

Fujifilm Collaborates with ColorBase to Profile Premium Media for Acuity
See p. 4

Kongsberg Embraces “Maximizing Creativity” with drupa 2024 Booth
See p. 15

Using Automation to Combat Labor Shortages in Postpress Production
See p. 18

Fiery Brings Superpowers to Industrial Print
See p. 40

Canon Demonstrates the Power to Drive Positive Change at drupa 2024 Through Collaborations and Support Initiatives

Canon demonstriert auf der drupa 2024, wie durch Kollaborationen und durch die Unterstützung von Initiativen positiver Wandel vorangetrieben werden kann.

Under the theme of “The Power to Move” and in line with its Kyosei philosophy of living and working together for the common good, Canon (Hall 8a) is showing how it is partnering and collaborating with other businesses to drive positive change in the industry and beyond. Showcasing multiple end-to-end solutions, Canon is working with 25 technology partners to inspire new and better ways of working with innovative business models, application opportunities and new levels of integration. Demonstrating how it is championing the importance of sustainability and nurturing future generations to appreciate the full benefits of print, the company is donating to a variety of different non-profit organisations about 20,000 books, brochures and flyers being produced during drupa for demonstrations.

World Unseen

Within “The Core,” an immersive, multisensory space at the centre of its stand, Canon is demonstrating how print has the power to engage through emotion, and drive business transformation. A central feature in The Core is an adaptation of the recent ‘World Unseen’ exhibition, created for the visually impaired in London in April in cooperation with the Royal National Institute of Blind People (RNIB). Shown in a way that can only be experienced in this format for the eleven days of drupa, it showcases how imagery can be experienced through



touch to tell stories, communicate and to evoke emotion. The technologies behind the elevated prints—the Arizona 2300 FLXflow and PRISMAelevate XL—are also on Canon’s stand, along with further examples of elevated printing. **Continued on Page 2**



People Profile: Jules Van Sant

Jules Van Sant is Chief Inspirational Officer and Partner of Bubble & Hatch, a marketing consulting company based in the Pacific Northwest. The Bubble & Hatch team provided layout design work for the drupa daily publication.

Jules has been part of the graphic production and communications industry for 38 years and counting. Out of college and working in advertising, she “fell” into a large format

sign and screen-printing graphics company and never looked back. From production and operations management to print buying, sales and marketing roles, then association management and business advocacy, she has seen many aspects of the printing industry.

Jules held the position of Executive Director at the Pacific Print Industry Association (PPI) from 2006 to 2018, working with print and graphics companies, schools, and students in seven states. She worked hard to rebuild connections with educators, employers and show the exciting applications of print at career days. **Continued on Page 10**

Continued from Page 1

Print donations

Canon is donating a large proportion of the print samples being produced at drupa to non-profit organizations. Up to 10,000 books related to the UN's Sustainable Development Goals (SDG) will be sent to Africa. The SDG Book Club African Chapter will use these books to encourage children, aged 6 to 12 years, to interact with the principles of the SDGs.

Visitors can also discover more about Topic Heroes, a charity with an online book creation tool that is helping children to enjoy and learn to write. Supported by the Polish-Ukrainian Chamber of Commerce, Canon and finishing partner Meccanotecnica will donate 1,000 Topic Heroes books, with stories created by UK children, to Ukrainian children in need of educational materials.

Girls Who Print networking event

Canon is also hosting a Girls Who Print networking event on the Canon stand in Hall 8a today, Wednesday, 5th June 2024 from 5-6pm. Jennifer Kolloczek, Senior Director, Marketing & innovation, Production Printing, Canon EMEA, will be introducing the event with Deborah Corn of Girls Who Print. Visitors are welcome to attend.

For more information around these and other initiatives supported by Canon Europe, speak with experts in Hall 8a, or visit canon-europe.com/business/insights/events/drupa/. ■

Unter dem Motto „The Power to Move“ und im Einklang mit seiner Firmen-Philosophie Kyosei, Gemeinsam Leben und Arbeiten für das Gemeinwohl, zeigt Canon (Halle 8a), wie das Unternehmen Partnerschaften und Kooperationen mit anderen Unternehmen eingeht, um positiven Wandel in der Branche und darüber hinaus voranzutreiben. Canon präsentiert in Zusammenarbeit mit 25 Technologiepartnern eine Vielzahl von End-to-End-Lösungen und inspiriert mit neuen Formen der Zusammenarbeit, mit innovativen Geschäftsmodellen, neuartigen Print-Anwendungen und tiefergreifenden Integrationen. Um zu zeigen, wie wichtig Nachhaltigkeit ist und wie man zukünftige Generationen für die Vorteile von Print begeistert, kooperiert Canon mit verschiedenen gemeinnützigen Organisationen und spendet etwa 20.000 Bücher, Broschüren und Werbepostersachen, die während der Messe zu Demonstrationszwecken produziert werden.

World Unseen

Im Mittelpunkt des Canon Stands steht "The Core", ein immersiver, multisensorischer Raum, in dem Canon demonstriert, wie Print emotionale Kraft entwickeln kann. Ein zentrales Merkmal von „The Core“ ist eine Adaption der neuen "World Unseen"-Kampagne, die im April in Zusammenarbeit mit dem Royal National Institute of Blind People (RNIB) für Menschen mit eingeschränktem Sehvermögen umgesetzt wurde. Während der elf Tage der drupa wird in einem einzigartigen Format präsentiert, wie Bilder durch Berührung erfahrbar werden. So lassen sich auf einer immersiven Ebene Geschichten erleben und Emotionen wecken. Die dafür eingesetzten Technologien für den taktilen Druck – die Arizona 2300 FLXflow und PRISMAelevated XL – sind auf dem Stand von Canon ausgestellt.

Spenden von Druckerzeugnissen

Canon spendet einen großen Teil der auf der drupa produzierten Druckexemplaren an gemeinnützige Organisationen, um den Drucken nach der Messe ein zweites Leben zu geben. Ca. 10.000 Bücher mit Bezug zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) der Vereinten Nationen werden nach Afrika geschickt. Der SDG Book Club African Chapter wird diese Bücher nutzen, um Kinder im Alter von 6-12 Jahren zu ermutigen, sich mit den Prinzipien der SDGs auseinanderzusetzen.

Besucher lernen auch die Wohltätigkeitsorganisation Topic Heroes kennen, die eine Online-Schreib-Plattform für Kinder betreibt. Diese Organisation hilft Kindern, Freude am Schreiben zu entwickeln. Mit Unterstützung der Polnisch-Ukrainischen Handelskammer spenden Canon und der Nachverarbeitungspartner Meccanotecnica 1.000 Topic Heroes Bücher an ukrainische Kinder, die Unterrichtsmaterialien benötigen.

Girls Who Print Netzwerk Veranstaltung

Canon ist heute, Mittwoch, 5. Juni, von 17–18 Uhr, Gastgeber des Girls Who Print Netzwerks auf dem Canon Stand in Halle 8a. Jennifer Kolloczek, Senior Director Marketing & Innovation Production Printing Canon EMEA, wird die Veranstaltung gemeinsam mit Deborah Corn von Girls Who Print eröffnen. Besucher sind herzlich willkommen.

Sprechen Sie mit Experten über diese und andere Initiativen, die von Canon Europe unterstützt werden, in Halle 8a, oder besuchen Sie canon-europe.com/business/insights/events/drupa/. ■

drupa next age Participant Profile: Aurigma



Hall 7/A02

With over 20 years of experience in web technologies, image processing, and automation solutions for the printing industry, Aurigma continuously develops and implements innovative algorithms and technologies to provide tailored solutions for its customers' tasks and goals. *Mit über 20 Jahren Erfahrung in den Bereichen Web-Technologien, Bildverarbeitung und Automatisierungslösungen für die Druckindustrie entwickelt und implementiert Aurigma kontinuierlich innovative Algorithmen und Technologien, um seinen Kunden Lösungen nach Maß für ihre Aufgaben und Ziele zu bieten.*

The drupa next age special forum opens the doors to innovative ideas, pioneering technologies and up-and-coming talents. Experience at drupa how young talents and start-ups are revolutionizing the print industry. Das Sonderforum drupa next age öffnet die Türen zu innovativen Ideen, wegweisenden Technologien und aufstrebenden Talenten. Erleben Sie auf der drupa, wie junge Talente und Start-ups die Printbranche revolutionieren.



The difference in digital

Our best-in-class inkjet and toner digital presses and imprinting solutions are built on the industry's leading technologies.

So, from the smallest digital presses, to the largest integrated systems, you can trust Fujifilm to help transform your business.



Discover the difference at drupa 2024
Hall 8B, Stand A02

FUJIFILM
Value from Innovation

Fujifilm Collaborates with ColorBase to Profile Premium Media for the Acuity Prime Hybrid

Zusammenarbeit zwischen Fujifilm und ColorBase zur Profilierung von Premium-Substraten für Acuity Prime Hybrid

Fujifilm is proud to announce its collaboration with ColorBase, a renowned smart media profiling business based in Rotterdam, the Netherlands. The partnership will see ColorBase profiling a selection of premium print material to support companies that have invested in the Acuity Prime Hybrid printer.

ColorBase (formerly Color Concepts) uses software to revolutionise how its partners collaborate and test their printed products. It provides colour tools and video content for print service providers to use, helping them to improve their printing performance.

Its proprietary database – 'ColorBase' – and suite of software are redefining printing processes by enabling information to be shared between industry partners, helping to significantly reduce wasted materials, inks and other print resources. This, in turn, creates value for both buyers and sellers of printed materials as they streamline their colour management and designs.

ColorBase is now a key media profiling company that Fujifilm works with to ensure its Acuity printers only work with certified media, ensuring the longevity of the hardware, as well as printers' performance and output. This gives Fujifilm's customers the peace of mind that their Acuity printers will provide excellent colour conformity with minimal effort. Furthermore, in the future, customers will be able to download a number of profiles related to specific Acuity machines on a number of certified media, which means they can avoid the material wastage that typically happens when they add a new printer to their fleet of machines.

The partnership between Fujifilm and ColorBase is an exciting one for the industry. It brings together smart colour management



and media profiling, as well as ink and print technology expertise to enhance and future proof their customers' businesses.

Chelsea Carter, Marketing Manager Wide Format HQ, comments: "Fujifilm is very excited about this collaboration. We look forward to seeing how it helps our customers to maximise their potential, innovation and growth."

Marco Roos, CEO and Founder of ColorBase, adds: "We are thrilled to bring our profiling expertise to the new Acuity Prime Hybrid platform by Fujifilm – an expert in manufacturing inks and printing technologies. Sharing printer profiles that streamline PSPs' colour management and reduce waste is one of our core missions, and tracking material performance on this new print platform helps us to build the digital foundation for a smarter printing industry. We are honoured to collaborate with Fujifilm and look forward to a bright future together." ■

Fujifilm gibt seine Zusammenarbeit mit dem renommierten Rotterdamer Anbieter intelligenter Substratprofile ColorBase bekannt. Im Rahmen der Partnerschaft wird ColorBase

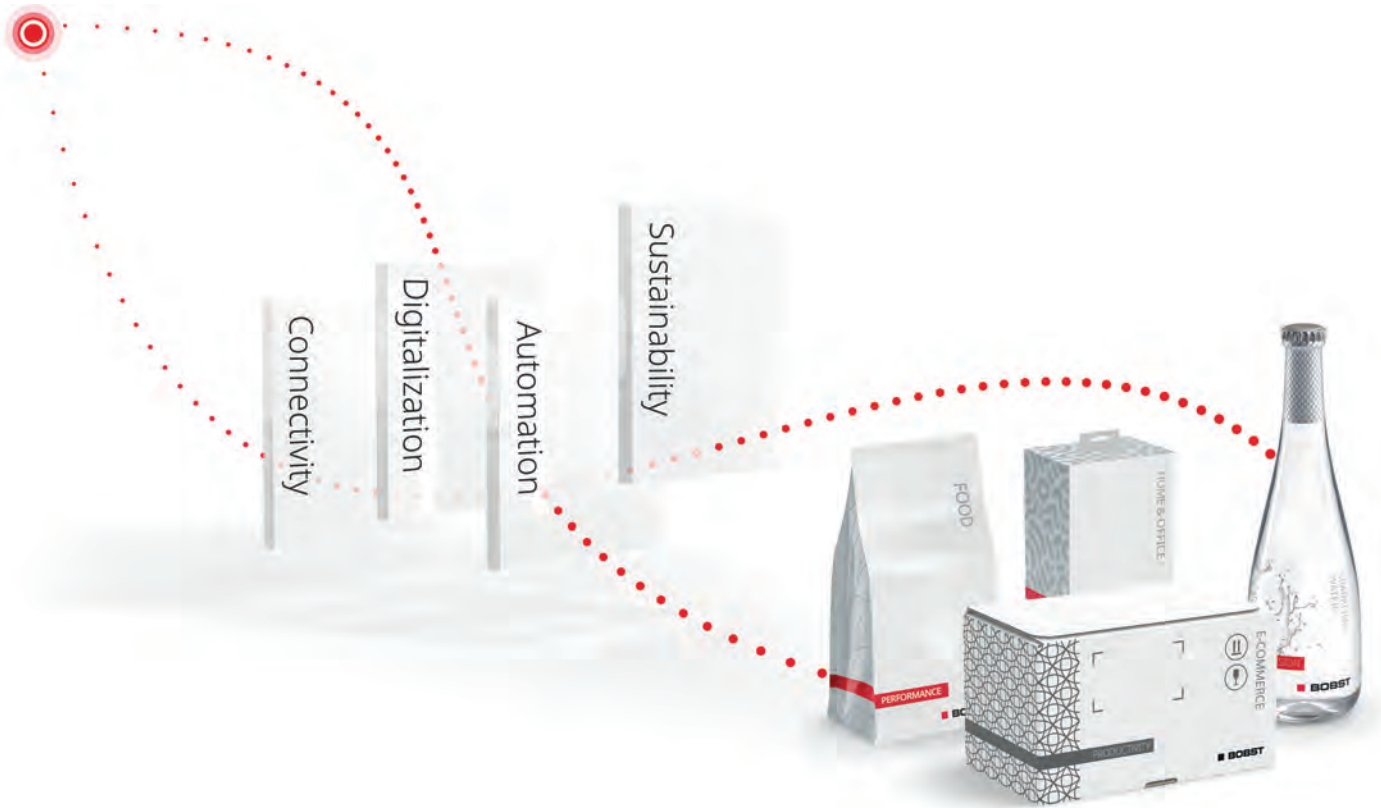
Profile für Premium-Druckmaterialien für Unternehmen erstellen, die in die Acuity Prime Hybrid investiert haben.

ColorBase (ehemals Color Concepts) revolutioniert mithilfe von Software die Zusammenarbeit und Prüfung von Druckerzeugnissen durch seine Partner. Das Unternehmen hilft Druckdienstleistern mit Farbtools und Videoinhalten bei der Verbesserung ihrer Druckleistung.

Die firmeneigene ColorBase-Datenbank und die zugehörige Software ermöglichen den Informationsaustausch zwischen Industriepartnern und tragen zu einer drastischen Reduzierung der Verschwendung von Substraten, Druckfarben und anderen Druckressourcen bei. Käufer und Verkäufer von Druckerzeugnissen profitieren durch die Rationalisierung des Farbmanagements und Designs von einem Mehrwert.

Zusammen mit dem renommierten Profilanbieter stellt Fujifilm nun sicher, dass die Druckmaschinen der Acuity-Reihe nur mit zertifizierten Substraten betrieben werden und so eine lange Maschinenstandzeit und eine gute Druckleistung gewährleistet sind. Fujifilm-Kunden haben die Gewissheit, dass ihre Acuity mit minimalem Aufwand eine

Shaping the future of the packaging world



Connect with **BOBST**
at drupa

Hall 10 / Booth B-30

Experience the leading innovations that are **shaping the future of the packaging world** while powering performance with digitalization & expertise in four industries – **flexible packaging, folding carton, corrugated board and labels.** Come and visit us at drupa24 from May 28 to June 7.

Continued from page 4 hervorragende Farbkonformität liefert. Darüber hinaus können Kunden künftig Profile für spezifische Acuity-Modelle und zertifizierte Substrate herunterladen und vermeiden so die normalerweise bei der Inbetriebnahme einer neuen Druckmaschine entstehende Materialvergeudung.

Die Partnerschaft zwischen Fujifilm und ColorBase ist eine gute Nachricht für die Branche. Durch sie tragen intelligentes Farbmanagement und präzise Profilerstellung im Verein mit Sachverstand rund um

Druckfarben und Drucktechnik dazu bei, das Geschäft der Kunden zu verbessern und zukunftssicher zu machen.

Chelsea Carter, Marketing Managerin Wide Format HQ, kommentiert: „Fujifilm ist begeistert über diese Zusammenarbeit. Wir freuen uns darauf zu sehen, wie unsere Kunden mit ihrer Hilfe ihr Potenzial, ihre Innovationsleistung und ihr Wachstum maximieren.“

Marco Roos, CEO und Gründer von ColorBase, fügt hinzu: „Wir freuen uns sehr, unser Know-how im Bereich der Profilerstellung in die neue Acuity Prime Hybrid von Fujifilm, einem Spezialisten

für Druckfarben und Drucktechnik, einzubringen. Die Kommunikation von Druckmaschinenprofilen zur Rationalisierung des Farbmanagements und zur Verringerung des Abfallaufkommens gehört zu unseren wichtigsten Zielen und anhand der Analyse der Materialeistung auf der neuen Druckmaschine können wir die digitale Basis für eine intelligentere Druckindustrie schaffen. Wir fühlen uns geehrt, mit Fujifilm zusammenzuarbeiten, und freuen uns auf eine gute gemeinsame Zukunft.“ ■

ZIPPER'S DAILY BLACK PRINT



BY BERND ZIPPER

Day 9: Boring! Software! My goodness ...

Software! It's all about software! Without software, nothing works in a modern printing company, absolutely nothing. From the MIS (known as an ERP system by professionals), to the shop and web-to-print application, to the workflow. Anyone who still relies on the famous "sneaker workflow" is either in a museum (recommendation! Hall 14/C70: Gutenberg Stiftung) or on the last island of the blessed. I am particularly impressed by providers who have established themselves over the years with new, fresh concepts: Multipress from **Dataline** (7a/C03) or **Omikai**, who are represented as partners at the **Ultimate Tech** stand (8b/A31). Systems that I was just dreaming about 10 years ago. But also newcomers such as **Obility** (7a/A03)—a company that has made a name for itself in the web-to-print sector in German-speaking countries and is now launching its own ERP solution for the first time. The ERP industry's grand mogul **eProductivity Software** (7a/E03) is showing several solutions at its stand and has a cloud ERP solution in the form of **Nubium**. This is probably a

response to the **Keyline** system (unfortunately not represented at the trade fair)—which has become increasingly popular in recent years. These are all solutions that a modern manager should have seen! Why? It's simple: these systems rethink organisation and, to some extent, even the (annoying) topic of calculation. So: go and learn, because if you really want to digitise, then you need structured data and a system that takes your company to the next level of digitalisation. In this sense: see you tomorrow!

With this in mind: See you tomorrow! ■

Bernd Zipper, CEO of zipcon consulting, is a consultant, podcaster, blogger, speaker and chairman of the Initiative Online Print e.V.. Insiders say that you can always meet him in person at the Steuber booth in the outdoor area of hall 4 at around 4 p.m. during drupa.

Software! Es geht um Software! Ohne Software läuft in einer modernen Druckerei nichts, gar nichts. Angefangen vom MIS (von Profis ERP-System genannt), über die Shop- und Web-to-Print-Anwendung bis hin zum Workflow. Wer heute noch auf den berühmten „Turnschuhworkflow“ setzt, ist entweder in einem Museum (Empfehlung! Halle 14/C70: Gutenberg Stiftung) oder auf der letzten Insel der Glückseligen. Mir fallen vor allem Anbieter auf, die sich über die Jahre mit neuen, frischen Konzepten durchgesetzt

haben: Multipress von **Dataline** (7a/C03) oder auch **Omikai**, die als Partner auf dem Stand von **Ultimate Tech** (8b/A31) vertreten sind. Systeme, von denen ich vor 10 Jahren noch geträumt habe. Aber auch „Newcomer“ wie **Obility** (7a/A03)—ein Unternehmen, das sich im deutschsprachigen Raum im Web-to-Print-Sektor einen Namen gemacht hat, und erstmals mit einer eigenen ERP-Lösung an den Start geht. Der ERP-Großmogul der Branche **eProductivity Software** (7a/E03) zeigt gleich mehrere Lösungen am Stand und hat mit **Nubium**, eine Cloud-ERP-Lösung parat. Wohl eine Antwort auf das (leider nicht auf der Messe vertretene) System **Keyline**—das in den letzten Jahren immer beliebter wurde. Alles Lösungen, die man als moderner Manager:in gesehen haben sollte! Warum? Ganz einfach: Diese Systeme denken Organisation und zum Teil sogar das (leidige) Thema Kalkulation neu. Also: Hingehen und lernen, denn wenn man wirklich digitalisieren möchte, dann geht das nur mit strukturierten Daten und einem System, das ein Unternehmen auf die nächste Evolutionsstufe der Digitalisierung hebt.

In diesem Sinne: Bis morgen! ■

Bernd Zipper, Geschäftsführer von zipcon consulting, ist Berater, Podcaster, Blogger, Speaker und Vorsitzender der Initiative Online Print e.V.. Insider sagen, dass man ihn während der drupa immer gegen 16 Uhr am Steuber-Stand im Freigelände der Halle 4 persönlich antreffen kann.

**UNFOLD
YOUR
POTENTIAL**

How can I unfold my full potential?

Challenge, change, improve. Elevate your current performance to the next level and future-proof your business with our broad range of products, services and end-to-end solutions.

→ drupa.heidelberg.com

May 2024



Learn more about our solutions at drupa 2024,
from May 28 to June 7.

HEIDELBERG

Miru Systems, Inc. Joint Venture Acquires Two New HP PageWide Advantage 2200 to Serve Philippine Commission on Election for 2025 Mid Term National Election

Miru Systems, Inc. Joint Venture erwirbt zwei neue HP PageWide Advantage 2200 für die philippinische Wahlkommission bei den nationalen Zwischenwahlen 2025

Miru Systems Inc. Joint Venture, in collaboration with the Philippine Commission on Elections (COMELEC), has set forth a vision for a fully automated transparent and efficient 2025 Midterm Election. Joint Venture Miru systems are proud to announce that Miru, in collaboration with HP, is poised to meet this vision head-on with Miru state of the art Miru Election Management System and Vote Counting Machine alongside it's collaboration to add two new HP PageWide Advantage 2200 which will allow the Constitutional body to deliver powerful productivity across a wide range of media with accelerated speed to market. Incorporating two new HP PageWide Advantage 2200 to Comelec's fleet of presses has enabled the company to expand its digital capabilities and address their vision.

Mr. Ken Kho, Vice President, MIRU Systems said "Investing in two new HP PageWide Advantage 2200, reaffirms our commitment to Philippine Commission on Election ensures a seamless electoral process, promoting transparency and reliability. Empowering COMELEC with real time data and insights to maintain confidence and integrity throughout the election period.

Philippine Commission on Election Chairman, George Erwin Garcia said "This is a testament as well to the far-reaching impact of printing technologies. In the COMELEC's case, technological advancements made in this field are used to breathe life to the right of the people to choose their destinies. Our qualified provider, Miru Systems, Ltd, has proposed the use of HP PageWide Advantage 2200 with the Hunkeler Finishing Line setup. Our Commissioner-in-Charge, Commissioner Rey E. Bulay, is with you on behalf of the COMELEC to witness firsthand the operation of this printer and how this technology can be leveraged for the printing of ballots for the 2025 National and Local Elections. In closing, I hope that this year's Drupa, once



Ivy Tamisin, Country Manager-HP Indigo/PWP Phils; Allan Hao Chin, President of Norde International (Channel Partner); Cherry Santos, Division Manager (Channel Partner); Chulsan Shim, APJ PWP Business Manager; Hon. Rey E. Bulay, Commissioner In Charge, Printing Committee Commission on Elections, Philippines; Haim Levit, SVP & Division President, HP Industrial Print; Nachum Kormam, VP & General Manager, HP Worldwide Industrial Print Go-To-Market; Alvin Lim, Miru JV; Arnon Goldman, APJ General Manager; Barbara Mcmanus, Global Head (Interim), HP PageWide Industrial Print & Head of R&D, HP PageWide Industrial Print.

again, becomes the birthplace of life-changing innovation. I send my sincerest wish for the success of this historic event."

Arnon Goldman, General Manager -APJ General Manager of Industrial Print at HP, stated "Built on over a decade of field proven HP innovation, the HP PageWide Advantage 22000 is efficient, versatile, easy to upgrade and offers unmatched scalability to profitably for the print industry to grow."

The HP PageWide Advantage 2200 has single print arch design which includes a robust paper path with fewer components, reducing the number of parts to manage.

It includes a new print bar design with a simplified printhead pocket that increases reliability.

To learn more about HP, visit Hall 17 at drupa. ■

Miru Systems Inc. Joint Venture, hat in Zusammenarbeit mit der philippinischen Wahlkommission (COMELEC) eine Vision für eine vollautomatische, transparente und effiziente Zwischenwahl 2025 entwickelt. Das Joint Venture Miru Systems ist stolz darauf, ankündigen zu können, dass Miru in Zusammenarbeit mit HP bereit ist, diese Vision mit dem hochmodernen Miru Election Management System und der Stimmauszählungsmaschine sowie zwei

neuen HP PageWide Advantage 2200 zu verwirklichen, die es dem Verfassungsorgan ermöglichen werden, eine hohe Produktivität über eine breite Palette von Medien mit einer beschleunigten Markteinführung zu erzielen. Die Aufnahme von zwei neuen HP PageWide Advantage 2200 in den Druckmaschinenpark der Comelec hat es dem Unternehmen ermöglicht, seine digitalen Fähigkeiten zu erweitern und seine Vision umzusetzen.

