

swiss print + communication

8 | 24



QV-Feiern 2024

Seite 14

Fertig Offset

Seite 24

Teilweise fertig Offset

Seite 28

printed in
switzerland

KOENIG & BAUER

Rapida 106 X

Schnellste Jobwechsel –
damit Sie mehr Ziele erreichen



Die Rapida 106 X verschenkt keine Sekunde: Durch extrem kurze Jobwechsel erreicht sie maximalen Output. Drucken Sie bis zu 20.000 Bogen pro Stunde – auch im Wendebetrieb. Platten- und Bedruckstofflogistik, parallele Rüstprozesse und digitale Services stellen sicher, dass Sie Ihre Ziele jederzeit erreichen.

Koenig & Bauer (CH) AG
info@koenig-bauer-ch.com

we're on it.

Für die Award- Saison 2025 gibt es verschiedene Neuerungen:

2025

↘
Das System mit Gold, Silber, Bronze wird ersetzt mit einem einzigen Swiss Print Award pro Kategorie plus ein Platinum Swiss Print Award für ein ausserordentliches Objekt

↘
Die Swiss Print Award Night wird integrierter Programmpunkt des Power Pur Anlasses vom 20. Mai 2025 im JED Events Zürich-Schlieren

↘
Sie können sich ab dem 14. Oktober 2024 auf unserer angepassten Website für die Projekteingabe anmelden

↘
Einführung einer neuen Kategorie «Technische Innovation»

↘
Mitglieder von dpsuisse, Copyprintsuisse, Swisscarton und VWP profitieren von einer reduzierten Objekteinreichungs-Gebühr

↘
Anmeldeschluss ist der 21. Februar 2025 (Objekt muss dann bis 28. Februar 2025 postalisch bei uns eingetroffen sein).

PAPYRUS 

FISCHER  PAPIER

KOENIG & BAUER

 **CHROMOS**
GROUP

antalis 

HEIDELBERG

Was? Wo?

ABC Registerstanzung

an der reuss ausrüsten und binden

6014 Luzern
Telefon 041 250 14 57
www.anderreuss.ch

→ Klebebinden → Drahtheften → Fadenheften
→ Wiro → Kalender → Registerstanzen



Druckweiterverarbeitung

Utz Kleinstfaltungen

Ihr Partner für das KLEINE



Delliackerweg 5
CH-5610 Wohlen
T +41 (0)56 622 42 52
www.utz-kleinstfaltungen.ch



Etiketten

lenzlinger

Etiquettes - Etiketten
Digital-Schnellservice

HP Indigo 6K
Xeikon 3300
Epson SurePress

Noyers 11 • CH-2000 Neuchâtel
032 731 93 31



Kleinanzeigen

Occasionen

Widmer Druck AG
Ihr Partner für Druckerzeugnisse

- ♦ FORMULARE
- ♦ GARNITUREN
- ♦ BLOCKS

Bäckerstrasse 4
5012 Schönenwerd
Telefon 062 849 36 36
admin@widmerdruck.ch
www.widmerdruck.ch

Seit über 30 Jahren
Ihr Partner für
alle Occasions
Maschinen

Kaufen, Verkaufen, Beratung
Kontaktieren Sie uns

BAZZELL
GRAPHISCHE MASCHINEN

Augwilerstrasse 14
CH-8426 Lufingen
Tel. +41 44 880 16 06
info@bazzell.ch
www.bazzell.ch




WIR KAUFEN UND VERKAUFEN

Druckmaschinen aller Druckstufen.
WIR räumen ganze Druckereien
professionell und zuverlässig.

Machen Sie es richtig!

Holen Sie sich Auskunft und Offerte bei:

MJS-LINE GmbH

M. M. Savanovic, Dipl. Masch.-Ing. ETH
Bahnhofstr. 83c, CH-9240 Uzwil
www.mjs-line.com

Tel.: +41 (0)71 950 00 93
Fax: +41 (0)71 950 00 94
Mobil: +41 (0)76 524 63 95
E-Mail: info@mjs-line.com



Kauf, Verkauf kompletter Service

Verkauf: Tolle Heidelberg
Speedmaster SX 52-5-H + LX, 2013
mit Easy Control, LE UV Trockner,
Top ausgestattet

Diverse junge Heidelberg SX 52,
SX 74, XL 75, XL 106, Roland, KBA-
Planeta, Komori, Bobst, Polar, usw.

Fragen Sie uns an für die beste Lösung!

HDM Used GmbH Tel. +41 71 952 69 69
In der Breiti 13A info@hdmused.com
9244 Niederuzwil www.hdmused.com

Diverses

GRIMM HANDELS AG  **Grafische Materialien**

G-Produkte
Feuchtwasserzusätze
Dispersionslacke
Reinigungsmittel
www.gxg.ch

Perfect Dot+ContiTech
Drucktücher
Unterlagebogen
Unterlagefolien
info@gxg.ch

Grimm Handels AG 8732 Neuhaus Tel. 055 225 46 80 Fax 055 225 46 81



Occasionen

Wir kaufen

und verkaufen gebrauchte Druck- und
Ausrüstmaschinen.

Wir räumen

ganze Betriebe korrekt, prompt und sauber.
Herr H.U.Grimm gibt Ihnen gerne Auskunft.

MARKETING & CONSULTING

2576 Lüscherz
Tel. 032 331 21 50
E-Mail: info@macgrama.ch

Einkaufsführer

Formulardruck

allprint.ch

Ihre Schweizer Druckerei
Formular- und Blockfabrikation

Industriestrasse 12 • 9630 Wattwil
Tel. 071 988 38 44 • mail@allprint.ch
www.allprint.ch

Weiterverarbeitung

bubu

Wir binden
Nous relions
Rileghiamo
We bind

www.bubu.ch

BUCHBINDEREI
TONY BESSERER AG

Buchbindetechnik
auf höchstem Niveau

schneiden
falzen
heften
binden

Fendler 46 | 5524 Nesselbach | besserer.ch
056 491 08 88 | info@besserer.ch

Weiterverarbeitung

GSCHWEND

FALZT BINDET KASCHIERT



Freiburgstrasse 251
3018 Bern
T: 031 331 17 39
info@gschwend-ag.ch
www.gschwend-ag.ch



krähenbühl buchbinderei gmbh
druckweiterverarbeitung

Broschüren drahtheften
Blatt zusammentragen
PUR-Klebebindungen
Wirobindungen
Kalender

meikirchstrasse 28 a tel. 031 333 84 44 info@kbb.ch
3042 ortschwaben fax 031 333 83 87 www.kbb.ch

Falzen, Sammelheften (auch 55 x 85 mm),
Klebebinden, Wiro-Binden,
Zusammentragen, Ringbuchinhalte,
Garnituren/Blocks

Renfer AG Buchbinderei
Sonnentalstr. 5, 8600 Dübendorf
Tel. 043 300.14 03, Fax 043 300 14 43
www.buchbinderei-renfer.ch

.renfer.
.buchbinderei.

Weiterverarbeitung



RUF

RUF AG
Buchbinderei
Prägeatelier
Freiburgstrasse 420
3018 Bern
Tel. 031 331 28 74
www.ruf-ag.ch

Dissertationen, Marschbüchlein, Hardcover,
Broschüren, Schubler, Schachteln **und vieles mehr!**
Binden, Prägen, Digital-Cutten, Laserstanzen,
Reparieren, Kleben, Rillen, Heften **und vieles mehr!**

Weiterverarbeitung



SCHÄR | DRUCKVERARBEITUNG.CH

Ihr zuverlässiger Experte für
professionelle Print-Weiterverarbeitung

www.druckverarbeitung.ch / Tel. 062 / 785 10 30 / info@druckverarbeitung.ch

Weiterverarbeitung

- Industrie
Buchbinderei
- Druckweiterverarbeitung



WTE
w.thomann
ebikon

W. Thomann AG
Neuhaltenstrasse 3 | 6030 Ebikon
Telefon 041 440 45 15
www.thomannag.ch

Occasionen

Die Alternative
zu einer neuen
HEIDELBERG
Maschine ist eine
gebrauchte, direkt
vom Hersteller.

Wir kaufen und verkaufen gebrauchte Druck-
maschinen sowie Weiterverarbeitungsmaschinen
und CtP-Anlagen. Wir beraten Sie kompetent.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

Heidelberg Schweiz AG
Matthias Wehner
Brunnmattstrasse 20
3001 Bern
Fixnet direkt +41 31 385 01 45
Mobile +41 79 667 75 20

Matthias.Wehner2@heidelberg.com
heidelberg.com/ch

GROSS BUNT GÜNSTIG

WIR DRUCKEN DEIN PLAKAT

gedruckt in der
schweiz

flyerline.ch
Mehr als eine Online-Druckerei

«Gring abe u seckle»

Liebe Leserin, lieber Leser

Mit dieser Aussage verriet vor bald dreissig Jahren die Schweizer Leichtathletin Anita Weyermann ihr Erfolgsrezept. 2024 kann man dieses Motto durchaus für die grafische Industrie anwenden. Was bleibt ihr sonst anderes übrig? Natürlich kann man das Verdikt der TX-Gruppe, ihren Zeitungsdruckstandort in Bussigny im März 2025 und den Standort Zürich spätestens Ende 2026 zu schliessen, mit professioneller Nonchalance kommentieren, denn auch dieser Entscheid ist alles andere als eine totale Überraschung. Ähnlich wie im Fall von Swissprinters konnten aufmerksam Beobachtende schon länger beunruhigende Signale und Hinweise erkennen. Es ist dann aber psychologisch schon ein ziemlicher Nackenschlag, wenn die aktuelle Schliessungsankündigung ausgerechnet in dem Moment verkündet wird, wo Swissprinters die Tore ihres Druckstandorts in Zofingen für immer schliesst. Um bei der «professionellen Nonchalance» zu bleiben: es ist ja nicht die erste «Jetzt fällt uns der Himmel auf den Kopf»-Nachricht der Schweizer Zeitungsbranche. Vor bereits neun Jahren schloss die NZZ ihren Standort Schlieren und vor knapp sechs Jahren gab Ringier Adligenswil auf. Dies in beiden Fällen mit hochmodernen Zeitungsrotationen. Ist der Zeitungsdruck damit in der Schweiz am Ende? Natürlich nicht. Die verbleibenden Zeitungsdruckereien können sich die Hände reiben. Doch es stellt sich trotz allen Be- teuerungen die Frage, ob die grossen drei der Schweizer Verlagsszene (NZZ, Ringier, TX) wirklich noch an das Printmedium glauben.

Doch an dieser Stelle muss man klar differenzieren zwischen dem Verlagsgeschäft und dem übrigen Printgeschäft. Verpackung und Werbetechnik sind unbestritten, Akzidenzen sind zwar ebenfalls stark rückläufig, doch nicht komplett substituierbar. Direktkommunikation via Print ist selbst in Zeiten der Onlinekommunikation eine willkommene Ergänzung. Generell gilt: es wird zwar öfter, aber immer weniger gedruckt, und das, was gedruckt wird, muss persönlicher und hochwertiger sein. Auch der Printmarkt jenseits des traditionellen Geschäfts rund um die Verlage ist natürlich ein schwieriges, komplexes Geschäft. Doch hier bieten sich eben noch immer Perspektiven. Und Perspektiven eröffnen Chancen. Wer Chancen sieht, entwickelt sich weiter, investiert, setzt auf Innovation. Das sieht man sehr schön bei den Produktionstechnologien. Während im Zeitungsdruck der technologische



Fortschritt irgendwo in den Nuller-Jahren stehen geblieben ist, überbietet sich die Zulieferindustrie in anderen Segmenten der Druckbranche nach wie vor mit permanenten technologischen Neuerungen. Wer da nicht mitmacht im technischen Wettrüsten ist schnell mal weg vom Fenster. Beispiele dazu lesen Sie in dieser Ausgabe: die Flyerline Schweiz AG hat den Offsetdruck durch den industriellen Digitaldruck komplett ersetzt, die Appenzeller Druckerei setzt auf industriellen Inkjet-Druck als Zukunfts-Sicherung.

Darum gilt die Devise «Gring abe u seckle» jetzt erst recht. Natürlich muss man wissen, in welche Richtung man rennt und warum man überhaupt rennt. Auf Produktionsmittel runtergebrochen: Ersatzinvestitionen nur rein um des Ersatzes willen bringen Printunternehmen nicht wirklich weiter. Doch wer gar nicht mehr investiert, oder symbolisch nicht mehr weiterrennt, unterschreibt ohnehin die Kapitulation. Am Ende steht hier nur die Unternehmensaufgabe. Genau wie einst Anita Weyermann, wissen viele grafische Unternehmen, trotz aller Widerwertigkeiten, noch immer, warum und wohin sie rennen. Eine hoffnungsvolle Erkenntnis.

Herzlichst, Ihr Paul Fischer



32



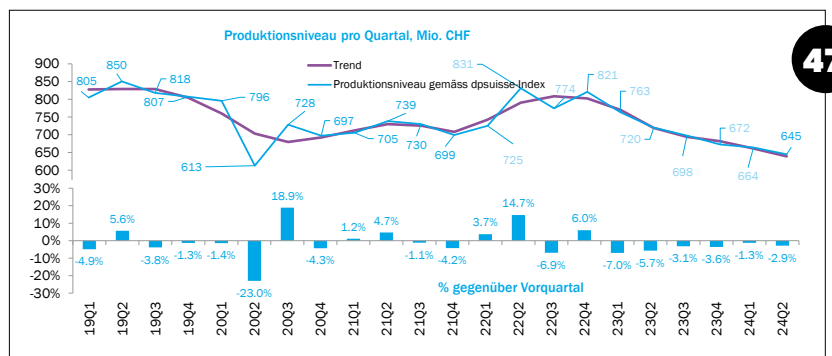
24



38



14



47

Inhalt

- 3 Editorial 
- 6 News + People  
- 14 QV-Feiern 2024  
- 24 Fertig Offset bei Flyerline Schweiz AG 
- 28 Appenzeller Druckerei setzt auf Inkjet 
- 32 Abächerli und Heidelberg 
- 36 Ferag Solutions 
- 38 Drupa 2024 
- 44 dpsuisse-News   
- 47 dpsuisse-Index Q2 2024 



IHR PARTNER FÜR:


Heften, Falzen, Binden


Laminieren


Digitalschneidplotter


Digital Finishing


Digitale Veredelung


Schneiden

www.gietz.com - 044 835 33 33

Impressum

swiss print + communication

26. Jahrgang, 1× monatlich
Nr. 8, 17. September 2024

Herausgeber/Éditeur/Editore

Verlagsgemeinschaft viscom
Galledia Fachmedien AG
swiss print + communication
Burgauerstrasse 50
9230 Flawil
www.viscomedia.ch
www.galledia.ch

Redaktion Gesamtleitung

Paul Fischer, T +41 58 225 55 00
paul.fischer@dpsuisse.ch

Rédaction française

Philippe Evard, T +41 58 225 55 60
philippe.evard@dpsuisse.ch

Layout

Galledia Print AG

Abonnemente

Galledia Fachmedien AG
Burgauerstrasse 50
9230 Flawil
T +41 58 344 95 72
abo.swiss-print-communication@galledia.ch
Jahresabonnementspreis:
Inland CHF 136.–, Ausland CHF 176.–
Mediadaten:
www.viscomedia.ch

Medienberatung

Heidi Keller, T +41 58 344 97 43
swiss-print-communication@galledia.ch

Auflage

WEMF/KS-beglaubigt 2021: 4857 verkaufte
Exemplare und 5250 verbreitete Exemplare

AGB

Bitte beachten Sie die Allgemeinen
Geschäftsbedingungen der Galledia unter www.galledia.ch/agb.



Das offizielle Organ von dpsuisse, dem
führenden Arbeitgeber- und Unternehmer-
verband der Druck- und Medienindustrie.

visCampus, Weihermattstrasse 94,
5000 Aarau

Dieses Magazin wurde gedruckt auf G-Snow®,
hochweiss, matt, FSC, 115 g/m2



PAPYRUS 

«swiss print + communication» ist einziges
schweizerisches Mitglied von Eurographic Press



printed in
switzerland



Koenig & Bauer gewinnt mit Match Graphics ersten RotaJET-Kunden in Asien

Koenig & Bauer, Marktführer im digitalen Dekor- und Verpackungsdruck, hat mit Match Graphics den ersten RotaJET-Kunden in Asien gewonnen. Der umfassende Vertriebs- und Servicevertrag für die Maschine beginnt im Dezember 2024. Das Familienunternehmen Match Graphics, der grösste Anbieter von bedruckten Dekoren in Indien, hat in die hochvolumige Digitaldruckmaschine von Koenig & Bauer investiert, um sich neben dem traditionellen Tiefdruckgeschäft weitere Anwendungs- und Personalisierungsmöglichkeiten zu erschliessen. Match Graphics mit Sitz in Ahmedabad, Gujarat, ist Marktführer bei Herstellung, Lieferung und Export von Dekorpapieren für Laminat und Paneele in Indien. Das Unternehmen hat sich eine Nische geschaffen, die auf technologischem Fortschritt, aussergewöhnlicher Qualität und einer unübertroffenen Produktpalette basiert. Die Entscheidung für die RotaJET fiel in enger Zusammenarbeit mit der lokalen Vertretung von Koenig & Bauer, Indo Polygraph Machinery, Indien. Neben der Maschine umfasst die Zusammenarbeit auch einen umfassenden Servicevertrag, mit dem Match Graphics rund um die Uhr Remote-Support erhält. Das Projekt ist ein weiteres Beispiel für die konsequente Weiterentwicklung von Match Graphics im Hinblick auf die Marktführerschaft und die Umsetzung von Innovationen. Gegenwärtig vereint Match Graphics vier Marken unter seinem Dach – Natural Décor, Vogue, LINO und ECO-MG. Diese produzieren bis zu 2000 Tonnen pro Monat, darunter bedrucktes Dekorpapier mit einer Stärke von 55 bis 80 g/m² in den Grössen 1250 und 1850 mm. Die Produktionsstätten des Unternehmens befinden sich in



Die RotaJET, digitale Lösung für Verpackungsdruck, unter anderem zum Bedrucken von Toplinern.
© Koenig & Bauer

Ahmedabad und Delhi. Die Geschäftsführung von Match Graphics liegt in den Händen von Aman, Anand und Dhruv Agrawal. «Wir beginnen eine neue Ära in der ständig wachsenden Dekorindustrie», so Aman Agrawal. «Mit dieser Investition in die marktführende RotaJET-Digitaltechnologie von Koenig & Bauer eröffnen sich für uns unendliche Möglichkeiten. Mit der überlegenen Qualität unserer Produkte und einer innovativen, umweltfreundlichen Maschine sind wir in der Branche ganz vorne mit dabei. Wir sind stolz darauf, ein technologisch führender Hersteller zu sein, der immer wieder neue Massstäbe in der Branche setzt. Wir liefern schöne und moderne Dekorpapiere, die in puncto Designqualität, Ästhetik, Preis und Individualisierungsmöglichkeiten international wettbewerbsfähig sind.»



graphax

Die wahren Farben des Lebens...
Entdecken Sie das neue High Croma
Drucksystem von Konica Minolta!

www.graphax.ch/c84hc



Koenig & Bauer schliesst Partnerschaft mit Tessitura zur Realisierung einer offenen und vernetzten Produktionsumgebung

Koenig & Bauer geht eine neue Partnerschaft mit dem Branchenexperten Tessitura ein, einem innovativen Softwareentwickler innerhalb der Steuber-Unternehmensgruppe. Ziel der Zusammenarbeit ist es, durch die vielfältigen Funktionen des myKyana-Portals von Koenig & Bauer ein bisher unerreichtes Mass an Flexibilität, Effizienz und Transparenz in Produktionsprozessen zu realisieren.

Die Partnerschaft zwischen Koenig & Bauer und Tessitura basiert auf der gemeinsamen Vision einer offenen, vernetzten Produktionsumgebung, die Kund:innen nicht auf eine einzige Herstellermarke beschränkt.

Tessituras Odeon-Plattform, die das Rückgrat dieser Zusammenarbeit bildet, wurde entwickelt, um alle Druck- und Weiterverarbeitungsmaschinen innerhalb eines Unternehmens intelligent zu verbinden, unabhängig vom Maschinenhersteller, ob modern oder klassisch, und über einzelne oder mehrere Standorte hinweg.

Die Branche profitiert vom myKyana-Portal

Digitales Flaggschiff von Koenig & Bauer ist das myKyana-Portal. Es verschlankt und optimiert jeden Aspekt des Produktionsprozesses und ermöglicht nun auch die nahtlose Integration von Maschinen anderer Hersteller. Zwei der herausragendsten Komponenten des myKyana-Portals sind Kyana Assist, ein KI-gesteuerter Chatbot, und Kyana Data, ein umfassendes Dashboard-Tool zur Überwachung der Produktionsleistung.

Kyana Assist ist eine fortschrittliche KI-gesteuerte Assistentin. Sie bietet sofortige technische Hilfe mit detaillierten, maschinenspezifischen Anleitungen ohne den typischen zeitlichen Versatz klassischer Hotline-Anrufe. Neben der Fehlerbehebung ist Kyana Assist auch eine Ressource für Wartungstipps, die einen reibungslosen Produktionsbetrieb sichert. In Kürze wird das intelligente Tool auch KI-gestützte Datenanalysen ermöglichen, die Anwender:innen dabei unterstützen, Anomalien zu erkennen und schnell fundierte Entscheidungen zu treffen. Darüber hinaus haben die Nutzer:innen die Möglichkeit, Support-Tickets direkt auf der Plattform zu eröffnen. Kyana Data gewährt über benutzerdefinierte Dashboards tiefe Einblicke in die Produktionsprozesse. Dies ermöglicht eine Überwachung in Echtzeit und erlaubt den Nutzer:innen, die gewonnenen Erkenntnisse proaktiv zu nutzen, um Ausfallzeiten zu minimieren und die Produktivität zu steigern. Das System verfügt auch über Funktionalitäten zur vorausschauenden Wartung, die Anwender:innen auf potenzielle Probleme hinweisen, bevor diese eskalieren. Darüber



hinaus enthält Kyana Data ein intelligentes Benchmarking-Tool, mit dem Nutzer:innen ihre Maschinenleistung mit der von marktbegleitenden Unternehmen vergleichen können, um Handlungsfelder mit hohem Verbesserungspotenzial zu identifizieren.

