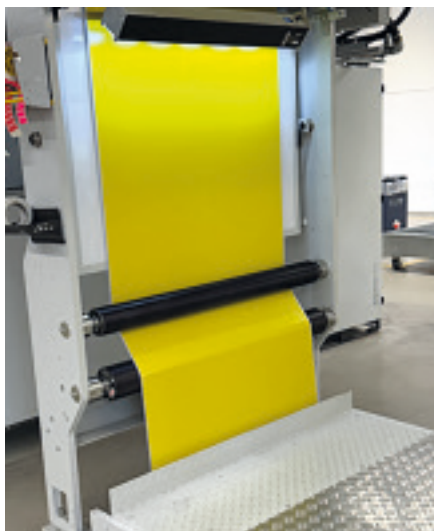


Abbildung 2 Vollflächiger Druckabzug mit Gelb vor dem Farbwechsel.



Abbildung 3 Vollflächiger Druckabzug mit Schwarz nach dem Umwaschen.



Abbildung 4 Messung der Farbdifferenz nach dem Rückwechsel auf Gelb; gemessen wurde $\Delta E = 0,85$.

KERN GMBH & MÜLLER MARTINI

SAMMELHEFTUNG AUF HÖCHSTEM NIVEAU

Als Ersatz für einen Primera MC und einen ST 450 nimmt die Kern GmbH in Bexbach nahe der deutschen Stadt Saarbrücken in diesem Spätsommer zwei neue Sammelhefter Primera PRO von Müller Martini in Betrieb. Damit verbessert das Familienunternehmen seine Marktchancen in mehrerer Hinsicht.



Zwar fertigt die rund 150 Mitarbeitende beschäftigende Kern GmbH auf einem Klebebinder KM 610A jährlich auch rund vier Millionen Softcover-Produkte. Die Sammelheftung ist jedoch mit rund 40 Millionen – vorwiegend im Offset gedruckten – Exemplaren pro Jahr mengenmäßig der deutlich größere Bereich. Das liegt laut den beiden Firmenbesitzern und Geschäftsführern André und Holger Kern daran, »dass sehr viele unserer Kunden klassische Broschüren, Magazine, Beilagen, Schulungsunterlagen, Industrieunterlagen, Pharma- und Informationsdrucksachen in Rücken-drahtheftung einsetzen. Diese Produkte sind häufig schlank, terminkritisch und müssen überaus effizient gefertigt werden.« In den vergangenen Jahren gewann die Sammelhef-

tung bei Kern gar an Bedeutung. Was laut André Kern »weniger daran liegt, dass Softcover-Produkte unwichtig geworden wären, sondern vielmehr daran, dass der Markt bei sammelgehefteten Produkten laufend anspruchsvoller geworden ist. Die Kunden erwarten heute eine sehr hohe Qualität, sehr kurze Lieferzeiten und gleichzeitig wettbewerbsfähige Preise.«

Von großer Vielfalt geprägte Produktpalette

Die von Kern angebotene Produktpalette ist sehr breit und reicht von kleinen Jobs bis hin zu Millionenaufgaben. Die Produkte sind stark formatvariabel – von klassischen Broschüren über Schulungs- und Informationsunterlagen bis hin zu Industrie- und Pharma-

Die beiden Primera PRO sind nahezu gleich konfiguriert. Einziger Unterschied: Der eine ist neben dem Umschlaganleger mit vier Flachstapelanlegern ausgestattet, der andere mit deren acht. Die kleinere Maschine verfügt trotzdem über sechs Kettenuntergestelle, sodass die Anleger zwischen den beiden Sammelheftern getauscht werden können. ✕ © . Müller Martini

erzeugnissen. Dabei stellen laut Holger Kern insbesondere Pharma- und Industriekunden hohe Anforderungen an Prozesssicherheit, Wiederholgenauigkeit und Qualität. »Bei solchen Produkten müssen Anleger, Bogenfolge, Vollständigkeit und Weiterverarbeitung sehr zuverlässig kontrolliert werden.« Typisch für Kern ist, dass in der Sammelhef-