Ken Kho, Vice President von MIRU Systems, sagte: „Die Investition in zwei neue HP PageWide Advantage 2200 bekräftigt unser Engagement für die philippinische Wahlkommission und gewährleistet einen reibungslosen Wahlprozess, der Transparenz und Zuverlässigkeit fördert. Wir versorgen die COMELEC mit Echtzeitdaten und Einblicken, um das Vertrauen und die Integrität während der gesamten Wahlperiode aufrechtzuerhalten.“

Der Vorsitzende der philippinischen Wahlkommission, George Erwin Garcia, sagte: „Dies ist auch ein Beweis für die weitreichenden Auswirkungen von Drucktechnologien. Im Fall der COMELEC werden die technologischen Fortschritte in diesem Bereich genutzt, um dem Recht der Menschen, ihr Schicksal selbst zu bestimmen, Leben einzuhauchen. Unser qualifizierter Anbieter, Miru Systems, Ltd, hat den Einsatz von HP PageWide Advantage 2200 mit der Hunkeler Finishing Line vorgeschlagen. Unser zuständiger Kommissar Rey E. Bulay ist im Namen der COMELEC bei ihnen, um sich aus erster Hand vom Betrieb dieses Druckers zu überzeugen und zu sehen, wie diese Technologie für den Druck der Stimmzettel für die nationalen und lokalen Wahlen 2025 genutzt werden kann. Abschließend hoffe ich, dass die diesjährige drupa wieder einmal zur Geburtsstätte lebensverändernder Innovationen wird. Ich wünsche dieser historischen Veranstaltung von Herzen viel Erfolg.“

Arnon Goldman, General Manager -APJ General Manager of Industrial Print bei HP, erklärte: „Der HP PageWide Advantage 2200 basiert auf mehr als einem Jahrzehnt praxiserprobter HP-Innovationen und ist effizient, vielseitig, einfach aufzurüsten und bietet eine unübertroffene Skalierbarkeit, damit die Druckindustrie profitabel wachsen kann.“

Die HP PageWide Advantage 2200 verfügt über ein einzelnes Druckbogendesign, das einen robusten Papierweg mit weniger Komponenten umfasst, wodurch die Anzahl der zu verwaltenden Teile reduziert wird. Sie verfügt über ein neues Druckleistendesign mit einer vereinfachten Druckkopftasche, die die Zuverlässigkeit erhöht.

Wenn Sie mehr über HP erfahren möchten, besuchen Sie Halle 17 auf der drupa. ■



KONICA MINOLTA

SEE THE POTENTIAL IN THE FUTURE OF PRINT



<https://www.konicaminolta.eu/drupa2024>

AccurioShine 3600

Add value to your print products with 2D and 3D gloss effects combined with the **ease of use of a digital machine**. With **industry-leading automatic scanning technology** and an **eco-friendly LED dryer**, all at an **impressively compact size**, the **AccurioShine 3600** allows you to offer your customer a **full range of high-impact finishing effects**, while **raising profit margins** as well.

Visit us at the **Konica Minolta stand in Hall 8B** and **boost your business with added-value finishing**.



Giving Shape to Ideas

Continued from Page 1 Focused on both service and networking, Jules is also Executive Director of Two Sides North America, advocating against unsubstantiated corporate greenwashing claims using research, outreach, and community building, growing membership, and working within a worldwide network. ■

Jules currently serves as Vice Chair of the Print and Graphics Scholarship Foundation and is the current Chair of the Cal Poly Graphic Communications Advisory Board.

Jules Van Sant ist Chief Inspirational Officer und Partner von Bubble & Hatch, einem Beratungsunternehmen mit Fokus auf Marketing mit Sitz im Nordwesten der USA. Das Team von Bubble & Hatch hat das Layout für den drupa daily gestaltet.

Jules ist seit 38 Jahren in der grafischen Industrie und Kommunikationsbranche tätig. Nach ihrem Studium und ersten Erfahrungen in der Werbebranche „stolperte“ sie in ein Unternehmen für LFP-Schilder und Siebdruckgrafiken und hat diesen Schritt nie bereut. Von der Produktions- und Betriebsleitung über den Drucksacheneinkauf, Vertriebs- und Marketingaufgaben bis hin zur Verbandsleitung und Interessenvertretung hat sie viele Aspekte der Druckbranche kennengelernt.

Von 2006 bis 2018 war Jules Executive Director bei der Pacific Print Industry Association (PPI) und arbeitete mit Druck- und Grafikunternehmen, Schulen und Studenten in sieben Bundesstaaten zusammen. Sie bemühte sich intensiv um den Wiederaufbau

der Beziehungen zu Lehrkräften und Arbeitgebern und zeigte auf Karrieretagen die spannenden Einsatzmöglichkeiten von Druck.

Jules konzentriert sich sowohl auf den Service als auch auf die Vernetzung und ist außerdem Geschäftsführerin von Two Sides North America, einer Organisation, die sich gegen unbegründete „Greenwashing“ von Unternehmen einsetzt. Sie nutzt dazu Forschungsergebnisse, Öffentlichkeitsarbeit und den Aufbau von Communities, um die Mitgliederzahl zu erhöhen und in einem weltweiten Netzwerk zu arbeiten.

Jules ist derzeit stellvertretende Vorsitzende der Print and Graphics Scholarship Foundation und Vorsitzende des Cal Poly Graphic Communications Advisory Board. ■

Mimaki Partners with Artists for Dynamic drupa Stand

Für einen lebhaften drupa-Stand kooperiert Mimaki mit Künstlern

Bringing a stand to drupa is a big task. It is easy to focus on the products, but differentiation calls for creative thinking. Danna Drion, General Manager Marketing & PM EMEA at Mimaki Europe B.V. is one of those creative thinkers. In building the Mimaki stand in Hall 9, she went to users of the Mimaki solutions to find exhilarating examples of how artists use the versatility of Mimaki solutions to create décor art, wearable art, and 3D art.

One of the contributors is visual artist Kinda Youssef was born in Syria in 1984. Today she leverages artificial intelligence tools

to weave together memory and imagination, creating compelling images you can see as you enter the Mimaki stand. The art installation is called Weaving Memories—Bringing Realities.

She begins by drawing on her memories and desires/longings, translating them into prompts for AI image generation tools. These AI-generated images then act as a springboard for a collage-like process. Youssef meticulously paints within the computer-generated landscapes, constantly refining them to evoke the most vivid recollections from her mind. Through this interplay between memory, technology, and artistic intervention, Youssef's creations bridge the gap between the real and the imagined. Once you see the creations, you'll want to know more. Her portfolio is at [instagram.com/kindaimages](https://www.instagram.com/kindaimages).



Another featured artist is Lilach Porges who created Dress Code. Using the MIMAKI TX300P-1800 MkII and Rc400 reactive ink, this collection focuses on the merger between technology and fashion. It combines looks 3D-printed by a robotic arm using sustainable materials to

explore the aesthetics of this technology. The exhibit compares traditional methods, such as pattern making and fabric sewing, to 3D printing by hand and by a robot, where software becomes art and is translated into wearable objects. For more info on their designs see procode-dress.com and [instagram.com/lilachporges](https://www.instagram.com/lilachporges).

There are many other amazing clothing creations in the stand that use the Mimaki technologies. Stop by Hall 9 and ask for a tour! ■

Einen Stand für die drupa zu gestalten ist eine große Aufgabe. Es ist einfach, sich auf die Produkte zu konzentrieren, aber um sich von der Masse abzuheben, ist Kreativität gefragt. Danna Drion, General Manager Marketing & PM EMEA bei Mimaki Europe B.V., ist eine dieser kreativen Köpfe. Beim Aufbau des Mimaki-Stands in Halle 9 wandte sie sich an Anwender der Mimaki-Maschinen, um spannende Beispiele dafür zu finden, wie Künstler die Vielseitigkeit der Lösungen des Herstellers nutzen, um Raum-Kunst, „tragbare“ Kunst in Form von Kleidung und 3D-Kunst zu schaffen.

Eine der Mitwirkenden ist die 1984 in Syrien geborene bildende Künstlerin Kinda Youssef. Heute nutzt sie Tools der



3D-gedruckt wurden, um die Ästhetik dieser Technologie zu veranschaulichen. Die Ausstellung vergleicht traditionelle Methoden wie die Herstellung von Schnittmustern und das Nähen von Stoffen mit dem 3D-Druck von Hand und durch einen Roboter, bei dem Software zur Kunst und in tragbare Objekte umgesetzt wird. Weitere Informationen zu ihren Designs finden Sie unter procode-dress.com und [instagram.com/lilachporges](https://www.instagram.com/lilachporges).

Am Stand gibt es viele weitere erstaunliche Bekleidungs-kreationen, die mit Mimaki-Technologien hergestellt wurden. Schauen Sie in Halle 9 vorbei und bitten Sie um eine Führung! ■

künstlichen Intelligenz, um Erinnerung und Vorstellungskraft miteinander zu verknüpfen und so fesselnde Bilder zu schaffen, die man sehen kann, wenn man den Mimaki-Stand betritt. Die Kunstinstallation heißt „Weaving Memories-Bringing Realities“.

Sie beginnt damit, dass sie sich auf ihre Erinnerungen und Sehnsüchte besinnt und diese in Anweisungen für KI-Bildgenerierungstools übersetzt. Diese KI-generierten Bilder dienen dann als Ausgangspunkt für einen collageartigen Prozess. Youssef malt akribisch in die computergenerierten Landschaften hinein und verfeinert sie ständig, um die lebhaftesten Erinnerungen aus ihrem Kopf hervorzurufen. Durch dieses Zusammenspiel von Erinnerung, Technologie und künstlerischer Intervention schlagen Youssefs Kreationen eine Brücke zwischen dem Realen und dem Imaginären. Wenn man die Kreationen sieht, will man mehr wissen. Ihr Portfolio ist unter [instagram.com/kindaimages](https://www.instagram.com/kindaimages) zu sehen.

Eine weitere Künstlerin ist Lilach Porges, die die Kollektion „Dress Code“ entworfen hat. Mit Hilfe des MIMAKI TX300P-1800 MkII und der Rc400-Reaktivtinte konzentriert sich diese Kollektion auf die Verschmelzung von Technologie und Mode. Sie kombiniert Looks, die von einem Roboterarm unter Verwendung nachhaltiger Materialien



Mimaki's Danna Drion



What To Ask Book Finishing Solution Providers

Was Sie Anbieter von Buchverarbeitungs-Systemen fragen sollten

BY PAT MCGREW

Consider the humble book. It has a book block printed on an offset or digital device and is bound to a cover using technologies as diverse as glued perfect binding, sewing, spiral binding, or drilling to put into a binder. A growing challenge for book producers is the changing run lengths demanded by publishers and self-publishers. While the bestseller you picked up at the airport may still be produced by the tens of thousands, more books are moving to short-run production across all segments. Your shop may be trying to manage everything from single copy production to mega runs.

Changing needs are a good reason to look at the current book finishing solutions in the market but come prepared with questions! Every vendor can point to case studies and success stories, but not every shop operates in the same way. Start with a walk through your shop and a conversation with your team to identify bottlenecks and sticking points in your finishing. Look at the footprint your current machines occupy and how many people are needed to produce finished goods. If you can isolate the utility cost by machine, that is good data to have in your pocket.

Now you are ready to talk to vendors. Start by developing a concise description of your environment. Are you a continuous web or cutsheet shop? Or do you support both? Do you print in-house, or only provide finishing services? Are you a casebound specialist, or do you support perfect binding and other solutions? How tight are your deadlines? What are your average volumes? Are you considering adding capabilities? Help the vendors you approach by drawing a box around your current environment, and the one you are trying to evolve into.

As you look at folding, gathering, and collating equipment, look at the machine size. What size sheets are handled and how many folding types are supported? How many sheet-feeding configurations are available? Is there support for inserting sheets of varying sizes and weights? How hard is it to change set-ups between jobs? Ask

Start with a walk through your shop and a conversation with your team to identify bottlenecks and sticking points in your finishing.

about maintenance requirements and data they may have on uptime. Does it communicate with the workflow using a protocol like JDF/JMF? Does the equipment integrate into an end-to-end, limited touch workflow? This becomes more important as runs are shorter, deadlines are tighter, and dashboards help keep the shop on time.

Binding technology continues to improve, with more options for book sewing and gluing than in years past. Machine footprints can be smaller due to micromotors and smart book paths inside the equipment. These innovations can bring value

to a shop by reducing the amount of floor space for the machines, freeing space for more equipment to add capacity. Newer machines tend to be more energy efficient, too. Ask about options for eco-friendly glue.

Look at the binding styles available. Does the equipment support extended flaps on covers? How many sheets can be included in a book? For casebound books, look at how endpapers—the double sheet of paper inside the cover of a book—are handled, and if there are weight limits on endpaper stock. Speed is also a consideration, so ask about how long it takes to move between book formats.

Look at the trimming options available. This is another space where innovations have added options and speed. Ask about maintenance, average knife life, and the cost of consumables.

In every conversation, dig into the cost of consumables and the repair strategy. Machines do fail at times. How long will you wait for service? Is it local, or do repair people have to travel to get to your city? Are replacement parts readily available? What is part of the available service contracts, and what would be an extra cost? Is there an extra cost for service outside of normal business hours?

With these questions you are ready to launch on your adventure. Be prepared for the unexpected! Keep your eyes open and don't forget to talk to other printers along the way! ■

KOENIG & BAUER

Exceeding Print – because the whole is more than the sum of its parts.

Thanks to modular press platforms, new technologies can be brought to market more quickly and uniform maintenance measures can be defined as the basis for more efficient production processes.

koenig-bauer.com

we're on it.



Betrachten Sie das gewöhnliche Buch. Es besteht aus einem Buchblock, der im Offset- oder Digitaldruckverfahren gedruckt und mit einem Einband verbunden wird, wobei so unterschiedliche Techniken zum Einsatz kommen, wie Klebebindung, Fadenheftung, Spiralbindung oder Bohren zum Abheften in einen Ordner. Eine wachsende Herausforderung für die Buchproduzenten sind die wechselnden Auflagenhöhen, die von Verlagen und Self-Publishern gefordert werden. Während der Bestseller, den Sie am Flughafen gekauft haben, vielleicht noch immer in einer Höhe von Zehntausenden produziert wird, werden immer mehr Bücher in kleinen Auflagen hergestellt, und das über alle Segmente hinweg. Ihr Unternehmen versucht vielleicht alles – von der Produktion von Einzelexemplaren bis hin zu Großauflagen – zu bewältigen.

Die sich verändernden Anforderungen sind ein guter Grund, sich die aktuellen Buchverarbeitungs-lösungen auf dem Markt einmal anzuschauen – aber nicht ohne die richtigen Fragen! Jeder Hersteller kann auf Fallstudien und Erfolgsgeschichten verweisen, aber nicht jedes Unternehmen arbeitet gleich. Beginnen Sie mit einem Rundgang durch Ihren Betrieb und einem Gespräch mit Ihrem Team, um Engpässe und Schwachstellen in Ihrer Weiterverarbeitung zu ermitteln. Schauen Sie sich an, wie viel Platz Ihre derzeitigen Maschinen beanspruchen und wie viele Mitarbeiter für die Herstellung der

Produkte erforderlich sind. Wenn Sie die Betriebskosten für jede einzelne Maschine ermitteln können, sind das gute Daten, die Sie in der Tasche haben.

Jetzt sind Sie bereit, mit den Anbietern zu sprechen. Beginnen Sie damit, eine präzise Beschreibung Ihrer Umgebung zu erstellen. Handelt es sich bei Ihnen um einen Betrieb mit Rollen- oder Bogendrucksystemen? Oder mit beiden? Drucken Sie auch selbst oder sind Sie ausschließlich auf die Weiterverarbeitung ausgelegt? Sind Sie ein Spezialist für Hardcover-Produkte oder unterstützen Sie auch Klebebindungen

und andere Lösungen? Wie knapp sind Ihre Fristen? Wie hoch ist Ihr durchschnittliches Volumen? Erwägen Sie, zusätzliche Kapazitäten aufzubauen? Helfen Sie den Anbietern, auf die sie zugehen, indem Sie Ihre aktuelle Produktionsumgebung skizzieren und diejenige, in die Sie sich entwickeln wollen.

Wenn Sie sich Falz-, Sammel- und Zusammentragmaschinen ansehen, achten Sie auf die Maschinengröße. Welche Bogenformate werden verarbeitet und wie viele Falzarten werden unterstützt? Wie viele Konfigurationen zur Bogenzuführung sind verfügbar? Unterstützt die Zuführung Bogen verschiedener Formate und Gewichte? Wie aufwendig ist es, die Einstellungen zwischen den Aufträgen zu ändern? Erkundigen Sie sich nach den Wartungsanforderungen und den Angaben zur Betriebszeit. Kommuniziert das System mit dem Workflow über ein Protokoll wie JDF/JMF? Ist es mit wenigen Schritten in einen End-to-End-Workflow integriert? Dies ist umso wichtiger, je kürzer

think what's possible.

KURZ @ Drupa
Hall 3 | Booth E71

© KURZ 2024

LEONHARD KURZ Stiftung & Co. KG
Schwabacher Str. 482
90763 Fürth
www.kurz-world.com

KURZ 
making every product unique

die Laufzeiten sind, je enger die Fristen sind und je mehr Dashboards dazu beitragen, dass die Produktion pünktlich ist.

Die Buchbinde-Technologien entwickeln sich weiter und bieten mehr Optionen für das Fadenheften und Klebebinden als noch vor Jahren. Der Platzbedarf der Maschinen kann durch Mikromotoren und intelligente Buchwege im Inneren der Anlagen verringert werden. Diese Innovationen können für eine Druckerei von Vorteil sein, da sie weniger Stellfläche für die Maschinen benötigen und somit Platz für Systeme zur weiteren Kapazitätssteigerung schaffen. Neuere Maschinen sind in der Regel auch energieeffizienter. Erkundigen Sie sich nach den Optionen für umweltfreundliche Klebstoffe.

Informieren Sie sich über die verfügbaren Bindearten. Unterstützt das System verlängerte Klappen bei Umschlägen?

Wie viele Bogen können in ein Buch eingebunden werden? Achten Sie bei Hardcover-Büchern darauf, wie die Vorsatzblätter gehandhabt werden, und

Beginnen Sie mit einem Rundgang durch Ihren Betrieb und einem Gespräch mit Ihrem Team, um Engpässe und Schwachstellen in Ihrer Weiterverarbeitung zu ermitteln.

ob es Grammatik-Begrenzungen dafür gibt. Auch die Schnelligkeit spielt eine Rolle: Erkundigen Sie sich, wie lange es dauert, zwischen verschiedenen Buchformaten zu wechseln.

Achten Sie auf die möglichen Schneideoptionen. Dies ist ein weiterer Bereich, in dem Innovationen zu mehr Optionen und Geschwindigkeit geführt haben. Fragen

Sie nach der Wartung, der durchschnittlichen Lebensdauer der Messer und nach den Kosten für Verbrauchsmaterialien.

Erkundigen Sie sich in jedem Gespräch nach den Kosten für Verbrauchsmaterialien und nach der Wartungsstrategie. Es kommt vor, dass Maschinen ausfallen – aber wie lange müssen Sie auf den Service warten? Ist der Service vor Ort oder haben die Techniker eine weite Anreise? Sind Ersatzteile ohne weiteres erhältlich? Was ist in den Serviceverträgen enthalten, und was wird zusätzlich berechnet? Entstehen zusätzliche Kosten für den Service außerhalb der Geschäftszeiten?

Mit all diesen Fragen sind Sie bereit, sich auf Ihr Abenteuer einzulassen. Seien Sie auf das Unerwartete vorbereitet! Halten Sie die Augen offen und vergessen Sie nicht, unterwegs mit anderen Druckern zu sprechen! ■



DRIVE YOUR BUSINESS FORWARD

Innovative Imposition, Nesting & Finishing Automation Solutions

Automation in *overdrive*

Hall 8b Stand A31

ultimate-tech.com

Kongsberg PCS Embraces “Maximizing Creativity” Message with drupa 2024 Booth Display

Kongsberg PCS präsentiert sich auf der drupa 2024 mit der Botschaft „Maximierung der Kreativität“



Kongsberg Precision Cutting Systems (Kongsberg PCS) is demonstrating the expansive capabilities of its cutting-edge technology at drupa, constructing its own booth to showcase how its technology helps businesses to maximize their creativity.

David Preskett, Vice President of EMEA and APAC at Kongsberg PCS, emphasized the dual focus of the display. “All our tables and tools are designed to empower businesses, enhancing creativity,” he said. “Our drupa booth serves as a live example of the extraordinary designs achievable with Kongsberg technology.”

The highlight of the Kongsberg PCS booth is its impressive central canopy, crafted entirely from Re-board® – the re-usable and recyclable paperboard produced in Sweden by one of the leading sustainable substrate manufacturers in the world. The structure has been dreamed up by designer Maximilian Hansen of Nordwerk Design, renowned for his stunning large creations using the material, and has been produced using Kongsberg PCS’ own range of cutting tables and specialist tooling solutions.

“This is a great opportunity to showcase that using cardboard does not have to constrain or limit your creativity at all,” Maximilian said. “When compared to wood for example, not only does it have a significantly better weight to strength ratio, but it also gives more freedom so you can bend it, fold it and free your imagination.”

The creative freedom offered by the versatility and flexibility of the Kongsberg cutting tables can also be seen throughout the

Messe Düsseldorf, as Kongsberg PCS also collaborated with the publishers of the drupa Daily to construct eye-catching display and distribution units that are positioned around the exhibition halls.

See the Kongsberg PCS display for yourself! Visit Kongsberg Precision Cutting Systems stand B43 in Hall 8A at drupa. For more on the entire range of digital finishing solutions and tools from Kongsberg PCS, visit www.kongsbergsystems.com ■



Kongsberg Precision Cutting Systems (Kongsberg PCS) demonstriert auf der drupa die weitreichenden Möglichkeiten seiner Spitzentechnologie, indem es einen eigenen Stand baut, um zu zeigen, wie seine Technologie Unternehmen hilft, ihre Kreativität zu maximieren.

Kongsberg Precision Cutting Systems (Kongsberg PCS) demonstriert auf der drupa die weitreichenden Möglichkeiten seiner Spitzentechnologie, indem es einen eigenen Stand hat, um zu zeigen, wie seine Technologie Unternehmen hilft, ihre Kreativität zu maximieren.

David Preskett, Vizepräsident von EMEA und APAC bei Kongsberg PCS, betonte den doppelten Fokus der Ausstellung. „Alle unsere Tische und Werkzeuge sind so konzipiert, dass sie Unternehmen unterstützen und die Kreativität fördern“, sagte er. „Unser drupa-Stand dient als Live-Beispiel für die außergewöhnlichen Designs, die mit Kongsberg-Technologie möglich sind.“

Das Highlight des Kongsberg PCS Standes ist die beeindruckende zentrale Überdachung, die komplett aus Re-board® gefertigt ist – der wiederverwendbaren und recycelbaren Pappe, die in Schweden von einem der weltweit führenden Hersteller nachhaltiger Substrate produziert wird. Die Struktur wurde von dem Designer Maximilian Hansen von Nordwerk Design entworfen, der für seine atemberaubenden großen Kreationen aus diesem Material bekannt ist, und wurde mit Kongsberg PCS’ eigenen Schneidetischen und Spezialwerkzeugen hergestellt.

„Dies ist eine großartige Gelegenheit, um zu zeigen, dass die Verwendung von Karton die Kreativität in keiner Weise einschränken muss“, so Maximilian Hansen. „Im Vergleich zu Holz zum Beispiel hat Pappe nicht nur ein deutlich besseres Verhältnis von Gewicht zu Festigkeit, sondern bietet auch mehr Freiheit, so dass man sie biegen und falten und seiner Fantasie freien Lauf lassen kann.“

Die kreative Freiheit, die durch die Vielseitigkeit und Flexibilität der Kongsberg Schneidetische geboten wird, ist auch auf der gesamten Messe Düsseldorf zu sehen, da Kongsberg PCS auch mit den Herausgebern des drupa daily zusammengearbeitet hat, um auffällige Display- und Verteilereinheiten zu konstruieren, die rund um die Ausstellungshallen positioniert sind.

Überzeugen Sie sich selbst vom Kongsberg PCS-Stand! Besuchen Sie den Stand B43 von Kongsberg Precision Cutting Systems in Halle 8A auf der drupa. Mehr über das gesamte Angebot an digitalen Finishing-Lösungen und Werkzeugen von Kongsberg PCS finden Sie unter www.kongsbergsystems.com. ■

Horizon Bets on the Smart Factory

Horizon setzt auf die intelligente Fabrik

BY PAT MCGREW

Timm Edelhoff, head of Horizon GmbH in Quickborn, Germany, takes a pragmatic approach to automation. Under his leadership, Horizon GmbH embraces the smart factory concept to leverage technologies that streamline operations, enhance productivity, and deliver customer value. It is all on exhibition in their drupa stand in Hall 6 and partner stands across the messe.