Mit der Integration der Odeon-Plattform von Tessitura in das myKyana-Portal bietet Koenig & Bauer seinen Kunden ein nie dagewesenes Mass an Flexibilität. Diese Entwicklung ist bahnbrechend: Sie bedeutet einen entscheidenden Schritt nach vorn bei der Anbindung von Maschinen unterschiedlicher Hersteller und Baureihen. Mit diesem konsequent offenen Ansatz überwindet Koenig & Bauer Insellösungen und trägt zu einer vernetzten, effizienten und zukunftssicheren Produktionsumgebung für alle Kundinnen und Kunden bei.

Die wichtigsten Vorteile der Zusammenarbeit mit Tessitura:

- **Erhöhte Transparenz:** Durch die Bündelung aller Produktionsdaten auf einer zentralen Plattform erhalten die Nutzer:innen einen ganzheitlichen Überblick über ihre Betriebsabläufe, was für eine fundierte Entscheidungsfindung massgeblich ist.
- **Kosteneinsparungen:** Die Fähigkeit, Prozesse über verschiedene Maschinen hinweg zu integrieren und zu automatisieren, verringert Redundanzen und reduziert manuelle Eingriffe.
- **Flexibilität:** Benutzer:innen erhalten die Möglichkeit, ihre bestehenden Anlagen optimal zu nutzen, und sind gleichzeitig für künftige Entwicklungen gerüstet. Die offene Architektur von myKyana stellt sicher, dass neue Technologien problemlos integriert werden können und Investitionen langfristig gesichert sind.

Innovation durch Kollaboration: Koenig & Bauer und Tessitura bündeln ihre Kräfte für mehr Datentransparenz in der Druckproduktion.

L'Espace Gutenberg en fête à Yvonand

Si vous souhaitez découvrir les techniques d'impression d'autrefois, seul ou en famille, venez les admirer lors des portes ouvertes organisées le samedi 5 octobre 2024 de 13 à 17 h à Yvonand. Cette manifestation est mise sur pied à l'occasion du 30ème anniversaire de l'Espace Gutenberg. Les compagnons imprimeurs, typographes, graveurs et papetiers vous attendent pour faire revivre les techniques de l'art typographique, de la lithographie, de la taille douce, de la reliure artisanale et de la fabrication de papier à la cuve. Ces portes ouvertes sont l'occasion idéale pour observer et admirer toutes les machines et les équipements en action.

Lors des portes ouvertes du 5 octobre, vous découvrirez des techniques anciennes, à savoir:

- Composer et imprimer un texte avec des caractères en plomb (typographie)
- Fabriquer une feuille de papier (papier à la cuve)
- Imprimer un dessin à partir d'une pierre (lithographie)
- Imprimer un dessin à partir d'une plaque de cuivre (taille douce)
- Graver sur différents supports (linogravure par exemple)
- Relier un livre à l'ancienne
- Écrire à la plume (calligraphie)
- Admirer les machines d'impression (la plus ancienne en activité date de 1750)

<https://espacegutenberg.ch>



Les plus anciennes presses conservées à l'Espace Gutenberg datent du 18ème siècle.

swissQprint verkauft 2000. Maschine

Der Schweizer Hersteller von Grossformatdruckern meldet den Verkauf der weltweit 2000. Maschine. Stolzer Abnehmer dieses speziellen Flachbettdruckers ist ein amerikanisches Werbetechnik-Unternehmen.

«Wir haben den 2000. Drucker verkauft, ein bedeutender Meilenstein in der 17-jährigen swissQprint-Geschichte», freut sich CEO Kilian Hintermann. Der besondere Drucker geht nach Amerika zu superGraphics in Seattle. «swissQprint hat die weltweit besten Flachbettdrucker. Die Kombination von hoher Qualität und Produktionseffizienz hat uns überzeugt. Es ist eine Ehre für SuperGraphics, die 2000. swissQprint-Maschine zu bekommen», so Reid Baker, der Geschäftsführer des etablierten Werbetechnik-Unternehmens. «Wir begrüßen superGraphics herzlich in der swissQprint-Familie», sagt Kilian Hintermann und erwähnt: «Nordamerika ist für uns ein wichtiger Wachstumsmarkt.» Zur weltweiten Community in rund 40 Ländern dieser Welt zählen über 1500 Unternehmen. Über





Die 8. European Stand-Up Pouch Conference unter dem Motto «Easy to use»

Innovative Entwicklungen und nachhaltige Praktiken stehen im Rampenlicht der 8. European Stand-Up Pouch Conference, die vom 6. bis 7. November 2024 im Parkhotel Schönbrunn in Wien stattfindet. Die Konferenz versammelt an zwei Tagen führende Expertinnen und Experten der flexiblen Verpackungsindustrie zum Austausch über praktische und wirtschaftliche Vorteile von Standbodenbeuteln und ihrer Nachhaltigkeit als Verpackungslösung.

Unter der Moderation von Karsten Schröder, Innoform Coaching GbR, erwartet die Teilnehmenden eine Reihe spannender Themen, darunter:

- **Die Zukunft der Stand-Up Pouches in der Kreislaufwirtschaft**
Ein tiefer Einblick in die Integration von wiederverwertbaren Materialien in Stand-Up Pouches und deren Recyclingfähigkeit.
- **Innovative Verschlussmechanismen für verbesserte Benutzungsfreundlichkeit**
Neue Technologien in Verschlüssen, die sowohl die Haltbarkeit von Produkten

verlängern als auch die Handhabung für Endverbrauchernde erleichtern.

- **Markttrends und Verbraucherverhalten**
Eine Analyse der aktuellen Marktdynamiken und wie die Wünsche von Verbraucherinnen und Verbrauchern die Entwicklung von flexiblen Verpackungen beeinflussen.
- **Nachhaltige Druckfarben und Drucklösungen**
Vorstellung von umweltschonenden Druckverfahren, die die Ökobilanz von Stand-Up Pouches verbessern.

Interessierte können sich bereits jetzt anmelden:
www.innoform-coaching.de/site/event



Laut swissQprint gründet der Erfolg des Modells auf der Kombination von hoher Druckqualität, Multifunktionalität und Effizienz. Carmen Eicher, Leiterin Verkauf und Marketing, sagt: «Dass die 2000. Maschine eine Nyala ist, freut uns sehr. Auch dass wir mit diesem Bestseller-Modell superGraphics als weiteren Neukunden in Amerika gewonnen haben.»

400 der bald 2000 installierten Drucker sind über 10 Jahre alt und immer noch täglich im Einsatz – ein Zeugnis der Langlebigkeit der Drucker.

swissQprint entwickelt und baut seine Produkte seit jeher zu 100% am Schweizer Hauptsitz und hat so die Kontrolle über den gesamten Prozess. «Damit gewährleisten wir, wofür swissQprint bekannt ist, nämlich Innovationskraft, Präzision, Qualität und Zuverlässigkeit», erklärt Kilian Hintermann. Beim 2000. Drucker handelt sich um ein Exemplar des Modells Nyala. Nicht nur ist es das populärste innerhalb des swissQprint-Sortiments, sondern auch in Europa der meistverkaufte Grossformatdrucker seiner Klasse – seit neun Jahren in Folge.

Cornaz impressions | emballages SA renforce son partenariat avec HEIDELBERG

Avec le passage à la technique de pliage Stahlfolder (photo), à la technique CtP Suprasetter et au Prinect Production Manager, Cornaz impressions | emballages SA travaille désormais avec la technologie de HEIDELBERG dans tous les domaines clés.



Cornaz impressions|emballages SA (Cornaz) a fait un pas de plus dans sa démarche stratégique d'uniformisation des techniques de production. Au printemps dernier, l'entreprise a équipé l'exposition des plaques d'un Suprasetter A 75 DTL (Dual Top Loader) et a fait passer la gestion numérique du flux de travail au Prinect Production Manager. Parallèlement, le traitement ultérieur de l'impression a été modernisé par une plieuse combinée Stahlfolder CH 56-6 à changement motorisé avec margeur à pile plate, six poches, unité de pliage en croix et une plieuse à couteau mobile supplémentaire. La Suprasetter, le logiciel de flux de travail et la Stahlfolder remplacent d'anciens produits de fournisseurs tiers. Cornaz travaille ainsi à toutes les étapes de la production avec la technique de Heidelberg Druckmaschinen AG (HEIDELBERG). L'entreprise a créé les conditions d'un contrôle intégré des processus. En offset, la production se fait depuis 2018 sur une machine cinq couleurs Speedmaster XL 75 avec groupe de vernissage. Au centre de la production intégrée se trouve le Prinect Production Manager. La commande de flux de travail de HEIDELBERG transmet en ligne toutes les données de production pour l'exposition des plaques, le processus d'impression et le traitement ultérieur aux unités de production respectives. La Speedmaster XL 75 et la Stahlfolder CH 56 peuvent être préréglées entièrement automatiquement. Sur la presse offset à feuilles, Intellistart favorise des changements de travaux

efficaces, le logiciel d'assistance n'activant que les séquences de calage nécessaires.

Depuis plus d'un siècle, Cornaz s'est classiquement lancée avec succès sur le marché de l'impression commerciale. Il y a plusieurs années, elle s'est diversifiée dans la production d'emballages en investissant dans une encolleuse de boîtes pliantes Diana et une découpeuse Kama Profoil 76 avec option film chaud. Dans le segment de l'emballage, Cornaz couvre également toutes les étapes de la production. Du développement à la boîte pliante finie, en passant par le design structurel et le prototypage, l'entreprise conserve la valeur ajoutée en interne.



Zünd präsentiert innovative Beladehilfe mit integrierter Registrierung



Die neue Beladeverlängerung mit UNDERCAM von Zünd ermöglicht eine benutzungsfreundliche und präzise Beladung des Cutters. Das integrierte Registrierungssystem erfasst bedruckte Bogen- und Plattenmaterialien von unten und sorgt für maximale Effizienz und Flexibilität beim Zuschnitt unterschiedlichster Materialien.

Zünd bringt eine innovative Beladeverlängerung mit integriertem Registrierungssystem auf den Markt. Diese Lösung ermöglicht eine schnelle, präzise und zuverlässige parallele Beladung, Jobidentifikation und Registrierung verschiedenster Materialtypen und -formate – auch während der laufenden Produktion.

Die neue Beladeverlängerung mit UNDERCAM kombiniert zwei zentrale Funktionen: die bequeme Beladung des Cutters über einen statischen Ladetisch mit optional hochklappbarer Beladeverlängerung und ein präzises Erfassungssystem, das bedruckte Bogen- und Plattenmaterialien von unten registriert. Diese Kombination sorgt für maximale Effizienz und Flexibilität beim Zuschnitt unterschiedlichster Materialien.

Dank der parallelisierten Arbeitsweise ist der Cutter optimal ausgelastet und der manuelle Aufwand reduziert sich auf etwa 15 Sekunden pro Bogen. Dies erlaubt es der/dem Bediener:in, sich anderen Tätigkeiten zu widmen.

Der Zuschnitt wird automatisch fortgesetzt, sobald der nächste Bogen bereit und bestätigt ist. Die One-Shot-Registrierung erfolgt dabei deutlich schneller als bei der herkömmlichen Erfassung mit der in den Modulträger des Cutters integrierten ICC-Kamera.

Die Beladeverlängerung mit UNDERCAM ist mit einem eigenen Beleuchtungssystem ausgestattet und schirmt Umgebungslicht ab, das die optische Erfassung beeinträchtigen könnte. Dadurch wird eine präzise und zuverlässige Erfassung von Druckbild und Materialkanten gewährleistet.

Anpressleisten sorgen dafür, dass der aufgelegte Bogen plan auf der Erfassungsfläche aufliegt. Damit wird das Druckbild auf zahlreichen Materialien wie Wellpappe sehr zuverlässig erfasst.

Eine Besonderheit der neuen Lösung ist die Unterstützung der QR-Code-Produktion. Diese ermöglicht es, den Job automatisch zu erkennen und verschiedene Materialtypen und -formate in gemischten Stapeln zu verarbeiten – ein klarer Vorteil für Unternehmen, die auf maximale Flexibilität im Zuschnitt angewiesen sind.

Die Beladeverlängerung mit UNDERCAM ist mit den Zünd Cuttern G3 und D3 kompatibel und in vier verschiedenen Breiten erhältlich. Sie kombiniert manuelle und automatisierte Prozessschritte nahtlos: Bedienende rufen den Job im ZCC auf, legen das Material in die Registrierungsposition und bestätigen diesen Schritt per Hand- oder Fusschalter. Im Anschluss wird das Material automatisch in den Arbeitsbereich gezogen und der Zuschnitt gestartet respektive fortgesetzt.

Diese neue Lösung von Zünd bietet Unternehmen eine effiziente und zuverlässige Möglichkeit, ihre Produktionsprozesse weiter zu optimieren, zu automatisieren und die Präzision im Zuschnitt weiter zu steigern.

Koenig & Bauer bestätigt operative Guidance in schwierigem Marktumfeld



Koenig & Bauer hat die Halbjahreszahlen veröffentlicht.

Die Koenig & Bauer AG blickt auf ein herausforderndes erstes Halbjahr 2024 zurück. Mit Blick auf die Rahmendbedingungen ist positiv zu werten, dass sich die Themen Inflation und Zinsen in diesem Jahr etwas beruhigen, nachdem die letzten Jahre von Krisen, Kriegen, hohen Inflationsraten und steigenden Zinsen geprägt waren. Jedoch befindet sich Koenig & Bauer nach wie vor, wie nahezu alle produzierenden Unternehmen, in einer anhaltend schwierigen Marktlage. Trotzdem konnte das Unternehmen vor wenigen Tagen das operative Ergebnis für 2024 am unteren Ende des prognostizierten Korridors von 25 bis 40 Mio. Euro und das prognostizierte Umsatzziel von rund 1,3 Mrd. Euro bestätigen. Die Herausforderungen bleiben allerdings hoch. Wie angekündigt, hat Koenig & Bauer das Fokusprogramm «Spotlight», das sowohl Ertragssteigerungsmassnahmen in profitablen als auch Umstrukturierungsmassnahmen in nicht profitablen Bereichen umfasst, auf Basis der Drupa-Impulse skaliert.

2024 ist der Auftragseingang, auch durch die Drupa, die weltweit grösste Fachmesse für die Druck- und

Grafikindustrie, um 16,0% auf 641,5 Mio. Euro angestiegen. Auch führte der Auftragseingang zu einem Auftragsbestand von 1021,0 Mio. Euro, der damit den höchsten Halbjahreswert in der jüngsten Unternehmensgeschichte markiert. Dieser Auftragsbestand wirkt zu einem grossen Teil nach dem Jahr 2024 und verteilt sich unterschiedlich auf die Segmente. Nicht nur deshalb war die Drupa für Koenig & Bauer von unschätzbarem Wert. Das Unternehmen konnte an ihr auch ablesen, dass sich die Investitionsbereitschaft der Kund:innen langsam wieder zu erholen scheint. Zugleich war sie aber auch ein Proofpoint für die Strategie, denn das Kundenfeedback hat gezeigt, dass Koenig & Bauer mit seiner Produkt- und Marktstrategie absolut richtig liegt.

Das operative EBIT im zweiten Quartal mit –13,7 Mio. Euro wie prognostiziert leicht schlechter als das operative EBIT in Q1 mit –10,2 Mio. Euro. Jedoch: auf Monatsbasis zeigt sich beim Konzern-EBIT im Juni eine gegenüber April und Mai verbesserte Lage mit einem positiven EBIT-Beitrag. Zum Halbjahr lag das operative EBIT bei –23,9 Mio. Euro, entsprechend das Konzern-EBIT bei –33,9 Mio. Euro (Vj.: –5,4 Mio. Euro). Die EBIT-Marge reduzierte sich entsprechend von –0,9% im Vorjahreshalbjahr auf –6,4% im ersten Halbjahr 2024. Bei einem unter Vorjahresniveau liegenden Zinsergebnis von –12,7 Mio. Euro (Vj.: –7,9 Mio. Euro) ergibt sich ein Ergebnis vor Steuern von –46,6 Mio. Euro (Vj.: –13,3 Mio. Euro). Nach Steuern vom Einkommen und Ertrag reduzierte sich das Konzernergebnis zum 30. Juni 2024 von –10,6 Mio. Euro im Vorjahreshalbjahr auf –49,3 Mio. Euro. Dies entspricht einem anteiligen Ergebnis je Aktie von –2,99 Euro (Vj.: –0,65 Euro).

Der Konzernumsatz lag im ersten Halbjahr in einem herausfordernden Marktumfeld bei 532,0 Mio. Euro und damit um 10,8% unter dem entsprechenden Wert des Vorjahreszeitraums (Vj.: 596,4 Mio. Euro). Ursächlich hierfür sind insbesondere der Rückgang im Auftragseingang im Segment Sheetfed im dritten Quartal 2023 sowie ein produktionsbedingter geringerer Percentage-of-Completion-(POC-)Leistungsfortschritt als im Vorjahr in der Geschäftseinheit Banknote Solutions. Es konnte aber eine Verbesserung im zweiten Quartal um 25,6 Mio. Euro auf 278,8 Mio. Euro erzielt werden. Auch deshalb rechnet das Unternehmen mit einem umsatz-

ertragsstarken zweiten Halbjahr 2024, um das operative Jahresergebnis zu erreichen.

Das Segment Sheetfed konnte den Auftragseingang nach sequenziellen Steigerungen in den letzten drei Quartalen weiter verbessern und erreichte zum ersten Halbjahr 2024 einen Wert von 350,8 Mio. Euro (Vj.: 342,1 Mio. Euro). Der Umsatz lag aufgrund der schwachen Auftragslage im dritten Quartal 2023 bei 290,6 Mio. Euro und damit 17,5% unter dem Vorjahreswert. Das EBIT lag mit -8,4 Mio. Euro zum 30. Juni 2024 unter dem Vorjahreshalbjahr von 9,4 Mio. Euro und enthält anteilig die Drupa-Aufwendungen, was zu einer EBIT-Marge von -2,9% (Vj.: 2,7%) führte. Der Auftragseingang des Segments Digital & Webfed von 54,4 Mio. Euro (Vj.: 73,1 Mio. Euro) spiegelt die aktuell temporäre Schwäche des Marktes für Wellpappe wider. Im zweiten Quartal konnten jedoch gute Verkaufserfolge für den digitalen Pre-Print von Wellpappendecklagen erzielt werden. Der Umsatz stieg im Vorjahresvergleich um 7,4% auf 75,3 Mio. Euro. Das EBIT lag nach sechs Monaten bei -16,1 Mio. Euro (Vj.: -11,2 Mio. Euro). Der Auftragseingang im Segment Special lag zum 30. Juni 2024 mit 251,3 Mio. Euro um 62,8% über dem Vorjahreswert von 154,4 Mio. Euro. Im zweiten Quartal lagen die Bestellungen mit 197,2 Mio. € über denen des ersten Quartals mit 54,1 Mio. Euro, blieben aber hinter dem starken Auftragseingang aus dem vierten Quartal zurück. Diese starken Schwankungen im Auftragseingang sind dem

Regierungs- und Grossanlagengeschäft geschuldet. Der Umsatz im ersten Halbjahr 2024 reduzierte sich um 7,5% auf 180,4 Mio. Euro. Ursächlich hierfür war hauptsächlich ein produktionsbedingter geringerer Percentage-of-Completion-(POC)-Leistungsfortschritt als im Vorjahr für Kundenaufträge in der Geschäftseinheit Banknote Solutions. Daher lag das EBIT bei -13,1 Mio. Euro zum 30. Juni 2024 (Vj.: -1,2 Mio. Euro) und enthält anteilig die Drupa-Aufwendungen. Entsprechend lag die EBIT-Marge bei -7,3% (Vj.: -0,6%).

Die Koenig & Bauer AG bestätigt das operative Ergebnis für 2024 am unteren Ende des prognostizierten Korridors von 25 bis 40 Mio. Euro und das prognostizierte Umsatzziel von rund 1,3 Mrd. Euro trotz der anhaltend schwierigen Marktlage. Nach den Aufwendungen für «Spotlight» in Höhe von 30 bis 45 Mio. Euro sowie den nicht operativen ausserordentlichen Kosten in Höhe von circa 10 Mio. Euro, hauptsächlich für die Leitmesse Drupa, wird sich ein Konzern-EBIT zwischen -15 und -30 Mio. Euro ergeben. Dabei sollen die Segmente Special und Digital & Webfed einen überproportionalen Beitrag sowohl zum EBIT als auch zum Umsatz leisten. Koenig & Bauer rechnet mit einem umsatz- und ertragsstarken zweiten Halbjahr 2024, um das operative Jahresergebnis zu erreichen.

Heinrich Maag

Patrick Martin

Jérôme Bovet

Maik Mathis

Alfred Wittwer

Rouven Nagel

Adrian Meyer

Dirk Derendinger

Markus Konz



**WIR STEHEN FÜR INNOVATIVE LÖSUNGEN
IN DEN BEREICHEN VORSTUFE, DRUCK UND
WEITERVERARBEITUNG.**

SEIT 75 JAHREN AUS DER SCHWEIZ FÜR DIE SCHWEIZ.



CHROMOSGROUP.CH

C CHROMOS
PRINTING

QV-Feiern 2024

dpsuisse engagiert sich seit Jahren für die QV-Feiern der grafischen Industrie. An verschiedenen Standorten wurden die Feierlichkeiten von dpsuisse organisiert und durchgeführt. dpsuisse gratuliert an dieser Stelle allen Lernenden und dankt den Lehrbetrieben, den Schulen, den Schulleitungen, den Lehrpersonen und den üK-Instruktorinnen und -Instruktoren. Ein Dankeschön geht auch an die Prüfungskommissionen, die Chefexpertinnen und -experten sowie die Prüfungsexpertinnen und -experten. Wie jedes Jahr veröffentlichen wir an dieser Stelle die Liste aller QV-Absolventinnen und -Absolventen.