tung nicht nur einfache Standardbroschüren gefertigt werden. Die von großer Vielfalt geprägte Produktpalette umfasst die unterschiedlichsten Formate und Seitenumfänge, Doppelnutzen-Produktionen, Beihefter, Sticker-/Kartonbogen, verkürzte Produktteile, Ringösen-Heftungen und Produkte mit besonderen Anforderungen an Falz, Beschnitt, Kamerakontrolle und Verpackung. »Mit der Investition in zwei neue Primera PRO schaffen wir die Grundlage, diesen Bereich langfristig auf dem neuesten technischen Stand zu halten und unsere Leistungsfähigkeit im industriellen Drei-Schicht-Betrieb weiter auszubauen«, betonen die Brüder.

Fünf Gründe sprachen für den Primera PRO

Für die beiden Müller Martini-Modelle entschieden sie sich Kern aus fünf Gründen.

- ★ Erstens wird im Sammelheftbereich eine sehr hohe industrielle Leistungsfähigkeit benötigt. Denn die Anlagen werden im Dauer-Drei-Schicht-Betrieb eingesetzt. Das bedeutet, dass Maschinenverfügbarkeit, Stabilität und Nettoleistung ausschlaggebend sind.
- ★ Zweitens werden wegen der extrem hohen Produktvielfalt Sammelhefter benötigt, die schnell umgerüstet werden können.
- ★ Drittens spielt die Bedienfreundlichkeit eine große Rolle. Kern wird auf den neuen Anlagen gleich ein Dutzend Maschinenfüh-

rer schulen. Denn für einen wirtschaftlichen Drei-Schicht-Betrieb ist es wichtig, dass nicht nur einzelne Spezialisten die Maschinen beherrschen, sondern dass ein breites Team sicher, reproduzierbar und effizient damit arbeiten kann. Moderne Bedienoberflächen, klare Einstellprozesse und eine gute Wiederholbarkeit von Aufträgen sind deshalb besonders wichtig.

- ★ Viertens will Kern die Weiterverarbeitung langfristig technologisch absichern. »Der Markt verlangt hohe Qualität, sehr kurze Lieferzeiten und wettbewerbsfähige Preise. Das lässt sich nur mit moderner Technik, stabilen Prozessen und hoher Verfügbarkeit erreichen«, betont Holger Kern.
- ★ Und fünftens spielten nicht zuletzt die guten Erfahrungen mit dem Primera MC, der ebenso wie der ST 450 in Rente geht, eine Rolle. »Wir kennen die Müller Martini-Technologie aus der täglichen industriellen Produktion und haben damit gute Erfahrungen gesammelt – insbesondere hinsichtlich Leistungsfähigkeit, Prozesssicherheit und Eignung für anspruchsvolle Produkte. Gleichzeitig war uns bewusst, dass wir den nächsten technologischen Schritt gehen müssen«, unterstreichen die Kern-Brüder.

Verbesserte Marktchancen realisieren

Die beiden Primera PRO sind nahezu gleich konfiguriert. Einziger Unterschied: Der eine

ist neben dem Umschlaganleger mit vier Flachstapelanlegern ausgestattet, der andere mit deren acht. Die kleinere Maschine verfügt trotzdem über sechs Kettenuntergestelle, sodass die Anleger zwischen den beiden Sammelheftern getauscht werden können. Auch Sonderzubehör wie Doppelnutzen und Ringösen-Heftköpfe ist kompatibel. So kann Kern grundsätzlich alle Produkte auf beiden Maschinen fahren. »Wir entscheiden je nach Auftrag, welche Konfiguration wirtschaftlich am sinnvollsten ist«, sagt André Kern. »Kleinere oder einfachere Produkte können auf der kompakteren Anlage laufen, umfangreichere Produkte auf der größeren. Bei Bedarf können wir aber auch Komponenten tauschen und so sehr flexibel auf die aktuelle Auftragssituation reagieren.« Der Produktionsstart der beiden neuen Primera PRO ist für September geplant. Die beiden Firmenbesitzer sind überzeugt, damit ihre Marktchancen in mehrerer Hinsicht zu verbessern: bezüglich höherer Leistungsfähigkeit in einem Markt, in dem kurze Lieferzeiten, Termинуverlässigkeit und wettbewerbsfähige Preise entscheidend sind, ebenso wie bezüglich anspruchsvoller Produkte und höherer Flexibilität. ●