Edelhoff's philosophy on automation is clear: technology should serve a purpose beyond novelty. "Automation must have a customer benefit or ROI," says Edelhoff. "Technology without a direct benefit is a waste of effort and will not contribute to your success." This practical approach is reflected in Horizon GmbH's implementation of AI-based systems in its warehouse operations. "By linking AI with our ERP system, we've streamlined administration time and improved customer interaction," Edelhoff explains. "This integration helps us deliver the correct part at the correct time, place, price, and form." Another example in the Horizon factory is the self-driving cleaning robots in its showroom and factory to reduce costs and free up human resources for more critical tasks.

The introduction of the Horizon BQ-500 perfect binder extends the vision with Horizon's new cloud-based iCE LINK workflow and job-management tool that features 21 automated sections, advanced visual monitoring, and the capability to handle variable

production at speeds of up to 800 books per hour. "The BQ-500's advanced automation and customization options make it the most productive binder for book-of-one production in its class," says Edelhoff.

Edelhoff's approach aligns with broader industry trends that see small to medium-sized enterprises (SMEs) adopting smart factory technologies to gain significant improvements in operational efficiency and productivity. He also cautions, "We must do what makes sense for our customers and our company. Automation should provide a return on investment and improve customer satisfaction."

Looking ahead, Edelhoff envisions the evolution of smart factories into dark factories — fully automated operations that run without human intervention. "As we look into the future of automation, robotics, and AI, I see smart factories becoming dark factories," he says. "This will bring significant improvements in customer satisfaction and ROI for manufacturers and their customers." ■

Timm Edelhoff, Leiter der Horizon GmbH in Quickborn, Deutschland, hat einen pragmatischen Ansatz für die Automatisierung. Unter seiner Leitung setzt die Horizon GmbH auf das Konzept der intelligenten Fabrik, um Technologien zur Optimierung von Abläufen, zur Steigerung der Produktivität und zur Schaffung von Kundennutzen zu verwenden. Das alles wird auf dem drupa-Stand in

Halle 6 und auf den Ständen der Partner auf der gesamten Messe gezeigt.

Edelhoff's Philosophie zur Automatisierung ist klar: Technologie sollte einen Zweck erfüllen, der über die Neuheit hinausgeht. „Automatisierung muss einen Kundennutzen oder ROI haben“, sagt Edelhoff. „Technologie ohne direkten Nutzen ist

reine Zeitverschwendung und trägt nicht zum Erfolg bei.“ Dieser praktische Ansatz spiegelt sich in der Implementierung von KI-basierten Systemen im Lager der Horizon GmbH wider. „Durch die Verknüpfung von KI mit unserem ERP-System haben wir den Verwaltungsaufwand reduziert und die Interaktion mit unseren Kunden verbessert“, erklärt Edelhoff. „Diese Integration hilft uns, das richtige Teil zur richtigen Zeit, am richtigen Ort, zum richtigen Preis und in der richtigen Form zu liefern.“ Ein weiteres Beispiel in der Horizon-Fabrik sind die selbstfahrenden Reinigungsroboter im Ausstellungsraum und in der Fabrik, um Kosten zu senken und Personal für wichtigere Aufgaben freizusetzen.

Die Einführung des Klebebinders Horizon BQ-500 erweitert die Vision mit dem neuen cloudbasierten Workflow- und Auftragsmanagement-Tool iCE LINK von Horizon, das 21 automatisierte Abschnitte, eine fortschrittliche visuelle Überwachung und die Fähigkeit zur Verarbeitung einer variablen Produktion mit einer Geschwindigkeit von bis zu 800 Büchern pro Stunde bietet. „Die fortschrittliche Automatisierung und die Anpassungsmöglichkeiten des BQ-500 machen ihn zum produktivsten Buchbinder seiner Klasse“, sagt Edelhoff.

Edelhoff's Ansatz entspricht dem allgemeinen Branchentrend, wonach kleine und mittlere Unternehmen (KMU) intelligente Fabriktechnologien einsetzen, um ihre betriebliche Effizienz und Produktivität erheblich zu steigern. Er gibt aber auch zu bedenken: „Wir müssen tun, was für unsere Kunden und unser Unternehmen sinnvoll ist. Die Automatisierung sollte sich rentieren und die Kundenzufriedenheit verbessern.“

Mit Blick auf die Zukunft sieht Edelhoff die Entwicklung von intelligenten Fabriken zu dunklen Fabriken - vollautomatische Betriebe, die ohne menschliches Eingreifen laufen. „Wenn wir in die Zukunft der Automatisierung, Robotik und KI blicken, sehe ich, dass intelligente Fabriken zu dunklen Fabriken werden“, sagt er. „Dies wird die Kundenzufriedenheit und den ROI für Hersteller und ihre Kunden erheblich verbessern.“ ■



We Are drupa

Tucked into Hall 7 is a wall of excitement. The We Are drupa project was created to show the community that comes to drupa to learn, explore, and educate. To show the community, every attendee should stop for a moment by the wall and scan the QR Code that leads you to an application programmed by the team at Antigro (see them in Hall 7a) to take a selfie. Bring friends!

Once your selfie is processed by the program, you'll be rewarded with six unique stickers. Choose your favorite letter on the drupa wall and proudly place one of your stickers there. Some groups, including team members and families, have even built small outposts on the wall! After your sticker is on the wall, capture another selfie and share it with the world using the hashtag #WeAreDrupa. This not only shows that you're here, but also that you're an integral part of the world's largest print trade show. Let's share our experiences and build a stronger community together!

The team at the drupa next age space, Deborah Corn and Frank Tueckmantel, and the team from Antigro are waiting for you in hall 7, along with the exhibitors supporting the drupa next age stage. ■

In Halle 7 befindet sich die „Wall of excitement“, eine „Wand voller Begeisterung“. Das Projekt „We Are Drupa“ wurde ins Leben gerufen, um der Community zu zeigen, dass die drupa eine Plattform zum Lernen, Erkunden und Weiterbilden ist. Dafür sollte jeder Besucher einen Moment an der Wand verweilen und den QR-Code scannen, der wiederum zu einer von Antigro (Halle 7a) programmierten Anwendung führt, mit der man ein Selfie aufnehmen kann. Bringen Sie Freunde mit!

Sobald Ihr Selfie vom Programm verarbeitet wurde, erhalten Sie sechs einzigartige Aufkleber. Wählen Sie Ihren Lieblingsbuchstaben an der drupa-Wand aus und platzieren Sie dort stolz einen Ihrer Aufkleber.



Einige Gruppen, darunter Teammitglieder und Familien, haben sogar kleine „Außenposten“ an der Wand eingerichtet! Nachdem Ihr Aufkleber an der Wand klebt, machen Sie ein weiteres Selfie und teilen Sie es mit der Welt, indem Sie den Hashtag #WeAreDrupa verwenden. Damit zeigen Sie nicht nur, dass Sie hier sind, sondern auch, dass Sie ein integraler Bestandteil der weltgrößten Druckmesse sind. Lassen Sie uns unsere Erfahrungen teilen und gemeinsam eine stärkere Gemeinschaft aufbauen!

Das Team des Sonderforums „drupa next age“, Deborah Corn und Frank Tueckmantel, und das Team von Antigro erwarten Sie in Halle 7, ebenso wie die Aussteller, die die drupa next age stage unterstützen. ■



The VITS Multicut Sheeter provides infinitely variable cutoff lengths at the touch of a button. The Multicut can be used in offset, gravure, inkjet and flexographic web applications. The sheeter can be configured for inline, near line sheeting or both. The VITS Multicut Sheeter achieves faster make-readies with standard push button size change. Simply enter the cut length and the cutter head, and knock down brushes will automatically adjust to the correct settings. With the addition of shear slitting, extended deep pile, batching and stacking or tab inserting the Multicut sheeter can be tailored to fit your exact application.

Der VITS Multicut Sheeter bietet stufenlos einstellbare Abschnittslängen auf Knopfdruck. Der Multicut kann im Offset-, Tiefdruck-, Inkjet- und Flexodruck eingesetzt werden. Der Querschneider kann für Inline-, Nearline-Bogenbildung oder beides konfiguriert werden. Der VITS Multicut Sheeter ermöglicht schnellere Rüstzeiten durch den standardmäßigen Formatwechsel per Knopfdruck. Geben Sie einfach die Schnittlänge und den Messerkopf ein, und die Abschlagbürsten stellen sich automatisch auf die richtigen Einstellungen ein. Mit der zusätzlichen Möglichkeit des Scherenschnitts, des verlängerten Tiefstapels, des Stapelns und Stapelns oder des Einsteckens von Laschen kann der Multicut Sheeter genau auf Ihre Anwendung zugeschnitten werden.

HALL 16, BOOTH F22



MULTICUT SHEETER

www.VITSINTERNATIONAL.com +1 845.353.5000

Using Automation to Combat Labor Shortages and Cost Pressure in Postpress Production

Mit Automatisierung gegen Personalmangel und Kostendruck in der Weiterverarbeitung

It's early Monday morning in a print shop: orders are being processed one by one, prepress and the pressroom are already working at full speed. A good start to the week, one would assume, were it not for the two sick notes in the already short-staffed finishing team. This makes it difficult to meet the deadlines promised to customers. The production manager is already feeling stressed and cursing under his breath.

This or something similar is how the day begins in many print shops in this country. This is because finishing often still turns out to be a bottleneck due to a lack of automation. Competition and cost pressure are high and increased energy and raw material prices are putting additional pressure on margins.

Automation Across Value Chain

HEIDELBERG is aware of these challenges and has developed appropriate solutions. "The key lies in the process automation across the entire value chain," says Stefan Dettke, Head of Products and Markets for Postpress Commercial at HEIDELBERG. This counteracts the lack of personnel by enabling sheet-fed offset and folding machines to produce



HEIDELBERG is presenting the new StackStar C at drupa 2024. It is a collaborative and flexible robot for the automatic depositing of product stacks in further processing. Auf der drupa 2024 stellt HEIDELBERG den neuen StackStar C vor. Es handelt sich um einen kollaborativen und flexiblen Roboter für automatisches Absetzen von Produktstapeln in der Weiterverarbeitung.

autonomously to a high degree. And the performance potential of folding machines can be utilised in postpress by leaving physically demanding work to robotics.

Many HEIDELBERG folding machine models produce in Push to Stop mode. They process signatures with the same format and folding scheme from the same stack in non-stop operation. The Stahlfolder folding machines in the Peak Performance class (Stahlfolder TH/KH 82-P) can guide the sheets through the folding system in shingled form. "Compared to single sheet processing, this results in a productivity increase of fifty per cent and more. These folding machines deliver up to seven tons of output per shift. That has to be managed by one employee," continues Dettke.

The StackStar P provides a remedy. The industrial robot places a package on the pallet every twelve seconds, up to 300 per hour.

The robot's turning function allows the parcels to be placed with the first side facing down or up. The signatures are always correctly aligned on the pallet for saddle stitching or perfect binding. The StackStar P can be integrated into end-to-end production via the Push-to-Stop concept; the packets are placed on the pallet separately according to signatures.

Postpress Innovations Focus on Staff Shortages

HEIDELBERG will be presenting the StackStar C at drupa 2024, a collaborative robot for automatic stacking. HEIDELBERG thus also offers a robotic solution for the medium output and print run segment.

The StackStar C can be moved between different machines. The robot moves at a 180° angle and can place the signatures alternately on two pallets to the left and right. Output can be doubled by using two StackStar C working in tandem.

The second generation of the Stahlfolder TH 82-P buckle plate folding machine is also celebrating its premiere at drupa. The Peak Performance folding system will be presented in a new design and with a simplified operating concept.

Thanks to an optimized folding geometry in the first folding station and improved sheet transport, the machines productivity is around ten percent higher than current technology. The net output is further favored by the ejection of missing sheets after the first folding station. A redesign of the second and third folding stations reduces manual intervention during format and paper changes, which speeds up makeready processes.

1:1 Ratio Between Offset Printing and Finishing

Thanks to automated processes, HEIDELBERG has achieved a 1:1 ratio between sheet-fed technology and postpress: What a Speedmaster XL 75 or XL 106 delivers, a folding machine can do. "As practice shows, one person is enough to operate up to three Peak Performance folding machines equipped with the StackStar P," says Dettke.

The StackStar P has established itself on the market. Numerous customers in Asia, Europe and the USA have invested in the technology. With the StackStar C, HEIDELBERG is now offering the prospect of robotics for folding machines in the entry-level range. ■

Es ist früher Montagmorgen in einer Druckerei: Die Aufträge werden nach und nach abgearbeitet, Vorstufe und Drucksaal arbeiten bereits auf Hochtouren. Ein guter Wochenstart sollte man annehmen, wären da nicht die beiden Krankmeldungen im knapp besetzten Team der Weiterverarbeitung. Damit wird es eng, die den Kunden versprochenen Termine einzuhalten. Die Produktionsleitung fühlt sich bereits gestresst und hat ein Fluchen auf den Lippen.

So oder so ähnlich beginnt der Tag in vielen Druckereien hierzulande. Denn oft entpuppt sich die Weiterverarbeitung aufgrund geringer Automatisierung noch immer als Flaschenhals. Dabei sind Wettbewerbs- und Kostendruck hoch und gestiegene Energie- und Rohstoffpreise belasten die Margen zusätzlich.

Automatisierung über die Wertschöpfungskette hinweg

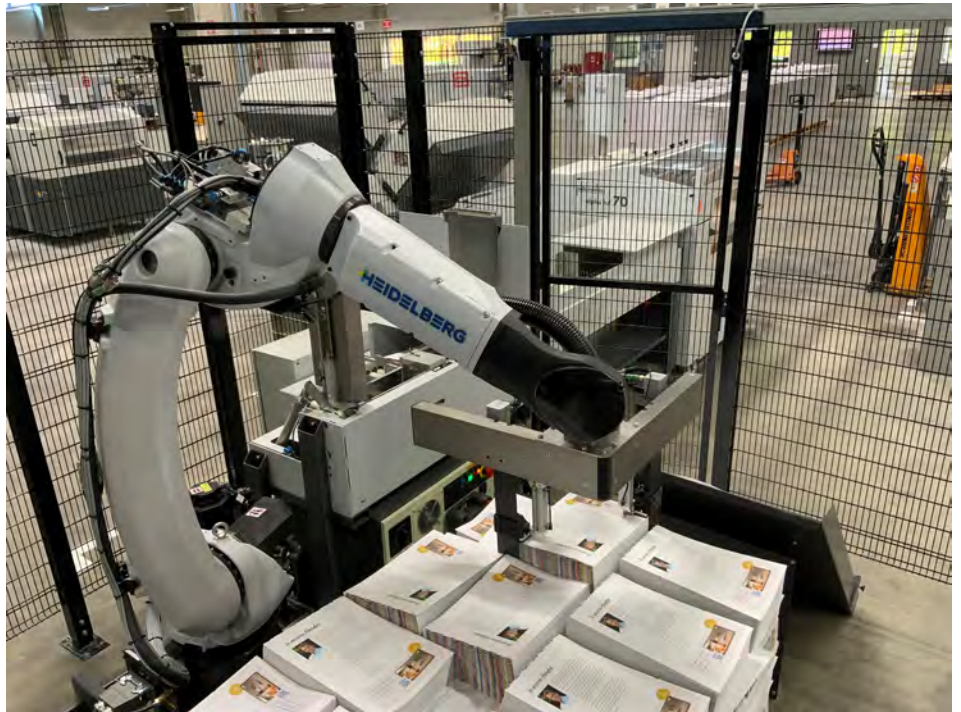
HEIDELBERG kennt die Herausforderungen und hält Lösungen bereit: „Der Schlüssel liegt in der Prozessautomatisierung über die ganze Wertschöpfungskette hinweg“, sagt Stefan Dettke, Leiter Produkte und Märkte von Postpress Commercial bei HEIDELBERG. Das wirkt dem Personal-mangel entgegen, indem Bogenoffset- und Falzmaschinen hochgradig autonom produzieren. Zudem lässt sich das Leitungspotenzial in der Weiterverarbeitung ausschöpfen, indem Robotik physisch anspruchsvolle Arbeit übernimmt.

Viele Falzmaschinenmodelle von HEIDELBERG produzieren im Push to Stop-Modus. Sie verarbeiten Signaturen mit gleichem Format und Falzschema ab demselben Stapel im Nonstop-Betrieb. Stahlfolder Falzmaschinen der Peak Performance-Klasse (Stahlfolder TH/KH 82-P) können die Bogen geschuppt verarbeiten. „Gegenüber dem Einzelbogenprinzip ergibt das eine Produktivitätssteigerung von fünfzig Prozent und mehr. Diese Falzmaschinen liefern bis zu sieben Tonnen pro Schicht. Das muss ein Mitarbeiter erst einmal bewältigen“, hält Dettke fest.

Abhilfe schafft der StackStar P. Der Industrieroboter setzt im Zwölfsekundentakt ein Paket ab, bis zu 300 jede Stunde.



The second generation of the highly automated Stahlfolder TH 82-P buckle plate folding machine celebrates its premiere at drupa. The peak performance folding system presents itself in a new design and with a simplified operating concept. Auf der drupa feiert die zweite Generation der hochautomatisierten Taschenfalzmaschine Stahlfolder TH 82-P Premiere. Das Peak Performance-Falzsystem präsentiert sich u. a. in einem neuen Design und mit einem vereinfachten Bedienkonzept.



The StackStar P, formerly Stahlfolder P Stacker, ensures maximum productivity at a constant output. The industrial robot places a package on the pallet every twelve seconds, up to 300 every hour. Der StackStar P, vormals Stahlfolder P Stacker, sichert bei konstanter Leistung ein Höchstmaß an Produktivität. Alle zwölf Sekunden setzt der Industrieroboter ein Paket auf die Palette ab, bis zu 300 jede Stunde.

Eine Wendefunktion erlaubt es, Pakete mit der ersten Seite nach unten oder oben abzusetzen. Die Signaturen liegen für den Sammelheft- oder Klebebindeprozess stets korrekt ausgerichtet auf der Palette. Über Push to Stop lässt sich der StackStar P in die End-to-End-Produktion einbinden; er setzt die Pakete nach Signaturen getrennt ab.

Drupa-Innovationen fokussieren auf Personalmangel

Auf der drupa 2024 wird HEIDELBERG den kollaborativen Roboter StackStar C vorstellen. Damit ist auch für das mittlere Leistungs- und Auflagensegment eine Robotik-Lösung verfügbar.

Der StackStar C ist zwischen unterschiedlichen Maschinen verschiebbar. Er bewegt sich in einem 180°-Winkel und kann Signaturen alternierend auf zwei links und rechts liegende Paletten absetzen. Zwei im Tandembetrieb arbeitende StackStar C verdoppeln die Produktionsleistung.

Premiere feiert auf der drupa die zweite Generation der Taschenfalzmaschine Stahlfolder TH 82-P. Das Peak Performance-System präsentiert sich in neuem Design und mit vereinfachtem Bedienkonzept.

Dank optimierter Falzgeometrie in der ersten Falzstation und einem verbesserten Bogen-transport arbeitet die Maschine gegenüber heutiger Technik um rund zehn Prozent produktiver. Eine Fehlbogenausschleusung nach der ersten Falzstation begünstigt die Nettoleistung zusätzlich. Eine Überarbeitung der zweiten und dritten Falzstation reduziert manuelle Eingriffe bei Format- und Papierwechsel und beschleunigt die Rüstvorgänge.

1:1-Beziehung zwischen Offsetdruck und Weiterverarbeitung

Die hoch automatisierten Prozesse führen zwischen der Speedmaster XL-Technologie und der Weiterverarbeitung zu einem 1:1-Beziehung: Was eine Speedmaster XL 75 oder XL 106 liefert, kann eine Falzmaschine übernehmen. „Wie die Praxis zeigt, reicht eine Person aus, um bis zu drei mit dem StackStar P ausgestattete Falzmaschinen zu bedienen“, sagt Dettke.

Der StackStar P ist am Markt etabliert. Zahlreiche Kunden in Asien, Europa und den USA arbeiten mit der Technologie. Mit dem StackStar C stellt HEIDELBERG die Robotik jetzt auch für die Falzmaschinen im Einstiegsbereich in Aussicht. ■



Printed Electronics at drupa

Gedruckte Elektronik auf der drupa

BY PETE BASILIERE

While “drupa” is a portmanteau of the German words for print and paper (druck und papier), the exhibition of global technology providers is much more than 2D printing. For producers of printed electronics, the event in Düsseldorf represents a premier platform to see the latest innovations, initiate or strengthen vendor partnerships, and stay abreast of global industry developments.

I attended four drupa events since the early 1990s and found them all to be extensive (and exhausting!) exhibitions with the latest advancements in printing machinery, materials, and applications—and where the smallest booths shine the brightest lights on where print technology is going. From a printed electronics perspective, several exhibitors stand out:

- **adphos** manufactures, services, and supports a wide range of standard and custom solutions for printed electronic applications and other markets. Its equipment is used to dry, cure, and sinter conductive and functional inks and coatings on paper and plastic films, as well as textiles and non-woven materials.
- **ESC** is a supplier of screen, pad, digital, and 3D printing systems, as well as consulting and engineering services. Applications include printing on rigid and flexible substrates, graphic and textile printing, PCB printing and membrane keypads, optoelectronics, and medical technology.
- **Folex** leverages its expertise in finishing and coating films and foils to provide stabilized, ink-receptive films and tools used in printed electronics manufacturing, such as membrane switches, signs, and labels. Its products also offer additional functional properties, such as scratch protection, topographical embossing, and UV protection.
- **Kelenn Technology** manufactures digital presses that use conductive, dielectric, and organic ink with inline photo sintering and curing. It also provides ink formulation and process characterization services. Applications include RFID and NFC antennas, flexible PCB printing, and electrode arrays.
- **Komori** offers printed electronics through its subsidiary, Seria Corporation, which manufactures systems that produce electronic circuits and components. Their screen-printing machines produce printed circuit boards and electronic components,

while gravure offset presses are used for advanced chip packaging, micro-LEDs, and flexible hybrid electronics.

- **MGI Digital Graphic Technology** provides sheet- and web-fed presses and finishing systems for printed electronics and labels. Its MGI Ceradrop subsidiary specializes in inkjet equipment for printed electronics and 3D printing.
- **Omet** manufactures presses for printed electronics, labels, packaging, tissue, and security printing and converting. It offers customized printing systems, potentially giving clients unique and market-changing printed electronics capabilities.
- **RK Printcoat Industries** manufactures sample preparation and print testing equipment for printed electronics coatings.
- **Thieme**, a manufacturer of screen, digital and custom hybrid presses, offers a technology center where applications including RFID, solar cells, organic photovoltaics, touch sensors, smart labels, and more have been developed.

Whether you are already involved in printed electronics or are evaluating the market opportunity, drupa’s expert-led conference sessions offer valuable insights into emerging trends, market dynamics, and

technological breakthroughs. In the drupa cube (Hall 6), the industry association OE-A (Organic and Printed Electronics Association) offers a series of talks and panel discussions on printed electronics technology focusing on sustainable smart packaging and printed electronics technologies and applications. ■

„drupa“ ist zwar ein Kofferwort aus Druck und Papier, doch die Fachmesse für globale Technologieanbieter dreht sich um weit mehr als den zweidimensionalen Druck. Für Hersteller gedruckter Elektronik bietet die Messe in Düsseldorf eine erstklassige Plattform, um sich über neueste Innovationen zu informieren, Partnerschaften mit Anbietern einzugehen oder zu vertiefen und über die weltweiten Branchenentwicklungen auf dem Laufenden zu bleiben.

Ich war seit Anfang der 1990er Jahre vier Mal auf einer drupa und stets bot diese große (und anstrengende!) Messe eine Fülle der neuesten Innovationen rund um Druckmaschinen, Materialien und Anwendungen – wobei die kleinsten Aussteller häufig das hellste Schlaglicht auf künftige Techniken warfen. Im Bereich der gedruckten Elektronik sind gleich mehrere Aussteller interessant:

- **adphos** fertigt, wartet und unterstützt eine breite Palette von Standard- und kundenindividuellen Lösungen für gedruckte Elektronik und andere Märkte. Die Produkte werden zum Trocknen, Härten und Sintern leitfähiger und funktioneller Druckfarben und Beschichtungen auf Papier und Kunststofffolien sowie auf Textilien und Vliesmaterial eingesetzt.
- **ESC** ist ein Anbieter von Sieb-, Tampon-, Digital- und 3D-Drucksystemen. Das Unternehmen bietet zudem Beratung und

Sonderanfertigungen für Kunden an. Zu den Anwendungsbereichen gehören der Druck auf starren und flexiblen Substraten, Grafik- und Textildruck, Leiterplattendruck und Folientastaturen, Optoelektronik und Medizintechnik.

- **Folex** nutzt sein Fachwissen in der Veredelung und Beschichtung von Folien zur Herstellung stabilisierter, tintenaufnehmender Folien sowie von Material zur Herstellung gedruckter Elektronik (Membranschalter, Schilder und Etiketten usw.). Produkte des Unternehmens können auch mit zusätzlichen funktionalen Eigenschaften wie Kratzschutz, topografischer Prägung und UV-Schutz ausgestattet sein.
- **Kelenn Technology** stellt Digitaldruckmaschinen für leitfähige, dielektrische und organische Tinte mit Inline-Fotosintern und Härten her. Außerdem bietet das Unternehmen Tintenformulierungs- und Prozesscharakterisierungsservices an. Zu den Anwendungen gehören RFID- und NFC-Antennen sowie der Druck flexibler Leiterplatten und von Elektrodenfeldern.
- **Komori** bietet gedruckte Elektronik über seine Tochtergesellschaft Seria Corporation an, die Anlagen zur Herstellung elektronischer Schaltkreise und Komponenten fertigt. Diese werden auf Siebdruckmaschinen produziert, während Offset-Druckmaschinen für Chipverpackungen, Micro-LEDs und flexible Hybridelektronik eingesetzt werden.
- **MGI Digital Graphic Technology** bietet Bogen- und Rollendruckmaschinen sowie Weiterverarbeitungsmaschinen für gedruckte Elektronik und Etiketten an.