Impressionen der Feiern in Aarau





Polygraf/-in EFZ

Printmedien

Chur

Selome Kwami Adzayi, communicaziun.ch
Luca Gion Alexandre Baumann, Druckerei Landquart AG
Alessia Beck, Satz + Druck AG
Hannes Linus Bicker, BVD Druck + Verlag AG
Cassandra Künzler, Visio Print AG
Melina Marti, somedia Production

Thurgau

Lidia Fosca, Fairdruck AG
Simona Ilaria Friedrich, medienwerkstatt ag
Caroline Vanessa Hardegger, Brüggl Medien
Jasmin Peter, Genius Media AG
Bigna Madlaina Schmidt, Trionfini Satz Druck Verlag AG
Jasmin Nadya Wagner, Bodan AG
Sven Philip Zängerle, Wolfau-Druck AG

Aarau

Aneira Lya Dupasquier, Detail AG
Ronnya Tanisha Fehlmann, Kromer Print AG
Luca Haefeli, Creativ Verkaufs AG
Julia Hallauer, Dietschi Print&Design AG
Levin Hauri, Nüssli Druck AG
Elena Anna Jäggi, Dietschi Print&Design AG
Shirley Jäggi, Paul Bütiger AG
Janisha Jaggi, ZT Medien AG
Fiona Patricia Kofmehl, Vogt-Schild Druck AG
Sandro Kvapil, Bürli AG
Cheyenne Leonie Nigg, Sehstoff GmbH
Silvia Peterhans, Ripe-WORLD Ri. Peterhans
Nicola Andrea Riner, Lerchmüller AG
Marlen Regula Seeholzer, CH Regionalmedien AG

Luzern

Kilian Britschgi, Druckerei Odermatt AG
Alina Elmiger, Kalt Medien AG
Anja Gisler, Gisler 1843 AG
Alina Huber, Geistlich Pharma AG
Selina Hübscher, Multicolor Print AG
Dennis Metz, Suva
Angela Morghen, Koprint AG
Gregor Niederberger, Abächerli Media AG
Eoban Troxler, Troxler Grafik
Erinn Wey, Engelberger Druck AG
Angelika Zurfluh, tinta ag

Bern

Gina Marina Bichsel, Länggass Druck AG Bern
Zora Biemann, media f sa
Elea Boday, Qturn GmbH
Linn Svea Bürki, rubmedia AG
Shanya de Wilde, Vögeli AG
Livia Degonda, Sensia AG
Yoann Donzé, Egger AG
Angela Erb, Stämpfli AG
Siri Alena Fischer, Jordi AG

Robin Rafael Heiniger, Stiftung Autismuslink
 Dominik Keller, Komet Werbeagentur AG
 Samuel Meier, Schweizerisches Rotes Kreuz
 Nadine Mollet, Logistikbasis der Armee
 Sven Nick Pieren, Müller Marketing & Druck AG
 Sven Reichen, Kopp Druck + Grafik AG
 Jana Sigrist, Stämpfli AG
 Tiziana Weiss, Merkur Druck AG
 Laurent Yannic Zurbach, diff. Kommunikation AG

St. Gallen

Romy Dolores Brigante, All4Labels Schweiz AG
 Hamza Ben Smail Hadjidj, AVD GOLDACH AG
 Leonie Kölbener, Druckerei Lutz AG
 Sina Mannhart, Cavelti AG
 Livio Nerling, KA BOOM Kommunikationsagentur AG
 Silvana Schambron, Multicolor Print AG
 Yannic Siegwart, E-Druck AG
 Manuel Thoma, Galledia Print AG
 Joana Tschuor, Cavelti AG

Vanessa von Büren, AVD GOLDACH AG
 Jérôme Winter, Permapack AG

Zürich

Luis Yago Arias, NeidhartSchön AG
 Luca Billeter, Huser & Kaspar Schnelldruck GmbH
 Leon Di Benedetto, Quellenhof-Stiftung
 Yasmin Gut, Stadt Zürich
 Moira Luna Keller, Schellenberg Druck AG
 Nina Koch, Geyst AG
 Léonie Koller, Ebnat AG
 Jorim Lenz, xeiro AG
 Carla Lüscher, Druckwerk SH AG
 Jessica Joya Mächler, Akeret Druck AG
 Luca Onofri, Fröhlich Info AG
 Zoe Elena Piccolotto, admotion GmbH
 Miro Ramser, Rüegg Media AG
 Seraina Rauhoff, Heller Druck AG
 Alicia Rebsamen, Zindel Druck GmbH
 Julia Reiser, horizontale Druckzentrum



Impressionen der
Feiern in Bern



Liam Rohner, Stadt Zürich
 Janis Rüdisüli, Media-Center Uster AG
 Léonie Tobler, Cube Media AG
 Alia Ukil, Schellenberg Druck AG
 Marlen Urech, Mattenbach AG

Basel

Sara Hefti, Creaplot AG
 Chloe Lochbrunner, S. Karger AG
 Anna Lucia Petitjean, Birkhäuser + GBC AG

Medientechnologie/-in EFZ Print

Aarau

Rinor Avdyli, AST & FISCHER AG
 Pavo Kovacevic, SCHELLING AG
 Noël Limacher, Läser AG

David Prenzler, Werner Druck & Medien AG
 David Dionys Schnellmann, Rimoldi AG
 Tiffany Alisha Suter, Kasimir Meyer AG

Luzern

Eric Hofmann, von Ah Druck AG
 Puhazhan Indrakumar, Koprint AG
 Justin Keller, Engelberger Druck AG
 Cheyenne Luternauer, Abächerli Media AG
 Sarah Portmann, Brunner Medien AG
 Rumeysa Yalçın, Wallimann Druck u. Verlag AG

Bern

Ali Khaleel Ibrahim Alrubaye, Merkur Druck AG
 Urgent Asani, Nyco Kirchberg AG
 Amir El Okaili, Amcor Flexibles Burgdorf GmbH
 Aurora Mazziotto, Rickli + Wyss AG
 Anes Rizvanovic, Vögeli AG, Marketingproduktion & Druck
 Melina Streit, Tanner Druck AG
 Senem Tasdelen, Nyco Kirchberg AG



St. Gallen

Emirhan Alkan, Casutt Druck & Werbetechnik AG
Silvio Bahoric, E-Druck AG
Loris Etter, AVD GOLDACH AG
Fabrice Peterhans, Cavelti AG
Hristiana Petkovic, Meyerhans Druck AG
Kyla Potestas, Cavelti AG
Elham Sabani, Schneider und Scherrer AG
Enea Venezia, Wolfau-Druck AG

Zürich

Lucas Ehlert, HadererDruck AG
Marina Fejzullai, Künzle Druck AG
Gabriel Filiberto, Wipf AG
Alessandro Graf, Heller Druck AG
Angelina Jane Hennings, Horizonte Druckzentrum
Yannick Leuenberger, Schellenberg Druck AG
Sara Malenovic, DZZ Druckzentrum Zürich AG
Martin Merzaie, DZZ Druckzentrum Zürich AG
Jonas Schenkel, Käser Druck AG
Ajai Sriskandrajah, Kuhn-Druck AG
Michelle Trachsler, Packwerk AG

Printmedienpraktiker/-in EBA

Bogendruck, Druckweiterverarbeitung,
Kartonage und Verpackung

Aarau

Leon Karic, DS Smith Packaging Switzerland AG
Adnan Keranovic, SCHELLING AG
Valbon Ljati, ISI Print AG
Mirko Perrotta, Körber Pharma Packaging Materials AG
Jordan Joshua Schmidt, Schelling AG
Jon Shkodra, SCHELLING AG
Marcel Wenger, Smurfit Kappa Swisswell AG

Bern

Valentino Acocella, Druckerei Ebikon AG
Aziz Ahangharan, LxBxH Gauch AG
Gabriel Fasel, Stiftung / Fondation Battenberg Bienne
Abigail Lachner, bsb Medien
Martina Pia Leonardi, bsb Medien
Ahmad Siar Rasouli, LxBxH Gauch AG
Ghodratullah Salmanzada, Hoffmann Neopac AG
Ferhat Saydam, bsb Medien
Nasrullah Shafai, Engelberger Druck AG
Patrick Steinmetz, bsb Medien
Marc Voser, bsb Medien

St. Gallen

Flakrim Aliti, GPI Swiss AG
Roman Hermann Josef Burlet,
Arbeitsstätte Verein CASIPRINT
Francisco Javier Jimenez, Brüggl
Tenzin Yonten Lhawang, Arbeitsstätte Verein CASIPRINT
Eliot Palushaj, Model AG
Shayan Shekha, Arbeitsstätte Verein CASIPRINT

Zürich

Ibrahim Asani, BVD Druck + Verlag AG
Jérôme Nauer, Scherrer AG
Chiara Schütz, Horizonte Druckzentrum



Impressionen der Feiern in Chur





Impressionen der Feiern in Luzern



Impressionen der Feiern in St. Gallen



Arian Sejfulai, Karl Augustin AG
Samira Sagliocca, Stiftung Brändi

Printmedienverarbeiter/-in EFZ

Buchbinderei, Druckausrüstung

Bern

Ilhan Abuubakar Adam, Dietschi Print&Design AG
Altin Ahmetaj, Merkur Druck AG
Andrej Djokic, Valmedia AG
Arber Gashi, Dietschi Print&Design AG
Cyrill Hälgi, Kromer Print AG
Blagica Kostadinova, Gremper AG
Manuela Messerli, AST & FISCHER AG
Giusy Palombella,
Kanton Luzern, Zentral- und Hochschulbibliothek
Elsa Maria Soares Lucas, Stiftung Atelier Manus
Berkant Tutuk, Paul Bütiger AG
Emely Wüthrich, Vögeli AG, Marketingproduktion & Druck

Zürich

Glarizel Arciaga, Mattenbach AG
Alexandra Hofmann, Renfer AG Buchbinderei
Naila Noya Fidalgo, druckzentrum bülach ag
Cristian Piscazzi, Appenzeller Druckerei AG
Giulia Tenore, Staatsarchiv des Kantons Zürich
Bleon Thaqi, Cavelti AG
Subiksan Thavarajan, Weibel Druck AG

Interactive Media Designer EFZ

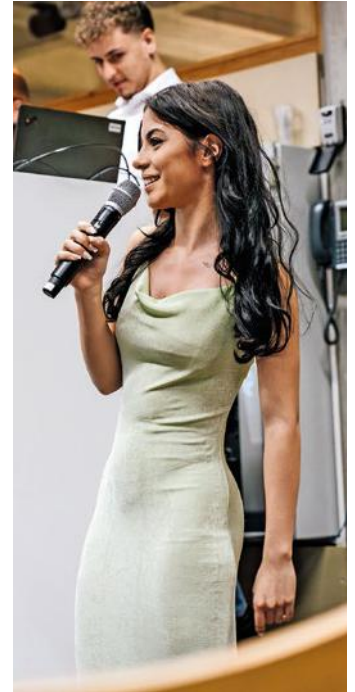
Print

Bern

Mara Frey, Swisscom (Schweiz) AG
Hesaya Aansh Garg, login Berufsbildung AG, Region Mitte
Joshua Shain Gerstner,
Swisscom (Schweiz) AG
Monika Hanke, ETH Zürich, Berufsbildung
Leon Heynen, Mengis Druck und Verlag AG
Rafael Maurer,
MBA Nachholbildung (Art. 32) Kand. BE, OMP Procéd.
de qualific. Art. 32 cand. BE
Niel Gabriel Powers, Swisscom (Schweiz) AG
Eljesa Rexhepi, login Berufsbildung AG, Region Mitte
Enrico Alessandro Matteo Ronzi, Digital Friends AG
Nike Lukas Roten, tonic gmbh
Luana Sallustio, Cubera Solutions AG
Marco von Siebenthal, Müller Marketing & Druck AG
Siria Walker, Deep Impact AG
Cyrill Wipfli, JLS Digital AG

St. Gallen

Michel Bösiger, Swisscom (Schweiz) AG
Riana Dähler, koller.team gmbh
Gian Anton Enzler, Ammarkt Agentur für Strategie
Selina Zoe Flatz, Swisscom (Schweiz) AG
Leana Haltinner, Sichtwerk AG
Dean Sydney Christopher Hauser, Raiffeisen Schweiz
Rhea Kurath, ATLANTIQ AG
Chiara Luongo, Appenzeller Druckerei AG



Impressionen der Feiern in
Weinfelden



Marco Meier, Swisscom (Schweiz) AG
Fabio Mosca, Ammarkt Agentur für Strategie
Mona Nielsen, Merkle Switzerland AG
Lena Petrovic, Swisscom (Schweiz) AG
Valentin Steurer, Festland AG

Basel

Charlotte Graf, bsb Medien
Nils Hodel, bsb Medien
Pascal Küffer, different digital AG
Leonie Katy Mitondo Kayiji, twofold academy ag
Damian Smit, twofold academy ag
Elin Stich,
Bau- und Verkehrsdepartement Kanton Basel-Stadt
Silvan Varadi, twofold academy ag

Verpackungstechnologie/-in EFZ Karton und Wellkarton

Aarau

Robin Gisler, Läser AG
Mattia Gordon, Karl Augustin AG
Pravin Gunasingam, Bourquin SA
Leon Gusset, Smurfit Kappa Swisswell AG

Simon Lerch, PAWI Verpackungen
Van Thien An Nguyen, DS Smith Packaging Switzerland AG
Leonit Rexhaj, SCHELLING AG
Francisco Salvador, Müller Kartonagen AG
Nilugshan Sivasupramaniam, Model AG
Manuele Tavani, Model AG
Melish Teklu, LxBxH Gauch AG

Technologie en médias CFC Orientation impression

Melissa Feuz, Imprimerie de l'Ouest SA
David Alexandre Moreno Guerreiro, Imprimerie Fiorina Sàrl

Orientation sérigraphie

Jihane Semlali, Empreintex Sàrl

Orientation technique printmedia

Ryan Audemars, Office fédéral de la statistique
Pascal Besson, Imprimerie de l'Ouest SA

Innoncent Abel-Damien Peterschmitt,
Helios Yvan Gindroz
Kayla Ramos Verdes, Société Coopérative Migros Genève
David Ziegenhagen, Groux arts graphiques SA

Polygraphe CFC

Justine Binggeli, Polygravia arts graphiques S.A.
Raphaël Borno, SPRINT Votre Imprimeur SA
Salomé Myriam Bourgeois, Cavin-Baudat SA
Estevan Bourquard, Images3 SA
Nina Chaslain, Office fédéral de la statistique
Olivier Mottet, Fondation Clair Bois
Jérémy Pham, IRG Sàrl

Kélian Delacuisine, Office du Tourisme du canton de Vaud
Tania Di Paola,
Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne EPFL
Maxime Dubuis, Groupe Mutuel
Vitor Fernandes Peres,
Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne EPFL
Julien Ronny Friedrich, Media one contact SA
Thibault Gavin, Afiro – Centre de formation
Samy Guisolan, Ramon & Pedro
Valentine Härle, La Télé – Vaud Fribourg TV SA
Adam Malard, 23bis SA
Nina Edwige Meyer, Societe-ecran media Sàrl
Dorian Perrin, Filmic Sàrl
Titouan Elliot Veuillet,
Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne EPFL
Rackel Waser, Teenergy Productions

Interactive Media Designer CFC (dual)

Audrey Marie Emilie Alice Comte, Marvelous Digital SA
Sebastian Matteo Costa Gomez, QoQa Services SA
Gabrielle Da Silva Arrabaço,
Fondation valaisanne Action Jeunesse

Assistante/Assistant en médias imprimés AFP

Domaine spécifique apprêt
Jessy Jacot, Fondation Battenberg
Rafael Marques Fonseca, Fondation Battenberg



Impressionen der Feiern in Zürich



Fertig Offset

Die Flyerline Schweiz AG gilt als *die* Onlinedruckerei der Schweiz. Zu Beginn wurden Drucksachen eingekauft, später wurde man selbst zur leistungsfähigen, industriellen Druckerei mit heute 65 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen. Vor über zehn Jahren investierte man in eine industrielle 70×100-Bogenoffsetmaschine, nun ist der Offsetdruck, nach der Inbetriebnahme der zweiten HP Indigo-B2-Digitaldruckmaschine, Geschichte. swiss print + communication unterhielt sich mit Firmengründer und «Wiederbesitzer» Steffen Tomasi über sein Unternehmen, dessen Zukunft und warum HP Indigo die besten B2-Digitaldruckmaschinen baut.

Text und Bild: Paul Fischer/Flyerline Schweiz AG

Es ist ohnehin eine der spannendsten Geschichten der grafischen Branche in der Schweiz. Steffen Tomasi, einst Vermarkter für die Musikbranche, war mit dem Preisniveau von Drucksachen für diese Branche schlicht unzufrieden. Er realisierte, dass man mit Sammelformenproduktionen bessere Konditionen erzielen konnte. 2002 gründete er sein eigenes Unternehmen, um das abzuwickeln. Zuerst arbeitete man mit Unterlieferanten, bald einmal investierte man selbst in industrielle

Drucktechnologien. Damit machte er sich in der Druckbranche nicht sehr beliebt. Steffen Tomasi: «Es gab Zeiten, da erhielt ich von Druckereibesitzern Hassmails.» Doch das darf man nach über zwei Jahrzehnten in der Firmengeschichte festhalten: ihm ging es nie um die «Zerstörung» der Druckbranche. Vielmehr hat ihn das Druckgeschäft immer fasziniert. Doch er sah nicht das Bewahren von bestehenden Strukturen als sein Geschäftsmodell, sondern die Suche von Chancen, Innovationen und neuen Marktfeldern. Deshalb war man etwas erstaunt, als er 2016 seine Firma der Wipf-Gruppe verkaufte und als Geschäftsleiter weiterarbeitete. Die Geschichte nahm dann eine ziemliche Wendung: 2023 kaufte er die Flyerline Schweiz AG wieder zurück und er gibt, wie man es von ihm kennt, wiederum ordentlich Vollgas. Die Meldung, mit der Inbetriebnahme der zweiten HP Indigo 100k nun den Offsetdruck abgelöst zu haben, ist aus Branchensicht natürlich spannend, doch es ist nur ein Puzzleteil in einer umfassenden Vorwärtsstrategie.

Flyerline ist anders

Im Zusammenhang mit der Flyerline Schweiz AG kommt es im «Branchenverständnis» oft zu falschen Annahmen rund um die Firma aus Altnau. Erstes Missverständnis: auch wenn die Flyerline «normale» Akzidenzdrucksachen wie Flyer anbietet, ist sie eben keine klassische Akzidenzdruckerei. Steffen Tomasi verfolgt seit Jahren eine klare Fokussierungsstrategie mit drei Standbeinen: hochwertige Drucksachen, Werbetechnik und Verpackungen. Dementsprechend wurde und wird auch die Investitionspolitik betrieben. In Altnau findet man spezialisierte Produktionsstrassen, die es dem Unternehmen ermöglichen, die gesamte Wertschöpfung aller Standbeine im eigenen Haus abzudecken. Damit unterscheidet sich die Flyerline Schweiz AG auch von einer «herkömmlichen» Onlinedruckerei, die in erster Linie auf das Prinzip der industriellen Massenproduktion setzt. Ja, die Ursprünge erfolgten im



Flyer-Geschäft und man setzte auf Sammelformen, doch Steffen Tomasi erkannte sehr schnell, dass man aus der Schweiz heraus nur mit hochwertigen und spezialisierten Produkten und Dienstleistungen erfolgreich sein kann und nicht mit den billigsten. Steffen Tomasi: «Das Modell, welche beispielsweise die deutschen Online-Anbieter verfolgen, war und ist im Schweizer Markt, aufgeteilt noch in drei Sprachregionen, nur schon von den Druckvolumen gar nie umsetzbar.»

Auch nach dem Verkauf an die Wipf-Gruppe wurde die gewählte Strategie weiterverfolgt. Auf die Frage, warum er die Firma 2023 wieder zurückkaufte, erwidert Steffen Tomasi: «Beide Seiten realisierten, dass wir die Flyerline Schweiz AG in der bestehenden Konstellation nicht so weiterentwickeln konnten, wie es der Markt erfordert.» Mit seiner Rückkehr als Besitzer kann er nun die angedachte Profilschärfung umsetzen:

- Das Online-Angebot von Flyerline Schweiz AG, welches über 400 Standardprodukte aus den Kategorien Drucksachen, Verpackungen und Werbetechnik umfasst, soll kontinuierlich weiterentwickelt werden.
- Flyerline Schweiz AG treibt die individuelle Kundenbetreuung und Produktentwicklung voran und bietet neben dem Online-Standardangebot individuell angepasste Lösungen im Bereich sämtlicher Printprodukte.
- Individuelle Shop-Lösungen zur effizienten Beschaffung von Druckerzeugnissen (Web2Print-Lösungen) werden seit über 20 Jahren für Kunden entwickelt und laufend optimiert
- Gezielte Investitionen sollen eine höhere Effizienz und Agilität ermöglichen.

Mit diesem Hintergrund wird klar, warum die Flyerline Schweiz AG in eine zweite HP Indigo 100k investiert hat.

