

Canon imagePROGRAF TM Serie:

Groß drucken, klein und leise

Mit der imagePROGRAF TM Serie präsentiert Canon neue Großformat-Tintenstrahldrucker für CAD-, GIS- und Posteranwendungen. Die neuen Drucker erfüllen die Anforderungen von Kunden aus so verschiedenen Bereichen wie dem Baugewerbe, dem Einzelhandel, dem Bildungssektor oder der öffentlichen Verwaltung und ermöglichen den On-Demand-Druck hochwertiger Zeichnungen, Karten und Plakate in kleiner Auflage im eigenen Haus. Mit geringer Stellfläche und geringem Arbeitsgeräusch eignen sich diese Modelle besonders zum Einsatz in Büros mit begrenztem Platz.



Die intuitiv bedienbare TM Serie ermöglicht Mitarbeitern die schnelle und mühe-lose Produktion hochwertiger Drucke

Die neuen Drucker basieren auf der bewährten Technologie der sehr erfolgreichen imagePROGRAF TX Großformatdruckerserie und ergänzen das Canon Großformat-Technologie-Portfolio zu dem auch die imagePROGRAF PRO Serie für Foto- und Fine-Art-Anwendungen gehört. Die neue imagePROGRAF TM Serie umfasst acht verschiedene Modelle – fünf 36-Zoll- und drei 24-Zoll-Modelle – die sich alle an Kunden richten, die kleine bis mittlere Auflagen drucken. Sie unterscheiden sich in der Ausstattung mit und ohne USB-Slot und durch verschiedenen Scanlösungen. Die neue imagePROGRAF TM Serie wurde entwickelt, um den Anforderungen ruhiger Büroumgebungen gerecht zu werden und Ablenkung zu vermeiden. Ohne die hohe Produktivität zu beeinträchtigen, wurden Verbesserungen an einigen we-

sentlichen Geräuschquellen vorgenommen. So verfügt der Plattensaugventilator jetzt über eine Dämpfung; der Medienschneider schneidet sauberer und verringert damit Vibrationen; die Medienzufuhr-Technologie wurde weiterentwickelt, wobei der Zeilenvorschubmotor verlangsamt und der Motorriemenscheibendurchmesser vergrößert wurde, um ebenfalls die Medienschwingungen zu reduzieren. Die Verbesserungen haben im Vergleich zur imagePROGRAF iPF Serie zu einer Geräuschreduzierung um 60% beigetragen. Dank des intuitiven Bedienfelds sind für die Bedienung der Drucker keine Schulungen oder Fachkenntnisse erforderlich, so dass die Mitarbeiter problemlos hochwertige Ausdrucke am Arbeitsplatz erstellen können. Die imagePROGRAF TM Serie vereinfacht die Erstellung kreativer und

INHALT

Groß drucken, klein und leise	...1
Creatura-Initiative veröffentlicht weltweit erste Metaanalyse zur Werbewirkung von Print	...2
Neuer Vertriebschef bei Dresdner KAMAs	...3
Zeller+Gmelin verstärkt sein Team	...3
KNOX und zipcon consulting bündeln Kräfte im M&A-Sektor	...3
Höfliche Verpackung und Fälschungsschutz	...4

komplexer Anwendungen mit neuen, verbesserten Software-Tools. Poster Artist V3.0 unterstützt die Anwender bei der Erstellung von mehrsprachigen Plakaten mit über 900 Ausdrucken in zehn verschiedenen Sprachen und mit über 350 Vorlagen und Bildern, während Free Layout Plus ein Vorlagenwerkzeug für die Gestaltung von Faltplakaten bietet. Zum Leistungsumfang gehören außerdem starke Sicherheitsfunktionen, einschließlich sicherer Authentifizierung und Benutzerkontrollen, die ihre Eignung für große Unternehmen oder Behörden gewährleisten, die ein höheres Sicherheitsniveau benötigen.