Das Tochterunternehmen MGI Ceradrop ist auf Inkjetmaschinen für gedruckte Elektronik und 3D-Druck spezialisiert.

- **Omet** stellt Druckmaschinen für gedruckte Elektronik, Etiketten, Verpackungen, Stoff sowie Sicherheitsdruck und Weiterverarbeitung her. Das Unternehmen offeriert Drucksysteme nach Maß, mit denen Kunden einzigartige und potenziell marktverändernde gedruckte Elektronik herstellen können.
- **RK Printcoat Industries** fertigt Systeme zur Mustererstellung und Druckprüfung für gedruckte Beschichtungen.
- **Thieme**, Hersteller von Sieb-, Digital- und kundenindividuellen Hybriddruckmaschinen, verfügt über ein Technologiezentrum, in dem RFID, Solarzellen, organische Photovoltaik, Berührungssensoren, intelligente Etiketten und weitere Technologien entwickelt wurden.

Für Praktiker wie auch solche Besucher, die lediglich Marktchancen im Bereich der gedruckten Elektronik ausloten möchten, bieten die von Fachleuten geleiteten Konferenzen auf der drupa wertvolle Informationen über neue Trends, Marktdynamiken und technologische Durchbrüche. Im drupa cube (Halle 6) veranstaltet der Industrieverband OE-A (Organic and Printed Electronics Association) eine Reihe von Vorträgen und Podiumsdiskussionen zu Technologien der gedruckten Elektronik mit den Schwerpunkten nachhaltige intelligente Verpackungen sowie Technologien und Anwendungen für gedruckte Elektronik. ■



drupa
May 28 - June 7, 2024
Düsseldorf / Germany
www.drupa.com

Experience Packaging Innovation at drupa with Esko, X-Rite, Pantone, and Enfocus

Embark on a journey to uncover automation and color management strategies that will expedite your go-to-market process while maintaining exceptional quality standards and minimizing environmental impact.

Visit us at drupa, Hall 8b / A12



esko



x-rite



ENFOCUS



PANTONE

Stand out with **Innovation**

drupa 2024
Hall 8B / A12

Stand out with
Color Accuracy
x-rite

Stand out with
Color
PANTONE

Stand out with
Packaging
esko

Stand out with
Automation
ENFOCUS

Bills and Marketing Mail Share an Infrastructure!

Rechnungen und Werbepost haben die gleiche Infrastruktur

BY PAT MCGREW

Billing statements, invoices, and other regulated communications are built from design files, informed by data fed from business systems, and produced in secure environments to safeguard personally identifiable information. These essential communications are triggered by transactions between two parties and become part of the legal audit chain. For decades, these workflows have strived for efficiency and automation to limit touchpoints and reduce the risks of personal health and finance data escaping accidentally or maliciously.

The decades of experience developed by transactional printers have built a massive knowledge base covering everything from best practices in design template management to data security. Transactional Print Service Providers (PSPs) work in a market where costs must remain as low as possible, so they were early adopters of rules-based automation, file optimization, and lights-out automation leveraging camera-based verification systems that produced comprehensive audit trails. Those elements are part of transactional workflows whether they produce print, generate email, push texts, or load information to a mobile application.

Transactional shops rely on keeping costs low, workflows secure, and working as fast as possible. In some cases, from the time transactional data or files are delivered to the time mail packets must be lodged is under 24 hours. While

many began production in two-step workflows using pre-printed shells, then post-printed on laser or inkjet digital devices, today, the most common production architecture involves a whitepaper factory. It starts with a clean roll or sheet. All design elements and data are formed in the data stream, processed by a digital front end, and printed.

Now consider the elements of direct marketing mail. Even static marketing mail, with no variable data or variable content based on data, requires a design and, at a minimum, address data, even if it is only an identifier like a ZIP or postal code. When variable content of any type comes into the picture, security also becomes critical.

The basic workflow is like transactional production, but the paper size and weight range are more extensive. Marketing mail can be a simple one-page flyer folded and wafer-tabbed for mailing or one-or-more-page letters delivered in envelopes or flats. It can be postcards, brochures, pieces with complex folds, or structural pieces. The color management requirements can be intense, especially when global brands are involved. Production requirements may include analog and digital printing, embellishment, and die or motion cutting.

While many consumer-focused communications have moved online or into applications, print-and-mail communication continues to

be produced in significant volumes. While the number of producers consolidates, opportunities to provide differentiated services to both markets continue to grow.

As you review your current production environment, consider expanding to new markets and scale to capture more of your client's print production needs. As you talk to vendors, explain your current production environment and ask for suggestions. Listen to options to add efficiency and automation to your production workflows. Keep an eye on scaling to grow! ■

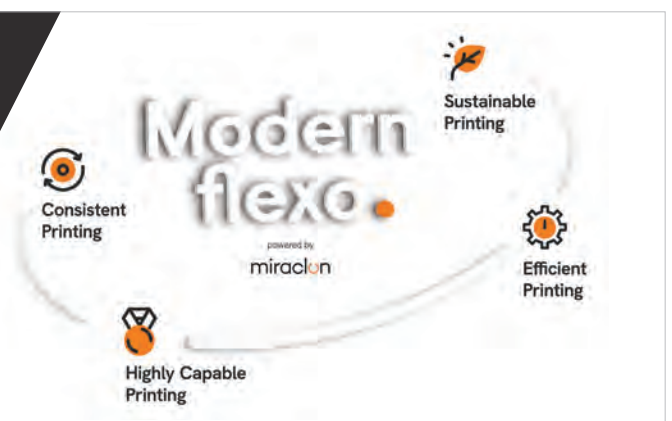
Kontoauszüge, Rechnungen und andere gesetzlich regulierte Mitteilungen werden auf Basis von Mustervorlagen und gespeist mit Daten aus den Geschäftssystemen erstellt und in sicheren Produktionsumgebungen gedruckt, um die personenbezogene Daten zu schützen. Sie werden durch eine Transaktionen zwischen zwei Parteien ausgelöst und unterliegen der rechtlichen Prüfungskette. Seit Jahrzehnten bemüht man sich darum, die Workflows effizient und automatisiert zu gestalten, um Berührungspunkte zu begrenzen und das Risiko zu verringern, dass persönliche Gesundheits- und Finanzdaten versehentlich oder böswillig nach außen dringen.

Die jahrzehntelange Erfahrung von Transaktionsdruckereien hat zu einer umfangreichen Wissensdatenbank geführt, die von Best Practices bei der Verwaltung von

miraclon

Your Partner for Modern Flexo

Hall 15 | F50



Designvorlagen bis zur Datensicherheit reicht. Transaktionsdruckdienstleister arbeiten in einem Markt, in dem die Kosten so niedrig wie möglich bleiben müssen. Daher haben sie schon früh die regelbasierte Automatisierung, die Optimierung von Dateien und die Lights-Out-Automatisierung mit kamerabasierten Verifizierungssystemen eingeführt, die umfassende Prüfprotokolle erzeugen. Diese Elemente sind Teil von Transaktionsworkflows, unabhängig davon, ob sie Druckerzeugnisse produzieren, E-Mails generieren, Texte versenden oder Informationen in eine mobile App laden.

Bei Unternehmen im Transaktionsgeschäft kommt es darauf an, die Kosten niedrig zu halten, die Arbeitsabläufe sicher zu gestalten und so schnell wie möglich zu arbeiten. In manchen Fällen vergehen weniger als 24 Stunden zwischen der Übermittlung von Transaktionsdaten oder Dateien und dem Zeitpunkt, an dem Postpakete aufgegeben werden müssen. Während viele Unternehmen in der Produktion mit zweistufigen Workflows arbeiteten und in vorgedruckten Vorlagen mit digitalen Laser- oder Inkjetsystemen eindruckten, ist die heute am weitesten verbreitete

Produktionsarchitektur eine „White-Paper-Fabrik“. Sie beginnt mit einer unbedruckten Rolle oder einem Bogen. Alle Designelemente und Daten werden im Datenstrom gebildet, von einem digitalen Frontend verarbeitet und gedruckt.

Betrachten wir nun die Komponenten von Direktmarketing-Mailings. Selbst statische Werbesendungen, die keine variablen Daten oder auf Daten basierenden, variablen Inhalte enthalten, benötigen eine Gestaltung und mindestens Adressdaten, selbst wenn es sich nur um z.B. eine Postleitzahl handelt. Wenn variable Inhalte egal welcher Art ins Spiel kommen, kommt es auf die Sicherheit an.

Der grundlegende Workflow entspricht dem der Produktion von Transaktionsdokumenten, aber die Bandbreite an Papierformaten und Grammaturen ist größer. Bei Marketingmaterialien kann es sich um einen einfachen, einseitigen Flyer handeln, der für den Versand gefalzt und mit einem Versandetikett versehen wird, oder um ein- oder mehrseitige Briefe, die in Umschlägen geliefert werden. Es kann sich um Postkarten, Broschüren oder komplex gefalzte und strukturierte Produkte handeln. Die Anforderungen

an das Farbmanagement können sehr hoch sein, insbesondere, wenn globale Markenartikler involviert sind. Die Produktion kann analoge und digitale Druckverfahren, Veredelungen sowie Stanz- und Schneidvorgänge erfordern.

Während verbraucherorientierte Kommunikation inzwischen oft online oder in Apps erfolgt, wird die Print-and-Mail-Kommunikation nach wie vor in großen Mengen produziert. Während sich die Zahl der Produktionsbetriebe konsolidiert, wachsen die Möglichkeiten, differenzierte Dienstleistungen für beide Märkte anzubieten.

Wenn Sie Ihre derzeitige Produktionsumgebung überdenken, sollten Sie eine Ausweitung auf neue Märkte und eine Skalierung in Erwägung ziehen, um einen größeren Teil der Druckbedarfe Ihrer Kunden abzudecken. Beschreiben Sie im Gespräch mit den Anbietern Ihre aktuelle Produktionsumgebung und bitten Sie um Vorschläge. Achten Sie auf Optionen für die Effizienzsteigerung und Automatisierung Ihrer Produktionsabläufe. Behalten Sie die Skalierung im Auge, um zu wachsen! ■

drupa next age Participant Profile: Printess



Founded in 2020, Printess provides leading software for the customization of printed products in web-to-print and e-commerce. As a pioneer in the field of personalization technology Printess is introducing entirely browser-based layout, customization and document generation with ultimate reliability and flawless output accuracy. *Printess wurde 2020 gegründet und bietet führende Software für die Individualisierung von Druckerzeugnissen in den Bereichen Web-to-Print und elektronischer Handel. Als Pionier auf dem Gebiet Personalisierungstechnologie stellt Printess vollständig browserbasierte Layout-, Anpassungs- und Dokumentenerstellung mit höchster Zuverlässigkeit und makelloser Ausgabegenauigkeit vor.*

The drupa next age special forum opens the doors to innovative ideas, pioneering technologies and up-and-coming talents. Experience at drupa how young talents and start-ups are revolutionizing the print industry. Das Sonderforum drupa next age öffnet die Türen zu innovativen Ideen, wegweisenden Technologien und aufstrebenden Talenten. Erleben Sie auf der drupa, wie junge Talente und Start-ups die Printbranche revolutionieren.



Poland: Europe's Printer

Polen: Europas Druckdienstleister



BY ANNA NARUSZKO,
CHIEF EDITOR OF POLIGRAFIKA MAGAZINE

In terms of revenue and number of people employed, Poland remains the largest printing market in the Central and Eastern Europe (CEE) region and the fifth largest in the European Union. Due to superior quality, reliability and competitive pricing it is also the fifth largest exporter of printed products in the world. If you live in Europe, it's very likely that you buy books and packaging printed in Poland on regular basis.

The export of products printed in Poland is immense. There are book printers who export over 90% of their production and packaging manufacturers who supply the entirety of Europe for local and international brands. Poland's main partners in this sector, in terms of the value of exported goods, are Germany, Austria and France. Books printed in Poland are famous and beloved in the Scandinavian countries and in the UK. In 2022, the industry's exports accounted for about 1% of Poland's exports.

Poland is not known as a manufacturer of print technologies (with a few exceptions in software, converting equipment and accessories). As such, we are lean exhibitors at drupa but you will find many of my countryman visiting with the intention of placing orders. Polish printers are keen to invest in the latest technology to stay ahead of the competition.

Poland's way to glory

Poland's printing success started on May 1st 2004, when Poland joined European Union. For me personally and to the majority of entrepreneurs in the printing industry this date is as important as June 4th 1989, when communism officially collapsed in Poland. A month ago, we celebrated our 20th anniversary of becoming a part of the EU and Polish printers have leveraged and cherished the opportunity. With the very significant support of EU resources Polish printers have invested heavily, honed their skills and developed

world-class operations. Their entrepreneurial spirit and resilience to challenges has allowed them to grow even during financial crisis of 2009. This is – I think – our superpower: the ability to adjust to rapid changes and finding opportunity where others see a threat.

Think about it: from the industry that in the 80's of the 20th century had to wait up to a year for the paper allocation to print a book (of an author that nobody wanted to read, but aligned with the communist party) to the fifth country among the EU in terms of revenue by printing companies at EUR 4.8 billion. Germany was of course the largest market in 2022 (EUR 18.3bn), followed by Italy (EUR 11.3bn) and France (EUR 7.8bn). Not bad, is it?

Poland continues to grow

In 2022, the value of printed goods sold by this industry amounted to a record PLN 21.5 billion, an increase of 17.6% compared to 2021 and 35.8% compared to 2020. At the same time, we observed a market consolidation and a decrease in the number of printing companies by 703 or 7.8% year-over-year. Global trends affect us too!

In the forefront of innovation

The technology that comes to Poland is truly the latest and greatest. Last year, Heidelberg delivered the longest sheetfed offset press ever produced to one of the industry's premier producers Westrock at their Polish facility in Tczew. It was a 42 meter long, specially adapted custom configuration of a Speedmaster XL 106 with a



total of 20 printing and coating units prints with the highest colour accuracy for the most demanding brand owners. Digital printing is flourishing also, especially in the label, book and commercial sectors offering customisation and just-in-time delivery. Polish printers are innovative not only in terms of technology! Online printer, Chroma, successfully implemented a 4-day work week to support the well-being of employees, which has led to increased efficiency and productivity.

There are areas for improvement in Polish printing houses. We are challenged by rising energy costs (Polish companies pay one of the highest rates in Europe) and wage inflation that continues to increase every year, which in turn opens up huge opportunities for automation. As we say in Poland – what will not kill us, will make us stronger! ■

POLAND

Gemessen am Umsatz und an der Zahl der Beschäftigten ist Polen nach wie vor der größte Druckmarkt in Mittel- und Osteuropa (MOE) und der fünftgrößte in der Europäischen Union. Aufgrund der hervorragenden Qualität und Zuverlässigkeit und der wettbewerbsfähigen Preise ist Polen außerdem der fünftgrößte Exporteur von Druckerzeugnissen weltweit. Wenn Sie in Europa leben, ist es sehr wahrscheinlich, dass Sie regelmäßig in Polen gedruckte Bücher und Verpackungen kaufen.

Der Export polnischer Druckerzeugnisse ist immens. Es gibt Buchdruckereien, die über 90 % ihrer Produktion exportieren, und Verpackungshersteller, die lokale und internationale Markenartikler in ganz Europa beliefern. Gemessen am Wert der ausgeführten Waren sind Deutschland, Österreich und Frankreich die wichtigsten Partner Polens in diesem Sektor. In Polen gedruckte Bücher sind in den skandinavischen Ländern und in Großbritannien bekannt und beliebt. Im Jahr 2022 hatte die Druckbranche einen Anteil von ca. 1 % an den gesamten polnischen Exporten.

Polen ist nicht als Hersteller von Drucktechnologien bekannt (abgesehen von wenigen Ausnahmen in den Bereichen Software, Weiterverarbeitung und Zubehör). Wir sind zwar als Aussteller kaum auf der drupa vertreten; doch viele meiner Landsleute besuchen diese Messe mit Kaufabsichten. Polnische Druckdienstleister wollen unbedingt in die neueste Technologie investieren, um der Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein.

Polens Weg zum Erfolg und Ruhm

Der Erfolg der polnischen Druckindustrie begann am 1. Mai 2004 mit dem Beitritt Polens zur Europäischen Union. Für mich persönlich und für die meisten Unternehmer in der Druckindustrie ist dieses Datum genauso wichtig wie der 4. Juni 1989, der das offizielle Ende des Kommunismus in Polen markierte. Vor einem Monat haben wir den 20. Jahrestag unseres EU-Beitritts gefeiert; die polnischen Druckereien haben diese Gelegenheit für sich genutzt. Mit erheblicher finanzieller Unterstützung aus EU-Mitteln haben polnische Druckereien kräftig investiert, ihre Fähigkeiten verfeinert und Unternehmen von Weltrang aufgebaut. Ihr Unternehmergeist und ihre Widerstandsfähigkeit gegenüber Herausforderungen haben es ihnen ermöglicht, selbst während der Finanzkrise 2009 zu expandieren. Das ist – so denke ich – unsere Superkraft: die Fähigkeit, sich auf rasche Veränderungen einzustellen und Chancen zu erkennen, wo andere Risiken sehen.

Man bedenke nur: Von einer Branche, die in den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts auf die Zuteilung von Papier für den Druck eines Buches (von einem Autor, den niemand lesen wollte, der aber der kommunistischen Partei nahestand) warten musste, hat sich die polnische Druckindustrie mit einem Umsatz von 4,8 Mrd. EUR zum fünftgrößten Land der EU entwickelt. Natürlich war Deutschland war 2022 der größte Markt (18,3 Mrd. EUR), gefolgt von Italien (11,3 Mrd. EUR) und Frankreich (7,8 Mrd. EUR). Nicht schlecht, oder?

Polen weiter auf Wachstumskurs

Im Jahr 2022 belief sich der Wert der von dieser Branche verkauften Druckerzeugnisse auf den Rekordwert von 21,5 Mrd. PLN, was einem Anstieg von 17,6 % gegenüber 2021 und 35,8 % gegenüber 2020 entsprach. Gleichzeitig waren eine Marktkonsolidierung und ein Rückgang der Anzahl der Druckereien um 703 bzw. 7,8 % im Vergleich zum Vorjahr zu beobachten. Auch wir sind von globalen Trends betroffen!

An der Spitze der Innovation

Nach Polen kommt die neueste und beste Technologie. Im vergangenen Jahr hat Heidelberg die längste jemals produzierte Bogenoffsetdruckmaschine an WestRock, einen der branchenführenden Hersteller, an sein polnisches Werk in Tczew geliefert. Dabei handelte es sich um eine 42 Meter lange, speziell angepasste Sonderkonfiguration einer Speedmaster XL 106 mit insgesamt 20 Druck- und Lackierwerken, die mit höchster Farbgenauigkeit für anspruchsvollste Markenartikler druckt. Auch der Digitaldruck floriert, vor allem im Etiketten-, Buch- und Akzidenzdruck, und ermöglicht Personalisierung und Just-in-Time-Lieferung. Polnische Druckdienstleister sind nicht nur in technischer Hinsicht innovativ! Mit Erfolg hat die Online-Druckerei Chroma die 4-Tage-Woche eingeführt, um das Wohlbefinden der Mitarbeiter zu fördern, und konnte dadurch die Effizienz und Produktivität steigern.

In polnischen Druckereien gibt es Verbesserungsmöglichkeiten. Wir stehen vor der Herausforderung steigender Energiekosten (polnische Unternehmen zahlen einen der höchsten Sätze in Europa) und einer Lohninflation, die jedes Jahr weiter ansteigt, was wiederum große Chancen für die Automatisierung eröffnet. Wie wir in Polen sagen – was uns nicht umbringt, macht uns stärker! ■



The Canon UVgel Packaging Factory: The Gateway to Future Possibilities with Digitally Printed Corrugated Packaging

Die Canon UVgel Packaging Factory: das Tor zur Zukunft von digital bedruckten Wellpappenverpackungen

While digital's current share of the total global printed packaging market is very small, the potential for the technology is enormous. Only with digital print can brands quickly produce short runs of variable data printed packaging or customise packaging designs to cater to specific demographics efficiently and profitably in small numbers. Primary packaging can even be personalised to address individual customers, fostering brand loyalty, and be easily versioned to comply with different regulatory regimes. By its very nature, digital printing is also a more sustainable process than analogue, producing only the packaging that is needed when it is needed, reducing waste and minimising inventory.

So, for converters looking for a financially viable alternative to outsourcing very short runs of printed packaging, and for commercial printers wanting to extend their portfolio with new, exciting applications, digitally printed packaging presents significant opportunities. And, of course, it makes sense to go where most of the business is. Corrugated packaging is used to display, promote and package almost every kind of product, and corrugated boxes are the most used form of transport packaging.

Canon's technology solutions for the pre-print corrugated packaging market can provide the ideal solution. In particular, the

new UVgel Packaging Factory extends the Canon Colorado's already broad application capabilities to deliver the digital equivalent of litho lamination. Producing customised printed sheets of liner material for subsequent lamination to a corrugated base substrate, the UVgel Packaging Factory brings the benefits of digital print-on-demand to this high-opportunity sector, and can create impactful printed packaging for retail, consumer and high-value goods.

The integrated system comprises a Colorado M5W roll-to-roll printer with a Fotoba jumbo roll media loader and output trimmer and stacker. It can handle a jumbo

roll (up to 2,000 metres long) of the same media used in litho lamination, delivering sheets of high-quality, instantly dry and highly scratch-resistant output at up to 159m²/hr. The Colorado M-series offers further design creativity with FLXfinish+, which enables the addition of matte, gloss or mixed matte and gloss effects on the same print without additional varnish, and with FLXture, a new five-ink-layer printing technology that adds micro-texture to large format prints for subtle surface detail. As with offset litho printed sheets, the digitally pre-printed sheets can be handled via the regular litho lamination process. And with the UVgel Packaging Factory's high level of automation, print jobs can be left running unattended.

To find out more about the opportunities in wide-format packaging or to see the Canon UVgel Packaging Factory in action, visit the Canon stand in Hall 8a. ■



Auch wenn der Anteil des Digitaldrucks am gesamten Weltmarkt für gedruckte Verpackungen derzeit sehr gering ist, ist das Potenzial dieser Technologie enorm. Nur durch den Digitaldruck können schnell Kleinauflagen von Verpackungen mit variablen Daten bedruckt oder das Verpackungsdesigns für bestimmte Zielgruppen effizient und profitabel in kleinen Stückzahlen angepasst werden. Primärverpackungen können sogar personalisiert werden, um einzelne Kunden anzusprechen, was die Markentreue fördert, und sie können leicht modifiziert werden, um verschiedenen gesetzlichen Vorschriften zu entsprechen. Es liegt in der Natur der Sache, dass der Digitaldruck ein nachhaltigeres Verfahren ist als der analoge Druck, da nur die Verpackungen produziert werden, die benötigt werden, wenn sie benötigt werden. Das reduziert den Abfall und minimiert den Lagerbestand.

Für Verarbeiter, die nach einer finanziell tragfähigen Alternative zum Outsourcing sehr kleiner Auflagen von bedruckten Verpackungen suchen, und für Akzidenzdruckereien, die ihr Portfolio um neue, aufregende Anwendungen erweitern wollen, bieten digital bedruckte Verpackungen also enorme Chancen. Und natürlich ist es sinnvoll, dort zu investieren, wo die Erfolgsaussichten am größten sind. Verpackungen aus Wellpappe werden zur Ausstellung, Bewerbung und Verpackung fast aller Arten von Produkten verwendet, und Wellpappkartons sind die am häufigsten verwendete Form der Transportverpackung.

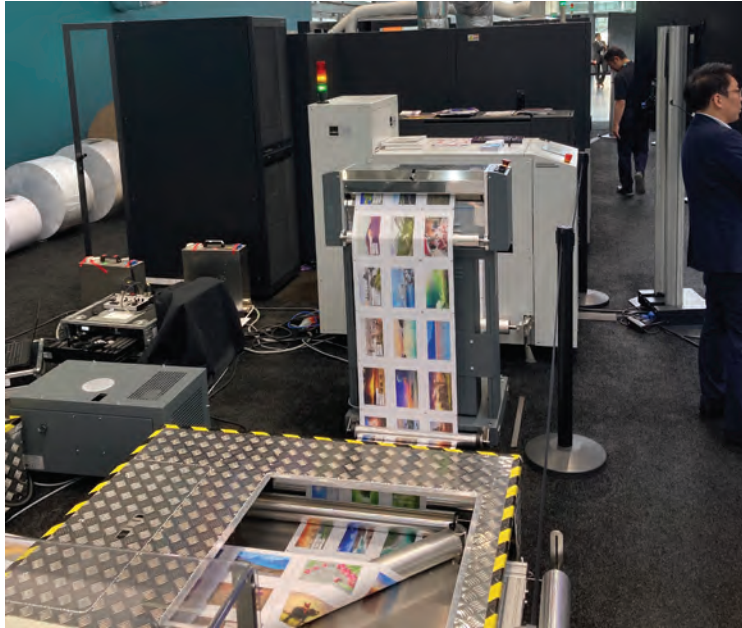
Die Technologielösungen von Canon im Markt der Druckvorstufe für Wellpappenverpackungen können die ideale Lösung für sie

sein. Insbesondere die neue UVgel Packaging Factory erweitert die bereits umfangreichen Anwendungsmöglichkeiten der Canon Colorado und bietet das digitale Äquivalent zur Litho-Laminierung. Die UVgel Packaging Factory stellt individuell bedruckte Bögen aus Liner-Material her, die anschließend auf ein Wellpappen-Basissubstrat laminiert werden. Damit erschließt die UVgel Packaging Factory die Vorteile des digitalen Print-on-Demand-Verfahrens für diesen chancenreichen Sektor und kann attraktive bedruckte Verpackungen für Waren im Einzelhandel, Konsum- und hochwertigen Bereichen herstellen.