Marktradikalität

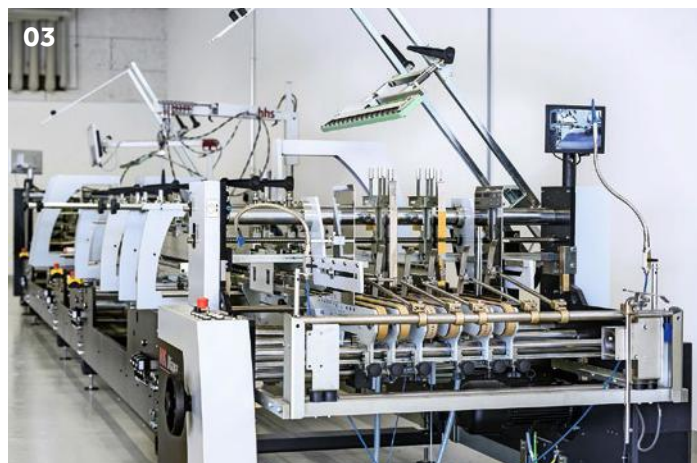
Steffen Tomasi hält fest: «Ich mag Zahlen und Zahlenanalysen, deshalb weiss ich auch ganz genau, wie sich unser Unternehmen aufgrund der Marktentwicklungen seit 2002 verändert hat.» Generell besteht ein Trend zu kleineren, bedürfnisorientierteren Auflagen. Die Auflagen sinken, die Aufträge steigen. Auf die Frage, wie genau sich die Verhältnisse entwickelt haben, zögert Steffen Tomas einen Moment mit der Antwort: «Man muss aufpassen, worüber wir reden. Geht es um die Werbetechnik, die Verpackung,

Akzidenzdrucksachen? Das sind unterschiedliche Märkte mit unterschiedlichen Trends und Marktveränderungen. Deshalb muss man meine Aussage klar im Zusammenhang mit Akzidenzdrucksachen eingrenzen. Als wir mit den Sammelformen anfangen, konnten wir dadurch günstiger produzieren. Wir produzierten in festen Losen von 10 000 oder 7500 Ex. Wenn der Kunde beispielsweise 8000 Ex. wollte, produzierte man das im 10 000er-Produktionslos. Die nicht gebrauchten 2000 Stück wurden dann auf Kundenwunsch oft weggeworfen. Als wir damals die 70x100-Bogenoffsetmaschine kauften, waren die Hauptproduktionslose bereits bei 5000 und 7500 Ex. Bereits damals prognostizierte ich, dass die Auflagen weiter sinken und Individualisierung immer wichtiger würde – damit würde der Offset für uns obsolet, und ich hatte recht. Heute sind bei den «Standardprodukten» bereits 2500 Ex. eine

01 Typische Produkte, welche die Flyerline Schweiz AG anbietet.

02 Steffen Tomasi vor den beiden HP Indigo 100k. Mit den beiden Systemen wurde der Offsetdruck komplett abgelöst.

03 Die DianaSmart Faltschachtel-Klebmaschine von Heidelberg ist ebenfalls eine Neuinvestition.





hohe Auflage. Es wird sehr stark auf bedarfsorientiertes Drucken geschaut. Kunden wollen die exakte Anzahl Exemplare; zu sagen: «Wir drucken für dich ein grösseres Produktionslos, als du brauchst, wir werfen dann die nicht benötigten Drucksachen einfach weg», akzeptiert niemand mehr. Gleichzeitig steigt der Bedarf an individuellen Lösungen enorm. «Das ist ein Trend, den wir nicht nur bei den Akzidenzdrucksachen sehen, sondern ebenfalls in der Verpackung und der Werbetechnik. Es ist dieser Mix aus verschiedenen Kundenbedürfnissen, die wir mit dem analogen Offsetdruck einfach nicht mehr abdecken können. Der Markt hat sich radikal gewandelt und das geht so weiter. Wir haben Marktentwicklungen immer antizipiert, und dementsprechend kam die zweite HP Indigo rook als Ablösung unserer Offsetmaschinen. Im Plakat-Bereich setzen wir auf eine neue Generation von leistungsfähigen Digitaldrucksystemen, und in der Verpackung haben wir soeben ein grosse, vollautomatisierte Faltschachtelproduktionsanlage, mit der wir individuelle Kundenansprüche durchgehend umsetzen können, installiert.»

HP Indigo 100k

Die Flyerline Schweiz AG setzt bereits seit fast zehn Jahren auf B2-Bogenmaschinen aus dem Hause HP Indigo. 2021 investierte man als eine der weltweit ersten Anwender in eine HP Indigo rook, diese wurde nun durch ein zweites System ergänzt. Im Frühling dieses Jahres kam die zweite Maschine hinzu. Bis Ende dieses Jahres sollen beide Maschinen auf den Standard HP Indigo 120k aufgerüstet werden.

Warum setzt die Flyerline Schweiz AG bedingungslos auf B2-Maschinen von HP Indigo, obwohl viele in der Branche den Mehrwert des Formats bezweifeln und auf die angeblich zu hohen Kosten hinweisen? Steffen Tomasi: «Zu allen, die sagen, B2-Digitaldruck bringe keinen Mehrwert, sage ich: warum nicht? Das mit den hohen Kosten ist falsch. Wie ich gesagt habe, kenne ich unsere Zahlen sehr genau und wenn ich mir die Produktivität und die Kosten pro Quadratmeter anschau, ist die HP Indigo rook top! Die Maschine bringt mir alles, was ich brauche, und ich kann mit ihr wirtschaftlicher arbeiten als mit den vorgegangenen Lösungen. Das sind nicht Bauchgefühle, sondern ist durch Zahlen belegbar. Grundsätzliche Debatten und Beurteilungen über angebliche Vor- oder Nachteile von Formaten haben doch mit der Realität nichts zu tun. Vielmehr muss ich mir zuerst die Frage stellen: Für was brauche ich die Maschine? Wir setzen die beiden HP Indigo rook für vieles ein: Broschüren, Plakate, Visitenkarten, Verpackungen. Wir können auf der Maschine

problemlos Karton mit einem Flächengewicht von 400 g/m² verarbeiten. Ich bezeichne die beiden Maschinen als unsere eierlegenden Wollmilchsäue. Ohne diese Maschinen könnten wir unser Angebot im Verpackungsdruck nicht so stark ausbauen, wie wir es jetzt tun. Darum komme ich wieder auf die Frage zurück, die ich grundsätzlich stelle: Für was brauche ich die Maschinen?. Wir haben mit der zweiten HP Indigo rook eine 70x100- und eine 30x50-Bogenoffsetmaschine ersetzt. Doch das ist nicht der Hauptgrund, dass wir in diese Technologie investierten. Es sind heute schlicht die einzigen Lösungen, mit denen wir unsere Firmenstrategie im Standbein hochwertiger Drucksachen und Verpackungen umsetzen können, vollindividuell, vollflexibel, zukünftige Marktentwicklungen im Visier. Das ein Akzidenzdrucker, der für seine im reinen Akzidenzdruckgeschäft eingesetzte Offsetmaschine einen 1:1-Ersatz sucht, vielleicht nicht so viel mit einer B2-Digitaldruckmaschine anfangen kann, verstehe ich. Aber ist das der richtige Weg?»

B2-Digitaldruck – wie weiter?

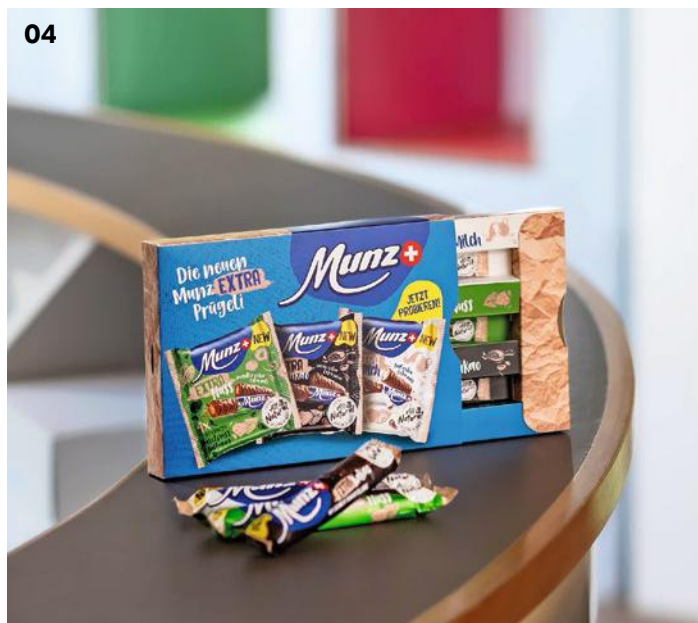
Steffen Tomasi «schwört» auf seine HP Indigos rook. Was zeichnet die Systeme aus? In einer für ihn typischen Weise fasst Steffen Tomasi es so zusammen: «Sie haben es vollständig im Griff wie kein anderer. HP Indigo bietet nun seit über einem Jahrzehnt B2-Digitaldruckmaschinen an, und



da spürt man einfach den enormen Erfahrungsvorsprung, den sie gesammelt haben. Die HP Indigo 100k war und ist da ein weiterer grosser Schritt. Als wir 2021, also mitten in der Pandemie, ins Technologie-Zentrum nach Barcelona gingen, versprach man uns 30 Prozent mehr Produktivität. Ich bin da immer skeptisch und dachte: erzählt nur ein bisschen. Als dann die Maschine bei uns anlief, bestätigte sich das aber vollkommen. Ich weiss, das hört sich jetzt ein bisschen komisch an, wenn der Tomasi so was sagt: ich bin begeistert! Gleichzeitig möchte ich der CHROMOS Group ein Lob aussprechen, ihre Service-Betreuung und Unterstützung ist hochprofessionell. Wir verlassen uns natürlich nicht nur auf diese externe Hilfe. Wir halten alle unsere Operateure auf dem höchstmöglichen Ausbildungs- und Qualifikationslevel, sodass wir vieles im Service und Unterhalt selbst vornehmen können. Das gilt nicht nur bei den Indigos, sondern in allen Produktionsabteilungen.» Und was bringt die Aufrüstung auf den 120K-Standard Ende Jahr? Steffen Tomasi: «Die Modularität und die Möglichkeit, bestehende Maschinen auf den neuesten technologischen Stand aufzudatieren, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor von HP Indigo. Mit 120K setzt man vor allem auf den smarten Umgang von KI. Damit wird die Maschine noch produktiver, Standzeiten werden reduziert, Prozesse automatisiert.»

Ist, im Hinblick auf das Hohelied auf die Qualitäten von HP Indigo, gerade im B2-Format, dieser Wettbewerbsvorteil angesichts weiterer Neuvorstellungen in diesem Segment auf der Drupa 2024 nicht infrage gestellt? Steffen Tomasi: «Jetzt muss ich sehr vorsichtig sein, was ich sage. Ja, es stimmt, es gibt immer mehr Anbieter, die ins B2-Digitaldrucksegment drängen. Da sieht man spannende technologische Ansätze und interessante Lösungen. Wenn ich aber das Gesamtpaket anschau, dann hat HP Indigo nach wie vor die Nase klar vorne. Daran wird sich meiner Meinung nach nicht so viel ändern in der nächsten Zeit.» Letzte Frage an Steffen Tomasi, einen der «Wortgewaltigen» in der Branche: was sollten seiner Meinung grafische Unternehmen tun, wenn es um Neuinvestitionen im Bereich der industriellen Produktionsmittel geht?

04



04



Flyerline Schweiz AG

Landstrasse 30
CH-8595 Altnau
Flyerline.ch

flyerline.ch
Mehr als eine Online-Druckerei

Steffen Tomas: «Die meisten ersetzen eine bestehende Lösung und denken nur im Rahmen einer Ersatzinvestition. Sie sollten sich aber immer folgende Frage stellen: Was will ich eigentlich mit der neuen Maschine? Wenn ich etwas Bestehendes mit einer Neuinvestition ersetze, die nur Be-

stehendes weiterführt, entwickelt sich mein Unternehmen nicht weiter. Wenn ich mein Unternehmen aber in einem Markt, der sich permanent wandelt, nicht weiterentwickle, wie will ich da langfristig bestehen?»

01 Eine Neuanschaffung sind die beiden MS JP 4 Evo des italienischen Anbieters MS. Entwickelt für den Textildruck, wurde die Systeme speziell für die Flyerline Schweiz AG als Plakatdruckmaschinen konfiguriert.

02 Blick in des Maschineninnere einer HP Indigo 100k.

03 Die Flyerline Schweiz AG nennt sich sinnigerweise «Mehr als eine Online-Druckerei».

04 Typische Produkte, welche die Flyerline Schweiz AG anbietet.

Mit Ausnahme für den Couvertdruck brauchen wir keine B3-Offsetmaschine mehr

Die Appenzeller Druckerei arbeitet seit April dieses Jahres mit einer B3-Inkjet-Bogenmaschine Canon varioPRINT iX3200. Eine noch relativ neue Technologie-Lösung. Aus der Sicht der Verantwortlichen in Herisau ist es eine zwingende Lösung. Geschäftsführer Christof Chapuis: «Um in den nächsten Jahren in einem sich wandelnden Markt bestehen zu können, müssen wir noch effizienter produzieren als bis anhin. Die Canon varioPRINT iX3200 spielt da eine zentrale Rolle.»

Text und Bild: Paul Fischer, Bilder Appenzeller Druckerei AG



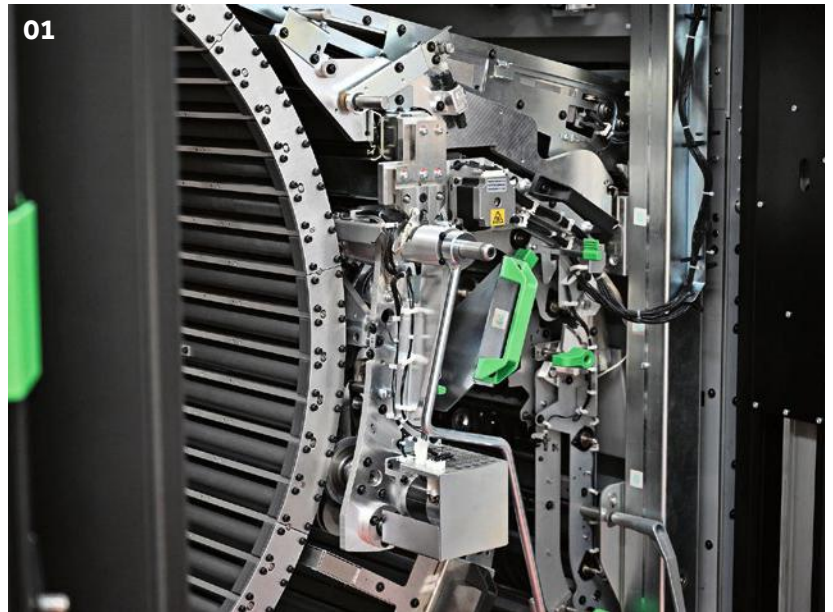
Christof Chapuis
Geschäftsführer

Wer solche Investitionsentscheide von aussen analysiert und versucht zu ergründen, muss sich zuerst immer das Umfeld, in dem die Maschine eingesetzt wird, einordnen. Die Appenzeller Druckerei AG in Herisau ist im Frühjahr 2015 gegründet worden. Entstanden ist die Firma aus dem Zusammenschluss der Akzidenzdruckbereiche mehrerer Traditionshäuser: der 1875 gegründeten Druckerei Appenzeller Volksfreund (DAV) in Appenzell und des seit 1837 bestehenden Appenzeller Medienhaus in Herisau. Seit 2006 gehörte auch die Bischofberger Druck AG aus Oberegg und seit 2009 die Kunz-Druck & Co. AG aus Teufen zur DAV. Dies alles unter dem Dach der Genossenschaft Druckerei Appenzeller Volksfreund als Muttergesellschaft. Die DAV führt einen Verlag und unter dem Dach der Appenzeller Druckerei die eigene Webagentur Anderthalb.ch, den Grossformat-Digitaldruckbereich Printlounge sowie die Filiale Toggenburger Druckerei in Wattwil. In Appenzell werden die Innerrhoder Lokalzeitung «Appenzeller Volksfreund» und das Anzeigenblatt «Gais Bühler» herausgegeben sowie News für das Onlineportal appenzell24.ch aufbereitet. In Herisau gibt die Appenzeller Druckerei das Monatsmagazin «deHerisauer» für Herisau und Umgebung heraus.

Hauptgeschäft Druck

Um das Ganze besser einzuordnen, lohnt es sich, nochmals kurz auf die Geschichte vor 2015 einzugehen: sowohl das Appenzeller Medienhaus in Herisau wie auch die DAV aus Appenzell waren Medienhäuser mit ihren Zeitungen und Akzidenzdruckereien. Das Appenzeller Medienhaus mit dem Titel «Appenzeller Zeitung» war im Besitz der St. Galler Tagblatt AG, welche wiederum der NZZ-Gruppe gehörte. Das Verlagsgeschäft war

beim Medienhaus das wichtigste Standbein, das Akzidenzgeschäft salopp gesagt «Beigemüse». Wenn auch erfolgreich. Bei der DAV war es genau umgekehrt. Das Verlagsgeschäft, Kernzelle der Firma, mit dem «Appenzeller Volksfreund» war auch wichtig (und ist es heute noch), doch der hauptsächlichste Umsatz wurde (und wird) mit Dienstleistungen rund um Druckprodukte erwirtschaftet. Unter dem langjährigen Geschäftsführer Markus Rusch war man in diesem Marktsegment sehr erfolgreich unterwegs. Als dann die NZZ-Gruppe entschied, sich mit der «Appenzeller Zeitung» auf das publizistische Geschäft zu konzentrieren, und sich von der Akzidenzdruckerei trennen wollte, kaufte die expansive DAV den Print-Bereich und das Gebäude des Medienhauses an der Kasernenstrasse in Herisau mitsamt Maschinenpark. Während alles, was mit dem «Appenzeller Volksfreund» zu tun hatte, am bestehenden Standort verblieb, zügelten alle anderen zu den übernommenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ins Gebäude des Medienhauses in Herisau. Als Nachfolger von Markus Rusch, der 2022 in Pension ging, wurde Christof Chapuis ernannt. Der gelernte Polygraf und Absolvent einer höheren Fachschule, seit 2017 dabei, war bis zu seiner Amtsübernahme der Geschäftsführung als Verkaufsleiter tätig. Der Druckauftrag für den «Appenzeller Volksfreund», lange Zeit auf einer eigenen älteren Rotation ausgeführt, wird mittlerweile bei der Somedia Partner AG umgesetzt. Um hier im Artikel keine Verwirrung angesichts der «verknäuelten» Vorgeschichte zu stiften, soll also «nur» von der Appenzeller Druckerei die Rede sein, auch wenn sie integraler Bestandteil der DAV ist. Aber etwas hat sich trotz allem Wandel der



letzten rund zehn Jahre nicht geändert: 70 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet man nach wie vor mit dem Drucken.

Die Ausgangslage

Was stand am Anfang des Prozesses, der in die Investition in einer Canon varioPRINT iX3200 mündete? Christof Chapuis stellt klar: «Uns ging es immer darum, so effizient wie möglich zu produzieren und damit wettbewerbsfähig zu sein. Dies in einem Marktumfeld mit sinkenden Auflagen. Dafür wird mehr in kleineren Auflagen gedruckt. Komplexere Auflagen, immer mehr Sortenwechsel, Zunahme von personalisierten Drucksachen, bedarfsorientiertes Drucken. Also alles die Themen, welche die ganze Branche bewegen.»

Aufmerksame Beobachtung der Druckmärkte, die Suche nach technischen Innovationen begleiten die Appenzeller Druckerei seit ihrer



01 Blick in die Druckeinheit der Canon varioPRINT iX3200.

02 Das System arbeitet mit CMYK-Farben, kann aber auch Pantone simulieren.

03 Canon hat seit 2016 B3-Bogeninkjet-Systeme im Angebot.



Gründung 2015. Noch vor dem Zusammenschluss entschied man sich zum Kauf der ersten Heidelberger LE-UV-Bogenoffsetmaschine in der Schweiz und ergänzte diese etwas später mit einer zweiten LE-UV-Maschine. Die Heidelberg Speedmaster XL 75-8 LE UV ist seit 2015 Herzstück der Produktion. Bessere Druckqualität, schnelle Trocknung, welche insbesondere bei Naturpapieren und schwierigen Druckmaterialien zum Tragen kommt, waren damals wichtige Argumente. Und während andere der Technologie mittlerweile wieder den Rücken gekehrt haben, ist man in Herisau nach wie vor sehr zufrieden. Christof Chapuis: «Es ist einfach ein Riesenvorteil, wenn man Druckprodukte unmittelbar nach dem Verlassen der Maschine sofort weiterverarbeiten kann.» Neben der industriellen B2-Bogenoffsetmaschine sind noch eine Heidelberger Vierfarben-SM52 und eine Zweifarben-GTO im Einsatz.

Seit Christof Chapuis bei der Appenzeller Druckerei ist, war die Beschaffung einer industriellen Digitaldruckmaschine, welche teilweise den Offsetdruck ersetzt, ein Thema. Er sagt dazu: «Wir beobachteten den Markt sehr genau und haben uns von den Lieferanten informieren lassen. Canon mit seiner B3-Inkjetbogenmaschine war schon länger etwas, was wir anschauten, doch erst die 2021 vorgestellte Canon varioPRINT iX3200 bot das, was wir wollten. Mittlerweile hatten wir aber in leistungsfähige Ineo12000-B3-Bogen-



tonersysteme (Ineo ist eine Marke von Konica Minolta) investiert, zwei für Herisau und eine kleinere Version für Wattwil. Deshalb stellten wir die Pläne für eine hochindustrielle Maschine vorerst zurück. Doch für uns war seit 2021 klar, dass wir früher oder später in einen Offset-Teilersatz mit einem Digitaldrucksystem investieren würden.»

Der Entscheid

Christof Chapuis erklärt: «Wir wollten von Anfang an ein Digitaldrucksystem, mit dem wir den Offset 1:1 ersetzen können. Tonersysteme

können das nicht. Deshalb schauten wir alle Anbieter im Bereich Inkjet und E-Ink/Flüssigtinte an, dies sowohl im B2- wie auch im B3-Format. Wir untersuchten, wie wir das neue Produktionssystem in unsere Weiterverarbeitungsprozesse integrieren können. Wir analysierten die Leistungsparameter und rechneten die Kosten immer wieder durch. Ein wichtiger Grundsatz: mit der neuen Maschine können wir vom Tag 1 an im grossen Stil Offsetsaufträge übernehmen und ohne Kompromisse bei der Qualität produzieren. Ziel und Zweck der Investition war natürlich,



04 Canon hat seit 2016 B3-Bogeninkjet-Systeme im Angebot.

05 Die Canon varioPRINT iX3200 verarbeitet sowohl gestrichene wie auch ungestrichene Papiere.

effizienter und damit kostenoptimierter zu produzieren. Die Investition musste sich mit den bestehenden Aufträgen rechnen und nicht erst mit allfälligen Neuaufträgen, die man vorher gar nicht abwickeln konnte.»