Die imagePROGRAF TM-Serie verfügt über Canon LUCIA TD 5-Farben-Pigmenttinten. Diese einzigartige Tinte, zu der auch Mattschwarz (MBK) mit hoher Oberflächenspannung zählt, erzeugt dünne Linien und gestochen scharfen Text. Lebhaftige Farben können auch mit der LUCIA TD Tinte erzielt werden, wobei die Pigmente näher an der Medienoberfläche bleiben. So können Kunden qualitativ hochwertige Dokumente und Plakate kostengünstig auf preiswertem ungestrichenem Normalpapier drucken. Die wasserbeständigen LUCIA TD 5-Farben-Pigmenttinten können auf wasserbeständigem Material drucken – ein unmittelbarer Vorteil für Kunden, die Pläne und Zeichnungen erstellen, die im Freien betrachtet werden müssen oder die Poster für den Außenbereich produzieren.

Canon bietet eine Reihe von optimierten wasserbeständigen Medien, einschließlich Polypropylen und selbstklebendes Vinyl für Banner und Poster an. Mit der imagePROGRAF TM Serie hergestellte Plakatanwendungen für den Außenbereich können bis zu sechs Monate lang ohne zusätzliche Laminierung eingesetzt werden, was die Produktivität weiter steigert und die Kosten von Druckern für den Außenbereich senkt. Mit der imagePROGRAF TM Serie haben Unternehmen die Möglichkeit, CAD-Zeichnungen, GIS-Karten und Plakate On-Demand und im eigenen Haus zu erstellen, was die Outsourcing-Kosten und Reaktionszeiten verringert.

Beim kontinuierlichen Druck von Zeichnungen auf A1-Querformatpapier im schnellsten Modus kann der imagePROGRAF TM-300/305 144 Ausdrücke pro Stunde erzeugen, was dank verbesserter Druckkopfabtastung und der verkürzten Zeit zwischen den einzelnen Druckvorgängen eine Geschwindigkeitssteigerung von bis zu 23% gegenüber seinem Vorgänger, der imagePROGRAF iPF Serie, bedeutet.

Für eine unterbrechungsfreie Produktion sorgen „Hot Swap“-Tintentanks, die es Anwendern ermöglichen, die Tinten während des Druckvorgangs auszutauschen. Optional kann die imagePROGRAF TM Serie um einen der schnellen, hochwertigen Scanner von Global Scanning erweitert und zu einem perfekten multifunktionalen Office-System ausgebaut werden - so etwa mit dem T36 Scanner mit benutzerfreundlichem Touchscreen-Display. Wilko van Oostrum, Produktmanager Wide Format bei Canon Deutschland, kommentiert: „Die imagePROGRAF TM Serie bietet diesen Kunden hohe Leistung und Geschwindigkeit mit unschlagbarer Bildqualität für Werbeplakate sowie der für komplexe CAD-Zeichnungen erforderlichen Schärfe. Dank der intuitiven Benutzeroberfläche und der neuen Software-Tools kann jeder Mitarbeiter schnell und einfach Drucke in der Qualität erstellen, die er von einem externen Anbieter erwarten würde - zu einem deutlich günstigeren Kurs. Durch ihre verringerte Geräuschentwicklung sind die Drucker für die Mitarbeiter kaum hörbar.“

36-Zoll-Modelle: TM-300, Hochleistungsdrucker in 36“, TM-305, Hochleistungsdrucker in 36“ mit eingebauter Festplatte und USB-Slot, TM-300MFP L36ei, Multifunktionsdrucker mit Kleinauflagen-Scanlösung, TM-300MFP T36, Multifunktionsdrucker mit leistungsstärkerer Scanlösung und TM-305MFP T36, Hochleistungs-Multifunktionsdrucker mit leistungsstärkerer Scanlösung mit eingebauter Festplatte und USB-Slot
24-Zoll-Modelle: TM-200, Hochleistungsdrucker in 24“, TM-205, Hochleistungsdrucker in 24“ mit integrierter Festplatte und USB-Slot, und TM-

200MFP L24ei, Multifunktionsdrucker mit Kleinauflagen-Scanlösung

Creatura-Initiative veröffentlicht weltweit erste Metaanalyse zur Werbewirkung von Print

Das Multisense Institut für sensorisches Marketing analysierte im Auftrag der Creatura-Brancheninitiative über 300 internationale Studien zur Werbewirkung von Print und Printveredelung und leitete daraus praktische Handlungsempfehlungen für den Einsatz von Print im digitalen Zeitalter ab.