Das integrierte System besteht aus einem Colorado M5W Rolle-zu-Rolle-Drucker mit einem Fotoba Jumbo-Rollen-Medienlader

sowie einem Trimmer und Stapler. Es kann eine Jumbo-Rolle (bis zu 2.000 Meter lang) der gleichen Medien verarbeiten, die auch bei der Litho-Laminierung verwendet werden, und liefert hochwertige, sofort trockene und äußerst kratzfeste Bögen mit bis zu 159 m²/Stunde. Die Colorado M-Serie bietet weitere kreative Gestaltungsmöglichkeiten: Mit FLXfinish+ werden matte, glänzende oder gemischte matte und glänzende Effekte auf demselben Druck ohne zusätzlichen Lack möglich. Und FLXture, einer neuen Fünf-Tinten-Drucktechnologie, wird Großformatdrucken eine Mikrotextrur für subtile Oberflächendetails verliehen. Wie die im Offsetdruck produzierten Bögen können auch die digital vorgedruckten Bögen im normalen Litho-Laminierverfahren verarbeitet werden. Und dank des hohen Automatisierungsgrades der UVgel Packaging Factory können Druckaufträge unbeaufsichtigt laufen gelassen werden.

Wenn Sie mehr über die Möglichkeiten im Großformat-Verpackungsbereich erfahren oder die Canon UVgel Packaging Factory in Aktion sehen möchten, besuchen Sie den Canon Stand in Halle 8a. ■



Different Inkjet Options for Companies Using Offset Presses

Verschiedene Inkjet-Optionen für Unternehmen mit Offsetdruckmaschinen

BY ELIZABETH GOODING

In the dynamic landscape of drupa 2024, many attendees may be exploring the integration of inkjet printing into their offset operations. Whether transitioning away from traditional offset processes or adding new capabilities to existing operations, companies must navigate a complex array of considerations tailored to their specific needs.

Inkjet as Addition or Transition?

The decision to replace offset technology with inkjet solutions offers the opportunity to streamline operations and capitalize on the benefits of digital printing. However, the process involves much more than selecting new presses. A thorough reassessment of production workflows, pricing models, current and prospective business will be required. Offset companies transitioning to digital print for the first time must adjust to the realities of variable data printing, shorter runs and shorter turnaround times.

More often, companies seek to augment offset with inkjet to create a hybrid model that leverages the strengths of both printing methodologies. This approach enables companies to diversify their service offerings, cater to a broader range of customer needs, and capitalize on the versatility of inkjet printing. The hybrid model may entail a truly hybrid press where inkjet modules are integrated into an analog press. More often companies will choose to add fully configured inkjet presses to their portfolio to achieve greater flexibility in managing variable data, exploring new business opportunities, and handling short-run jobs without conceding the economies of scale inherent in offset processes.

The decision to replace or augment offset technology with inkjet solutions hinges on strategic imperatives and operational objectives largely driven by the existing base of business and the technology used to produce it.

Web and Sheetfed Considerations

The distinct starting points for offset users and flexible range of available inkjet options can complicate the assessment. Companies running sheetfed offset presses may have more stringent requirements for print quality than those running web offset. Conversely, the web operation may have higher demands for speed and efficiency.

It may be expected that a company would want to acquire an inkjet press that uses the same format as their offset press, but that is not necessarily the case. Even webfed

inkjet presses can't compete with offset on speed, so the evaluation must focus on the work that will run on inkjet and the intended workflow.

Configurations can be very flexible as well. An option shown on the show floor is likely one of many options for the same press. A continuous inkjet press can be roll-to-roll or roll-to-sheet. It can be integrated with inline finishing or share offline finishing with offset presses. There are often multiple drying options to support ink coverage levels on coated and uncoated stocks.

At drupa today, you will find sheetfed inkjet presses in B1, B2, B3, and SRA/3 formats. The latter two can often run multiple paper types and sizes in the same job. A company adding new application types to their range of offers should find this flexibility valuable. However, these smaller formats would not easily share finishing resources with their offset counterparts.

A company with a high volume of work to transition from offset to inkjet may benefit from the economies of scale of high-speed continuous inkjet with automated winding and unwinding to maximize up-time. You will find continuous inkjet web presses being demonstrated with varying web-widths to support high and ultra-high digital production levels.

It is notable that several of the presses on display offer color reproduction that exceeds

GRACoL or FOGRA color spaces eliminating the question of whether offset and inkjet can live side-by-side. ■

In der dynamischen Landschaft der drupa 2024 werden viele Besucher die Integration des Inkjetdrucks in ihre Offsetproduktion prüfen. Unabhängig davon, ob es sich um eine Abkehr vom traditionellen Offsetdruckverfahren oder um eine Erweiterung bestehender Prozesse handelt, müssen die Unternehmen eine Reihe komplexer Überlegungen anstellen, die auf ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Inkjet als Ergänzung oder Übergang?

Die Entscheidung, die Offsettechnologie durch Inkjetlösungen zu ersetzen, bietet die Möglichkeit, den Geschäftsbetrieb zu optimieren und die Vorteile des Digitaldrucks zu nutzen. Der Prozess umfasst jedoch weit mehr als die Auswahl neuer Druckmaschinen. Eine gründliche Neubewertung der Produktionsabläufe, der Preismodelle sowie der aktuellen und zukünftigen Geschäftsmöglichkeiten ist erforderlich. Offsetdruckereien, die zum ersten Mal auf den Digitaldruck umstellen, müssen sich auf die Herausforderungen des variablen Datendrucks, kleinerer Auflagen und kürzerer Durchlaufzeiten einstellen.

Immer häufiger entscheiden sich Unternehmen dazu, den Offsetdruck mit dem Inkjetdruck zu ergänzen und so ein Hybridmodell zu etablieren, das die Stärken beider Druckverfahren nutzt. Dieser Ansatz ermöglicht es Ihnen, ihr Dienstleistungsangebot zu diversifizieren, ein breiteres Spektrum an Kundenbedürfnissen abzudecken und von der Vielseitigkeit des Inkjetdrucks zu profitieren. Das Hybridmodell kann eine echte Hybriddruckmaschine beinhalten, bei der Inkjetdruckmodule in eine analoge Druckmaschine eingebaut werden. Häufiger entscheiden sich Druckereien jedoch dafür, ihr Portfolio um voll konfigurierte Inkjetdruckmaschinen zu erweitern, um eine größere Flexibilität bei der Verarbeitung variabler Daten zu haben, neue Geschäftsfelder zu erschließen und

Kleinauflagen zu bewältigen, ohne auf die Größenvorteile des Offsetdrucks verzichten zu müssen.

Die Entscheidung, die Offsettechnologie durch Inkjetlösungen zu ersetzen oder zu ergänzen, hängt von strategischen und operativen Zielen ab, die weitgehend von der bestehenden Unternehmensstruktur und der dafür eingesetzten Technologie bestimmt werden.

Überlegungen zu Rollen- und Bogendruck

Die unterschiedlichen Ausgangspunkte für Offset-Anwender und die große Vielfalt verfügbarer Inkjet-Optionen können die Beurteilung erschweren. Unternehmen, die Bogenoffset-

The decision to replace offset technology with inkjet solutions offers the opportunity to streamline operations and capitalize on the benefits of digital printing. However, the process involves much more than selecting new presses. A thorough reassessment of production workflows, pricing models, current and prospective business will be required.

druckmaschinen betreiben, haben möglicherweise strengere Anforderungen an die Druckqualität als solche, die im Rollenoffsetdruck produzieren. Umgekehrt kann der Rollenbetrieb höhere Anforderungen an Geschwindigkeit und Effizienz haben.

Man könnte annehmen, dass ein Unternehmen eine Inkjetdruckmaschine anschaffen möchte, die das gleiche Format wie seine Offsetdruckmaschine verwendet, aber das ist nicht unbedingt der Fall. Selbst Rollen-Inkjetdruckmaschinen können in puncto Geschwindigkeit nicht mit Offsetdruckmaschinen

konkurrieren, so dass man sich bei der Bewertung auf die Aufträge konzentrieren muss, die im Inkjet laufen sollen, und auf den beabsichtigten Workflow.

Auch die Konfigurationen können sehr vielfältig sein. Eine auf der Messe gezeigte Konfiguration ist wahrscheinlich eine von vielen für dieselbe Druckmaschine. Eine Continuous-Inkjet-Druckmaschine kann in Rolle-zu-Rolle- oder in Rolle-zu-Bogen-Konfiguration arbeiten. Sie lässt sich mit einem Inline-Finishing ausstatten oder sich ein Offline-Finishing mit den Offsetdruckmaschinen teilen. Oft gibt es zudem mehrere Trocknungsoptionen, um den Farbauftrag auf gestrichenen und ungestrichenen Materialien zu unterstützen.

Auf der drupa finden Sie heute Inkjet-Bogendruckmaschinen im B1-, B2-, B3- und SRA/3-Format. Die beiden letztgenannten können häufig mehrere Papiersorten und -formate im selben Auftrag verarbeiten. Ein Unternehmen, das sein Angebot um neue Produkte erweitern will, sollte diese Flexibilität zu schätzen wissen. Allerdings können diese kleineren Formate nicht ohne weiteres die Ressourcen für die Endverarbeitung mit ihren Offset-Pendants teilen.

Ein Unternehmen mit einem hohen Auftragsvolumen, das vom Offset- auf den Inkjetdruck umgestellt werden soll, kann von den Skaleneffekten des Highspeed-Continuous-Inkjetdrucks mit automatisierter Auf- und Abwicklung profitieren, um die Betriebszeit zu maximieren. Es werden Continuous-Inkjet-Rollenmaschinen mit unterschiedlichen Bahnbreiten gezeigt, die hohe und sehr hohe Produktions-Niveaus unterstützen.

Bemerkenswert ist, dass mehrere der ausgestellten Druckmaschinen eine Farbwiedergabe bieten, die über die GRACoL- oder Fogra-Farbräume hinausgeht, so dass sich die Frage erübrigt, ob Offset- und Inkjetdruck nebeneinander bestehen können. ■

drupa 2024 Show Floor Hours

Opening hours for visitors

Monday- Friday: 10:00–18:00
Saturday- Sunday: 10:00–17:00

Opening hours for exhibitors

Monday - Sunday: 07.30–19:00



CONTINUOUS PRODUCTIVITY. CONTINUOUS PROFITABILITY. CONTINUOUS INKJET.

The **KODAK PROSPER ULTRA** 520 Press cranks out 200 LPI offset quality work at 500 feet per minute. So you can reduce your overhead, increase your revenue and boost your profitability in the process.

The proof is in the print. See it for yourself. Hall 5.



Introducing Printing Plate Tracking Technology at drupa 2024

Einführung der Druckplatten-Tracking-Technologie auf der drupa 2024

BY RAGHAV SHARMA, THE GREY ELEPHANT

Founded in 2019 and headquartered in Germany, one of our mission is to help label and packaging printers optimize their processes, reduce costs, and improve profitability. Our solutions seamlessly integrate with Esko Automation Engine, connecting ERP and graphics systems to close the gap between pre-press, press, plate-making, tools, dies, and archiving.

We believe in animal well-being, so as our name suggests we also adopt elephants based on every purchase from us.

Our latest innovation, Scan4Tools, supports printing professionals and allows them to manage and optimize their workflows. The technology ensures that each printing tool, including flexo plates, offset plates, die-cuts, and gravure, is registered, tracked, and enabled for maximum efficiency.

How Scan4Tools Works

- **Accurate Registration:** Each tool is logged into the system, with details such as run length and production runs.
- **Real-Time Tracking:** Easily check tools in and out, view comprehensive tool information, and manage storage efficiently.
- **Automation:** The scanner detects 2x2mm QR codes on tools, allowing for quick and accurate data capture.
- **Enhanced Productivity:** By automating the printing sequence, Scan4Tools reduces manual planning and promotes more print jobs.



Join Us at drupa 2024

At our stand, you will have the opportunity to see live demos of our scanner technology and learn how it can benefit your printing operations. Our experts will be available to discuss how Scan4Tools can:

- **Increase Efficiency:** Reduce downtime and streamline your workflow.
- **Enhance Traceability:** Keep track of every tool and its usage history.
- **Optimize Resources:** Make informed decisions with real-time data, reducing waste and costs.

The Grey Elephant is excited to announce our presence at drupa 2024, where we will be showcasing our flexo plate scanner technology designed to transform the printing industry. Join us at the esko stand in Hall 8B/A12 and the Eco 3 stand in Hall 5/C31 to witness our innovative solutions in action. ■

The Grey Elephant wurde 2019 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Deutschland. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, Etiketten- und Verpackungsdrucker dabei zu unterstützen, ihre Prozesse zu optimieren, Kosten zu senken und die Rentabilität zu verbessern. Unsere Lösungen lassen sich nahtlos in die Esko Automation Engine integrieren und verbinden ERP- und Grafiksysteme, um die Lücke zwischen Druckvorstufe, Druck, Plattenherstellung, Werkzeugen, Stanzen und Archivierung zu schließen.

Wir glauben an das Wohlergehen von Tieren, und wie unser Name schon sagt, adoptieren wir bei jedem Kauf bei uns auch Elefanten.

Unsere neueste Innovation, Scan4Tools, unterstützt Druckfachleute bei der Verwaltung und Optimierung ihrer

Arbeitsabläufe. Die Technologie stellt sicher, dass jedes Druckwerkzeug, einschließlich Flexo-, Offset-, Stanz- und Tiefdruckplatten, registriert, nachverfolgt und für maximale Effizienz aktiviert wird.

Wie Scan4Tools funktioniert

- **Genaue Registrierung:** Jedes Werkzeug wird im System registriert, mit Details wie Auflagenhöhe und Produktionsläufe.
- **Verfolgung in Echtzeit:** Einfaches Ein- und Auschecken von Werkzeugen, Anzeige umfassender Werkzeuginformationen und effiziente Lagerverwaltung.
- **Automatisierung:** Der Scanner erkennt 2x2 mm große QR-Codes auf Werkzeugen und ermöglicht so eine schnelle und genaue Datenerfassung.
- **Erhöhte Produktivität:** Durch die Automatisierung der Druckreihenfolge reduziert Scan4Tools die manuelle Planung und fördert mehr Druckaufträge.

Besuchen Sie uns auf der drupa 2024

An unseren Ständen haben Sie die Möglichkeit, Live-Demos unserer Scannertechnologie zu sehen und zu erfahren, wie sie Ihren Druckbetrieb unterstützen kann. Unsere Experten stehen Ihnen zur Verfügung, um zu besprechen, wie Scan4Tools helfen kann:

- **Die Effizienz steigern:** Reduzieren Sie Ausfallzeiten und rationalisieren Sie Ihren Workflow.
- **Rückverfolgbarkeit verbessern:** Behalten Sie den Überblick über jedes Werkzeug und seine Nutzungshistorie.
- **Optimieren Sie Ressourcen:** Treffen Sie auf der Grundlage von Echtzeitdaten fundierte Entscheidungen und reduzieren Sie Verschwendung und Kosten.

The Grey Elephant freut sich, seine Anwesenheit auf der Drupa 2024 anzukündigen, wo wir unsere Flexoplatten-Scannertechnologie vorstellen werden, die die Druckindustrie verändern wird. Besuchen Sie uns auf dem esko-Stand in Halle 8B/A12 und dem Eco 3-Stand in Halle 5/C31 und erleben Sie unsere innovativen Lösungen in Aktion. ■

Predicting the Power of Print

Die Wirkung von Drucksachen vorhersagen



Example of optimizing a direct mail design. Beispiel für Optimierung des Designs einer Werbesendung.

Consumers love print—this has been proven in research. A fact is as well, that some print designs work better than others. Getting to a better design involves a lot of guesswork so far. Konica Minolta aims at taking out the guessing and replacing it with scientific data now. Konica Minolta is not only a manufacturer of printers, the company also has considerable experience in colour science. The company teamed up with the University of Hiroshima for its new Ex Kansai software.

Leveraging AI and neuroscience the Ex Kansai software is set to simulate the visual perception of consumers. It has been trained on large amounts of eye-tracking data, complemented by preference data. Stills or videos from shop environments or of packages and other prints can be used as the basis. The images are analysed by a number of factors like attention or colour harmony. Image files are uploaded into the cloud-based software and the results are transmitted back in about five minutes. The images are scored for example on complexity, impact, and memorability. Simulated eye tracking and perception are

displayed as heat map on the image. The software displays the effectiveness of the designs and areas that can be improved. It can also compare and rank designs.

Ex Kansai is already offered in Japan and several companies using the software reported noticeable increases in sales or attention based on optimised designs. In Japan, Konica Minolta introduced a free trial and has subscriptions starting 80,000 (€500) yen per month. The US and Europe launch should start in about six months. The software also accounts for differing colour preferences in different countries.

Obviously, the software could be of great benefit to designers and advertising agencies. But even printing companies could benefit by offering design improvement services. This could extend into better direct mail designs, promotional prints and even web design. ■

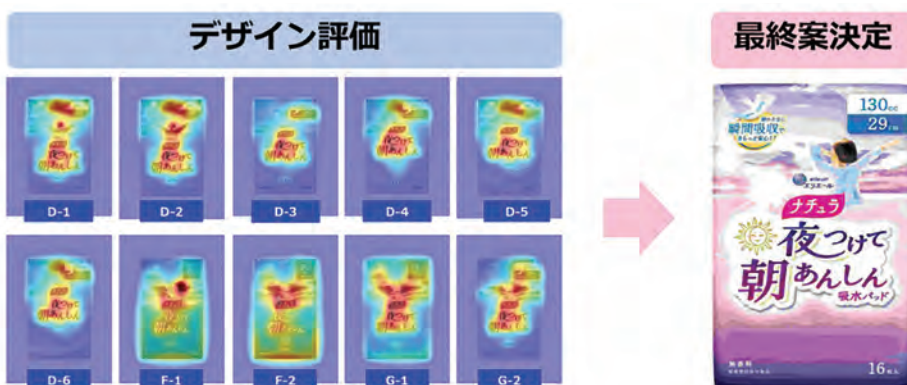
Kunden lieben Print – das ist wissenschaftlich bewiesen. Fakt ist auch, dass manche Druckdesigns besser funktionieren als andere. Das Verbessern eines Designs war

bislang mit viel Rätselraten verbunden. Konica Minolta hat sich zum Ziel gesetzt, mit dem Raten Schluss zu machen und es durch wissenschaftliche Daten zu ersetzen. Konica Minolta ist nicht nur ein Hersteller von Druckern, das Unternehmen verfügt auch über beträchtliche Erfahrung im Bereich Farbwissenschaft. Für seine neue Software Ex Kansai hat sich das Unternehmen mit der Universität Hiroshima zusammengetan.

Mit Hilfe von KI und Neurowissenschaften soll die Software Ex Kansai die visuelle Wahrnehmung von Kunden simulieren. Sie wurde mit großen Mengen an Eye-Tracking-Daten, ergänzt durch Präferenzdaten, trainiert. Als Grundlage können Fotos oder Videos aus der Umgebung von Geschäften oder von Verpackungen und anderen Drucksachen dienen. Die Bilder werden anhand einer Reihe von Faktoren (wie Aufmerksamkeit oder Farbharmonie) analysiert. Bilddateien werden in die cloudbasierte Software hochgeladen, und die Ergebnisse werden nach etwa fünf Minuten zurückgesendet. Bilder werden zum Beispiel nach Komplexität, Wirkung und Einprägsamkeit bewertet. Simulierte Blickverfolgung und Wahrnehmung werden als Heatmap im Bild angezeigt. Die Software zeigt die Effektivität der Designs und Bereiche, die verbessert werden können. Sie kann auch Designs vergleichen und in einer Rangliste ordnen.

Ex Kansai wird in Japan bereits angeboten. Mehrere Unternehmen, die die Software nutzen, melden spürbare Umsatzsteigerungen oder verstärkte Aufmerksamkeit aufgrund optimierter Designs. In Japan hat Konica Minolta eine kostenlose Testversion vorgestellt und bietet Abonnements ab 80.000 Yen (500 Euro) im Monat an. Die Markteinführung in den USA und Europa startet in etwa sechs Monaten. Die Software berücksichtigt auch unterschiedliche Farbvorlieben in verschiedenen Ländern.

Es liegt auf der Hand, dass die Software für Designer und Werbeagenturen von großem Nutzen sein kann. Aber auch Druckereien können von ihr profitieren, indem sie Dienstleistungen zur Verbesserung von Designs anbieten. Das kann sich auf bessere Entwürfe für Direktwerbung, Werbeposters und sogar Webdesign erstrecken. ■



Example of ranking packaging design variations. Beispiel für Ranking von Varianten eines Verpackungsdesigns.

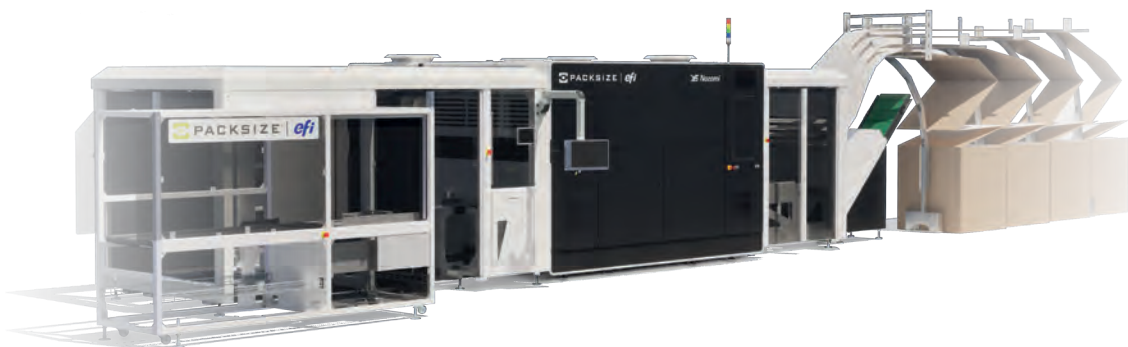


TRANSFORMATIVE packaging innovation

Packaging innovation that is truly out of the box

What's new and what's next in packaging is here. Introducing the transformative innovation of the Packsize® EFI™ X5® Nozomi – the world's first full-colour, on-demand, right-sized box system. It prints, cuts, creases, glues, and erects customised boxes with high-resolution graphics in a single solution. Transform your brand and the customer experience with full-colour, ready-to-pack, right-sized boxes on-demand.

Let's build your brilliant future. Together.
Visit EFI at Hall 9/A20-1 today.



GeoMarketing Your Way with locr

GeoMarketing auf Ihre Art mit locr

BY PAT MCGREW

Based in Braunschweig, Germany, locr is again at drupa with innovative solutions that enhance marketing options through geographic information services (GIS) and location-based services for the print and marketing sectors. Leveraging geographic data for personalized marketing requires understanding the complexities inherent in address data. They developed GEOServices and GEOAnalytics to enable businesses to analyze customer data geographically and create actionable campaigns. Using locr solutions, it is possible to create personalized, location-based maps for direct mail campaigns, enhancing the relevance and response rates of marketing materials.

The locr approach to marketing ensures that marketers know whom they are targeting and makes it easy for their target customers to engage. Customers instantly understand how to engage the brands and navigate to brick-and-mortar stores. They have proof that maps boost engagement and lead to more cost-efficient campaigns.

While they began in the German market, they also serve the United States and other markets today. They partner with Xerox, HP and AccuZIP to create integrated print and marketing solutions. They can deliver maps customized to most project needs and provide options for styles and icons that help marketers deliver their message within their corporate style guidelines.

For drupa, locr is showing their new cross-media location finder, the locrFINDER. The company says it enhances both the customer experience and the business marketing strategy, offering personalized content for apps and websites and digital and offset printed products with a consistent look and feel. locrFINDER displays the quickest route to the nearest business locations from the position of the customer's mobile device. It can also offer insights by correlating opening rates with geodata to optimize marketing activities. By tracking positions



instead of individuals, this solution makes it possible to measure campaign success without needing personalized response elements, eliminating data privacy concerns.

Spend some time with locr to add innovative solutions to any print product. Keep an eye on them as they continue to find new ways to leverage geographic data to enhance marketing efforts, mainly through personalized printing solutions. Their forward-thinking approach to data and marketing is worth a look at drupa.