Die Brüder André (Mitte) und Holger Kern (rechts) leiten das Familienunternehmen Kern GmbH. Links Volker Keppler (Gebietsverkaufs-leiter Müller Martini Deutschland). ✖ © . Müller Martini

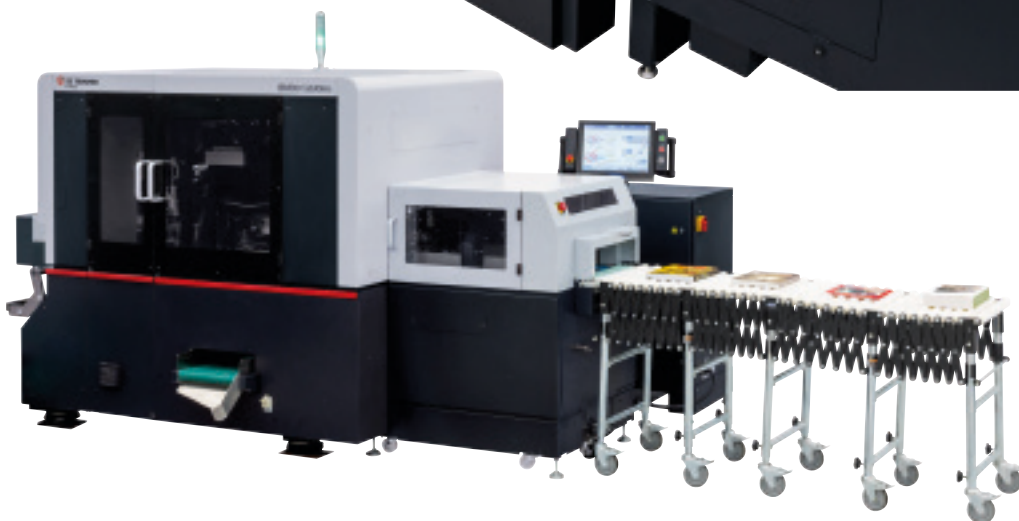
HORIZON ERWEITERT ICE SERIE

KLEBEBINDER SB-09R UND DREIMESSER-VOLLAUTOMAT HT-1000R MIT DABEI

Druckweiterverarbeitungs-Spezialist Horizon baut sein Portfolio vernetzbarer Lösungen weiter aus und integriert den bewährten 9-Zangen-Klebebinder SB-09 sowie den variablen Dreimesser-Vollautomaten HT-1000 in die iCE Serie.



Der neu designte iCE Binder SB-09R erreicht bis zu 4.000 Takte pro Stunde. ✖ © .Horizon



Der iCE Trimmer HT-1000R schneidet mit bis zu 1.000 Takten pro Stunde jedes einzelne Buch in individueller Größe – ohne Abstriche bei der Geschwindigkeit. ✖ © .Horizon

Die neuen iCE Binder SB-09R und iCE Trimmer HT-1000R sind ab Werk für die Anbindung an den cloudbasierten Workflow-Service iCE LiNK vorbereitet und können somit in einen vollautomatischen Workflow von der Vorstufe bis zum Finishing eingebunden werden. Zudem wird die Echtzeit-Überwachung, Analyse, Visualisierung und somit die effizientere Gestaltung von Produktionsabläufen ermöglicht. Beide Systeme können flexibel für Digital-, Offset- und Hybridanwendungen konfiguriert werden. Sie präsentieren sich in einem