Nullen und Einsen haben die Marketingwelt revolutioniert. Doch entgegen einiger Voraussagen löst sich die Welt nicht komplett in Pixel auf. Im Gegenteil: Der digitale Wandel sorgt derzeit für eine Renaissance des Analogen. Offline liegt wieder voll im Trend. Es werden mehr Bücher gekauft denn je, Amazon eröffnet Ladengeschäfte, AirBnB publiziert sein eigenes Kundenmagazin und selbst bei Google, Facebook & Co liegen Moleskine-Notizbücher neben den Laptops. In einer flirrenden, digitalen Welt sehnen sich die Menschen nach konkreten Erfahrungen und sinnlichem Erleben. Print spielt dabei eine wichtige Rolle und ergänzt High Tech um „High Touch“. Eine zentrale Erkenntnis der Neurowissenschaften: Print ist durch seine multisensorischen Qualitäten optimal gehirngerecht. Darüber hinaus bietet Print durch Veredelung sowie neue Drucktechnologien mehr Möglichkeiten für Marketers denn je. Doch Vorsicht: Die Annahme, dass Softtouch und Glanz automatisch Preisbereitschaft und Abverkäufe erzeugen, ist ebenso ein Trugschluss wie die Gleichung „Millionen Klicks = Millionen Umsätze“.

In der Metaanalyse The Power of Print vermitteln der Marketingexperte Olaf Hartmann und der Konsumentenpsychologe Sebastian Haupt auf verständliche Weise den aktuellen Stand der Forschung und geben praktische Impulse, wie Marketers die Werbewirkung von Print optimieren.

Die Metaanalyse beantwortet grundlegende Fragen: Was wissen wir über

die Werbewirkung von Print in digitalen Zeiten? Warum spielt Print im Media-Mix immer noch eine einzigartige Rolle beim Aufbau von Markenvertrauen? Welchen Einfluss hat Print auf die Aufmerksamkeit? Wie steigert Print die Erinnerung an Werbung und die Glaubwürdigkeit von Marken? Wie beeinflusst Print die Wertwahrnehmung und die Kaufbereitschaft am Point of Sale?

„Erfahrene Praktiker wissen aus Erfahrung um die Möglichkeiten von Print, doch bislang gab es keinen wissenschaftlich fundierten Wissenspool. Wir haben mit unserem Compendium nicht nur einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand geschaffen, sondern geben damit auch die nötige Orientierung, wie man die Werbewirkung von Print und die vielfältigen Veredelungsmöglichkeiten optimal nutzt“, erklärt Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f:mp. und Mitinitiator der Creatura-Brancheninitiative.

Bereits der Medienphilosoph Marshall McLuhan postulierte vor über 60 Jahren: „The Medium is the message.“ Der Kanal, über den eine Botschaft die Menschen erreicht, prägt auch ihre Bedeutung. Deshalb gilt: Wer die Prägung seiner Botschaft durch den Kanal Print umfassend versteht und im crossmedialen Zusammenspiel richtig nutzt, gewinnt damit wichtige Wettbewerbsvorteile. Print und Printveredelung nehmen Menschen auf sinnliche Erlebnisreisen mit, die messbar auf Markenerinnerung, Markenvertrauen, Response und Kaufbereitschaft einzahlen.

