

werbetechnik

Das Fachmagazin für visuelle Kommunikation



DIGITALDRUCK

Alles von Folierung bis
Druckmaschinen – die
wetec 2025 in Stuttgart

SIGNMAKING

Die Relevanz von DTF
und DTG im Bereich
der Textilveredelung

FOLIERUNG

Wie Künstliche
Intelligenz die Branche
beeinflussen kann

LICHT

Acrylglas überzeugt
in der visuellen
Kommunikation

DIGITAL SIGNAGE

So gelingt der Einstieg
in den DS-Markt für
Werbetechniker

Offizieller Medienpartner der Verbände:





Gemeinsam gestalten wir die Zukunft von Print

Der Druckmarkt entwickelt sich schneller denn je. In den letzten Jahren hat der Druck eine Transformation durchlaufen: von visuell flach über funktional (z. B. akustisch, egalisierend und schützend) hin zu zirkulär. Mittlerweile erleben wir sogar „smarte“ (phygital) Drucklösungen. Wichtige Trends bringen nicht nur Herausforderungen, sondern auch enorme Wachstumschancen für Druckprofis. .

Den ökologischen Fußabdruck verringern

Die Auswirkungen der Druckindustrie auf die Umwelt sind nicht zu leugnen. Deshalb ist es unsere Aufgabe, Verantwortung zu übernehmen und Veränderungen voranzutreiben. Der Trend zu lokal produzierten und nachhaltigen Drucklösungen bietet uns die Gelegenheit, einen positiven Beitrag zu leisten – für die Umwelt und für neue Marktpotenziale.

Die Creator Economy: Wachstum und Hyper-Personalisierung

Ein weiterer Megatrend ist die "Creator Economy". Designer, die ihre eigenen Produkte entwerfen und über soziale Plattformen verkaufen, erleben ein explosionsartiges Wachstum. Mit über 200 Millionen aktiven Creators weltweit – davon vier Millionen professionell – steigt die Nachfrage nach personalisierten und On-Demand-Drucklösungen. Tools wie Canva und KI vereinfachen das Design, wodurch die Barrieren für den Einstieg sinken. Das ist Ihre Chance, innovative Lösungen für diese Zielgruppe zu entwickeln und anzubieten.

Veränderung im Such- und Kaufverhalten

Die Art und Weise, wie Generationen A bis Z (mittlerweile 50% der Weltbevölkerung) Informationen suchen und Produkte kaufen, wandelt sich. Plattformen wie TikTok gewinnen an Bedeutung und ersetzen zunehmend traditionelle Suchmaschinen wie Google. Um hier mitzuhaltan, sind Kooperationen, intelligente API-Verknüpfungen und Integrationen entscheidend. So können Print-Profis direkt auf die sich ändernden Bedürfnisse der Verbraucher reagieren.

Sie können es selbst drucken, müssen es aber nicht

In unserer hochmodernen 25.000 m² großen Produktion produzieren Sie die Drucke von heute und wir liefern die innovativen, nachhaltigen Drucklösungen von (über)morgen. Mit unserem 100%-igen Wiederverkäufermodell stehen wir Ihnen als starker Partner zur Seite. Unsere innovativen Produkte wie Sign Again und Akustikmaterialien bieten neue Marktchancen, während unser Sortiment mit über 280 Materialien – für mehr als 300.000 individuelle Produkte – keine Wünsche offenlässt. Und das Beste: Wir produzieren mit 100 % Grünstrom.



Entwicklung des Druckmarktes

Unabhängige Untersuchungen (Roland Berger) über den Druckmarkt zeigen, dass der europäische Druckmarkt einen beeindruckenden Wert von 160 Milliarden Euro hat, während für die kommenden Jahre ein weltweites Wachstum von 90 Milliarden Euro vorhergesagt wird. Dieses Wachstum wird vor allem durch den Großformatdruck, die Innenausstattung (Dekoration) und Etiketten angetrieben – Segmente, die auf die steigende Nachfrage nach personalisierten und nachhaltigen Drucklösungen reagieren. Es ist klar: Der Druckmarkt ist einer der dynamischsten Märkte und bietet zahlreiche Möglichkeiten für Innovationen und neue Anwendungen.