überarbeiteten, modernen Maschinendesign und wurden hinsichtlich Bedienkomfort und Wartungsfreundlichkeit optimiert. Dazu zählen ein großer 15-Zoll-Touchscreen mit intuitiver Benutzeroberfläche, ein vergrößerter Sichtbereich sowie eine integrierte LED-Beleuchtung für einen besseren Einblick in den Innenraum und die Produktionsabläufe. Der neu designte iCE Binder SB-09R erreicht bis zu 4.000 Takte pro Stunde. Das Umrüsten erfolgt durch Formateingabe am Touchscreen oder mithilfe der optionalen Formateingabelehre, die alle Maße des Buchblocks

und Umschlags auf einfache Weise erfasst und zur Maschine überträgt. Dank permanent nachladbarem Umschlaganleger wird echter Non-Stopp-Betrieb ermöglicht. Der iCE Trimmer HT-1000R schneidet mit bis zu 1.000 Takten pro Stunde jedes einzelne Buch in individueller Größe – ohne Abstriche bei der Geschwindigkeit. Zur Steigerung der Produktivität können mehrere Bücher im Stapel geschnitten werden. Ideal für die Einzelbuchproduktion: Eine bedienerlose selbstständige Einstellung »on the fly« ist über einen optionalen Barcodeleser möglich. ●



print fair 26

Der Branchentreff an der Graphischen
21./22. Oktober 2026

Höhere Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt



RÜCKBLICK AUF 25 JAHRE PRINT & PUBLISHING EIN SOMMER IN ÖSTERREICH ... ALS DIE FLUTEN KAMEN

»An diesen Sommer werden die Österreicher noch lange denken, schrieben wir im Editorial der Ausgabe.

Kein Wunder: die Jahrhundertfluten in Österreich, Deutschland, Tschechien oder Polen zeigten gnadenlos auf, wie gefährlich es ist, sich zu nahe an fließenden Gewässern anzusiedeln.



Hier das Cover der Ausgabe 108/2002.

In Österreich war die Druckerei Sandler in Marbach besonders in Mitleidenschaft gezogen. Zwei Meter hoch stand der Drucksaal unter Wasser, die 10-Farben Koenig & Bauer Maschine letztendlich rostender Schrott. Mehr als 10 Millionen Euro Schadensvolumen und die Entscheidung der Sandler, die Lehren aus den Ereignissen zu ziehen. Es wurde neu gebaut in Marbach, aber wesentlich höher und damit sicherer.

In der Papier- und Kartonindustrie erwischte es drei Unternehmen massiv: die Papierfabrik in Hallein, Smurfit in Nettingsdorf und den Schwertberger Pappeerzeuger Merckens. Auf dessen Firmengeländen fanden sich nach der Sturzflut tonnenschwere Steine, die zuvor nicht da gewesen waren. Die Schwertberger waren dann clever und sperrten beim Heranrücken der zweiten Flutwelle diese mit Altpapierballen aus.

Wir sprachen beim Forum Alpbach mit Dr. Erhard Busek über die Kommunikation in den neuen Beitrittsländer und über funktionierende Netzwerke. Dabei ging es um die Installation einer funktionierenden Medienlandschaft in den vormals kommunistischen Staaten, das Umgehen mit freier Meinungsäußerung und die feinen Möglichkeiten des Journalismus in Form der Satire. Und als Ergänzung meinte er: »Netzwerke hängen von ihren Teilnehmern ab.«

3M feierte 2002 seinen 100. Geburtstag und es war wie so oft am Beginn des Wirkens ein hartes Stück Arbeit. Als man herausfand, dass die vom Unternehmen betriebene Korund Mine nur wertloses Gestein lieferte, musste man schnell umsatteln und begann Schleifpapiere zu produzieren. Das war die zweite Basis für die Entwicklung eines Weltkonzern, dessen Mitarbeiter am Beginn in dieser schwierigen Zeit sogar umsonst arbeiteten, um das Unternehmen erfolgreich zu machen. Scotch und Post-It Notizen kamen dann später.