Die Metaanalyse erscheint Ende September 2018 und kann von allen Interessierten gegen eine Gebühr von 499 Euro (f:mp.-Mitglieder zu Sonderkonditionen) beim Fachverband Medienproduktion e.V. bezogen werden. Bestellungen (deutsche oder englische Version) der Creatura Metaanalyse sind bereits jetzt möglich unter: <https://www.creatura.de/metaanalyse>

Neuer Vertriebschef bei Dresdner KAMAs

Andreas Käfferlein ist seit September neuer Vertriebsdirektor des Dresdner Maschinenherstellers KAMA und übernimmt den Aufgabenbe-

reich von Ronald Lein, der nach 30 Jahren in der Druckindustrie in den Vorruhestand geht. In seinen 13 Jahren bei KAMA hat Ronald Lein den vielseitigen KAMA Lösungen für die Druckweiterverarbeitung und Veredelung neue Märkte erschlossen, insbesondere in den USA, Europa und den spanischsprachigen Ländern Lateinamerikas. Lein hat Neuentwicklungen wie die ProCut 76 und die ProFold 74 am Markt eingeführt und etabliert und großen Anteil am Wachstum des Unternehmens. Der weltweite Frankfurter war zuvor für MAN Roland und deren Vertriebsstochter Intergrafica aktiv, darunter viele Jahre in Mexico und Südafrika. Mit Andreas Käfferlein holt KAMA für die Leitung des Vertriebs einen Brancheninsider ins Boot, der sofort durchstarten kann. Der 48-jährige Dresdner bringt 30 Jahre Erfahrung und Knowhow in der Druckindustrie mit, zuletzt im internationalen Vertrieb und mit Key Account-Aufgaben bei Europas Marktführer für Überdrucklacke, ACTEGA Terra. Davon war der gelernte Industriemeister Druck zehn Jahre bei Koenig & Bauer/KBA u.a. verantwortlich für Maschinenabnahmen Drucktechnik im Produktqualitätsmanagement. Käfferlein will die internationalen Vertriebskanäle der KAMA Lösungen für die Segmente Akzidenz und Verpackung stärken, Partnerschaften ausbauen und sieht einen Schwerpunkt im Nahen und Fernen Osten sowie dem aufstrebenden afrikanischen Kontinent. Dabei kann KAMA seine guten Erfahrungen mit dem Direktvertrieb im Heimatmarkt Deutschland für andere Regionen nutzen.

Zeller+Gmelin verstärkt sein Team

Mit Wirkung vom 1. Juli 2018 hat die Zeller+Gmelin GmbH & Co. KG Eberhard Klenner zum neuen Leiter des Bereiches Narrow Web ernannt. Innerhalb des Management-Teams wird die Markteinführung der neuen Druckfarbenseerie Y80 für den Flexodruck eine seiner Hauptaufgaben in der Anfangszeit sein. Die neu entwickelte Formulierung dieser Farbserie berücksichtigt bei der Auswahl der eingesetzten Rohstoffe heute bereits

zukünftig geltende Restriktionen. Dem studierten Drucktechniker wird bei dieser Aufgabe seine langjährige Berufserfahrung als technischer Berater im Bereich des Sicherheits- und Banknotendrucks zugutekommen. Für den Druckfarbenhersteller aus dem schwäbischen Eislingen zählt der Bereich Narrow Web seit Jahren zu den wichtigen Kernmärkten. Mit der Einstellung von Eberhard Klenner bekräftigt das Unternehmen seinen besonderen Fokus auf diesen Markt und stärkt damit seine bisher schon hohen Qualitätsansprüche an den technischen Service.

Des Weiteren verstärkt der gelernte Druckermeister Tibor Küstermann beim Druckfarbenhersteller Zeller+Gmelin GmbH & Co. KG den Technischen Service im Bereich Metal Decoration. Seine umfangreiche berufliche Erfahrung sammelte er u.a. als Abteilungsleiter Druck bei einer großen Etikettendruckerei sowie als Leiter der Versuchsdruckerei einer namhaften Papierfabrik. Mit der Einstellung von Tibor Küstermann baut das Unternehmen aus dem schwäbischen Eislingen einerseits die personellen Kapazitäten im seit jeher wichtigen Service-Bereich weiter aus und unterstreicht zugleich die große Bedeutung, die das Marktsegment Metal Decoration in den zurückliegenden Jahren erlangt hat.