Am Ende war es sehr klar: alles sprach für die Canon varioPRINT iX3200. Christof Chapuis: «Die im Markt angebotenen B2-Digitaldruckmaschinen sind alle spannend, aber im Gegensatz zum Offsetdruck bringen B2-Maschinen für uns keinen betriebswirtschaftlichen Vorteil gegenüber den B3-Maschinen. Natürlich habe ich dann immer noch das Argument, mit dem grösseren Format auch mehrteilige Umschläge oder Sonderprodukte zu produzieren. Doch mit Blick auf unsere bestehende Auftragsstruktur ist das nicht relevant. Als Akzidenzdrucker sind wir mit einer leistungsfähigen B3-Maschine einfach besser bedient. Hätten wir aber beispielsweise das Verpackungssegment forcieren wollen, wäre eine B2-Maschine wohl ein ganz anderes Thema gewesen. Die Canon varioPRINT

iX3200 ist nicht nur qualitativ top, sie ist gemäss unserer Evaluation die schlicht produktivste Digitaldruckmaschine, die man derzeit auf dem Markt haben kann. Das System kann pro Stunde 9000 SRA-3 im Duplex-Modus produzieren. Wenn man beim Offset ehrlich alles reinrechnet, kommt man damit auf eine Produktivität, die vergleichbar ist mit einer B3-Vierfarben-Bogenoffsetmaschine.»

Praxis und Erkenntnis

Der Kaufentscheid fiel im letzten Quartal 2023, im April 2024 wurde die Maschine ausgeliefert. Christof Chapuis ist rundum zufrieden: «Drei Tage nach abgeschlossener Inbetriebnahme und Justierung konnten wir mit der Maschine voll produzieren. Dank der guten Vorkonfiguration und der sehr einfachen Aufbaumöglichkeit des Papierkatalogs konnten wir sehr rasch die ganze Bandbreite der von uns eingesetzten Papiere abdecken. Die von Canon entwickelte ColorGrip-Technologie, welche den Primer nur dort aufbringt, wo er nötig ist, zeigt sich sehr ausgereift. Was enorm wichtig ist: wir können parallel arbeiten, Jobs vor- und aufbereiten, danach grosse und anschliessend kleine Auflagen automatisiert abarbeiten.»

Zum Zeitpunkt des Besuches bei der Appenzeller Druckerei war die Canon varioPRINT iX3200 weniger als drei Monate im Einsatz. Doch bereits in dieser kurzen Phase waren die Auswirkung der Neuinvestition auf den täglichen Druckbetrieb beträchtlich:

- Da Aufträge auf der varioPRINT iX3200 abgewickelt werden können, gibt es keine Nachtschicht mehr auf der XL75, damit verbunden ist eine deutliche Reduktion der Kosten.
- Auf der SM52 werden nur noch Couverts und Sonderfarbenaufträge mit Pantone gedruckt.
- Bei den Trockentonersystemen liegt der betriebswirtschaftliche «Schnittpunkt» zum Offsetdruck bei einer durchschnittlichen Auflage von 800 Exemplaren. Alles, was drüber ist, musste bislang auf den Offsetmaschinen gemacht werden.

- Mit der varioPRINT iX3200 liegt der Schnittpunkt zur XL75 bei 2200 Exemplaren. Das ist in etwa der Schnittpunkt, der auch auf der SM52 festzustellen ist.
- Rund 70% aller Aufträge auf der SM52 konnten auf die varioPRINT iX3200 überführt werden. Grosse Ausnahme, wie erwähnt, der Couvertdruck.
- Rund 30% des Auftragsvolumens auf der XL75 könnte rein betriebswirtschaftlich gesehen auf der varioPRINT iX3200 produziert werden.
- Die Produktionsverfügbarkeit des Systems ist über 80%. Das ist deutlich höher als bei Toner-Systemen.

Das sind alles erstaunliche Fakten. Christof Chapuis: «Dass wir in so kurzer Zeit die uns gesetzten Ziele mit der neuen Maschine erreichen, habe ich auch nicht erwartet.» Ist nun das «Endspiel» für den Offsetdruck bei der Appenzeller Druckerei eingeläutet? Christof Chapuis: «Natürlich nicht, die Heidelberg Speedmaster XL 75-8 LE UV ist nach wie vor für uns unverzichtbar und die Kapazitäten, die wir mit der B2-Bogenoffsetmaschine haben, brauchen wir auch die kommenden fünf bis zehn Jahre. Werden wir die Maschine so lange weiterbetreiben oder eine Ersatzinvestition vornehmen? Das können wir heute nicht sagen. Und beim Couvertdruck gibt es nach wie vor zum Offsetdruck auf einer B3-Maschine keine Lösung, wenn man industriell produzieren möchte.»

Das Fazit von Christof Chapuis zur Investition in die neue Canon varioPRINT iX3200: «Wir sind nicht die Ersten, die in ein solches System investiert haben, aber wir sind froh, haben wir jetzt investiert. Ich gehe davon aus, dass alle, die heute industriell im Offset produzieren, früher oder später industrielle Digitaldrucksysteme beschaffen werden müssen und dass das eine Sogwirkung auslöst. B3-Bogenoffset wird es da nicht mehr, mit den genannten Ausnahmen, brauchen. Auch der Markt für halbindustrielle B3-Tonerdrucksysteme wird unter Druck kommen.»

Hauptleistungsmerkmale der Canon Vario-Print iX3200

- **9120 SRA-3 pro Stunde (Duplex-Modus)**
- **Echte 1200 dpi-Druckqualität**
- **Gestrichene Papiere: 90 bis 350 g/m², ungestrichene Papier: 60 bis 350 g/mm²**
- **Polymerpigment-Performance-Tinte auf Wasserbasis und ColorGrip aus eigener Entwicklung.**

Abächerli Media AG vertraut Heidelberg Schweiz für Umzug und Retrofit

Im August 2023 hat die Abächerli Media AG Räumlichkeiten in einem Neubau bezogen. Der neue, modern eingerichtete Druckereibetrieb befindet sich im Industrieviertel Kernmatt in Sarnen. Mit den Umzugsarbeiten und einer grossen Revision an einer Falzmaschine Stahlfolder KH 82 wurde die Heidelberg Schweiz AG beauftragt.

Text und Bild: Heidelberger Druckmaschinen Schweiz AG

Als Lieferantin von Produktionssystemen für Prepress, Press und Postpress geniesst die Heidelberg Schweiz AG das Vertrauen der hiesigen Druckereien. Dank seiner starken Organisation und ausgewiesenen Kompetenz ist das Unternehmen in Bern ebenso eine bevorzugte Adresse, wenn Druckereibetriebe umziehen und dazu auf die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen und routinierten Partner angewiesen sind.

Ein umfangreiches und anspruchsvolles Projekt hat die Heidelberg Schweiz AG im Spätsommer 2023 mit der Abächerli Media AG in Sarnen abgeschlossen. Der 130-jährige Druckereibetrieb wechselte damals vom früheren Standort im Büntenpark in das neu erschlossene Industrieviertel Kernmatt. Rund einen Kilometer liegt der neue vom alten Standort entfernt.

Auf Abächerli-Seite war der Betriebsleiter Andreas Vogler für die Koordination der Umzugsarbeiten zuständig. Er hat viele Jahre in leitender Funktion in der Druckereibranche verbracht und während dieser Zeit die Heidelberg Schweiz AG als sicheren Wert kennen und schätzen gelernt. Den Umzug bezeichnet er als ein komplexes, anspruchsvolles Projekt, wobei er mit Fachleuten zusammenarbeiten wollte, auf die er sich verlassen konnte. «Gemeinsam mit HEIDELBERG Schweiz habe ich in der Vergangenheit einige Maschinen gewechselt, von Anbeginn war klar, dass wir für den Umzug diese Firma wählen würden», sagt Andreas Vogler.

Speedmaster XL 75, OHZ und Sammelhefter

Mit dem Einzug in die neuen Räumlichkeiten hat die Abächerli Media AG eine zehnjährige Speedmaster XL 75 durch eine neue Bogenoffsetmaschine derselben Baureihe ersetzt. Die Investition in die neue Achtfarbenmaschine ermöglichte es, den Produktionsbetrieb während der Umzugsphase aufrechtzuerhalten. Während rund drei Wochen druckte die Abächerli Media AG parallel am alten und am neuen Standort. Es war eine optimale Konstellation; kein einziger Auftrag musste bei einer anderen Druckerei produziert werden. Die Wertschöpfung verblieb im eigenen Haus.

Die Anlieferung der neuen Speedmaster XL 75 am 19. Juli markierte den offiziellen Start zum Umzug. Rund einen Monat später folgte eine Speedmaster SX 52, die vor rund zwei Jahren in Betrieb gegangen ist. Ende August war die gesamte Technik, ein Original Heidelberg Zylinder OHZ eingeschlossen, aufgestellt und bereit für die Produktion. Die Abächerli Media AG übertrug der Heidelberg Schweiz AG zugleich die Verantwortung für den Ab- und Wiederaufbau eines Sammelhefters von Müller Martini. Zwei erfahrene Monteure konnten für diese Arbeit gewonnen werden. Auch die Weiterverarbeitung hat die Abächerli Media AG





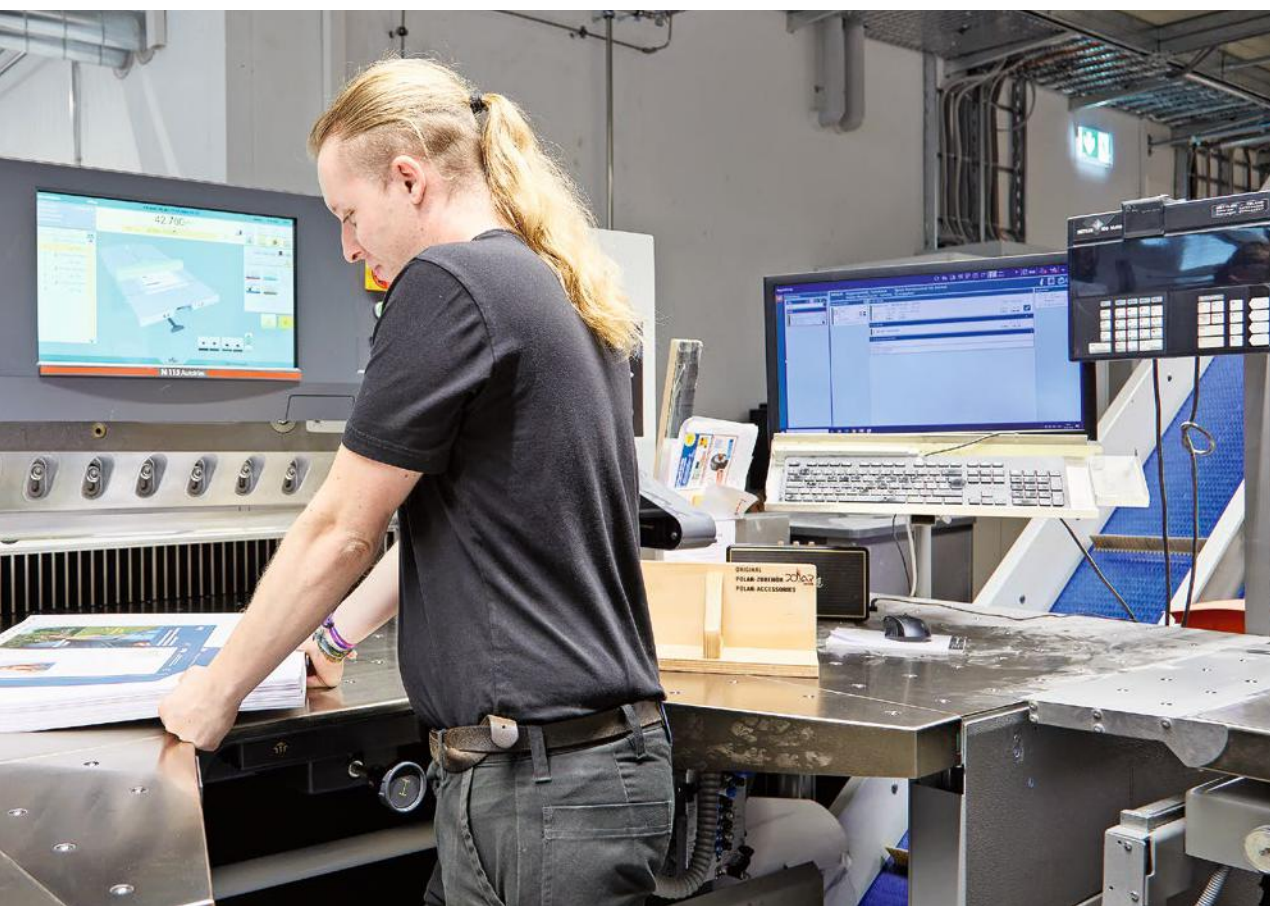
02

erneuert und in eine automatisierte Falzmaschine Stahlfolder TH 56-10 mit zehn Taschen und eine Schneidemaschine Polar N 115 Autotrim investiert. Auf der Schneidemaschine unterstützt und entlastet Belade- und Entladeperipherie das Personal bei der Arbeit. Schneideprogramme werden vollautomatisch mittels Polar Compucut geschrieben und über einen Barcode aufgerufen, der auf dem Druckbogen des jeweiligen Auftrags gedruckt ist. Die Schneideinformationen liefert die Prinect Signa Station, die Ausschuss-Software von HEIDELBERG. Eine altgediente Kombifalzmaschine Stahlfolder KH

82-6 wurde komplett revidiert. Rund 140 Millionen Bogen hatte das Falzsystem vor dem Retrofit durchlaufen. Jetzt ist die Maschine, ausgestattet mit neuen mechanischen Komponenten, bereit für weitere Millionen.

Alles auf einer Ebene

Während fast 35 Jahren produzierte die Abächerli Media AG im Büntenpark. Administration, Lager, Drucksaal und Weiterverarbeitung waren über vier Stockwerke verteilt. Das erschwerte den Materialfluss stark und war einer effizienten Arbeit nicht förderlich.



01 Auf der neuen Polar N 115 Autotrim berechnet Compucut die Schneideprogramme vollautomatisch.

02 Die Bogenoffset-technik und die Weiterverarbeitung sind auf einer Ebene im Erdgeschoss angeordnet. Das Material wird ab dem Zeitpunkt seiner Anlieferung bis zu den versandbereiten Endprodukten ausschliesslich in einer Richtung bewegt.



Die Weiterverarbeitung wurde erneuert. Neben dem Kauf einer neuen automatisierten Falzmaschine Stahlfolder TH 56-10 mit zehn Taschen wurde eine altgediente Kombifalzmaschine Stahlfolder KH 82-6 komplett revidiert.



Andreas Vogler, Betriebsleiter bei der Abächerli Media AG, auf der Galerie der Speedmaster XL 75: «Der Umzug war ein komplexes, anspruchsvolles Projekt. Wir wollten mit Fachleuten zusammenarbeiten, auf die wir uns verlassen konnten.»

Anders im neuen Gewerbebau Kernmatt: Dort sind die Bogenoffsettechnik und die Weiterverarbeitung im Erdgeschoss auf einer Ebene mit rund 950 Quadratmetern Fläche angeordnet. Das Material wird ab dem Zeitpunkt seiner Anlieferung bis zu den versandbereiten Endprodukten ausschliesslich in einer Richtung bewegt. Der geradlinige Materialfluss gab vor, wie die Maschinen aufzustellen waren. Auch hier kam die Expertise des HEIDELBERG Schweiz-Teams zum Tragen. Roger Kramer-Hanke, Fachverantwortlicher Planned Service Schweiz (Installations- und Wartungsmanagement) bei der Heidelberg Schweiz AG, und Andreas Vogler verbrachten einige Stunden damit, in einem Simulationsprogramm Maschinen zu platzieren und sie wiederholt zu verschieben, um endlich zu einem schlüssigen Layout zu gelangen. Ein lohnender Aufwand, wie Andreas Vogler sagt; er würde bis heute nichts an der Aufstellung ändern.

Zur Fläche im Erdgeschoss kommen 300 Quadratmeter in einem Zwischengeschoss hinzu. Dort sind der Digitaldruck und ein Suprasetter 106 für die Belichtung der Druckplatten untergebracht.

Engagiert, professionell

Bald ein Jahr produziert die Abächerli Media AG nun schon am neuen Standort. Obwohl er den Umzug als anstrengend und herausfordernd in Erinnerung hat, blickt Andreas Vogler gerne auf die Zeit zurück. Er spricht von einer vorbildlichen Zusammenarbeit mit einem engagierten und professionell agierenden Team, von präzise koordinierten Abläufen, von grossem Verständnis und einer hohen Flexibilität, wenn plötzliche kleine Pannen drohten, den minutiös festgelegten Plan durcheinanderzubringen. Das erfolgreich abgeschlossene Projekt trägt im Wesentlichen die Handschrift von Roger Kramer-Hanke und seinem perfekt eingespielten Team. Müsste Andreas Vogler morgen zügeln, er würde sich wieder für die Heidelberg Schweiz AG entscheiden.

Einmal mehr hat die Heidelberg Schweiz AG bewiesen, dass sie nicht nur rund um Maschinenbau der

Spitzenklasse ein sicherer Partner ist. Auch als Generalunternehmung für die Planung und Durchführung von Umzugsarbeiten sowie die Revision von Produktionstechnik, die auch Fremdfabrikate berücksichtigt, ist die Service-Organisation von HEIDELBERG in der Branche anerkannt.

Ein Glücksfall

Die Idee, für die Abächerli Media AG einen neuen Standort zu suchen, stammt aus dem Jahr 2022. Für Geschäftsführer Roland Schnyder war das 130-jährige Bestehen des Traditionsunternehmens der Moment, um sich über die Zukunft Gedanken zu machen. So stand es damals in einer Medienmitteilung geschrieben. Ein geeignetes Domizil fand Roland Schnyder im damals geplanten Gewerbebau in der Kernmatt. Gewichtigster Vorteil war die Möglichkeit, die gesamte Produktionstechnik auf einer Ebene im Erdgeschoss anzuordnen. Eine durchgehende Fensterfront lässt viel Tageslicht in den Raum eintreten. Dank den sechs Metern Höhe konnte die gesamte Infrastruktur für Klima und Energie, einschliesslich einer Wärmerückgewinnungsanlage, an der Decke aufgehängt werden. Der Bedarf an elektrischer Energie wird teilweise über eine Fotovoltaik-Anlage abgedeckt. Die Anlage ist auf dem Dach des Gebäudes installiert. Deren elektrische Höchstleistung ist 151,47 kWp (Kilowatt-Peak). Roland Schnyder bezeichnet es als «Glücksfall», diesen Standort gefunden zu haben: «Mit dem Umzug und den dazugehörigen Investitionen hat die Abächerli Media AG einen weiteren Meilenstein in der langjährigen Geschichte der Firma gesetzt», hält er fest.

Ferag: solutions intelligentes et flexibles

L'entreprise zurichoise Ferag, principal fournisseur de solutions de convoyage et de traitement des encarts, a profité de sa présence à Düsseldorf pour placer les besoins de ses clients au centre de son stand à la Drupa.

Texte: Philippe Evard – Illustrations: © Ferag

Le nouveau partenariat stratégique entre l'entreprise familiale suisse et MakroSolutions, une société allemande spécialisée dans le convoyage et le traitement des journaux établie à Leipzig, est un élément essentiel de l'alignement de toutes les solutions, produits et services développés par Ferag. Les connaissances spécialisées, désormais encore plus complètes, dans le traitement des produits imprimés sont utilisées spécifiquement pour développer et promouvoir des solutions innovantes, intelligentes, efficaces et flexibles.

Rentabilité optimisée

Une gamme complète d'équipements pour le traitement ultérieur et la production de produits de journaux, de magazines, de produits commerciaux et de collections de publipostage continue d'être proposée à la clientèle. En outre, la gamme de services visant à prolonger la durée de vie des installations et à intégrer des machines, des sous-systèmes et des systèmes complets d'occasion est considérablement élargie. Ferag met toujours l'accent sur la garantie et l'augmentation durable de l'efficacité avec une optimisation de la rentabilité.

L'accent mis sur la modernisation, la viabilité future et la prolongation durable de la durée de vie des systèmes de production se reflète, entre autres, dans les installations exposées sur le stand Ferag. Deux rénovations ont ainsi été présentées, qui sont proposées comme une solution économiquement raisonnable pour prolonger le cycle de vie des machines existantes: rénovation pour les stations d'enroulement et de déroulement Multidisc (MTD) en remplaçant les composants de commande et d'entraînement obsolètes; modernisation de la production de feuilles de couverture (DBH) après emballage pour remplacer les imprimantes à papier thermique existantes par des imprimantes laser disponibles dans le commerce afin de réduire les coûts d'exploitation, de maintenance et de consommables.

Réparation en direct

Ferag se concentre également sur la réparation des composants électroniques défectueux qui ne sont plus disponibles sur le marché. À mesure que la durée de vie des systèmes augmente, ces composants deviennent un

risque majeur et, dans le pire des cas, entraînent des retards et des pannes de production. Lors de la Drupa 2024, une démonstration impressionnante a été organisée sur une table de réparation montrant comment ces composants électroniques sont réparés et entretenus de manière professionnelle par les experts Ferag. L'entreprise suisse apporte ainsi une contribution précieuse à l'exploitation durable et économique des installations existantes.