Find locr in Hall 7 at stand F02. ■

Das Braunschweiger Unternehmen locr präsentiert sich auf der drupa erneut mit innovativen Lösungen, die die Marketingmöglichkeiten durch geografische Informations-Services (GIS) und standortbezogene Dienste für die Druck- und Marketingbranche erweitern. Um geografische Daten für das personalisierte Marketing zu nutzen, muss man die Komplexität von Adressdaten verstehen. Locr hat GEOServices und GEOAnalytics entwickelt, um Unternehmen die Möglichkeit zu geben, Kundendaten geografisch zu analysieren und wirkungsvolle Kampagnen umzusetzen. Mit Lösungen von locr ist es möglich, personalisierte, standortbezogene Karten für Directmail-Kampagnen zu erstellen und so die Relevanz und die Response-Rate von Marketingmaterialien zu erhöhen.

Der Ansatz von locr für das Marketing stellt sicher, dass die Marketers wissen, wen sie ansprechen, und macht es den Zielkunden zugleich leicht, sich zu engagieren. Die Kunden wissen sofort, wie die Marken sie ansprechen und zu den Geschäften navigieren. Das ist der Beweis, dass Karten das Engagement steigern und zu kosteneffizienteren Kampagnen führen.

die auf die meisten Projektanforderungen zugeschnitten sind, und bietet Optionen für Stile und Symbole, mit denen Marketingexperten ihre Botschaft im Rahmen ihrer Unternehmensrichtlinien vermitteln können.

Auf der drupa zeigt locr seinen neuen medienübergreifenden Location Finder, den locrFINDER. Laut dem Entwickler verbessert das Tool sowohl das Kundenerlebnis als auch die Marketingstrategie von Unternehmen, indem personalisierte Inhalte für Apps und Webseiten sowie digitale und Offsetdruckerzeugnisse mit einem einheitlichen Erscheinungsbild dargestellt sind. locrFINDER zeigt den schnellsten Weg zu den nächstgelegenen Geschäftsstandorten aus der Position des mobilen Geräts des Kunden an. Durch die Verknüpfung von Öffnungsraten und Geodaten kann es auch Erkenntnisse zur Optimierung von Marketingmaßnahmen liefern. Durch die Nachverfolgung von Positionen statt Personen ermöglicht es der locrFINDER, den Erfolg von Kampagnen zu messen, ohne dass personalisierte Response-Elemente erforderlich sind, wodurch Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes ausgeräumt werden.

Sprechen Sie mit locr, und fügen Sie innovative Lösungen zu jedem Druckprodukt hinzu. Behalten Sie das Unternehmen im Auge, denn es findet immer wieder neue Wege, um geografische Daten zur Verbesserung von Marketingmaßnahmen zu nutzen – vor allem durch personalisierte Drucklösungen. Der zukunftsorientierte Ansatz für Daten und Marketing ist einen Besuch auf der drupa wert.

Sie finden locr in Halle 7 am Stand F02. ■

Das Unternehmen begann auf dem deutschen Markt, bedient heute aber auch die USA und andere Märkte. Das Unternehmen arbeitet mit Xerox, HP und AccuZIP zusammen, um integrierte Print- und Marketinglösungen zu entwickeln. Locr kann Karten liefern,

XMPie: Pioneering Personalized Communications

XMPie: Wegbereiter für die personalisierte Kommunikation

BY PAT MCGREW

Since 2000, XMPie, a Xerox company, delivers innovative software solutions that merge the power of variable data printing with personalized digital communications. As a pioneer in the field, they carved out a niche by enabling businesses to create highly targeted and relevant marketing campaigns that leverage customer data. Its origins trace back to a vision of integrating print and digital media to foster more dynamic and responsive customer interactions. This vision evolved into a robust platform supporting a range of products, from web-to-print solutions to sophisticated cross-media campaign management tools that allow for seamless creation, tracking and analysis of both print and digital communications within a single cohesive campaign.

At the heart of XMPie's product lineup is its flagship offering, Circle, a visual communication tool that helps businesses plan, manage and track multi-touch and multi-channel marketing campaigns. Circle is complemented by uStore, which simplifies online ordering processes for personalized marketing materials and print products. PersonalEffect has powerful variable data printing and publishing capabilities that ensure every communication is personalized and engaging.

XMPie's commitment to innovation extends to its Rethink AI framework, integrating Artificial Intelligence to enhance customer segmentation and message personalization. The framework is targeted to businesses looking to harness the potential of big data and AI to optimize marketing strategies and improve customer engagement.

In their stand, XMPie is showing its latest advancements to demonstrate the robust capabilities of its integrated solutions. More than just a software vendor, XMPie wants



to be a partner in digital transformation, helping businesses transition from traditional print-only operations to sophisticated, data-driven, multi-channel marketing powerhouses. There are live demonstrations of its platforms, showcasing real-time data integration and campaign management across various media channels.

XMPie also brings a focus on increased automation, improved user interfaces and expanded integration capabilities with third-party systems. These enhancements are designed to reduce the complexity of marketing campaigns, allowing marketers to launch more effective campaigns faster and with greater ROI. XMPie sees this show as their opportunity to reinforce its commitment to transforming the landscape of personalized marketing.

Find XMPie at Hall 7, stand D05. ■

Seit dem Jahr 2000 bietet XMPie, ein Xerox-Unternehmen, innovative Softwarelösungen an, die die Vorteile des variablen Datendrucks mit personalisierter digitaler Kommunikation verbinden. Als Pionier in diesem Bereich hat sich das Unternehmen eine Nische geschaffen, indem es anderen Unternehmen die Möglichkeit gibt, hochgradig zielgerichtete und relevante Marketingkampagnen zu erstellen, die Kundendaten nutzen. Die Ursprünge von XMPie gehen auf die Idee zurück, gedruckte und digitale Medien miteinander zu vernetzen, um die Interaktion der Kunden dynamischer und reaktionsstärker zu gestalten. Diese Vision entwickelte sich zu einer Plattform, die eine Reihe von Produkten unterstützt, von Web-to-Print-Lösungen bis hin zu ausgefeilten, medienübergreifenden Kampagnenmanagement-Tools, die eine nahtlose Erstellung, Nachverfolgung und Analyse sowohl der Print- als auch der digitalen Kommunikation innerhalb einer einzigen, zusammenhängenden Kampagne ermöglichen.

Das Herzstück der XMPie-Produktpalette ist das Flaggschiff Circle, ein visuelles Kommunikationstool, das Unternehmen bei der Planung, Verwaltung und Tracking von Multi-Touch- und Multi-Channel-Marketingkampagnen unterstützt. Ergänzt wird Circle durch uStore, das den Online-Bestellprozess für personalisierte Marketingmaterialien und Druckprodukte vereinfacht. PersonalEffect verfügt über leistungsstarke Funktionen für den variablen Datendruck und das Publishing. Sie sollen sicherstellen, dass jede Kommunikation personalisiert und ansprechend ist.

Das Innovationsbewusstsein von XMPie erstreckt sich auch auf das Rethink AI Framework, das künstliche Intelligenz zur Verbesserung der Kundensegmentierung und der Personalisierung von Nachrichten einsetzt. Das Framework richtet sich an Unternehmen, die das Potenzial von Big Data und KI nutzen wollen, um Marketingstrategien zu optimieren und die Kundenbindung zu verbessern.

An seinem Stand zeigt XMPie seine neuesten Entwicklungen, um die leistungsstarken Fähigkeiten seiner integrierten Lösungen zu unterstreichen. XMPie ist mehr als nur ein Softwareanbieter – das Unternehmen möchte ein Partner für die digitale Transformation sein, der seinen Kunden dabei hilft, sich von einem traditionellen reinen Druckbetrieb zu einem hochentwickelten, datengesteuerten Multi-Channel-Marketing-Unternehmen zu entwickeln. Es wird Live-Demonstrationen der Plattformen geben, die die Datenintegration in Echtzeit und das Kampagnenmanagement über verschiedene Medienkanäle hinweg zeigen.

Ein weiterer Schwerpunkt von XMPie liegt auf einer stärkeren Automatisierung, verbesserten Benutzeroberflächen und erweiterten Integrationsmöglichkeiten mit Drittsystemen. Diese Neuerungen sollen die Komplexität von Marketingkampagnen reduzieren, so dass Vermarkter schnellere und effektivere Kampagnen mit höherem ROI starten können. XMPie sieht die drupa als Gelegenheit, sein Bekenntnis für die Transformation des personalisierten Marketings zu bekräftigen.

Sie finden XMPie in Halle 7, Stand D05. ■

Why The Time Has Come For Integration Platforms

Warum Die Zeit Der Integrationsplattformen Gekommen Ist

BY BERND ZIPPER

A few days ago, Four Pees presented its cloud-based integration platform Atomyx. The solution developed by the team around CEO Tom Peire is exciting. Why? Because it provides print service providers with the right tools to successfully make the transition from mass production to mass customization – without having to throw all the tools they have been using overboard or having to study them first.

But one thing at a time. First of all, you need to understand what Atomyx is all about. In short: Atomyx is an integration platform (iPaaS = integrated platform as a service) that is completely cloud-based and is designed to enable uncomplicated integration, interaction and data exchange between different data sources (online platforms, SaaS applications or on-premise data), production tools and workflows on the basis of low or no code. This means that existing solutions, programs or even cooperation and collaboration tools such as Slack can not only continue to be used, but can also be transferred to a standardized service via Atomyx and the data can be controlled.

Connected Automation – Networked Automation

Four Pees calls the philosophy – or, if you prefer, the vision behind Atomyx – Connected Automation, a concept or mindset that brings together and optimizes information systems and connectors of all kinds, such as APIs, scripts or plugins, with automation mechanisms. It may sound complicated, but the aim is exactly the opposite, namely the simple connection and integration of all those involved in the printing process.

Three core products

The Atomyx integration platform comes with three products: Atomyx Manage, the actual production management tool that connects print service providers and the technologies, tools and workflows they use with each other and with online print platforms and print buyers to create a transparent end-to-end production workflow. The data is visualized via a dashboard; it



Photo by Four Pees / fourpees.com

is also possible to intervene manually. In addition to connectivity and visualization, the main focus here is on interaction.

Atomyx Prepare, on the other hand, is a complete SaaS API that revolves entirely around the processing and optimization of print data. It is based on Callas' PDF Toolbox technology and is designed to offer dynamic print data checks, conversions, proofing and functions for separation or color management, to name but a few.

The third pillar of the integration platform is Atomyx Layout, which is intended to offer automated layout planning for the best possible use of the printed sheet – if it is available. While Atomyx Manage and Atomyx Prepare are already available and some of them are already being used by customers, Atomyx Layout will not be launched on the market until a little later.

By the way: If you want to delve deeper into the details of the new platform, you should take a look at the Atomyx website.

And what are the benefits?

Reduced integration costs, increased automation and transparency – that's a brief description of the benefits that the new integration platform is supposed to bring. But of course there's more to it than that. Not only can integrations based on no- or low-code be implemented more quickly and easily, the automation functions can also minimize manual intervention and therefore potential errors. As a 100% SaaS platform, Atomyx

also allows production to be scaled without exploding infrastructure or license management costs. Simplicity is king, so to speak.

This is particularly advantageous because print service providers must be able to react ever more flexibly to changing customer requirements. One of these requirements, for example, is the desire for completely individual products – and the resulting megatrend towards mass customization.

Print shops are becoming independent of print production runs

Mass customization is a real game changer for the printing industry. We are on the threshold from the age of mass production to the age of mass customization. Not only because we now have the technical means to do so thanks to inkjet and other digital printing processes, but above all because people have understood that print is worth more in this way – and can convey added value better than any other medium.

Thanks to mass customization, print is becoming independent of print runs – but this also poses new challenges for data handling and production. And this is precisely why we need solutions like Atomyx, which make it extremely easy to integrate different data sources, workflows and processes in the cloud and bring them together in one tool.

The great thing is that Atomyx gives print shops the freedom to choose applications and tools and brings together everything they

need to be successful with mass customization. Integration platforms are therefore exactly the right answer to this trend.

My Take: Four Pees – like other software and infrastructure providers – has understood what it takes to enable mass customization, this new way of printing, publishing and connected automation. I'm sure we'll see more infrastructure platforms like Atomyx in the future, because that's exactly what the market needs to successfully make the transition from mass production to mass customization. ■

Es ist schon ein paar Tage her, da hat Four Pees seine cloudbasierte Integrationsplattform Atomyx vorgestellt. Die Lösung, die das Team um CEO Tom Peire da entwickelt hat, ist spannend. Warum? Weil sie Druckdienstleistern die richtigen Tools an die Hand gibt, um erfolgreich den Wandel von der Massenproduktion hin zur Mass Customization zu bestehen – und das, ohne alle bisher eingesetzten Tools über den Haufen zu werfen oder vorher erst studieren zu müssen.

Aber eins nach dem anderen. Denn erst einmal muss man verstehen, was sich hinter Atomyx eigentlich verbirgt. Kurz gesagt: Atomyx ist eine Integrationsplattform (iPaaS = integrated platform as a service), die vollständig cloudbasiert arbeitet und auf Basis von Low- bzw. No-Code die unkomplizierte Einbindung, Interaktion und den Datenaustausch zwischen verschiedenen Datenquellen (Online-Plattformen, SaaS-Anwendungen oder On-Premise-Daten), Produktionstools und Workflows ermöglichen soll. Heißt: Vorhandene Lösungen, Programme oder sogar Kooperations- und Kolaborations-tools wie beispielsweise Slack können nicht nur weiter genutzt, sondern über Atomyx in einen einheitlichen Service überführt und die Daten gesteuert werden können.

Connected Automation – die vernetzte Automatisierung

Four Pees nennt die Philosophie – oder wenn man so will die Vision, die hinter Atomyx steht – Connected Automation, ein Konzept bzw. Mindset, das Informationssysteme und Konnektoren aller Art, wie etwa APIs, Skripte oder Plugins, mit Automatisierungsmechanismen zusammenbringt und

optimiert. Das klingt zwar kompliziert, hat aber genau das Gegenteil zum Ziel, nämlich die einfache Verbindung und Integration aller am Druckprozess Beteiligten.

Drei Kernprodukte

Die Integrationsplattform Atomyx kommt mit drei Produkten daher: Atomyx Manage, das eigentliche Produktionsmanagement-Tool, das Druckdienstleister und die von ihnen genutzten Technologien, Tools, Workflows miteinander sowie mit Onlinedruck-Plattformen und Printbuyern zu einem transparenten End-to-End-Herstellungs-Workflow verbindet. Die Daten werden über ein Dashboard visualisiert; darüber hinaus ist es möglich, manuell einzugreifen. Neben Konnektivität und Visualisierung geht es hier vor allem auch um Interaktion.

Hinter Atomyx Prepare verbirgt sich hingegen eine vollständige SaaS-API, die sich ganz um die Verarbeitung und Optimierung der Druckdaten dreht. Sie basiert auf der PDF-Toolbox-Technologie von Callas und soll dynamische Druckdatenprüfungen, -konvertierungen, Proofing sowie Funktionen zur Separation oder zum Farbmanagement bieten, um nur einige zu nennen.

Die dritte Säule der Integrationsplattform bildet Atomyx Layout, das unter anderem die automatisierte Layoutplanung für die bestmögliche Nutzung des Druckbogens anbieten soll – wenn es verfügbar ist. Denn während Atomyx Manage und Atomyx Prepare bereits verfügbar sind und zum Teil schon im Kundeneinsatz sind, kommt Atomyx Layout erst etwas später auf den Markt.

Übrigens: Wer noch tiefer in die Details der neuen Plattform einsteigen will, der sollte sich einfach mal die Website von Atomyx anschauen.

Und was bringt das alles?

Integrationskosten runter, Automatisierung und Transparenz rauf, so könnte man die Vorteile, die die neue Integrationsplattform bringen soll, kurz beschreiben. Aber es steckt natürlich noch mehr darin. Nicht nur, dass sich Integrationen auf Basis von No- bzw. Low-Code schneller und einfacher realisieren lassen, können durch die Automatisierungsfunktionen manuelle Eingriffe und damit potenzielle Fehler minimiert werden. Als 100%ige SaaS-Plattform lässt sich mit Atomyx außerdem die Produktion skalieren,

ohne dass der Aufwand bei Infrastruktur oder Lizenzmanagement explodiert. Einfachheit ist King, sozusagen.

Das ist vor allem deswegen von Vorteil, weil Druckdienstleister immer flexibler auf die sich ändernden Kundenanforderungen reagieren können müssen. Eine dieser Anforderungen ist beispielsweise der Wunsch nach ganz individuellen Produkten – und den darauf erwachsenen Megatrend zur Mass Customization.

Druckereien machen sich von der Auflage unabhängig

Mass Customization ist ein echter Gamechanger für die Druckindustrie. Wir stehen an der Schwelle vom Zeitalter der Massenproduktion hin zum Zeitalter der Mass Customization. Nicht nur, weil wir dank Inkjet und anderer Digitaldruckverfahren nun technisch die Möglichkeit dazu haben, sondern vor allem deswegen, weil die Menschen verstanden haben, dass Print auf diese Art und Weise mehr Wert ist – und Mehrwert so gut transportieren kann, wie kein anderes Medium.

Print macht sich dank Mass Customization unabhängig von der Auflage – doch das stellt auch das Datenhandling und die Produktion vor neue Herausforderungen. Und genau aus diesem Grunde benötigen wir Lösungen wie Atomyx, die es denkbar einfach machen, verschiedene Datenquellen, Workflows und Prozesse cloudbasiert miteinander zu integrieren und in einem Tool zusammenzubringen. Das Schöne ist, Atomyx lässt den Druckereien die Freiheit in der Wahl der Applikationen und Tools und bringt alles zusammen, was es braucht, um mit Mass Customization erfolgreich zu sein. Integrationsplattformen sind daher genau die richtige Antwort auf diesen Trend.

My Take: Four Pees hat es – wie übrigens auch andere Software- und Infrastrukturanbieter – verstanden, was es braucht, um Mass Customization, diese neue Art des Druckens, des Publishings und der Connected Automation, zu ermöglichen. Ich bin mir sicher, dass wir künftig auch noch weitere Infrastruktur-Plattformen wie Atomyx sehen werden, denn genau das ist es, was der Markt braucht, um den Wechsel von der Mass Production hin zur Mass Customization erfolgreich zu bestehen. ■

Women in Print Issue: Women and the Machine

Ausgabe „Women in Print“: Frauen und die Maschine

The new issue of Fujifilm's "Women4Women" magazine is being printed live at drupa 2024 on the Fujifilm stand, giving a female glance at the world of printing and graphic arts.

Fujifilm is presenting the new issue of Women4Women magazine to honour women in the print and graphic industries. This new edition has been designed with a completely new look and feel and is being published to coincide with the world's leading print technology exhibition, drupa (Düsseldorf, Germany 28th May–7th June). The magazine is being printed on the Jet Press 1160CFG at the Fujifilm stand (Hall 8b, Stand A02) during the show.

More than 20 women from all over the world, from Australia to the UK, shared their stories and experiences in an industry that until 1876, the year the Women's Printing Society was founded, was the prerogative of men. The shots of Turin photographer Paola Agosti, taken in some factories in Italy in the 1980s, accompany the reader on a journey in colour and black and white to discover "women and the machine."

Starting with this edition, the magazine has been given a new look together with a significant restyling of the logo and layout.

In line with the company's new corporate purpose "Giving our world more smiles," the magazine has been given a new tagline, "Women changing the world, one smile at a time," emphasising issues such as diversity, equality, and inclusion.

Underlining these values, Fujifilm Europe President Yoshiki Kimura said: "Our goal is to bring together diverse ideas, unique skills and extraordinary people to change the world. Women4Women is a concrete example that testifies to the path we have taken towards Diversity, Equity and Inclusion."

"The stories we have collected in this new issue are all about a challenge," says Luana Porfido, European Head of Corporate Communication and ESG Management FUJIFILM Europe GmbH. "A challenge that has been quietly but not yet fully recognised, one that sees women and machines progressing and evolving together, demonstrating

that technology, in this case applied to the printing industry, is not a men-only activity. These magnificent women tell us how they are able to create empathy with these mechanical 'hearts' and thanks to the strong 'bond' that is created, it has been possible to achieve results that we can be described as artistic. Business aptitude is not enough to do this."

Among the external contributors is Lisa Farinati, Head of Business Administration



at Faservice Srl, a Veneto-based graphic arts company founded in 1966. For this incredible woman, female leadership can be the key to positive change because every experience and every achievement is reflected in the working world, creating a unique mix of innovation and dedication. Writing has always been the great passion of Chiara Bezzi, Editorial Manager of Innovative Press. For 20 years she has been working as a journalist in the graphic arts sector, reporting on market trends, evolving technologies and the stories of excellent companies such as those led by female entrepreneurs who have been able to direct their corporate focus towards sustainability, inclusion and the enhancement of all human resources. Or Ms. Zhu Min, Vice President C&C Joint Printing Co. (Hong Kong) Ltd., who received the "Bi Sheng Printing Outstanding Achievement"

award, the highest technical award in the printing industry in China, after gaining extensive experience in the field.

The souls of Fujifilm are represented by several contributors, starting with Makiko Numata, working for the Graphic Communication Division for FUJIFILM Business Innovation Corp., who talks about how her dedication to the performing arts drives her to seek out the 'work of art' to create incredible images and prints for customers. The printing industry is not a strongly female-dominated sector, and according to Mihoko Endo, also working for the Graphic Communication Division for FUJIFILM Business Innovation Corp., women can provide significant support. She believes in a future without gender boundaries and personally intends to contribute to the creation of products that can be used by anyone regardless of age or skills.

The role of Isabelle Katrina Morales, Regional Technical Product Specialist at FUJIFILM Business Innovation in Malaysia, requires the determination and courage to overcome long-established barriers. And this is what drives her to constantly update herself on new printing technologies and study to develop innovative new technical materials and grow within the company.

It is no coincidence that the release of 'The Women in Print Issue' coincides with Fujifilm's participation in drupa, the world's leading print technology exhibition, highlighting the incredible contribution that women have made within this industry. During the show, Fujifilm will present its credentials as a reliable and sustainable partner, adding value to print businesses. (Hall 8b/A02) ■

Die neue Ausgabe des „Women4Women“-Magazins von Fujifilm wird live auf der drupa 2024 am Stand von Fujifilm gedruckt und bietet einen weiblichen Einblick in die Welt des Druckens und der grafischen Künste.

Fujifilm präsentiert die neue Ausgabe des Women4Women-Magazins, um Frauen in der Druck- und Grafikbranche zu ehren. Diese neue Ausgabe wurde mit einem völlig neuen Look und Feel gestaltet und erscheint zeitgleich mit

der weltweit führenden Ausstellung für Drucktechnologie, der drupa (Düsseldorf, Deutschland, 28. Mai – 7. Juni). Das Magazin wird während der Messe auf der Jet Press 1160CFG am Stand von Fujifilm (Halle 8b, Stand A02) gedruckt.

Mehr als 20 Frauen aus aller Welt, von Australien bis Großbritannien, erzählten ihre Geschichten und Erfahrungen in einer Branche, die bis 1876, dem Gründungsjahr der Women's Printing Society, eine Männerdomäne war. Die Aufnahmen der Turiner Fotografin Paola Agosti, die in den 1980er Jahren in einigen Fabriken in Italien entstanden, begleiten den Leser auf einer Entdeckungsreise in Farbe und Schwarz-weiß zum Thema „Frauen und Maschinen“.

Ab dieser Ausgabe erhält das Magazin ein neues Erscheinungsbild sowie eine umfassende Neugestaltung des Logos und Layouts.

Im Einklang mit dem neuen Unternehmensziel „Unserer Welt mehr Lächeln schenken“ hat das Magazin einen neuen Slogan erhalten: „Frauen verändern die Welt, ein Lächeln nach dem anderen“, wobei Themen wie Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion hervorgehoben werden.

Yoshiki Kimura, Präsident von Fujifilm Europe, unterstrich diese Werte: „Unser Ziel ist es, vielfältige Ideen, einzigartige Fähigkeiten und außergewöhnliche Menschen zusammenzubringen, um die Welt zu verändern. Women4Women ist ein konkretes Beispiel, das den Weg bezeugt, den wir in Richtung Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion eingeschlagen haben.“

„Die Geschichten, die wir in dieser neuen Ausgabe gesammelt haben, handeln alle von einer Herausforderung“, sagt Luana Porfido, europäische Leiterin für Unternehmenskommunikation und ESG-Management bei FUJIFILM Europe GmbH. „Eine Herausforderung, die stillschweigend, aber noch nicht vollständig erkannt wurde, eine Herausforderung, bei der Frauen und Maschinen gemeinsam vorankommen und sich weiterentwickeln und zeigen, dass Technologie, in diesem Fall in der Druckindustrie angewandt, keine reine Männertätigkeit ist. Diese großartigen Frauen erzählen uns, wie sie in der Lage sind, Empathie mit diesen mechanischen ‚Herzen‘ zu erzeugen, und dank der starken ‚Bindung‘, die dadurch entsteht, war es möglich, Ergebnisse zu erzielen, die wir als künstlerisch bezeichnen können. Geschäftstüchtigkeit reicht dafür nicht aus.“



Top left to top right: Makiko Numata, Francesca Mastrapasqua, Rachel Li, Eugenia Alvarez and Kate Channon. Bottom left to bottom right: Mihoko Endo, Britta Dannenberg, Chelsea Carter and Georgia Cranwell.