KNOX und zipcon consulting bündeln Kräfte im M&A-Sektor

Die Zeichen stehen gut in der Druck- und Verpackungsbranche – zumindest für manche Marktteilnehmer. Während sich die deutsche Wirtschaft seit Jahren auf einem soliden Niveau positiv entwickelt, ist das Bild in der Druck- und Verpackungsbranche differenzierter. Das Versandvolumen und damit der Bedarf an entsprechender Verpackung steigt in der DACH-Region von Jahr zu Jahr, die Ansprüche von Kunden und Umwelt an die Verpackung werden fordernder, doch gute Mitarbeiter sind schwer zu finden. Und in der Druckbranche ist das papierlose Büro seit nunmehr 20 Jahren zwar nicht mehr als ein Papiertiger, doch großvolumige Printauflagen sinken und im Wettbewerb mit anderen Marketing-

und Kommunikationskanälen sind Lösungen für eine individualisierte Kundenansprache eine der strategischen Herausforderungen. Nicht zuletzt stellt die digitale Transformation rund um Industrie 4.0 und Mass Customization viele Unternehmer auf die Probe.

So ist auch in guten Zeiten viel Bewegung in der Druck- und Verpackungsbranche, die seit vielen Jahren im Fokus der Aktivitäten der Hamburger KNOX GmbH wie auch der Essener zipcon consulting GmbH stehen. Die unterschiedlichen Schwerpunkte der beiden Beratungshäuser haben schon in der Vergangenheit zur fruchtbaren Zusammenarbeit mit unterschiedlichsten Branchenunternehmen geführt, die nun in eine intensive Kooperation mündet.

„Das strategische und technologische Know-how von Bernd Zipper und seinem Team kann in Kauf- wie auch in Verkaufsmandaten einen wichtigen Beitrag leisten, wenn es darum geht, die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen zu beurteilen und zu bewerten oder auch das Unternehmensprofil zu schärfen. Für manche Interessenten kann dieses zusätzliche Branchenverständnis essentiell sein, um in unsere Branche zu investieren“, erläutert Jens Freyler, Geschäftsführer M&A der KNOX GmbH. Über die letzten Jahre konnte Jens Freyler zahlreiche Mandate begleiten, mittelständische Unternehmen bei ihrer Unternehmensnachfolge unterstützen, für Branchenführer durch Unternehmensakquisitionen ergänzende Geschäftsfelder öffnen wie auch Finanzinvestoren bezüglich der Druck- und Verpackungsbranche beraten.

„Während zipcon stärker im Print, Onlineprint und im Thema Mass Customization ist, kommt KNOX stärker aus dem Packaging, wo zipcon Technologie- und Strategiefragen lösen kann, kann KNOX dies bei Personal- und Finanz-Themen. Gemeinsam sind wir ein perfektes und eingespieltes Team, um bei sämtlichen strategischen Fragestellungen in der Druck- und Verpackungsbranche ein wichtiger Sparringspartner des Unternehmers zu sein“, erläutert Bernd Zipper, Gründer und Geschäftsführer der zipcon consulting GmbH, die sich seit vielen Jahren der digitalen Trans-

formation der Branche widmet. Und dies beinhaltet nicht nur eine Veränderung der Technologie, sondern auch ein vollständiger Wandel vieler Geschäftsmodelle.