Les technologies nouvellement développées par Ferag et désormais éprouvées pour le secteur d'activité intralogistique ouvrent également de nouveaux champs d'activité. Elles démontrent comment une valeur ajoutée peut être générée dans les infrastructures et systèmes existants grâce à des approches d'utilisation hybrides intelligentes pour développer de nouvelles sources de revenus. Qu'il s'agisse d'un nouveau système, d'un système d'occasion, d'une rénovation ou d'une réparation, Ferag propose des solutions sur mesure pour maintenir et augmenter l'efficacité et la productivité du traitement des produits imprimés.

Une expertise unique

La société Ferag est leader mondial du marché des systèmes de convoyage et de traitement dans l'industrie graphique depuis plus de 65 ans. Les systèmes de salle de courrier pour petites et grandes séries constituent sa compétence principale. Du conseil à la conception et à la mise en œuvre, elle propose des solutions complètes. Les systèmes à grande vitesse pour le traitement industriel des journaux, des magazines et des produits commerciaux font partie de son portefeuille, tout comme les systèmes pour la finition des produits imprimés. S'ajoute à cela des solutions d'emballage et de palettisation. Le groupe est présent dans une vingtaine de pays et emploie environ 650 personnes dans le monde.



1 Vue aérienne du site de Ferag à Hinwil (ZH).

2 Le tambour d'insertion EasySert permet un rendement net plus élevé et des temps de production réduits.

3 La production d'encarts conçue par Ferag offre une flexibilité maximale dans les salles d'expédition.



Un salon qui a su faire rêver

Avant de se rendre à Düsseldorf, chaque propriétaire ou gérant d'entreprise graphique aura procédé à sa propre évaluation. À tout point de vue: économique, social, technologique... Au final, il faut relever l'enthousiasme et un record des ventes.

Texte : Philippe Evard – Images : Messe Düsseldorf

Tel un rituel immuable, les spécialistes de la branche ont afflué dans la Mecque de l'innovation imprimée dans l'attente ou l'espoir de découvrir les dernières technologies, prêts à être séduits par les bulles d'encre, la technique, les échantillons et d'incroyables possibilités étalées par plus de 1600 exposants. C'est sur ce socle que les rêves se développent et l'on peut être certain qu'ils n'ont pas été déçus. De Heidelberg à Landa, de HP à Koenig & Bauer, les technologies d'impression les plus récentes, les plus avancées et les plus passionnantes de la planète ont été soumises à l'épreuve (que la technologie soit bien réelle ou non). C'est ce qui s'est passé cette année comme lors des précédentes éditions.

Perspectives d'avenir

Au final, la Drupa 2024 a dépassé toutes les attentes. Elle a reçu les meilleures notes des visiteurs du monde entier, qui sont repartis du salon avec de nouvelles idées et des perspectives d'avenir claires. De nombreux contrats et innovations technologiques ont enthousiasmé l'industrie de l'impression et de l'emballage. Citons par exemple la nouvelle coopération entre Heidelberg et

«Nulle part ailleurs il n'est possible d'établir autant de contacts internationaux.»

Canon ou la solution commune présentée par Canon et OneVision. Après onze jours de salon, la Drupa a démontré de manière impressionnante les progrès et les performances de toute une industrie. 1643 exposants de 52 pays ont offert une vitrine d'innovation exceptionnelle dans les halles d'exposition de Düsseldorf et ont enthousiasmé le public professionnel avec des performances inoubliables.

L'internationalité était de 80%, avec un total de visiteurs de 174 pays – un nombre record. Après l'Europe, l'Asie était la plus représentée avec 22%, suivie par l'Amérique avec 12%. L'Asie, l'Amérique latine et la région MENA sont des marchés avec un grand potentiel de





01 Le support papier demeure incontournable.

02 Quelque 170'000 professionnels ont visité les halles de Düsseldorf.

croissance, ce qui s'est reflété dans la présence nettement accrue et dans les carnets de commandes des exposants. De nombreux acteurs clés, tels que Bobst, Canon, Fujifilm, Heidelberg, HP, Horizon, Koenig & Bauer, Komori, Konica Minolta, Kurz et Landa, ont rapporté des contrats bien au-delà de ce qui était attendu. Dans certains cas, les objectifs de vente fixés ont déjà été atteints dès les premiers jours du salon.

Dr. Andreas Plesske, président du comité de la Drupa, a souligné la position exceptionnelle et l'importance de ce salon: «La Drupa est synonyme de nouvelles approches et de nouvelles technologies comme aucun autre salon. Il s'agit non seulement de la plateforme mondiale la plus grande, mais aussi la plus importante pour notre industrie, puisque l'ensemble de l'industrie de l'impression et de la finition se réunit à cette occasion. C'était inestimable pour la génération de nouveautés. Nulle part ailleurs il n'est possible d'établir autant de contacts internationaux du monde entier en si peu de temps et en un seul endroit.»

Niveau élevé de satisfaction des décideurs de la branche

Les exposants ont loué la grande capacité de décision des visiteurs. Ils ont à leur tour attribué la meilleure note à l'offre des 18 halles d'exposition. Environ 96% de tous les visiteurs ont confirmé qu'ils avaient pleinement atteint les objectifs associés à leur visite. La plupart d'entre eux provenaient du secteur de l'imprimerie (plus de 50%), suivi du secteur de l'emballage, dont la part a considérablement augmenté et qui a été considérée comme un moteur de croissance par de nombreux exposants. De nombreux propriétaires de marques connues ont été accueillis sur les stands du salon. Au total, 170'000 professionnels ont participé à cette édition.

La numérisation est un facteur déterminant

La Drupa de cette année s'est concentrée sur l'automatisation avec un fort accent sur l'IA et les flux de travail intelligents, y compris les solutions logicielles. Il est devenu évident que les technologies numériques et analogiques se complètent idéalement et profitent mutuellement l'une de l'autre. Les leaders traditionnels du secteur ont présenté une variété de solutions numériques, tandis que les pionniers du numérique ont intégré des composants conventionnels dans leurs offres. Le thème de la robotique a joué un rôle important dans les halles d'exposition et a illustré le chemin vers l'usine intelligente.

Transformation et croissance

La Drupa a clairement montré que le secteur dispose d'un grand potentiel pour l'avenir, même dans un contexte de nombreux défis, et que les perspectives sont prometteuses. Au cours du dernier exercice, l'industrie mondiale de l'imprimerie a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 840 milliards d'euros (source: Smithers) et se développe selon des dynamiques différentes à travers le monde.

«Lors de la Drupa 2024, nous avons pu constater par nous-mêmes à quel point cette industrie est pertinente et résiliente», résume Sabine Geldermann, directrice de la Drupa. «La communauté est déterminée à tracer





ensemble le cap de l'avenir. L'échange avec des personnes de tous les continents et de tous les secteurs industriels a été extrêmement enrichissant et inspirant. Nous avons pu accueillir environ 50 grandes délégations de différents pays, et de nombreuses associations et organisations actives à l'échelle mondiale ont choisi la Drupa comme cadre idéal pour leurs conférences et réunions de conseil d'administration.

Focus sur les technologies durables

La technologie est la clé pour atteindre les objectifs de développement durable – les exposants de la Drupa l'ont illustré avec de nombreux développements pratiques et des solutions concrètes. La priorité absolue est l'efficacité des ressources et la voie vers une économie circulaire fonctionnelle. En outre, le point de contact sur la durabilité de l'Association allemande de l'ingénierie mécanique et des équipements a présenté l'état actuel de la technique, présenté les meilleurs cas et donné une vision approfondie de l'avenir d'une industrie graphique durable.

Transfert de connaissances

Le vaste programme de soutien avec ses cinq forums spéciaux de premier ordre Drupa Cube, Drupa Next Age (dna) ainsi que les points de contact emballage, textile et durabilité a été très bien accueilli. À une époque de changement constant et de nouveaux modèles commerciaux qui en résultent, ils ont assuré un transfert intensif de connaissances et fourni des conseils importants. En collaboration avec ses partenaires, la Drupa s'est appuyée sur une expertise sectorielle impressionnante et sur les thèmes d'avenir de ses groupes cibles. Des visites guidées sur différents sujets clés ont complété l'expérience du salon. Signalons encore que la prochaine édition est prévue en 2028.



- 1** L'édition 2024 a remporté l'enthousiasme des visiteurs et des exposants.
- 2** Les objectifs de vente fixés ont déjà été atteints dès les premiers jours du salon.
- 3** Cinq forums spéciaux ont favorisé et soutenu le transfert des connaissances.

Samson Druck wählt hybrides Produktionssystem von Heidelberg

Ab Ende Jahr wird die österreichische Samson Druck GmbH auf einer Speedmaster XL 106 mit 21k der neuen Peak Performance Generation von HEIDELBERG produzieren, gefolgt von einem industriellen Bogen-Inkjet-System Jetfire 50 im ersten Quartal 2025. Die KI-gestützte Software Prinect Touch Free wird den hybriden Produktions-Workflow komplett automatisch steuern und entscheiden, welches der effizienteste Produktionsweg ist.

Text und Bild: Heidelberger Schweiz AG

Die Samson Druck GmbH (Samson Druck) zählt zu den leistungsfähigsten Druckereien Österreichs. Etwa 7000 Tonnen Papier durchlaufen den Produktionsbetrieb jedes Jahr. Das entspricht etwa 80 Millionen Bogen im B1-Format. Jetzt will Samson Druck die Leistungsfähigkeit weiter stärken. Das Familienunternehmen mit Sitz in St. Margarethen im Lungau hat entschieden, den Weg in die Zukunft mit der Heidelberger Druckmaschinen AG (HEIDELBERG) zu gehen. Der umfassende Integrations- und Serviceansatz von HEIDELBERG hat im Wesentlichen zu dieser Entscheidung geführt.

Speedmaster XL 106 ersetzt 18 ältere Druckwerke

Gegen Ende des Jahres wird Samson Druck eine neue Speedmaster XL 106-10-P mit 21k (Produktionsgeschwindigkeit: 21 000 Bogen pro Stunde) in Betrieb nehmen. Das Zehnfarbenbogenoffsetsystem ist Österreichs erste Maschine der neuen Peak Performance Generation, wie HEIDELBERG sie auf der Drupa 2024 vorgestellt hat, und wird eine kürzlich verkaufte 4/4-Farbenmaschine und eine ausgehende 5/5-Farbenmaschine eines anderen Fabrikats ersetzen. Zwecks Qualitätssicherung ist die neue Speedmaster XL 106 nach dem fünften und nach dem zehnten Druckwerk durch Inspection Control 4 ausgestattet. Fehlerhafte Bogen werden über Hochleistungskameras erkannt und im Auslagestapel durch das automatische Einschleusen eines Streifens gekennzeichnet.

Prinect Touch Free entscheidet über effizientesten Produktionsweg

Parallel zur neuen Bogenoffsetmaschine hat Samson Druck bei HEIDELBERG eine Jetfire 50 bestellt. Die Lieferung der B3-Bogen-

Inkjet-Maschine ist für das erste Quartal 2025 vorgesehen. Dank des Schritts in das industrielle Highspeed-Inkjet-Verfahren will Samson Druck dem Markt vom individualisierten Kleinauftrag bis zum Grossauftrag das ganze Auflagenspektrum in Premium-Qualität anbieten können. Treiber der Investition in hochmoderne Bogenoffset- und Inkjet-Technologie von HEIDELBERG sind das Serviceversprechen sowie das neue integrierte Hybrid-System, das mit der Jetfire 50 den industriellen Digitaldruck mit dem Peak Performance Angebot im Bogenoffset kombiniert. Den hybriden Workflow wird Samson Druck über den Prinect Production Manager steuern. Das KI-gestützte Modul Prinect Touch Free wird die Produktion komplett automatisieren, alle möglichen Layouts eigenständig berechnen und iterativ auf den gesamten Auftragsbestand bezogen entscheiden, welches Verfahren (Offset- oder Digitaldruck) der effizienteste und kostengünstigste Produktionsweg ist.

«Durch die Integration von Offset und Inkjet in eine einheitliche Workflow-Steuerung gewinnt Samson Druck ein Höchstmass an Flexibilität und Wirtschaftlichkeit», sagt Dr. David Schmedding, Vorstand Technologie und Vertrieb bei HEIDELBERG. Intelligente, selbstlernende Software wird Prozesse vollautomatisch steuern, die Produktionsabläufe beschleunigen und die Anzahl manueller Eingriffe (Touch Points) auf ein Minimum reduzieren. Am Leitstand Prinect Press Center XL 4 der Speedmaster XL 106 sind alle Informationen für eine autonome Produktion im Push-to-Stop-Betrieb verfügbar.

Cradle to Cradle: Ein Alleinstellungsmerkmal

Samson Druck wird heute von Markus Ramsbacher und Lisa Frost in der dritten



Generation geführt. Der Inhaber Gerhard Aichhorn unterstützt seine Tochter und seinen Neffen weiterhin mit Rat und Tat. Er beruft sich dazu auf seine fast 40 Jahre Erfahrung als Geschäftsführer von Samson Druck.

In den 45 Jahren seines Bestehens hat sich das Unternehmen als Anbieter hochwertiger Druckerzeugnisse in Österreich und im angrenzenden Ausland einen herausragenden Namen erarbeitet. Neben heimischen Grossunternehmen zählt Samson Druck viele international renommierte Konzerne zu den Kunden. Der Produktionsbetrieb ist vollstufig aufgestellt. Von Büchern über Magazine, Kataloge, Broschüren bis zum versandbereiten Mailing reicht das Portfolio.

Nachhaltige Produktionsprozesse sind für das Führungstrio und die rund 110 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine Herzensangelegenheit. Erst kürzlich wurde die Cradle-to-Cradle-Zertifizierung auf Stufe Silber erfolgreich absolviert und damit ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen. «Nachhaltigkeit ist ein Leitgedanke unseres



02



01

01 Bereit für eine neue strategische Partnerschaft: Gerhard Aichhorn (Mitte), flankiert von seiner Tochter Lisa Frost und seinem Neffen Markus Ramsbacher, sowie Dr. David Schmedding, Vorstand Technologie & Vertrieb bei HEIDELBERG (links), und Roland Spatt, Geschäftsführer HEIDELBERG Austria.

02 Dank des Schritts in das industrielle Highspeed-Inkjet-Verfahren von HEIDELBERG will Samson Druck dem Markt vom individualisierten Kleinauftrag bis zum Grossauftrag das ganze Auflagenspektrum in Premium-Qualität anbieten können.

03 Bei Samson Druck wird in der Weiterverarbeitung fast ausschliesslich auf Falzmaschinen der Stahlfolder-Baureihe produziert.

04 Samson Druck wird achtzehn Druckwerke eines anderen Fabrikats durch eine Speedmaster XL 106-10-P mit 21k der neuen Peak Performance Generation ersetzen.



03

Foto: Kathrin Buschmann Fotografie/Samson Druck



04

Unternehmens und tief in der DNA von Samson Druck verankert», wie Lisa Frost es formuliert. Der Markt anerkennt und honoriert das Engagement.

Das Ziel: gesteigerte Ablaufqualität

«Das Gesamtsystem für einen hybriden Workflow hat unsere Entscheidung, mit HEIDELBERG eine strategische Partnerschaft einzugehen, massgeblich bestimmt», sagt Gerhard Aichhorn. Im Kern geht es darum, die Prozesse vom Auftragseingang bis zum Versand des Endprodukts noch effizienter zu gestalten als bisher. In diesem Zusammenhang spricht Markus Ramsbacher von einer «gesteigerten Ablaufqualität».

HEIDELBERG wird Samson Druck darin unterstützen, dieses Ziel zu erreichen. Neben hocheffizienter, integrierter Produktionstechnik im Offset- und Inkjet-Verfahren ist HEIDELBERG in der Lage, den Kunden mit dem geeigneten Verbrauchsmaterial, einschliesslich der Tinten für die Jetfire 50, zu versorgen. Zudem steht Samson Druck mit HEIDELBERG Austria eine starke Serviceorganisation mit einem exzellenten Support auf allen Produktionsstufen zur Seite. Die hohe Qualität der Serviceleistungen ist bekannt; bei Samson Druck wird in der Weiterverarbeitung fast ausschliesslich auf Falzmaschinen der Stahlfolder-Baureihe produziert.

Ein Vertrauensbeweis

Die Entscheidung von Samson Druck, den Fortgang gemeinsam mit HEIDELBERG zu bestreiten, zeugt von einem starken Vertrauen. Nie zuvor wurde mit Bogenoffset- oder Digitaldrucktechnik dieses Herstellers gearbeitet. Jetzt ersetzt das Familienunternehmen in kurzer Folge achtzehn Druckwerke durch zehn Speedmaster-Werke neuester Generation von HEIDELBERG. Roland Spatt, Geschäftsführer von HEIDELBERG Austria, nimmt die Herausforderung gerne an: «Wir sind guter Dinge, die gestellten Aufgaben zu meistern und mit der neuen Produktionstechnik die Produktivitäts- und Qualitätsziele, die sich Samson Druck gesteckt hat, zu erreichen», betont er.

Ein «heisser Herbst»

Pünktlich zum Herbst haben die GAV-Verhandlungen begonnen. Doch das ist nicht alles: unsinnige Aussenwerbeverbote treiben den Verband um, und für die Mitglieder gibt es eine «grüne Box».

GAV-Verhandlungen haben begonnen

In Bern trafen sich am 4. September die Verhandlungsdelegationen von syndicom/Syna und viscom. Ziel der Gespräche ist ein neuer Gesamtarbeitsvertrag für die Branche, der ab 2025 nahtlos den bestehenden GAV ablösen soll.

Am ersten Tag stellten sich die beiden Verhandlungsdelegationen gegenseitig vor, man besprach die allgemeine Konjunkturlage und die Branchensituation. Anschliessend erfolgte eine Beurteilung des laufenden GAV aus der Sicht von syndicom/Syna und viscom. Im Vorfeld der Verhandlungen hatten die beteiligten Arbeitnehmer- und Arbeitgeberorganisationen ihre Mitglieder zu den angestrebten Forderungen befragt. Die daraus entstandenen Forderungskataloge wurden von den Delegationsleitern, Michael Moser, Zentralsekretär syndicom, und Beat Kneubühler, Direktor viscom, vorgelesen und erläutert. Anschliessend erfolgte eine erste Diskussion mit Nachfragen und Präzisierungen. Die Standpunkte sind klar, die Diskussion verlief sachlich. Beide Seiten betonten zum Abschluss des ersten Verhandlungstages den Willen, eine gemeinsame Lösung zu finden. Die nächste Verhandlungsrunde erfolgt am 9. Oktober in Bern. Am 30. Oktober und am 25. November sind weitere Verhandlungstermine vorgesehen. Vonseiten viscom wurde festgehalten, ein erfolgreiches Verhandlungsergebnis bis Ende Oktober anzustreben. Kommt es zu einer Einigung, müssen die Verhandlungsergebnisse den Mitgliedern von syndicom/Syna und viscom zur Abstimmung vorgelegt werden.

Aussenwerbeverbot: ideologischer Starrsinn

Jüngste Entwicklungen wie der Vorstoss des Stadtparlaments von Bern, der ein weitgehendes Verbot kommerzieller Aussen- und

Plakatwerbung anstrebt, zeigen deutlich die Richtung auf, in die die Regulierung der Werbebranche gehen könnte. Parallel dazu gewinnen Diskussionen um Werbeverbote für bestimmte Produkte, wie solche mit hohem Zucker-, Fett- oder Salzgehalt, zunehmend an Bedeutung. Diese Ideen hätten weitreichende Konsequenzen für alle Unternehmen, die im Bereich der Aussenwerbung tätig sind. Als Dachverband der grafischen Industrie sehen wir diese Entwicklungen mit grosser Besorgnis und mit Unverständnis.

Unter dem Deckmantel der Sorge rund um den Klimawandel verfolgen grüne Kommunisten, Jungsozialistinnen und Öko-Marxisten das Ziel, den Kapitalismus abzuschaffen und die freie Marktwirtschaft mit einer roten Öko-Planwirtschaft zu ersetzen. Harte Worte? Nein, die Realität: Die Politiker:innen, welche die Motion im Berner Stadtparlament forcierten, gehören den Juso, der PdA, der AL und den Grünalternativen an. In anderen Städten sind es die gleichen politischen Kreise, die solche Forderungen stellen. In der Stadt Zürich beispielsweise werden Aussenwerbeverbote so begründet: «Die Bevölkerung braucht keine ständigen Erziehungsbotschaften durch die finanzstarken, zu stetigem Umsatzwachstum gezwungenen marktwirtschaftlichen Akteure. Sie weiss ihre Bedürfnisse gut ohne ständige Manipulationsversuche durch Werbeversprechen zu befriedigen.»

Werbeverbote greifen tief in die unternehmerische Freiheit ein, indem sie den Markt für etablierte Produkte künstlich beschränken. Die Möglichkeit, Produkte zu bewerben und damit neue Märkte zu erschliessen oder sich gegen Konkurrenz zu behaupten, ist ein grundlegendes Element der freien Marktwirtschaft. Die Einschränkung dieser Möglichkeit verzerrt den Wettbewerb und begünstigt etablierte Marktakteure, die bereits eine starke Markenpräsenz haben. Für kleinere Unternehmen, die auf Werbung angewiesen sind, um ihre

Produkte bekannt zu machen, stellt dies eine erhebliche Wettbewerbsverzerrung dar. Gerade für lokale und regionale Anbieter ist Aussen- und Plakatwerbung ein wichtiger Kanal. Rund 60% der in die Aussenwerbung fliessenden Gelder werden von solchen Unternehmen aufgewendet. Ein völliges Verbot der kommerziellen Aussenwerbung würde bedeuten, dass dieses Geld in Zukunft nicht bei Schweizer Aussenwerbungs-Dienstleistern investiert wird, sondern direkt zu Google & Co. fliesst. Faktisch machen sich Kommunistinnen, Jungsozialisten und Öko-Marxistinnen zum Steigbügelhalter der «Oligarchen aus dem Silicon Valley». Und solange sich diese Parteien nicht für ein allgemeines Verbot von Smartphones und Computern einsetzen, führt das zu mehr Energieverbrauch und CO₂-Ausstoss, nicht weniger. Werbeverbote bedrohen nicht nur die grafische Industrie und die Aussenwerbung in der Schweiz, sondern gefährden auch zahlreiche Arbeitsplätze und die Vielfalt der Schweizer Wirtschaft. Eine restriktive Werbepolitik führt langfristig zu einer Schwächung des Wettbewerbs und zu einer Verringerung der Innovationskraft in diesen Branchen. Es ist daher von entscheidender Bedeutung, dass eine ausgewogene, verantwortungsbewusste und wirtschaftsfreundliche Regulierungspolitik verfolgt wird. Aussenwerbeverbote gehören nicht dazu.