Zu den externen Mitwirkenden gehört Lisa Farnati, Leiterin der Betriebswirtschaftslehre bei Faservice Srl, einem 1966 gegründeten Grafikunternehmen mit Sitz in Venetien. Für diese unglaubliche Frau kann weibliche Führung der Schlüssel zu positiven Veränderungen sein, denn jede Erfahrung und jede Leistung spiegelt sich in der Arbeitswelt wider und schafft so eine einzigartige Mischung aus Innovation und Engagement. Das Schreiben war schon immer die große Leidenschaft von Chiara Bezzi, Redaktionsleiterin von Innovative Press. Seit 20 Jahren arbeitet sie als Journalistin im Grafiksektor und berichtet über Markttrends, sich entwickelnde Technologien und die Geschichten hervorragender Unternehmen wie jener, die von Unternehmerinnen geführt werden, die ihren Unternehmensfokus auf Nachhaltigkeit, Inklusion und die Aufwertung aller Humanressourcen ausrichten konnten. Oder Frau Zhu Min, Vizepräsidentin C&C Joint Printing Co. (Hong Kong) Ltd., die nach dem Sammeln umfassender Erfahrung auf diesem Gebiet die Auszeichnung „Bi Sheng Printing Outstanding Achievement“, die höchste technische Auszeichnung der Druckindustrie in China, erhielt.

Die Seelen von Fujifilm werden von mehreren Mitwirkenden vertreten, angefangen mit Makiko Numata, die für die Abteilung für grafische Kommunikation der FUJIFILM Business Innovation Corp. arbeitet und darüber spricht, wie ihr Engagement für die darstellenden Künste sie dazu treibt, nach dem „Kunstwerk“ zu suchen,

um unglaubliche Bilder und Drucke für Kunden zu erstellen. Die Druckindustrie ist kein stark von Frauen dominierter Sektor, und laut Mihoko Endo, die ebenfalls für die Abteilung für grafische Kommunikation der FUJIFILM Business Innovation Corp. arbeitet, können Frauen erhebliche Unterstützung leisten. Sie glaubt an eine Zukunft ohne Geschlechtergrenzen und beabsichtigt persönlich, zur Schaffung von Produkten beizutragen, die von jedem unabhängig von Alter oder Fähigkeiten verwendet werden können.

Die Rolle von Isabelle Katrina Morales, Regional Technical Product Specialist bei FUJIFILM Business Innovation in Malaysia, erfordert Entschlossenheit und Mut, alteingesessene Barrieren zu überwinden. Und das ist es, was sie dazu antreibt, sich ständig über neue Drucktechnologien zu informieren und zu lernen, um innovative neue technische Materialien zu entwickeln und innerhalb des Unternehmens zu wachsen.

Es ist kein Zufall, dass die Veröffentlichung von „The Women in Print Issue“ mit der Teilnahme von Fujifilm an der drupa zusammenfällt, der weltweit führenden Ausstellung für Drucktechnologie, die den unglaublichen Beitrag hervorhebt, den Frauen in dieser Branche geleistet haben. Während der Messe wird Fujifilm seine Referenzen als zuverlässiger und nachhaltiger Partner präsentieren, der Druckunternehmen einen Mehrwert bietet. (Halle 8b/A02). ■

Fiery Brings Superpowers to Industrial Print

Fiery verleiht dem industriellen Druck Superkräfte

BY PAT MCGREW

Fiery is one of the best-known names in Digital Front Ends and Raster Image Processing for print hardware sellers in many segments. If you are a digital printer, the chances are good that you have equipment powered by Fiery in your print shop. From wide format to production presses, Toby Weiss, CEO of Fiery, LLC, tells us that here at drupa, there are 18 halls of ways to print, and Fiery solutions are in most of them. Now that they are an independent company, they have more freedom to take a step back, look at a wide range of gaps in the industry, and find pathways to solutions that help their customers differentiate their products. It also allows them to have a more intense relationship with partners.

New for drupa 2024 is the announcement from Fiery that they now have a product to help the industrial OEMs develop their front ends faster. Their success in production solutions provided many learnings, but their new entrance into the industrial and specialty side of print opened their eyes to ways they could help a new range of solution providers in a diverse space.

Fiery Impress DFEs are designed as a turnkey digital front-end solution for industrial print and inline manufacturing lines. This new solution from Fiery is designed as a ready-to-implement solution for integrators to solve the common problems they face. How do you get the best color for your specific solution, and what does the term best mean? For some, it will be matching color across a range of presses, while for others, it will be matching a customer's reference sample. Still, others will be most concerned with printing color efficiently or the ability to print on dark backgrounds. Each requires a solution that can be tuned to the end client's needs. There are varying speed requirements and concerns related to how much waste might be produced for a job. The superpower is in the API-based approach to implementation that provides access to



the elements of the Fiery ecosystem using a more elegant approach than hard-coding the handshakes between the DFE and the printhead electronics.

The Fiery team is proud to share that the speed of integration is a testament to the user-friendly nature of their product. By providing sample code and well-documented API documentation, Fiery enables OEMs to significantly reduce their time to market. Some OEMs have even reported seeing output from their integration within two weeks, a drastic improvement from the months of code integration that was previously required. This scalable solution is designed to adapt to the evolving market, ensuring that speed, resolution, and color requirements are always met.

As Weiss sees the market unfolding, he says that supporting single-pass print solutions in the industrial and specialty space is a significant opportunity. As brands look for more colorful solutions for their corrugated and folding carton packaging, more vendors are entering the market to supply solutions. They all need solutions to handle incoming files, color manage them, and create the raster images needed by the print solutions.

Another valuable element is that Fiery allows vendors to bring solutions to market quickly and with a level of commonality that helps printers fast-track the training of new

employees. The user interface is designed for usability, and even with the differences between the Fiery solutions for different segments, once an operator learns how Fiery works, they can move almost seamlessly among the many implementations. To learn more and see Fiery's many new solutions for printers in all segments, visit them in Hall 8b! ■

Fiery ist einer der bekanntesten Namen im Bereich Digital Frontends und RIP-Technologie für Druck-Equipment in vielen Segmenten. Wenn Sie ein Digitaldrucke-Unternehmen sind, stehen die Chancen gut, dass Sie in Ihrer Druckerei Systeme im Einsatz haben, die von Fiery betrieben werden. Von Großformat- bis hin zu Produktionsdruckmaschinen – laut Toby Weiss, CEO von Fiery, LLC, gibt es auf der drupa 18 Hallen voller Druckmaschinen – und in den meisten davon sind Fiery-Lösungen zu finden.

Als unabhängiges Unternehmen hat Fiery nun mehr Freiheiten, einen Schritt zurückzutreten, die Vielzahl an Lücken in der Branche anzusehen und Lösungsansätze dafür zu finden, wie sich die Kunden mit ihren Produkten differenzieren können. Das ermöglicht ihnen auch eine intensivere Beziehung zu ihren Partnern.

Neu auf der drupa 2024 war die Ankündigung von Fiery, dass sie jetzt ein Produkt haben, das den industriellen OEMs hilft, ihre Frontends schneller zu entwickeln. Dank des Erfolgs im Bereich der Produktionslösungen hat Fiery zahlreiche Erkenntnisse gewonnen – doch der Einstieg in den industriellen sowie Spezial-Druck hat dem Unternehmen die Augen dafür geöffnet, wie es neuen Lösungsanbietern aus unterschiedlichen Bereichen unterstützen kann.

Die Fiery Impress DFEs sind als schlüsselfertige digitale Frontend-Lösungen für den industriellen Druck und Inline-Fertigungslinien konzipiert. Diese neue Lösung von Fiery ist als sofort einsatzbereite Lösung für Integratoren konzipiert, um die häufigsten Probleme zu

lösen, mit denen sie konfrontiert sind. Wie erhält man die beste Farbe für seine spezifische Lösung, und was bedeutet der Begriff „am besten“? Für einige ist es die Abstimmung der Farbe über eine Reihe von Druckmaschinen hinweg, für andere die Abstimmung auf das Referenzmuster eines Kunden. Wieder andere sind vor allem daran interessiert, Farbe effizient zu verdrucken oder auf dunklen Hintergründen zu drucken. Für jeden dieser Bereiche ist eine Lösung erforderlich, die sich auf die Anforderungen des Endkunden abstimmen lässt. Es gibt unterschiedliche Anforderungen an die Geschwindigkeit und Bedenken hinsichtlich der Abfallmenge, die bei einem Auftrag entstehen könnte. Die Stärke liegt in dem API-basierten Implementierungsansatz, der den Zugriff auf die Komponenten des Fiery-Ökosystems auf elegantere Weise ermöglicht, als wenn die Handshakes zwischen dem DFE und der Druckkopf-elektronik fest kodiert werden.

Das Fiery-Team ist stolz darauf, dass die Geschwindigkeit der Integration ein Beleg für die Benutzerfreundlichkeit des Produktes ist. Durch die Bereitstellung von Beispielcode und einer gut dokumentierten API-Dokumentation ermöglicht Fiery es den OEMs, ihre Time-to-Market erheblich zu verkürzen. Einige OEMs haben sogar berichtet, dass sie die Ergebnisse ihrer Integration innerhalb von zwei Wochen sehen konnten, was eine drastische Verbesserung gegenüber der zuvor erforderlichen monatelangen Code-Integration darstellt. Diese skalierbare Lösung ist so konzipiert, dass sie sich an den sich entwickelnden Markt anpasst und sicherstellt, dass Geschwindigkeits-, Auflösungs- und Farbenanforderungen stets erfüllt werden.

Wie Toby Weiss die Entwicklungen am Markt einschätzt, liegt in den Single-Pass-Drucklösungen im Bereich der industriellen und Spezial-Druckanwendungen eine bedeutende Chance. Während Markenhersteller nach farbenfroheren Lösungen für ihre Wellpappen- und Faltschachtelverpackungen suchen, drängen immer mehr Anbieter auf

den Markt, die entsprechende Lösungen anbieten. Sie alle benötigen Lösungen, um die eingehenden Dateien zu verarbeiten, das Farbmanagement zu bewerkstelligen und Rasterbilder entsprechend der Druckauflösung zu erstellen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass Fiery es den Anbietern ermöglicht, Lösungen schnell auf den Markt zu bringen, und zwar mit einem Grad an Standardisierung, der es Druckereien ermöglicht, die Schulung neuer Mitarbeiter zu beschleunigen. Die Benutzeroberfläche ist benutzerfreundlich gestaltet, und trotz der Unterschiede zwischen den Fiery-Lösungen für verschiedene Segmente kann ein Bediener, sobald er die Funktionsweise von Fiery erlernt hat, fast nahtlos zwischen den zahlreichen Implementierungen wechseln. Um mehr zu erfahren und die vielen neuen Lösungen von Fiery für Druckdienstleister in allen Segmenten kennenzulernen, besuchen Sie Fiery in Halle 8b! ■

FOR OFFSET AND DIGITAL VAREO PRO



The Vareo PRO perfect binder is the most ideal perfect binder for print finishing specialists and printing plants that use conventional printing modes or are engaged in digital printing. Whether for medium, short or ultra-short runs, right down to runs of one copy, the Vareo is an all-rounder and stands for outstanding binding quality. The first book produced with the three-clamp perfect binder is already available for sale.



Automated Perfect Binding – Save Time and Money:
Perfect Binders from Muller Martini.
mullermartini.com/vareopro



MÜLLER MARTINI

Your strong partner.



Executive Interviews from the drupa daily Studio



Keeping the Show Floor Informed: An Interview with Felix Kastell from Schaffrath

Felix Kastell, Order Manager, Schaffrath, talks about their collaboration on the drupa daily publication, explore the printing process and discuss Schaffrath's company profile.



VIEW THE
FULL VIDEO

"Schaffrath has been around for several hundred years now, and we are printing thousands of different magazines.."



Inspiring the Future of Production Print with Canon

Jennifer Kolloczek, EMEA Planning, Marketing & Innovation Senior Director Canon, talks about the highlights of drupa. She discusses 'The Core' concept, the role of inspiration and technology in imaging, and the significance of personalization and brand relevance.



VIEW THE
FULL VIDEO

"We're working to bring together everyone in the book publishing supply chain to find out how we can work better together, grow together, be more sustainable and make sure that print stays relevant."



Ricoh's Next Innovations: An Interview with Eef de Ridder

Eef de Ridder, Vice President Graphic Communications Group EMEA, Ricoh Europe, talks about his experience at drupa, Ricoh's new toner and inkjet solutions, the shift from offset to digital, and the groundbreaking Project 75 Sheet Inkjet solution.



VIEW THE
FULL VIDEO

"If you look at the market trend at the moment, the biggest volume potential growth is certainly in the offset to digital transition."



Official camera partner of WhatTheyThink and the drupa daily



A Journey from Print to AI-Driven Automation with Dalim Software

Carol Werle, CEO, and Tim D'Elia, Product Strategy Director, Dalim Software visit the drupa daily studio. They discuss the company's history and evolution into print and workflow automation, development, and future direction, which includes automation, AI, and empowering non-experts.



VIEW THE FULL VIDEO

"We've been working hard since the last drupa eight years ago and we've seen the industry change in those years and so our software has changed a lot through those years as well. Both are going through a generation change."



Through Fresh Eyes: Cal Poly Graphic Communications Students on Their First drupa

Cary Sherburne talks with Katie Pomerleau, Senior, and Zach Ramirez, Freshman—students in Cal Poly's Graphic Communications program. They share their reasons for choosing the program, their experiences, and their insights from working in a production environment.



VIEW THE FULL VIDEO

"My entire life I've been interested in how people perceive packaging products and that's just such a fascinating world to dive into."



Innovative Packaging Solutions by Antopack

Cary Sherburne talks with George Antoniou, CEO, Antopack, a leader in the packaging industry. George unveils their revolutionary production process that enables the creation of corrugated products in under five minutes.



VIEW THE FULL VIDEO

"It's a competitive advantage to work this way because it is less people, but more importantly less space."



drupa 2024: New Technologies and Sustainability Initiatives

drupa 2024: Neue Technologien und Nachhaltigkeitsinitiativen

Cary Sherburne talks with Pat McGrew, Managing Director, McGrew Group as they discuss drupa 2024, tracing its history and the evolution of the industry.

PM: And you don't have as much waste going into recycle as well. I cry every time I receive a box that's got 15 air pillows plus the peanuts in it, because I know the technology exists to send me just what I need.

In 2016, we saw the promise. We saw some technology demos, we knew that there were some people with early machines who were actually in production with them. We knew it was there, but you wouldn't have called it fully accepted yet—there was still a lot of suspicion. How will this really work? What do I have to do? For me it's a workflow question: What do I have to do to my workflow to be able to take advantage of this new technology? And now the answers are so easy because the software that drives those solutions handshake to typical commercial workflows.

dd: In 2016, the Nozomi was just a shell, but it went to market the next year and then display and graphics business were like, "I want to use this."

PM: We always say; whatever a product vendor thinks their device or software is for, a customer is going to tell you differently.

dd: And they're going to push it to the limits.

PM: They are going to tell you, 'wait a minute, I can do this and this and this.' And I think the Nozomi is a great case of that.

dd: And they listened to the customer and continued to innovate for what's to come. The future vision is an important part of drupa.

PM: There are a lot of interesting things that are on the horizon, I think in every one of the segments. Textile, wide-format, corrugated, flexible and still commercial and transaction. Let's not forget them because, we're still innovating there too.

dd: Exactly. And I'm glad you mentioned textile because you know textiles are the second largest polluter.

PM: Sustainability is a story all by itself, right? We're hearing more and more vendors, especially inkjet, talking about going to recycled water for their inks, low water content to eliminate manufacturing waste. So I think everyone got the message.

But printers by nature are suspicious people. They want proof and they'll say, "yeah that looks good, we'll wait to see who else buys it." I think this will be a drupa with a very long tail, where for the next six or nine months we're going to see a lot of new net customers coming because of the things they saw here. ■

Cary Sherburne spricht mit Pat McGrew, Geschäftsführerin der McGrew Group, über die drupa 2024, ihre Geschichte und die Entwicklung der Branche.

drupa daily: Pat, Sie besuchen die drupa jetzt zum achten Mal.

drupa daily: So Pat, it's your eighth time visiting drupa.

Pat McGrew: Back then it was a really interesting show when it was largely offset and gravure, all the big heavy machines and a lot of noise, and had a scent because you had all of the solvents, inks and washing fluids. But if you look at 2000 drupa as a watershed year, that's when the show really started getting interesting. We started to see a little more respect for digital.

We saw some digital before, but we actually started to see it being treated a little bit more respectfully. And after that we started to see the software folks realize that drupa was a place to be. We started calling them the "Inkjet drupas" for a while, but coming here this time, I feel like we have such an emphasis on new technologies, workflow technologies are getting some respect, which is good.

I also see sustainability is a hug story here in every stand, which is good because we always talk about it but we didn't lift it.

dd: You can see that they've expanded their footprint. AI, productivity automation, sustainability, textiles...

PM: Packaging and labels too. Today I don't feel like I could honestly call drupa a commercial print show. I feel like it's a print show because if you walk through the halls you'll find 3D printing, which sits on this interesting border. So they're telling interesting stories. And I'm also seeing the attached technologies like recycling and de-inking.

Speaking with the touchpoint sustainability folks and I loved some of the samples that they have that showed that you can print and fully recycle. And that is essential, certainly in the European Union it's essential for the law, but worldwide it's essential. They have solutions for food packaging and typical commercial printing as well. It's an exciting time to be here.

dd: And some of the innovations like the Nozomi Packsize, for example. Being able to right size the boxes with the new EU regulations of no more than 50% void.

Pat McGrew: Damals war es eine wirklich interessante Messe, als es noch hauptsächlich um Offset- und Tiefdruck ging, mit all den großen, schweren Maschinen und viel Lärm, und es roch nach Lösungsmitteln, Druckfarben und Waschflüssigkeiten. Aber wenn man die drupa 2000 als Wendepunkt betrachtet, dann fing die Messe erst richtig an, interessant zu werden. Wir sahen, dass die digitale Technologie etwas mehr Respekt bekam.

Wir hatten schon vorher Digitales gesehen, aber jetzt wurde es tatsächlich etwas respektvoller behandelt. Und danach haben die Software-Leute gemerkt, dass die drupa der Ort ist, an dem man sein muss. Eine Zeit lang haben wir sie „Inkjet-drupas“ genannt, aber dieses Mal habe ich das Gefühl, dass wir uns so sehr auf neue Technologien konzentrieren, dass Workflow-Technologien mehr Respekt erhalten, was gut ist.

Ich sehe auch, dass Nachhaltigkeit hier an jedem Stand eine große Rolle spielt, was gut ist, weil wir immer darüber reden, es aber nicht in die Tat umgesetzt haben.

dd: *Man sieht, dass sie ihre Präsenz erweitert haben. KI, Produktivitätsautomatisierung, Nachhaltigkeit, Textilien...*

PM: Verpackungen und Etiketten. Heute habe ich ehrlicherweise nicht das Gefühl, dass ich die drupa als Akzidenzdruck-Messe bezeichnen könnte. Ich habe das Gefühl, dass es eine Druck-Messe ist, weil man, wenn man durch die Hallen geht, 3D-Druck findet, der an einer interessanten Grenze angesiedelt ist. Er werden interessante Geschichten erzählt. Und ich sehe auch die damit verbundenen Technologien wie Recycling und Deinking.

Ich habe mit den Leuten vom Touchpoint Sustainability gesprochen und war begeistert von den Mustern, die sie zeigen und die beweisen, dass man drucken und vollständig recyceln kann. Und das ist wichtig, vor allem in der Europäischen Union, wo es gesetzlich vorgeschrieben ist, aber auch weltweit. Es gibt Lösungen für Lebensmittelverpackungen und den typischen Akzidenzdruck. Es ist eine aufregende Zeit, hier zu sein.

dd: *Auch einige der Innovationen, wie die Nozomi Packsize zum Beispiel, nehmen das Thema auf. Mit der Möglichkeit, die Größe der Kartons anzupassen, können sie den neuen EU-Vorschriften entsprechen, die eine Leerraumquote von höchstens 50 % vorsehen.*

PM: Und es fällt auch weniger Abfall an, der recycelt werden muss. Ich weine jedes Mal, wenn ich ein Paket erhalte mit 15 Luftpolsterkissen und dem dazugehörigen Füllmaterial, weil ich weiß, dass es die Technologie gibt, die es ermöglichen würde, genau das zu erhalten, was man braucht.

Im Jahr 2016 erhielten wir das Versprechen. Wir haben einige Technologie-Demos gesehen und wussten, dass es einige Leute gab, die tatsächlich mit den Maschinen in ihren frühen Versionen produzierten. Wir wussten, dass die Ansätze da waren, aber man hätte es noch nicht als vollständig akzeptiert bezeichnet – es gab immer noch viel Misstrauen. Wie wird das wirklich funktionieren? Was muss ich tun? Für mich ist es eine Frage des Workflows: Was muss ich an meinem Arbeitsablauf ändern, um diese neue Technologie nutzen zu können? Und jetzt sind die Antworten so einfach, weil die Software, die diese Lösungen antreibt, mit den typischen kommerziellen Workflows Hand in Hand geht.

dd: *Im Jahr 2016 war die Nozomi noch eine leere Hülle, aber schon im nächsten Jahr kam sie auf den Markt, und dann sagten die Display- und Grafikkunternahmen: „Das will ich haben.“*

PM: Wir sagen immer: Was auch immer ein Produktverkäufer über den Verwendungszweck seines Systems oder seiner Software denkt, ein Kunde wird Ihnen etwas anderes sagen.

dd: *Und sie werden es bis an die Grenzen ausreizen.*

PM: Sie werden Ihnen sagen: „Moment mal, ich kann dies und das und das“. Und ich denke, Nozomi ist ein gutes Beispiel dafür.

dd: *Und sie haben auf den Kunden gehört und weiter an Innovationen für die Zukunft gearbeitet. Die Zukunftsvision ist ein wichtiger Bestandteil der drupa.*

PM: Es gibt viele interessante Dinge, die sich am Horizont abzeichnen, und zwar in jedem einzelnen Segment. Textil, Großformat, Wellpappe, flexible Materialien und immer noch im kommerziellen und Transaktionsdruck. Wir dürfen das nicht vergessen, denn auch hier gibt es noch Innovationen.

dd: *Genau. Und ich bin froh, dass Sie Textilien erwähnt haben, denn Sie wissen, dass die Textilindustrie der zweitgrößte Umweltverschmutzer ist.*

PM: Nachhaltigkeit ist ein Thema für sich, nicht wahr? Wir hören immer mehr Anbieter, insbesondere im Bereich Inkjetdruck, die über den Einsatz von wiederaufbereitetem Wasser für ihre Tinten und einen geringen Wassergehalt zur Vermeidung von Produktionsabfällen sprechen. Ich denke, jeder hat die Botschaft verstanden.

Aber Drucker sind von Natur aus misstrauisch. Sie wollen Beweise und sagen: „Ja, das sieht gut aus, wir warten ab, wer es sonst noch kauft.“ Ich denke, dass diese drupa noch lange nachwirken wird und wir in den nächsten sechs oder neun Monaten viele neue Kunden sehen werden, die aufgrund der hier gezeigten Produkte zu uns kommen. ■

drupa cube: Exploring Sustainability and Alternatives to Net Zero

drupa cube: Erforschung von Nachhaltigkeit und Alternativen zu Net Zero

Jonathan Graham is a resolute sustainability advocate. He is Chair of the SPG Foundation, past Chair of the SPG Partnership, and Head of Marketing for Palamides. He will be part of a workshop "SGP: Simple Strategies for Navigating Environmental Regulations" on June 5 CEST 15:00 in the drupa cube. Here he shares some thoughts on the realities of achieving net zero greenhouse gas emissions and why building robust sustainability management systems (SMS) is critical for business.

In today's business landscape, net zero has become a rallying cry for companies committed to combating climate change. The ambition to reduce greenhouse gas emissions to zero is commendable, but the path to achieving net zero is fraught with challenges, particularly in accurately gathering and reporting emissions data. Understanding the intricacies of Scopes 1, 2, and 3 emissions is essential for comprehending these challenges and exploring alternatives to net zero commitments.

While Scopes 1 and 2 are challenging, Scope 3 emissions take the complexity to another level. Tracking emissions across a value chain that includes suppliers, transportation networks, and end-users requires immense effort and sophisticated tracking systems. Companies must rely on data from multiple external sources, often leading to inaccuracies and inconsistencies.

When discussing net zero, it is essential to address the challenges of carbon credits or offsets, a common strategy that companies strive for net zero. A significant issue with carbon credits is their reliance on vague and inconclusive predictions. For example, credits based on future emission reductions, like planting saplings expected to sequester CO₂ over decades, must address current emissions effectively. The accepted practice is that compensation should occur with carbon credits sold after the carbon removal or emission avoidance.

As companies grapple with the complexities of achieving net zero emissions, focusing on activities that can bring real change and contribute to a more sustainable future is crucial. A critical activity is building robust sustainability management systems (SMS).

An SMS provides guidelines for a facility to evaluate, manage, and improve sustainability by tracking and optimizing resource usage.

An SMS offers a structured framework for measuring, managing, and enhancing environmental performance across all emissions scopes. By implementing an SMS, companies can drive continuous improvement, enhance transparency, and build stakeholder trust. The Sustainable Green Printing Partnership (SGP) offers a publicly vetted SMS template, providing companies with a valuable resource to develop their sustainability strategies. Investing in an SMS allows companies to lay the foundation for sustainable growth and resilience in an increasingly carbon-constrained world. ■

Jonathan Graham ist ein entschiedener Verfechter der Nachhaltigkeit. Er ist Vorsitzender der SPG Foundation, ehemaliger Vorsitzender der SPG Partnership und Marketingleiter bei Palamides. Er wird am 5. Juni MESZ um 15:00 Uhr im drupa Cube an einem Workshop mit dem Titel „SGP: Simple Strategies for Navigating Environmental Regulations“ teilnehmen. Hier teilt er einige Gedanken über die Realitäten des Erreichens von Netto-Null-Treibhausgasemissionen und warum der Aufbau robuster Nachhaltigkeitsmanagementsysteme (SMS) für Unternehmen entscheidend ist.