Die photokina 2002 in Köln präsentierte sich mit erweitertem Angebotsspektrum, neuer Hallenbelegung, vergrößerter Ausstellungsfläche, verstärkter Publikumsausrichtung und neuem Rahmenprogramm. Die »World of Imaging« war seinerzeit noch die Veranstaltung für die Foto- und Imaging Industrie. Ähnlich wie die Gmundner Fototage, die es auch nicht mehr gibt.

Auf der Seybold Konferenz präsentierte Heidelberg ein neues Workflow Konzept, dass voll und ganz auf JDF ausgerichtet war. Prinect Printready System war der Name und sollte bis zur drupa 2004 in die gesamte Prozesskette bei Heidelberg integriert werden.

Der langjährige Manager rund um das Thema Farbmanagement Franz Sommer heuerte bei Xerox Large Color an, um mit deren Xe2 System neue Farbwelten zu erobern. Zuvor war der umtriebige Franz bei 3M, Imation und KPG aktiv.

Der Digitaldruck kam immer mehr in Fahrt. S-Print Sporr investierte in eine Docutech 6060 und setzte intensiv auf digitale Lösungen. Schon Ende der 90er Jahre hatte Firmeninhaber Rudi Sporr erkannt, dass der Digitaldruck die Zukunft sein wird und verspürte die steigende Nachfrage nach personalisierten Drucksachen.

Die Rollenoffsetmaschine Rotoman mit einem Seitenumfang von 16-Seiten wurde von MAN Roland mit neuen Features ausgestattet und war in den Leistungsklassen von 50.000, 60.000 und 70.000 Zylinderumdrehungen erhältlich. Die Rotoman gehörte zu den beliebtesten Anlagen in der Branche und diente vielen Druckereien als wirkungsvolles Produktionstool.

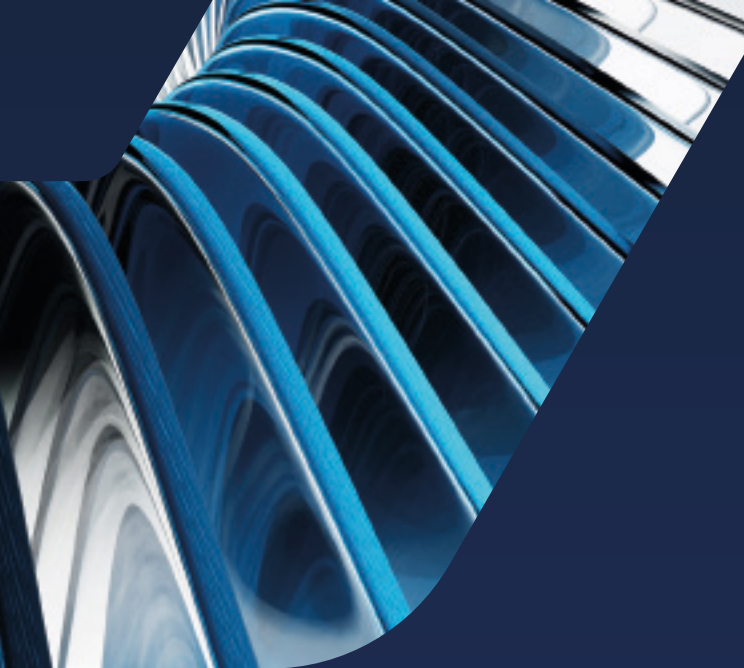
Wo heute Cardbox Packaging ansässig ist, war 2002 die Druckerei Theiss. Die Wolfsberger Buchmacher investierten 2002 den Betrag von 6,5 Millionen Euro in einen feinen Neubau und Speedmaster Anlagen von Heidelberg. Theiss gehörte in den 2000ern zu den Paradeunternehmen der Buchherstellung in Österreich. ●

ABO BESTELLUNG

**Nähere Informationen zur Bestellung
Ihres persönlichen PRINT & PUBLISHING
Abonnements finden Sie unter:**

www.printernet.at





STÄRKERER FOKUS.
BREITERE LINSE.



Lernen Sie LOUPE kennen. Ehemals Labelexpo.



Lernen Sie LOUPE kennen bei
LOUPE-GLOBAL.COM