Grüne Box für grüne Kampagne

Vor über einem Jahr hat dpsuisse seine Kampagne Printed in Switzerland auf «Grün» gestellt. Die Aktion wurde und wird mit umfassenden Informationskampagnen begleitet. Nun erhalten die Mitglieder ein Kommunikations-Hilfsmittel den «Grün-Aufsteller». Entwickelt von Model, symbolisiert der Display-Steller aus Karton perfekt die Kampagne «Grün». Das Label Printed in Switzerland setzt voll auf Nachhaltigkeit,



Die grüne Box

um die Stärke der Schweizer Druckindustrie zu betonen. Mit überraschenden Botschaften soll die Öffentlichkeit für das ökologische Versprechen der Branche sensibilisiert werden. Dadurch und mit jeder Drucksache, die das Label auszeichnet, steigt auch sein Wert.

Themen sind:

- 22 Gründe, warum Print nachhaltig wirkt
- Kampagnenzeitung «Grün»
- 12 Gründe, im grünen Druckbereich zu bleiben

Neue Schnupper-Aktionen für Firmen und Schüler/-innen!

Um einen spannenden Einblick in die Berufswelt und die mechanisch-technischen Lehrberufe von dpsuisse zu erhalten, führt bei Schülerinnen und Schülern kaum ein Weg am Schnuppern vorbei. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich passenden Kandidierende mit Berufsinteresse sowie engagierte Firmen in der Ausbildung neuer Fachkräfte treffen, erhöht sich immens durch persönliche Empfehlungen.

Diese sollen beidseitig belohnt werden: Empfehler/-innen, welche sich um die Zukunft unserer Branche engagieren und eine/-n Schnuppi aus ihrem Bekanntenumfeld vermitteln, erhalten für jede/-n vermittelte/-n Schnuppi einen 50-Franken-Gutschein ihrer Wahl.

Für die Schnuppis gibt es parallel ebenfalls ein Glückslos ins Berufsleben! Spielerisch können via Rubbellos 4 Berufe kennengelernt und mit der Teilnahme am «Win for Lehre» sogar ein Taschengeld von 100 Franken pro Lehrjahr oder einmalig 400 Franken gewonnen werden.

Les négociations CCT ont commencé

Le 4 septembre, les délégations de négociation de syndicom/Syna et viscom se sont réunies à Berne. L'objectif des discussions est de mettre en place une nouvelle convention collective de travail (CCT) pour le secteur, qui devra remplacer sans interruption l'actuelle CCT à partir de 2025.

Le premier jour, les deux délégations de négociation se sont mutuellement présentées, et la situation économique générale ainsi que celle de la branche ont été discutées. Ensuite, une évaluation de la convention collective de travail (CCT) en cours a été effectuée du point de vue de syndicom/Syna et de viscom. Avant les négociations, les organisations de travailleurs et d'employeurs concernées ont interrogé leurs membres sur les revendications qu'ils souhaitent voir aboutir. Les catalogues de revendications qui en ont résulté ont été présentés et expliqués par les chefs des délégations, Michael Moser, secrétaire central de syndicom, et Beat Kneubühler, directeur de viscom. Cela a été suivi d'une première discussion avec des questions et des clarifications. Les positions sont claires, et la discussion s'est déroulée de manière constructive. À la fin de cette première journée de négociation, les deux parties ont souligné leur volonté de trouver une solution commune. La prochaine séance de négociation aura lieu le

9 octobre à Berne. D'autres dates sont prévues pour les 30 octobre et 25 novembre. viscom a exprimé son souhait d'obtenir un résultat de négociation satisfaisant d'ici la fin octobre. En cas d'accord, les résultats des négociations devront être soumis au vote des membres de syndicom/Syna et viscom.

Une boîte verte pour la campagne VERT

Il y a plus d'un an, dpsuisse a lancé sa campagne Printed in Switzerland en la plaçant sous le signe du « VERT ». Cette initiative a été et continue d'être accompagnée de campagnes d'information complètes. Les membres reçoivent désormais un outil de communication : le « Présentoir VERT ». Développé par Model, ce présentoir en carton symbolise parfaitement la campagne « VERT ».

Le label «Printed in Switzerland» mise entièrement sur la durabilité pour souligner la force de l'industrie suisse de l'impression. Grâce à des messages percutants, le public est sensibilisé à l'engagement écologique du secteur. Ainsi, chaque imprimé portant ce label en augmente la valeur.

Les thèmes sont :

- 22 raisons pour lesquelles l'impression a un impact
- Journal de campagne «VERT»
- 12 raisons de continuer dans le secteur de l'impression verte



Rubellos-Aktion rund um Schnuppis.

Sicurezza sul lavoro

Prendete nota e riservate la data. La partecipazione di un vostro collaboratore, che in futuro si assumerà la responsabilità quale persona di riferimento riguardo alla sicurezza sul lavoro, è importantissima.

Programma:

Quando: Martedì 15 ottobre 2024

Dove: Aula viscom/dpsuisse
Viale Stefano Franscini 25, Bellinzona

Orario: Dalle ore 09:30 alle ore 18:00
(oltre a ½ giornata di audit all'interno di ogni azienda partecipante)

Costo: Offerta speciale per il Ticino:
CHF 500 (invece di CHF 1250)
per le aziende affiliate
CHF 1825 per le aziende non affiliate

Incluso: Corso in italiano

Vi ricordiamo che a livello di legge la sicurezza sul lavoro è obbligatoria in tutte le aziende.

Le aziende con un massimo di 9 collaboratori possono soddisfare i requisiti con una formazione e un audit (come il nostro corso). Le aziende più grandi devono invece dimostrare di possedere un'organizzazione di sicurezza (la soluzione di settore viscom). dpsuisse offre la possibilità ai propri affiliati di adottare una soluzione di settore semplice ma molto efficace. Iscrivetevi

immediatamente tramite mail scrivendo a stefano.gazzaniga@dpsuisse.ch.

Drupa 2024: calo dei visitatori, ma grandi affari

Molti fornitori importanti, come Heidelberg, Canon, HP, KBA, Komori, Ricoh, Konica Minolta e Landa, hanno riferito di aver firmato contratti che hanno ampiamente superato le aspettative. In alcuni casi, gli obiettivi di vendita fissati per la fiera sono stati raggiunti nei primi giorni dall'apertura. Anche gli organizzatori sono stati molto soddisfatti, riuscendo nuovamente a posizionare la Drupa come leader del settore.

Corsi di perfezionamento professionale libero: riservate subito le date

Anche per l'autunno 2024 è stato allestito un programma molto intenso, con vari corsi che spaziano dai poligrafi agli operatori postpress passando naturalmente per i tecnologi dei media. I corsi inizieranno ai primi di settembre; ecco l'invito nel voler promuovere la partecipazione a questi corsi presso i vostri collaboratori e le vostre collaboratrici, programmando con loro le scelte più opportune a dipendenza delle specifiche esigenze. Vi ricordiamo che per i collaboratori e le collaboratrici di aziende affiliate a viscom e le persone sindacalizzate, la partecipazione ai corsi è gratuita. Potete

ricevere ulteriori informazioni sul sito www.syndicom.ch oppure www.helias.ch.

Nuovi orizzonti per le tipografie?

Sì, è proprio così. Al giorno d'oggi si stampa di meno. Anzi, il problema principale con cui siamo confrontati è la non stampa. Pertanto, le tipografie devono riconsiderare la propria posizione. Ma come? È necessario offrire soluzioni complete ai clienti, in grado di risolvere le loro sfide legate all'intera filiera della comunicazione, non solo focalizzandosi sul prodotto stampato. In questo contesto, la parola chiave diventa «differenziazione». Comprendo che non sia un obiettivo facile da raggiungere, ma condurre un'analisi approfondita del proprio mercato di riferimento e delle esigenze dei clienti è un passo cruciale da compiere.

Green printing e sostenibilità

Non ci sono vie d'uscita, il futuro dell'industria grafica sono il green printing e la sostenibilità. Molti clienti richiedono già delle misure inerenti alla sostenibilità. Tuttavia non si dovrà intraprendere questa strada solo per i clienti, ma anche per una convinzione aziendale e soprattutto anche per ottimizzare le proprie risorse. dpsuisse è a vostra disposizione per allestire il report di sostenibilità CSR e sostenervi nelle misure di salvaguardia ambientale. Approfittatene e contattate subito il segretariato.

FOKUS



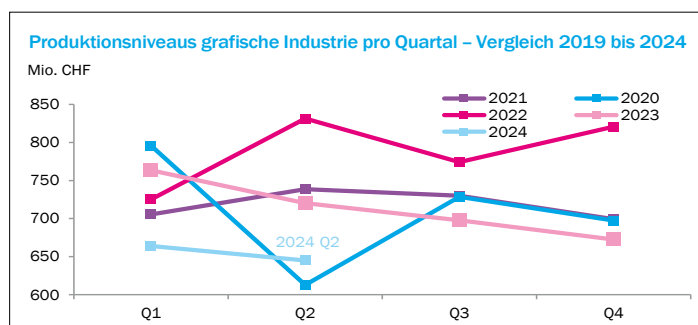
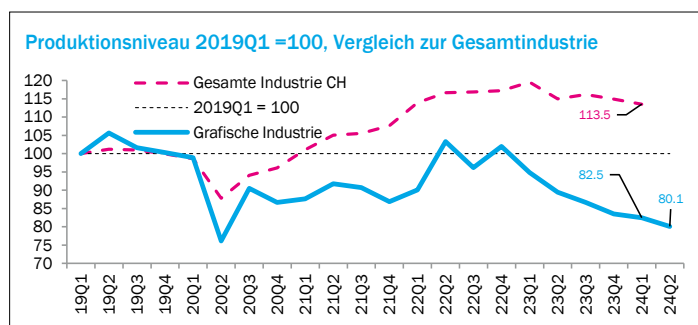
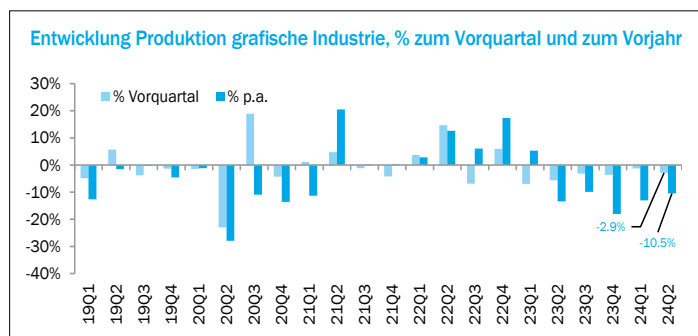
Galliedia

**Wirkungsvolle Medienprodukte –
nachhaltig und ökologisch produziert**
Gut für die Umwelt und gut für den Menschen.



einfach. persönlich. wirkungsvoll.

Aktuelle Lage grafische Industrie – das Wichtigste auf einen Blick



Gemäss dem dpsuisse-Index ist der Gesamtwert der Produktion der grafischen Industrie im zweiten Quartal 2024 um 2,9 Prozent zurückgegangen. Im ersten Quartal hatte der entsprechende Rückgang –1,3 Prozent betragen. Damit hat sich die seit Anfang 2023 durchgehend negative Produktionsentwicklung zuletzt wieder leicht beschleunigt. Im Vorjahresvergleich resultierte im Berichtszeitraum ein Rückgang um 10,5 Prozent.

Das Produktionsniveau betrug im zweiten Quartal rund 645 Mio. CHF. Im zweiten Quartal 2022 – auf der Spitze des zwischenzeitlich verzeichneten Erholungspfad – hatte der Produktionswert der grafischen Industrie noch fast 830 Mio. CHF betragen. Auch verglichen mit dem seit Anfang 2023 wieder schwächeren gesamten Schweizer Industriesektor fällt die Produktionsentwicklung der grafischen Industrie deutlich zurück. So erreichte der Produktionswert der Gesamtindustrie im ersten Quartal 2024 knapp 114 Prozent des Niveaus vor Covid Anfang 2019. In der grafischen Industrie lag die entsprechende Relation zuletzt bei nur noch rund 80 Prozent.

Anhaltender Produktionsrückgang im ersten Halbjahr 2024

Die negative Entwicklung der grafischen Industrie setzte sich im ersten Halbjahr 2024 fort. Gemäss dem dpsuisse-Index erreichte das Produktionsniveau zwischen Januar und Juni 2024 rund 1,3 Mrd. CHF. Das sind 12,7 Prozent weniger als im ersten Halbjahr 2023 und rund 15 Prozent weniger als im ersten Halbjahr 2022.

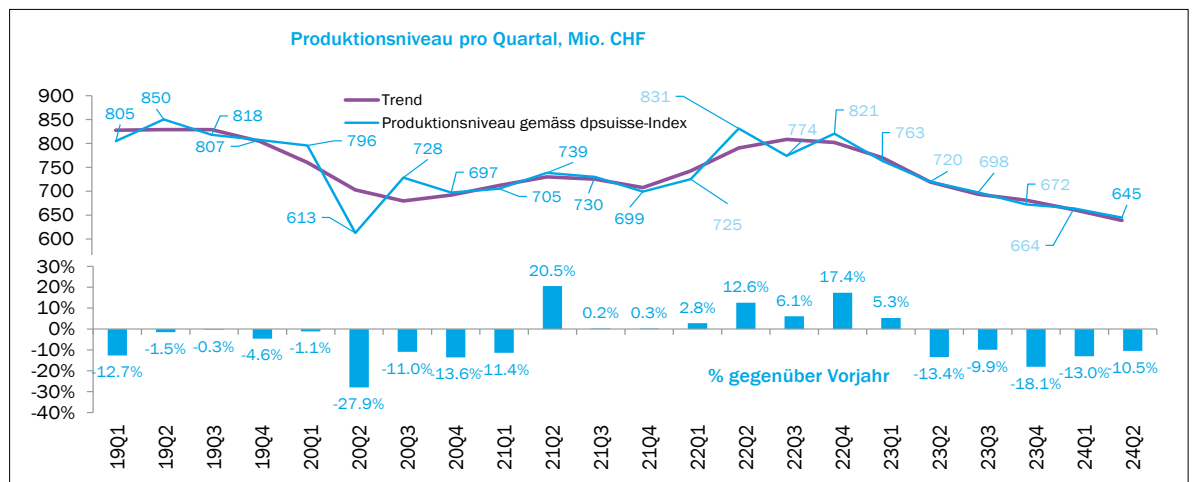
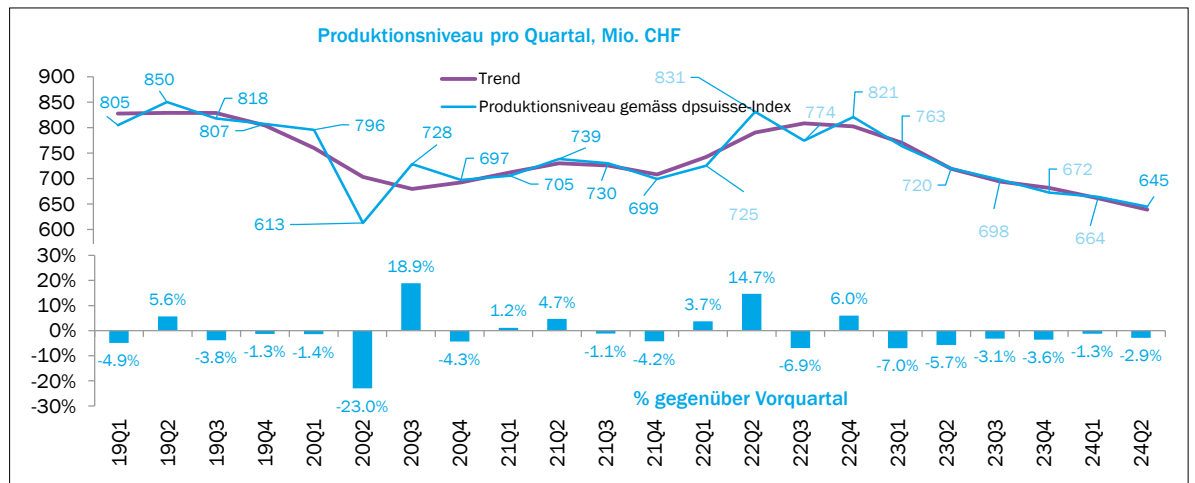
Wenig Anlass zur Hoffnung gibt, dass sich der Produktionsrückgang im konjunktursensiblen Vorquartalsvergleich zuletzt wieder leicht beschleunigte (von –1,3 % im ersten Quartal 2024 auf –2,9 % im zweiten Quartal 2024). Seitens der in den in den dpsuisse-Index einfließenden Teilindikatoren gab sich vor allem der Bruttowerbedruck schwächer als im ersten Quartal. Die zuletzt wieder unsicherere konjunkturelle Lage lässt keine baldige Trendwende zum Besseren erwarten.

Die Arbeitsmarktsituation der grafischen Industrie zeigt sich trotz der schwachen Umsatzentwicklung immer noch robust. Die Arbeitslosenzahlen bewegen sich

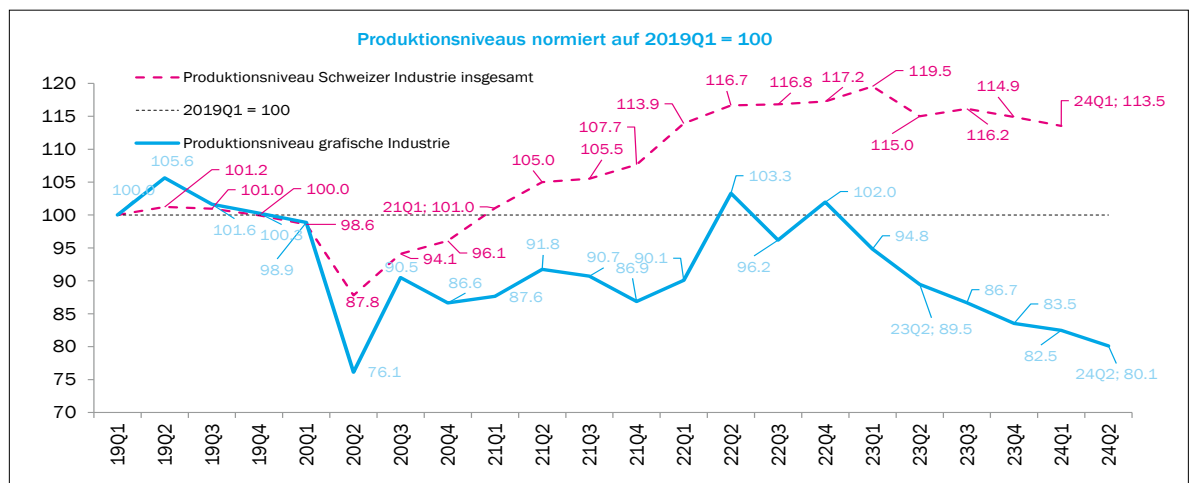
Quellen: BAK Economics; dpsuisse; SECO; Index berechnet auf Basis von Daten von Media Focus, EZV und BFS / Anmerkung: nominal, saisonbereinigte Werte / Angaben zur Kurzarbeit in Relation zur Gesamtbeschäftigung und Gesamtarbeitsvolumen grafische Industrie 2019.

* Für die Grafik wurden die monatlich durch Media Focus erhobenen Daten zum Bruttowerbedruck in CHF von BAK quartalisiert, saisonal bereinigt und auf das erste Quartal 2019 = 100 indiziert.