In der heutigen Geschäftswelt ist Netto-Null-Emissionen zu einem Slogan für Unternehmen geworden, die sich für die Bekämpfung des Klimawandels einsetzen. Das Ziel, die Treibhausgasemissionen auf Null zu reduzieren, ist lobenswert, aber der Weg dorthin ist voller Herausforderungen, insbesondere bei der genauen Erfassung und Berichterstattung von Emissionsdaten. Um diese Herausforderungen zu verstehen und Alternativen zu Netto-Null-Verpflichtungen zu erkunden, ist es wichtig, die Feinheiten der Emissionen der Bereiche 1, 2 und 3 zu verstehen.

Während die Bereiche 1 und 2 schon eine Herausforderung darstellen, erreichen die Emissionen des Bereichs 3 eine neue Stufe der Komplexität. Die Verfolgung von Emissionen über eine Wertschöpfungskette, die Lieferanten, Transportnetze und Endverbraucher umfasst, erfordert einen

immensen Aufwand und ausgeklügelte Verfolgungssysteme. Unternehmen müssen sich auf Daten aus verschiedenen externen Quellen stützen, was häufig zu Ungenauigkeiten und Unstimmigkeiten führt.

Bei der Diskussion über Netto-Null-Emissionen ist es wichtig, sich mit den Herausforderungen von Kohlenstoffgutschriften oder -kompensationen zu befassen, einer gängigen Strategie, mit der Unternehmen Netto-Null-Emissionen anstreben. Ein wesentliches Problem bei Emissionsgutschriften ist, dass sie sich auf vage und nicht eindeutige Vorhersagen stützen. So müssen beispielsweise Gutschriften, die auf künftigen Emissionsreduzierungen basieren, wie das Pflanzen von Setzlingen, von denen erwartet wird, dass sie über Jahrzehnte hinweg CO₂ binden, die aktuellen Emissionen effektiv berücksichtigen. Die gängige Praxis sieht vor, dass die Kompensation durch Emissionsgutschriften erfolgt, die nach dem Abbau von Kohlenstoff oder der Vermeidung von Emissionen verkauft werden.

Da sich Unternehmen mit der Komplexität des Erreichens von Netto-Null-Emissionen auseinandersetzen, ist es von entscheidender Bedeutung, sich auf Aktivitäten zu konzentrieren, die echte Veränderungen bewirken und zu einer nachhaltigeren Zukunft beitragen können. Eine wichtige Maßnahme ist der Aufbau robuster Nachhaltigkeitsmanagementsysteme (SMS). Ein SMS bietet Richtlinien für eine Einrichtung zur Bewertung, Verwaltung und Verbesserung der Nachhaltigkeit durch die Verfolgung und Optimierung des Ressourcenverbrauchs.

Ein SMS bietet einen strukturierten Rahmen für die Messung, das Management und die Verbesserung der Umweltleistung in allen Emissionsbereichen. Durch die Einführung eines SMS können Unternehmen kontinuierliche Verbesserungen vorantreiben, die Transparenz erhöhen und das Vertrauen der Interessengruppen stärken. Die Sustainable Green Printing Partnership (SGP) bietet eine öffentlich geprüfte SMS-Vorlage, die Unternehmen eine wertvolle Ressource für die Entwicklung ihrer Nachhaltigkeitsstrategien bietet. Durch die Investition in ein SMS können Unternehmen die Grundlage für nachhaltiges Wachstum und Widerstandsfähigkeit in einer zunehmend kohlenstoffbeschränkten Welt schaffen. ■



Schedule

[View Full Schedule Online](#)



touchpoint packaging is an open platform for all packaging experts involved in the development of forward-looking packaging solutions. The trade audience has the opportunity to learn about the latest developments in packaging design and production and to gain insights and inspiration in accompanying presentations. Der touchpoint packaging ist eine offene Plattform für alle Verpackungsexperten, die sich mit der Entwicklung zukunftsweisender Verpackungslösungen befassen. Das Fachpublikum hat die Möglichkeit, die neuesten Entwicklungen im Verpackungsdesign und in der Verpackungsproduktion kennenzulernen und in begleitenden Vorträgen Einblicke und Anregungen zu gewinnen.



[View schedule: touchpoint packaging](#)



As part of drupa next age, you are at the center of disruptive developments. Where there are few points of contact between industry newcomers and established companies in day-to-day business, the drupa special show creates a networking space in which encounters at eye level take place. These collaborations have the potential to significantly shape the further development of the industry. Als Teil von drupa next age befinden Sie sich im Zentrum disruptiver Entwicklungen. Wo im täglichen Business wenige Berührungspunkte zwischen Branchennewcomern und etablierten Unternehmen existieren, schafft die Sonderschau der drupa einen Vernetzungsraum, in dem Begegnungen auf Augenhöhe entstehen. Diese Kollaborationen haben das Potenzial, die Weiterentwicklung der Branche maßgeblich zu prägen.



[View schedule: next age](#)



touchpoint sustainability offers selected exhibitors at drupa, who contribute to greater sustainability with innovative solutions, a central platform and stage to transfer top-class expertise, present their concepts, solutions and best practice as well as for professional discussion. Ausgewählten Ausstellern der drupa, die mit innovativen Lösungen zu mehr Nachhaltigkeit beitragen, bietet der touchpoint sustainability eine zentrale Plattform und Bühne zum hochkarätigen Know-how-Transfer, zur Präsentation ihrer Konzepte, Lösungen und Best Practices sowie zum fachlichen Austausch.



[View schedule: touchpoint sustainability](#)



At touchpoint textile, you will experience applications in different areas such as textile direct printing, screen printing, transfer printing or digital printing. Experience a fully networked, integrated production chain - from design to the finished product. Im touchpoint textile erleben Sie Anwendungen in unterschiedlichen Bereichen wie Textil-Direktdruck, Siebdruck, Transferdruck oder Digitaldruck. Erleben Sie eine voll vernetzte, integrierte Produktionskette - vom Design bis zum fertigen Produkt.



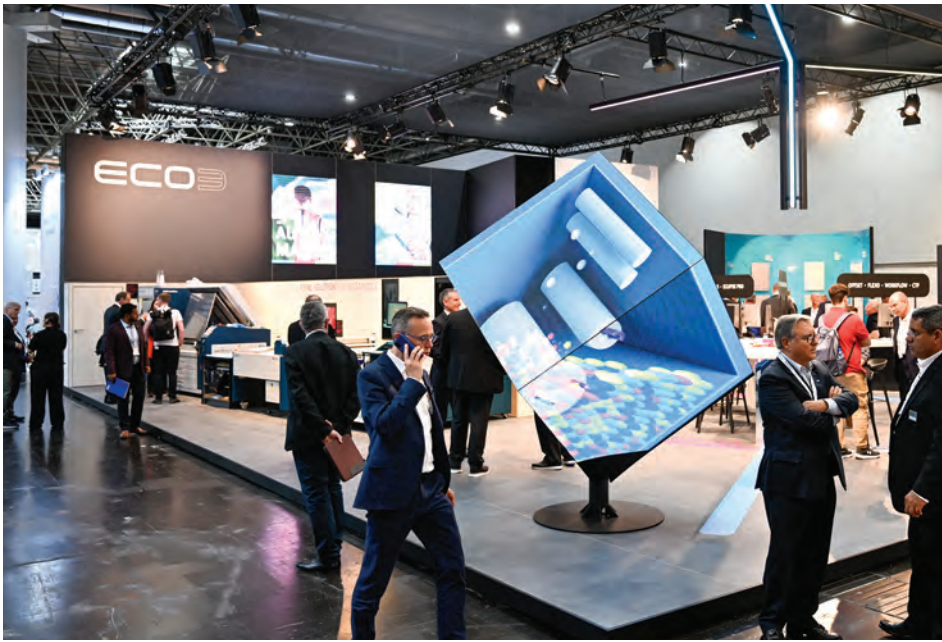
[View schedule: touchpoint textile](#)



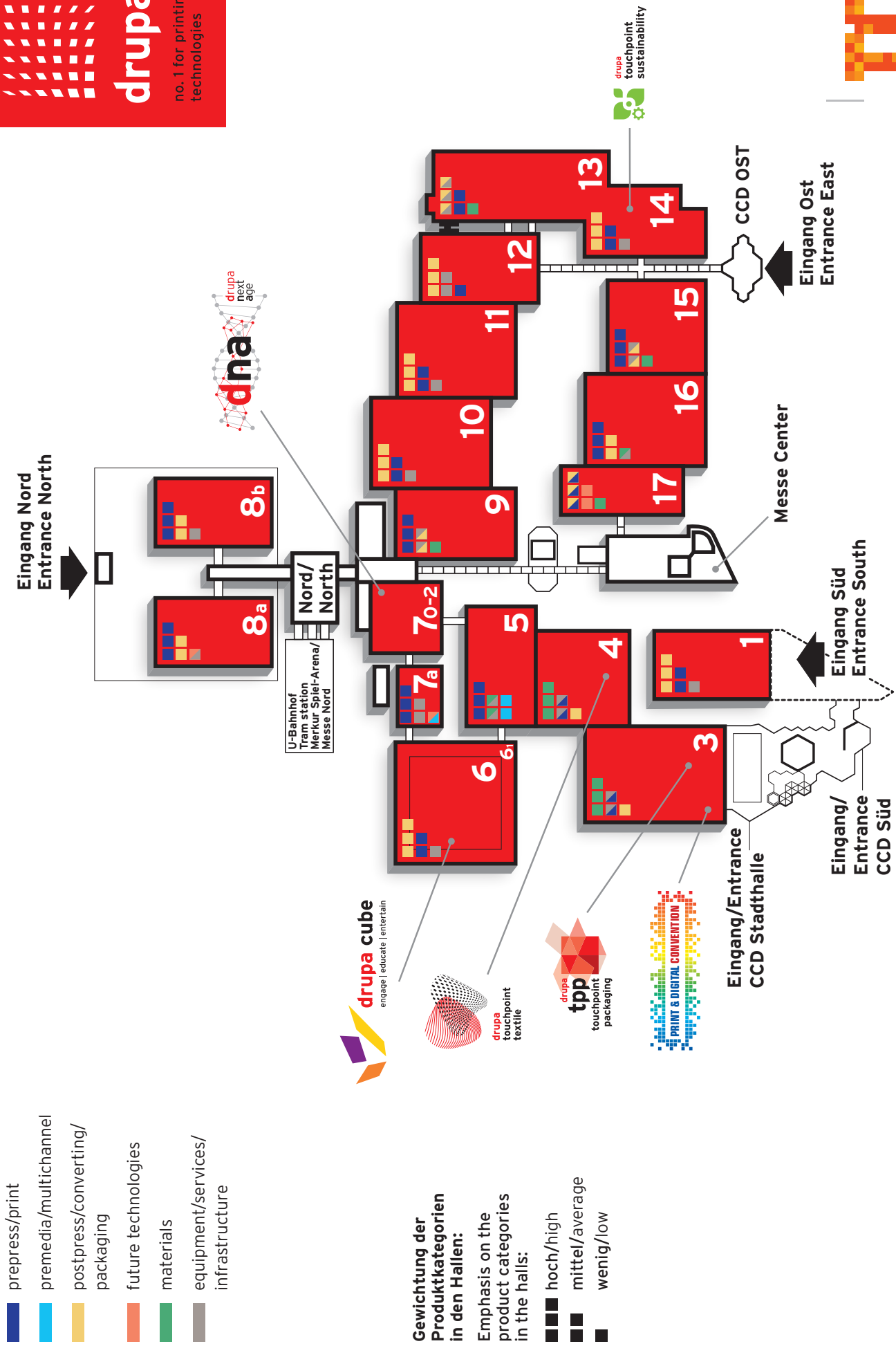
At drupa cube, top international speakers will provide you with practical insights for implementation in your own company. From business trends and best practices to the future of printing. Im drupa cube erhalten Sie durch internationale Top-Speaker praxisbezogene Einblicke zur Umsetzung im eigenen Unternehmen. Von Business Trends über Best Practices bis hin zur Zukunft des Drucks.



[View schedule: drupa cube](#)



FROM TOP LEFT: Gleaming the cube; a season in Hell?; "I thought I'd take a chance on Barberán"; high-impact printing; wiggling out at drupa. ■



Halle / Hall 1

Bistro Kalles
Französische Küche / Flammkuchen,
Getränke & Bier vom Fass
French cuisine and tarte flambée
beverages & draught beer
28.05.-06.06.24 | 10.00-18.00 h
02.06.24 | 10.00-16.00 h
07.06.24 | geschlossen / closed

Coffee Bee
Kaffeespezialitäten aus der Siebträgermaschine,
Getränke & Snacks
Coffee specialties, beverages & snacks
28.05.-07.06.24 | 09.00 - 18.00 h

Halle / Hall 3

Pick Up
Snacks & Wurstspezialitäten, Getränke,
Beverages & snacks | different sausages
28.05.-07.06.24 | 10.00 - 18.00 h
07.06.2024 | 10.00-16.00 h

Pitty Indians Restaurant
Authentic Indian Street food
28.05.-07.06.24 | 11.00 - 18.00 h
02.06.2024 | 11.00-16.00 h
07.06.2024 | geschlossen / closed

SERVICE RESTAURANT „Spargelzeit“
Spargel- und Erdbeergerichte | Getränke |
Weine & Champagner
Dishes from asparagus & strawberry | beverages |
wine | champagne
28.05.-06.06.2024 | 11.00-18.00 h
Warme Küche/Main dishes | 11.30-17.00 h
02.06.2024 | 11.00-16.00 h
07.06.2024 | geschlossen / closed

drupa touchpoint packaging
Stockheim Kaffeebar
Coffee & more
28.05.-07.06.2024 | 10.00 - 18.00 h

Halle / Hall 4

F CAFETERIO
Kaffeespezialitäten aus der Siebträgermaschine,
Getränke & Snacks
Coffee specialties, beverages & snacks
28.05.-07.06.2024 | 09.00-18.00 h

G SERVICE RESTAURANT „Zum Schiffchen“
Rheinische Spezialitäten | Getränke und Bier vom Fass
Rhenish dishes | beverages & draught beer
28.05.-07.06.2024 | 10.00-18.00 h
Warme Küche/Main dishes | 11.00-17.30 h
02.06.2024 | 10.00-16.00 h
07.06.2024 | 10.00-16.00 h

Halle / Hall 5

H Free Flow Restaurant (1st Floor)
Spanische Küche & Weine vom Holzfass, Getränke
Spanish Food, Wine, beverages
28.05.-06.06.2024 | 10.00-18.00 h
Warme Küche/Main dishes | 11.00-17.00 h
02.06.2024 | 10.00-16.00 h
07.06.2024 | geschlossen / closed

I Pick Up 5
Snacks & Getränke
Snacks & beverages
28.05.-06.06.2024 | 10.00-18.00 h
07.06.2024 | 10.00-16.00 h

J Espresso-Flitzer
Heiß- & Kaltgetränke
Hot & cold beverages
28.05.-07.06.2024 |
09.00-17.30 h

Halle / Hall 6

K Wok & Co Zhurong
Original asiatische Küche
Original asian food
28.05.-06.06.2024 | 10.00-18.00 h
07.06.2024 | 10.00-16.00 h

L Fox Box
Fassbier & Deftiges
Draught beer & solid food
28.05.-06.06.2024 | 10.00-18.00 h
07.06.2024 | 10.00-16.00 h

M Ethno Grill
Türkische Spezialitäten / halal & kosher
Turkish specialties/ halal & kosher
28.05.-06.06.2024 | 10.00-18.00 h
02.06.2024 | 10.00-16.00 h
07.06.2024 | geschlossen / closed

O Tokio
Ramen und japanische Spezialitäten
Ramen & Japanese specialties
28.05.-06.06.2024 | 10.00-18.00 h
02.06.2024 | 10.00-16.00 h
07.06.2024 | geschlossen / closed



Halle / Hall 7a

Q Pick Up
Snacks & Getränke
Snacks & beverages
28.05.-06.06.2024 |
10.00-18.00 h
07.06.2024 | geschlossen / closed

Halle / Hall 8b

T1 Bistro - Bar
Snacks & Getränke
Snacks & beverages
28.05.-06.06.2024 |
10.00-18.00 h
07.06.2024 | geschlossen

Halle / Hall 7

R drupa next age
Coffee & More
28.05.-06.06.2024 |
10.00-18.00 h
07.06.2024 | geschlossen / closed

Eingang Süd / South entrance

A1 Stockheim Kaffeebar
Coffee & more
28.05.-07.06.2024 |
08.00-12.00 h

Halle / Hall 8a

S1 Bistro - Bar
Snacks & Getränke
Snacks & beverages
14.05.-27.05.2024 | 10.00-15.00 h*
28.05.-06.06.2024 |
10.00-18.00 h
07.06.2024 | geschlossen / closed

Eingang Nord A / North A

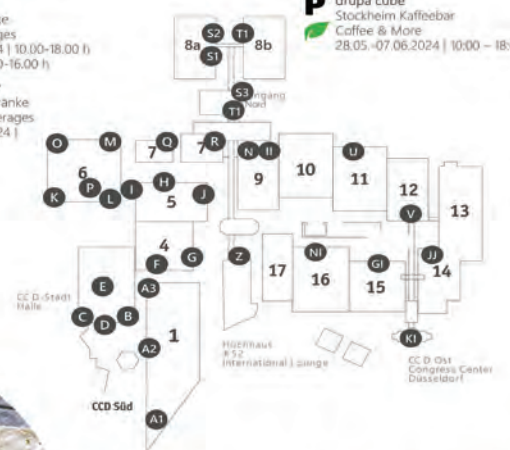
S3 Stockheim Kaffeebar
Coffee & more
28.05.-07.06.2024 |
09.00-18.00 h

Halle / Hall 8b

S2 Free Flow Restaurant Reistafel
Authentische asiatische
Spezialitäten
Authentic asian food
28.05.-06.06.2024 |
10.00-18.00 h
07.06.2024 | 10.00-16.00 h

Eingang Nord B / North B

T2 Stockheim Kaffeebar
Coffee & more
28.05.-07.06.2024 |
09.00-18.00 h



*Auf- und Abbau / during construction & dismantling

Stockheim Catering

vegetarisch / vegetarian

GASTRO GUIDE

Halle / Hall 9

II FreshUp 9
Getränke & Snacks
Beverages & snacks
28.05.-06.06.2024 |
09.30 - 17.00 h
07.06.2024 | geschlossen / closed

N CHANAKYA (FOODPLAZA 9)
Indisches Restaurant
Indian Restaurant
28.05.-06.06.2024 |
09.30 - 17.00 h
07.06.2024 | 09.30 - 16.00 h

Halle / Hall 11

U Sushi Kaiser - (Fresh Up)
28.05.-06.06.2024 |
09.30 - 17.00 h
07.06.2024 | 09.30 - 16.00 h

Halle / Hall 12

V FOOD PLAZA
Reichhaltiges internationales
Angebot (Steaks, Fisch & Snacks)
International food offering
28.05.-06.06.2024 |
10.00 - 17.00 h
07.06.2024 | geschlossen / closed

Eingang / Entrance CCD Ost

KI KAFFESTATION
Coffee station
28.05.-07.06.2024 |
08.00 - 12.00 h

In allen Hallen / In all halls

LANGNESE
Brezel & Eis
Pretzels & ice cream
28.05.-07.06.2024

Halle / Hall 14

JJ FreshUp 14
Getränke & Snacks
Beverages & snacks
28.05.-06.06.2024 |
10.00 - 17.00 h
07.06.2024 | geschlossen / closed

Halle / Hall 15

GI HALAL Imbiss - (Fresh Up)
Türkische & arabian snacks
coffee, softdrinks & snacks
28.05.-06.06.2024 |
09.30 - 17.00 h
07.06.2024 | 09.30 - 16.00 Uhr

Halle / Hall 16

FOODPLAZA
Reichhaltiges internationales Angebot
(Steaks, Fisch & Snacks)
International Food Offering
(Steaks, fish & snacks)
28.05.-06.06.2024 |
10.00 - 17.00 h
06.-07.06.2024 | geschlossen / closed

FRESH & FAST

Internationale & vegane
Snacks - kalt und warm
International & vegan
snacks - hot and cold
28.05.-06.06.2024 |
10.00 - 17.30 h
07.06.2024 | 10.00 - 16.00 Uhr

Weekend 01.-02. June
Food Outlets schließen/
close at 4 pm

Am Messehochhaus

Z SV SUPERMARKT
Getränke, Snacks,
Hygiene-Artikel,
Verpackungen,
Geldautomat (ATM)
13.05.2024 |
08.00 - 16.00 h
14.05.-11.06.2024 |
08.00 - 18.00 h
12.06.-13.06.2024 |
08.00 - 16.00 h

svgroup
Messe | Catering | Event

FREIGELÄNDE / OPEN AIR

drupa gardens
28.05.-07.05.2024 | 10.30 - 17.30 h
Weekend & last day food outlets closing at 4 pm

- Lavazza Hot Spot**
Kaffeespezialitäten
Coffee specialties
- SV Getränkewagen**
Bier & Kaltgetränke
Beer & cold beverages
- FOOD TRUCK Beefbusters**
Burger & american food
- FOOD TRUCK Chi Bay**
Vietnamesisches Streetfood
Vietnamese streetfood
- FOOD TRUCK Chanakya**
Indische Spezialitäten
Indian specialties
- FOOD TRUCK Laiterie Fisch**
Frische Fischspezialitäten
Fresh fish specialties
- FOOD TRUCK Flying Dutchman**
Dutchman
Belgische Pommes,
Curry Wurst
Belgium fries, curried sausage
- FOOD TRUCK Flying Dutchman**
Dutchman
Gesunde Bowls
Healthy bowls
- FOOD TRUCK FFG**
Mexicanische Tacos
Mexican tacos.
- Brasserie Starthaus**
Streetfood Deluxe
Streetfood deluxe

Rondell

28.05.-07.05.2024 | 10.30 - 17.30 h
Weekend closing at 4:30 pm &
last day closing at 4 pm
*Auf- und Abbau /
during construction & dismantling

- FOOD TRUCK Flying Dutchman**
Burger, Pommes, Regionales
Burgers, fries, regional food
14.05.-27.05.2024 | 10.30 - 17.00 h*
08.06.-11.06.2024 | 10.30 - 17.00 h*
- FOOD TRUCK Flying Dutchman**
Friture
Fried food
18.05.-27.05.2024 | 10.30 - 17.00 h*
- FOOD TRUCK Das FLEISCH**
Regionales Street Food Deluxe
Regional street food deluxe
- FOOD TRUCK Maison Touareg**
Maghrebinische Spezialitäten
Maghrebinaian specialties

Hallen / Halls 9, 12, 14

13 Streetfood Rockstars
Bratwurst & Currywurst
Grilled and Curry Sausage
28.05.-07.06.2024 |
10.30 - 17.30 Uhr

KAFFEE TRUCK Barista
Kaffee Spezialitäten & Snacks
Coffee specialties & snacks

Ghiloni Eismanufaktur
Eiscreme
Ice cream

svgroup
Messe | Catering | Event

vegetarisch / vegetarian

GASTRO GUIDE

drupadaily

PUBLISHED BY

WhatTheyThink

DRUPA DAILY TEAM

Richard Romano	Patrick Henry
Julie Shaffer	Ryan McAbee
Eric Vessels	Pat McGrew
Adam Dewitz	Mary Schilling
Debbie Papineau	Ralf Schlözer
Amy Noble	Cary Sherburne
Nick Gawreluk	David Zwang
Elizabeth Gooding	Adam Goldman

CONTRIBUTORS



Scan for full list
of contributors

WhatWarrenTh!nks

“Smart, educated, knowledgeable printers
are the next BIG print thing!”



whattheythink.com/free



Warren Werbitt
Contributor

Get the very latest global print news and commentary for free.

Working Up an Appetite at drupa

What could be better than crowning a successful evening at the trade fair with a first-class dinner? Düsseldorf offers numerous opportunities for this. Extra drupa city goodies are available, for example, at The Ash steakhouse, Wine & Dine Reinhardts, The Roof or Clayton Hotel's Teppanyaki restaurant. Get your drupa city goodies! ■

Die drupa macht hungrig

Was gibt es schöneres als einen erfolgreichen Messeabend mit einem erstklassigen Abendessen zu krönen? Düsseldorf bietet dazu zahlreiche Möglichkeiten. Extra drupa city Goodies gibt es z.B. im Steakhouse The Ash, im Wine & Dine Reinhardts, im The Roof oder dem Teppanyaki Restaurant des Clayton Hotels. Hole Dir Deine drupa city Goodies! ■



Photo: Elina Sazonova



#drupacity2024



We couldn't possibly fit our complete offering of

intelligent production lines

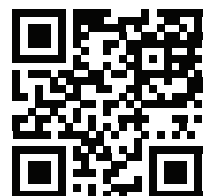
on this
page,

but it fits perfectly in **Hall 17.**

Take a look at the front cover of your drupa Daily.
It is one of a kind.
For the first time ever, 64.000 unique covers are printed digitally
on an HP Indigo B2 press, using papers graciously provided
by Antalis, Favini, Fedrigoni and Sappi.

Unlock Profitable Growth

#Powered By HP Innovation



Scan to find out
how this cover
was produced.