„Und neue Technologien und neue Geschäftsmodelle rufen nicht nur nach neuen Strategien, sondern auch nach neuen Partnerschaften und nach den passenden Mitarbeitern. Mich freut dabei, dass wir mit der Erweiterung unseres Branchennetzwerkes um Bernd Zipper und seiner zipcon noch umfänglicher Antworten für unsere Kunden finden können und dass wir gemeinsam in der Druck- und Verpackungsbranche über ein Netzwerk verfügen, das im deutschsprachigen Raum wohl seines Gleichen sucht“, ergänzt Michael Dosch, Geschäftsführer für den Personalbereich der KNOX GmbH. Eine Gelegenheit für den intensiven Austausch und das Netzwerken wird so auch die anstehenden Branchenmesse FachPack bieten, bei der KNOX in Kooperation mit XING und der Messe Nürnberg in eine eigene VIP-Lounge einlädt.

Höfliche Verpackung und Fälschungsschutz

Mit innovativen Lösungen zur neuen EU-Fälschungsschutzrichtlinie und der kürzlich prämierten „Höflichen Verpackung“ präsentiert sich die Druckerei Bauer GmbH in Pfedelbach bei Heilbronn erstmals auf der FachPack in Nürnberg. „Wir wollen auf der Messe unsere Packaging-Kompetenz insbesondere für die Pharmaindustrie vorstellen. Schließlich werden die Verbraucheransprüche und die gesetzlichen Vorgaben immer anspruchsvoller. Diese gestiegenen Anforderungen machen auch bei den Verpackungen nicht halt. Deshalb wollen wir unsere Kunden mit unseren maßgeschneiderten Lösungen unterstützen und so zum Unternehmenserfolg beitragen“, betont Matthias Bauer, Geschäftsführer der Druckerei Bauer.

Eine große Herausforderung an die Pharmaindustrie ist die neue EU-Fälschungsschutzrichtlinie, die ab 9. Februar 2019 in Kraft tritt. Danach müssen Humanarzneimittel mit zusätzlichen Sicherheitsmerkmalen und einer Vorrichtung zum Erkennen einer möglichen Manipulation versehen wer-

den. Jede Verpackung muss dann eine eigene, einmalige Seriennummer bekommen, die im Fertigungsprozess generiert und aufgedruckt wird. Die Druckerei Bauer hat mit dem EyeC ProofRunner in der Faltschachtelklebemaschine ihr einzigartiges dbIPackagingSecurity-System implementiert, womit größtmögliche Sicherheit bei der Verpackungsherstellung garantiert wird. Mit einer lückenlosen Inspektion und Dokumentation mittels einer Prüfsoftware stellt die Druckerei Bauer so sicher, dass die Druckdaten mit den vom Kunden gelieferten Daten übereinstimmen.

Weiteres Messe-Highlight ist die „Höfliche Verpackung“, die kürzlich mit dem SilverPack Award ausgezeichnet wurde – eine Verpackung, die besonders seniorengerecht ist. Da mit zunehmendem Alter die Sehschärfe nachlässt, hat die Druckerei Bauer bei der Verpackung eine Folienlupe mit dreifacher Vergrößerung integriert. Damit können die Nutzer die Verpackungsaufschrift und den Beipackzettel besser lesen. Die Lupe kann mit Hilfe einer Perforation aber auch abgetrennt werden und im Alltag benutzt werden. Eine neue, einzigartige Verschlussmechanik ermöglicht ein leichtes Öffnen und Wiederverschließen.

Am Messestand wird außerdem das gesamte Produktportfolio für die Pharmaindustrie vorgestellt. Zum Beispiel Faltschachteln mit Anti-Counterfeiting-Merkmalen wie Mikroschrift und Serialisierung sowie Blindenschriftprägung oder Tamper Evidence-Lösungen. Auch die vielfältigen Veredelungsmöglichkeiten für OTC-Produkte werden präsentiert.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Blömer Medien GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen,
Telefon 0 21 02/14 70 870
Online: <http://www.worldofprint.de>
Objektleitung: Dipl.-Kfm. Andreas Blömer

Redaktion: Daniela Blömer

Anzeigen: Oliver Göpfert

Layout und Herstellung: Blömer Medien GmbH

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen Copyright by Blömer Medien GmbH

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.