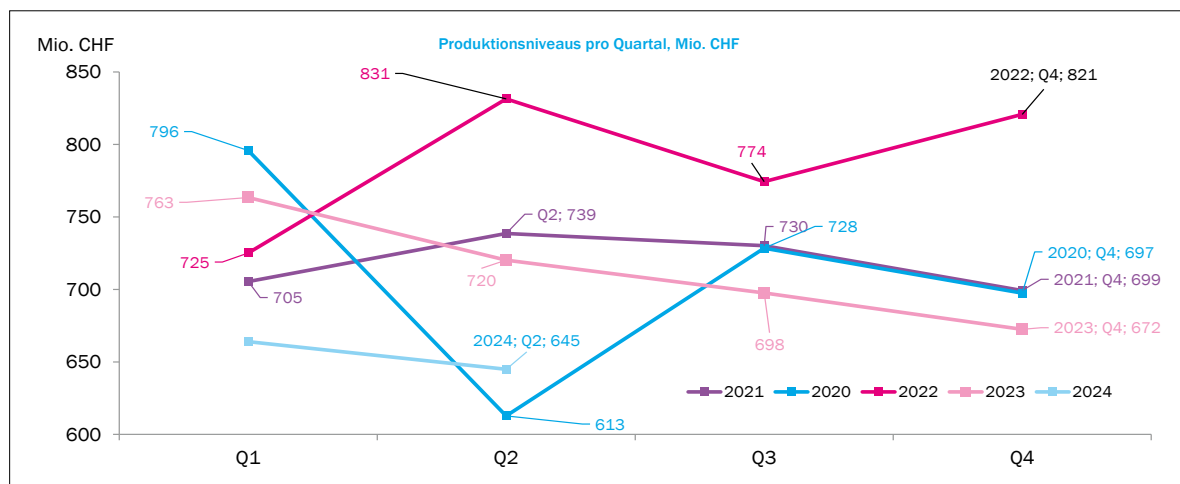
dpsuisse-Index: Nominale Produktionsentwicklung grafische Industrie



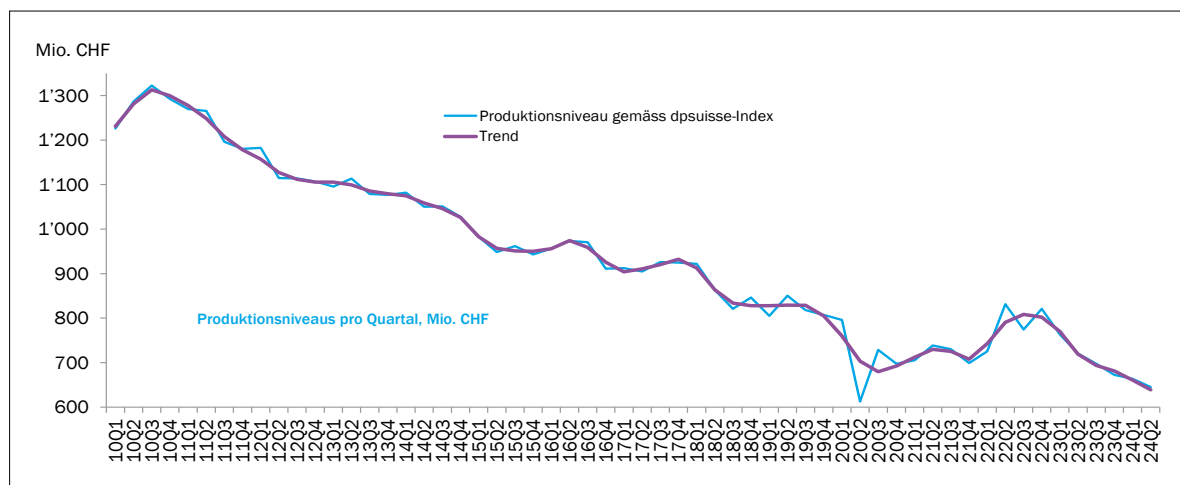
dpsuisse-Index: Produktion grafische Industrie vs. Gesamtindustrie



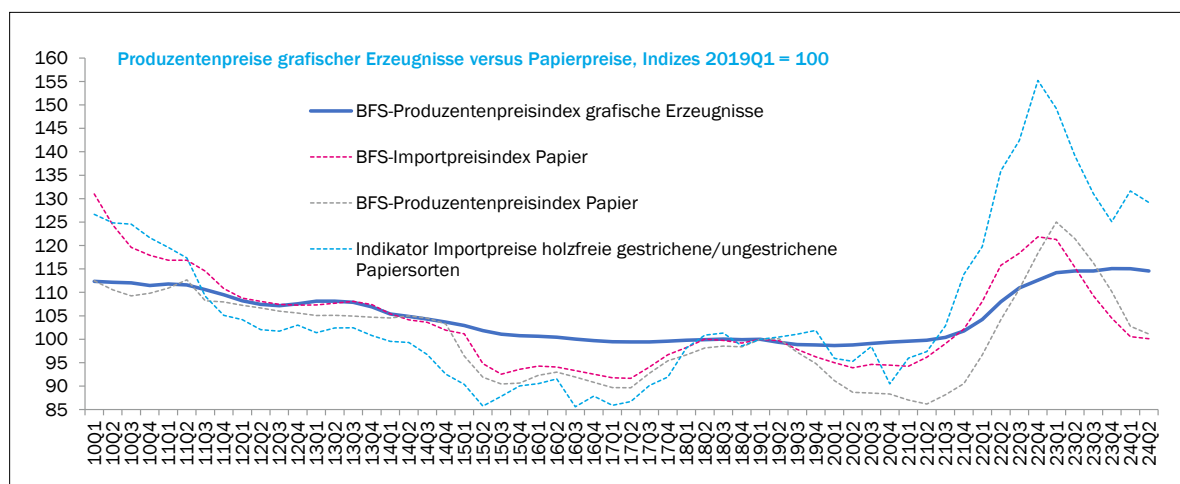
dpsuisse-Index: Quartalsumsätze grafische Industrie – Vergleich 2020 bis 2024



dpsuisse-Index: Produktionsniveaus grafische Industrie im längerfristigen Rückblick



Aktuelle Indikatoren zur grafischen Industrie



im historischen Rückblick nach wie vor auf einem tiefen Niveau. Kurzarbeit war zumindest bis April 2024 kein sichtbares Thema.

Entlastung der angespannten Margensituation lässt bereits wieder nach

Ein gemischtes Bild gibt sich bezüglich der Preissituation. Gemäss den offiziellen Statistiken blieben die Produzentenpreise bei grafischen Erzeugnissen im zweiten Quartal 2024 im Vorjahresvergleich stabil. Die Papierpreise lagen hingegen deutlich unterhalb ihrer Vorjahreswerte.

Der aktuelle Entwicklungstendenzen besser reflektierende Vorquartalsvergleich zeigt aber, dass die mit den wieder tieferen Papierpreisen einhergehende Entlastung der angespannten Margensituation bereits nachlässt. Bei den vom Bundesamt für Statistik erhobenen Produzenten- und Importpreisen für Papier hat sich der Abwärtstrend im zweiten Quartal 2024 bereits deutlich abgeschwächt. Ähnliches gilt mit Blick auf das erste Halbjahr für die Preise holzfreier gestrichener und ungestrichener Papiersorten.

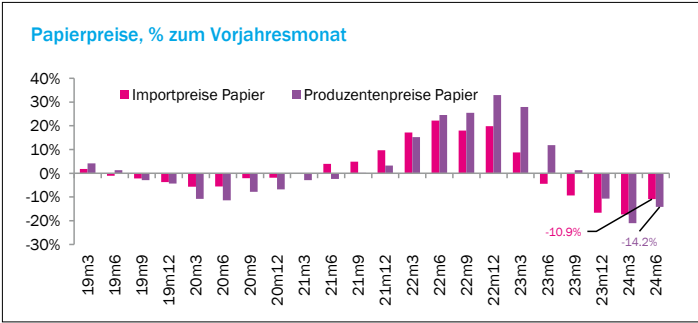
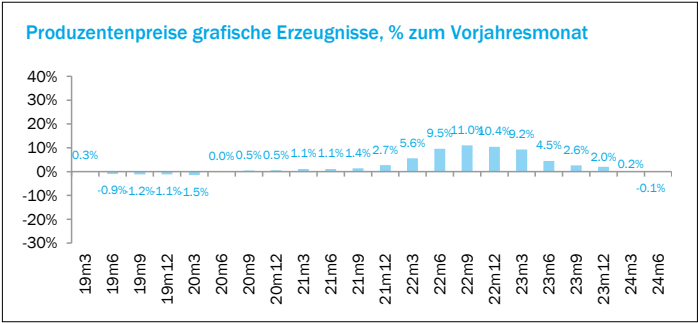
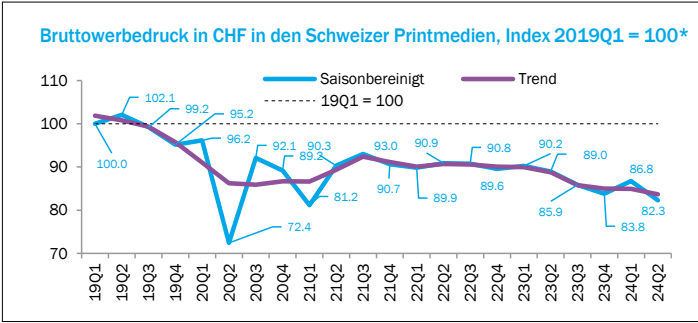
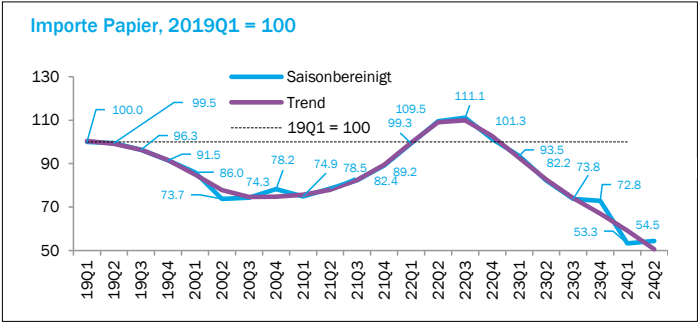
Die während der letzten Monate wieder deutlich gestiegenen europäischen Zellstoff- und Altpapierpreise könnten Vorboten insgesamt wieder spürbar anziehender Papierpreise sein.

Längerfristiger Rückblick

Gemäss dem dpsuisse-Index verzeichnete die grafische Industrie der Schweiz im Jahr 2023 einen nominalen Produktionsrückgang um 9,5 Prozent. Damit fiel das Produktionsniveau wieder ähnlich tief aus wie während der Pandemie-Jahre 2020 und 2021 (rund 2,9 Mrd. CHF p. a.). Der Produktionsrückgang vom Jahr hat 2023 sowohl konjunkturelle als auch strukturelle Ursachen. Mit den auslaufenden Nachholeffekten zur Covid-Pandemie konnten diese wieder deutlich zutage treten.

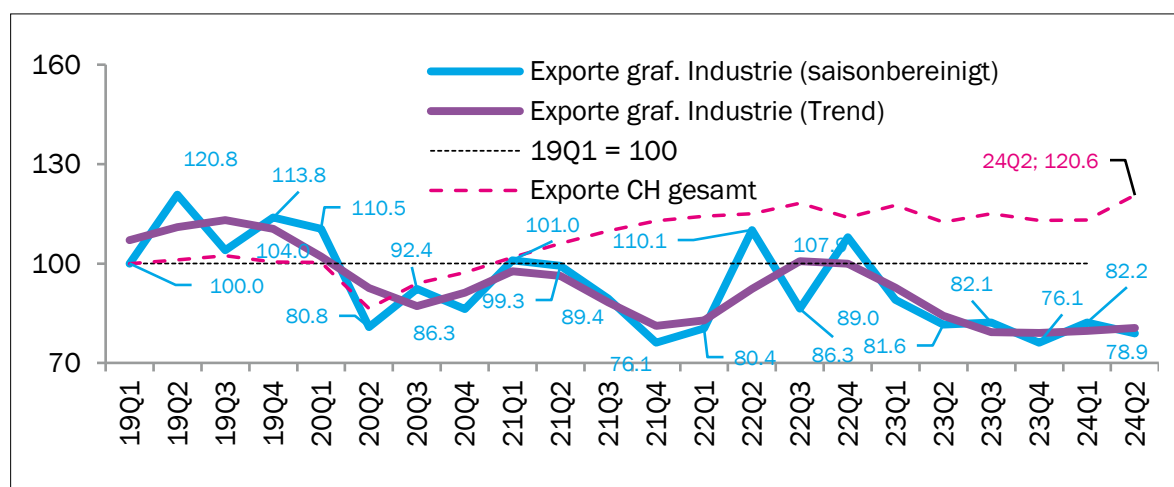
Das Jahr 2022 war für die grafische Industrie noch mit einer kräftigen Erholung des Produktionswertes um knapp 10 Prozent einhergegangen. Das kräftige Umsatzplus war jedoch weniger erfreulich, als es auf den ersten Blick scheint. So wurde die Umsatzerholung 2022 nur zu geringen Teilen durch eine effektiv höhere Nachfrage bei grafischen Erzeugnissen geprägt. Ein Grossteil des 2022 verzeichneten Umsatzwachstums ist auf Preissteigerungen zurückzuführen. Zudem ist die 2022 verzeichnete Zunahme vor dem historischen Einbruch des Jahres 2020 zu relativieren. Der Produktionsrückgang von knapp 14 Prozent war ein zusätzlicher Schock im seit Langem anhaltenden Redimensionierungsprozess. Zwischen den Jahren 2000 und 2019 hat sich das Produktionsniveau der

Aktuelle Indikatoren zur grafischen Industrie



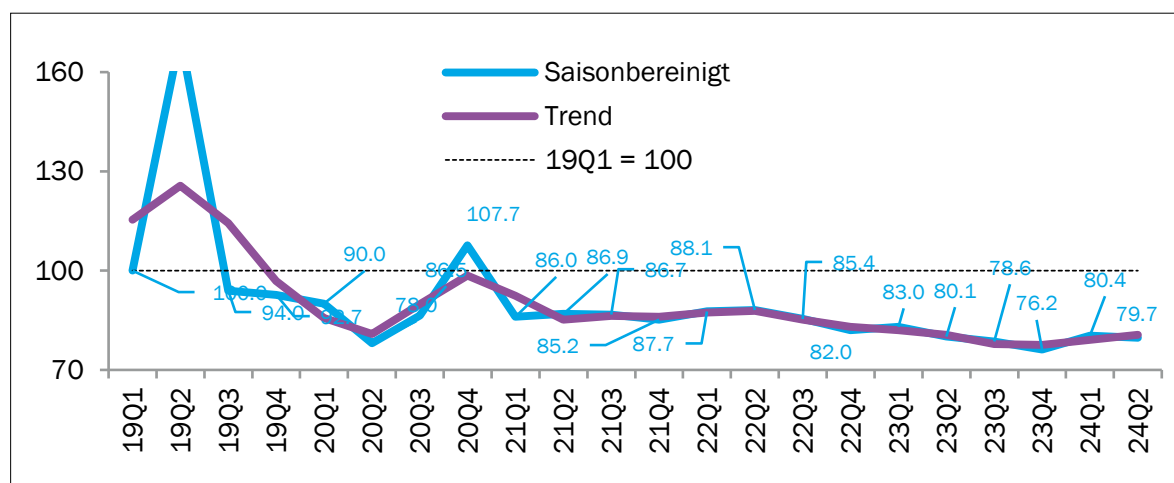
Aktuelle Indikatoren – Aussenhandel mit grafischen Erzeugnissen

Exporte grafischer Erzeugnisse, 2019Q1 = 100



Aktuelle Indikatoren – Aussenhandel mit grafischen Erzeugnissen

Importe grafischer Erzeugnisse Total, 2019Q1 = 100

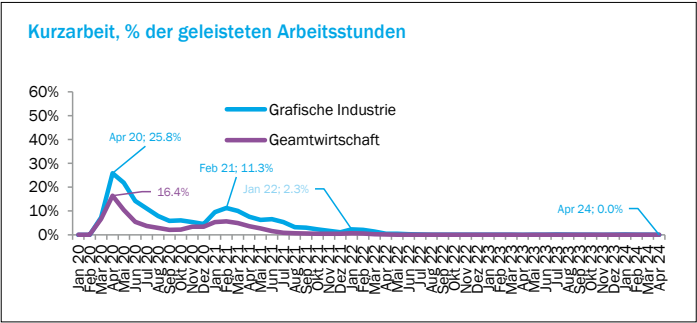
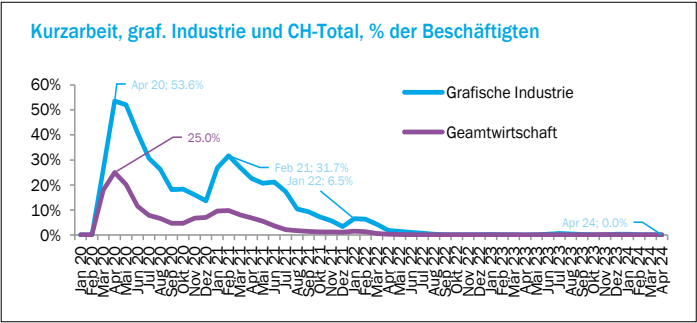
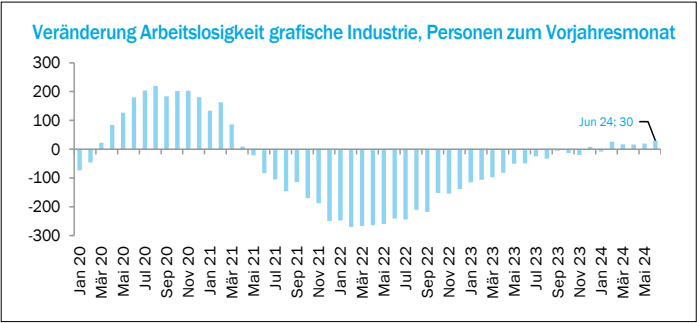
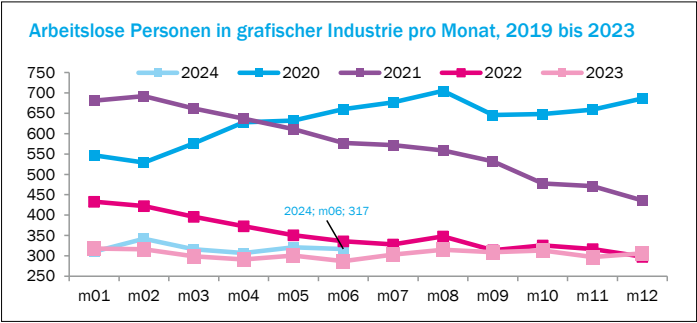


grafischen Industrie mehr als halbiert. Gemessen an der gesamtwirtschaftlichen Produktion ging der Anteil der grafischen Industrie zwischen den Jahren 2000 und 2021 von noch knapp 0,8 auf rund 0,2 Prozent zurück.

Zukunftspotenziale und Herausforderungen

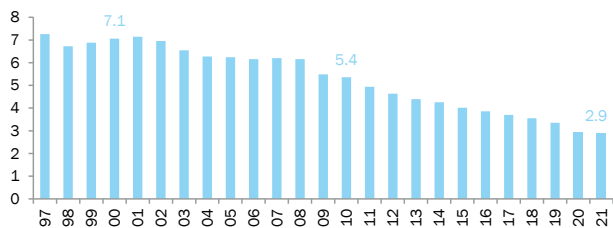
Die Lage bleibt herausfordernd. Kurzfristig gilt dies vor allem mit Blick auf die Gefahr anhaltend hoher Energiepreise und das Risiko einer insgesamt wieder deutlich schwächeren Nachfrage. Die Rentabilitätsprobleme könnten sich damit weiter zuspitzen. So stellt das gegenwärtige Umfeld gerade die grafische Industrie vor besondere Herausforderungen. Die Produktion beim Vorleistungsgut Papier ist sehr energieintensiv. Gleichzeitig besteht eine hohe Preissensibilität bei der Nachfrage nach Printprodukten und Dienstleistungen. Viele Auftraggeber haben nach der schwierigen Wirtschaftsentwicklung der letzten Jahre weniger Ressourcen für grafische Erzeugnisse als vorher und reagieren noch preissensibler. Hinzu kommen die vielfältigen Substitutionsmöglichkeiten durch den Digitalisierungsschub. Der technologische Fortschritt wird den Strukturwandel in der grafischen Industrie weiter verstärken. Die Anpassung der Geschäftsmodelle und die dynamische Marktsituation bleibt essenziell. Entscheidend sind hierbei Mitarbeiter, die über die notwendigen Kompetenzen verfügen. Die Grafische Industrie der Schweiz hat hierauf bereist reagiert und passt neben dem Weiterbildungsangebot auch ihr Angebot in der Grundbildung an die sich verändernden Bedürfnisse an.

Aktuelle Indikatoren Arbeitsmarkt

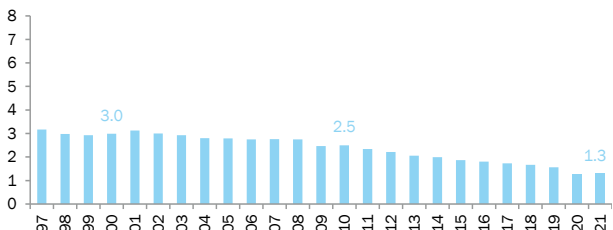


Bruttoproduktion und Bruttowertschöpfung

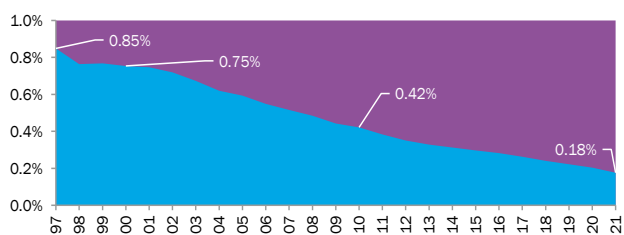
Bruttoproduktionswert grafische Industrie, Mrd. CHF



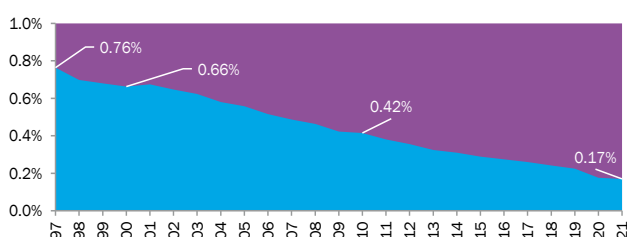
Bruttowertschöpfung grafische Industrie, Mrd. CHF



Anteil Produktion grafische Industrie an Gesamtwirtschaft

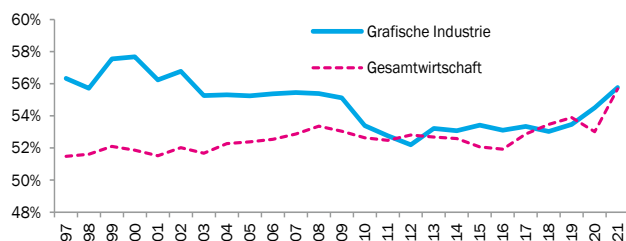


Anteil Bruttowertschöpfung grafische Industrie an Gesamtwirtschaft

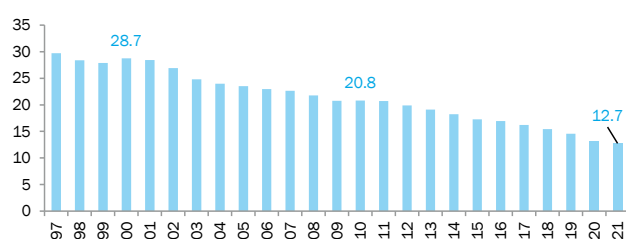


Vorleistungsquote, Beschäftigte und Aussenhandel

Vorleistungsquote in %



Beschäftigte grafische Industrie, Tsd. Personen, Vollzeitäquivalente



Aussenhandel Grafische Erzeugnisse, Mrd. CHF