Möchten Sie mehr über Ihre Möglichkeiten erfahren?

Als Manager Deutschland arbeite ich täglich daran, Druckprofis dabei zu helfen, neue Märkte zu entdecken und ihre Unternehmen zukunftssicher zu machen. Möchten Sie mehr darüber erfahren, wie Sie Ihr Unternehmen stärken können, oder die vollständige Präsentation über zukunftssicheres Unternehmertum im Druckmarkt erhalten? Nehmen Sie Kontakt mit mir auf - meine Kollegen und ich helfen Ihnen gerne!

Marco den Reijer

Jetzt QR-Code scannen und einfach über mein LinkedIn-Profil ein Gespräch starten



Printing together



DAS JAHRESABO

JEDER NEUABONNENT ERHÄLT EIN ABOGESCHENK.

Als Neuabonnent gilt, wer das Fachmagazin WERBETECHNIK in den vergangenen 12 Monaten nicht abonniert hatte. Der Versand der Abo-Prämie erfolgt nach dem Zahlungseingang.

6 MAGAZINE
+ 1 WRAPS
+ PRÄMIE
+ E-PAPER



WIRELESS CHARGER

aus satiniertem Kunststoff
in Schwarz, 15 Watt
Ausgangsleistung, USB-C
Anschluss / 1 m Ladekabel
Ohne Smartphone



THERMOSFLASCHE in Weiß oder Silber

Doppelwandige Thermosflasche
aus Edelstahl. Füllmenge: 500 ml.
Größe ø 6,5 cm, Höhe 24 cm



WANDUHR

Klassische Wanduhr mit Hygro-
und Thermometer, in Schwarz/Silber.
Größe ø 35x5 cm

Für alle
Abonnenten
E-Paper
auf Tablet und PC
kostenfrei
lesen!

EINFACH BESTELLEN UNTER:
abo@wnp.de



+49 (0) 8171 / 38636-0

✉ WNP VERLAG –
WNP Medien GmbH
Lauterbachstraße 25 b
82538 Geretsried

☎ Tel.: 08171 / 38636-0

✉ abo@wnp.de

🌐 werbetechnik.de

JA, ich möchte ein Jahresabo des Fachmagazins WERBETECHNIK

Bitte senden Sie mir 6 Ausgaben zum Vorzugspreis von 68 € zzgl. MwSt. und Porto. Bin ich nach Ablauf des Jahresabonnements an einer weiteren Zusendung nicht interessiert, schicke ich eine kurze Mitteilung an den Verlag. (Im EU-Ausland kosten 6 Ausgaben 93,30 € inkl. Porto, unter Angabe der Umsatzsteuer-ID-Nummer, zahlbar per EU-Überweisung oder PayPal.)

Bitte wählen Sie Ihre Abo-Prämie:

Wireless Charger

Thermosflasche

Wanduhr

Firma/Name

Inhaber/Geschäftsführer

Straße

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Datum/Unterschrift*

Das Abo kann frühestens nach 12 Monaten gekündigt werden.

Unterschrift zur Widerrufsbelehrung*

Ich kann diese Bestellung innerhalb von 10 Tagen widerrufen.

Im EU-Ausland bitte angeben! ▶

Umsatzsteuer-ID-Nummer

*Ich bin damit einverstanden, dass der WNP VERLAG die von mir angegebenen Daten zu Zwecken der an mich gerichteten Werbung per Briefpost oder E-Mail verarbeitet und nutzt. Ich kann der Nutzung meiner Daten jederzeit widersprechen unter abo@wnp.de oder per Post an WNP VERLAG, Lauterbachstraße 25 b, D-82538 Geretsried.

CNC-FRÄSMASCHINEN

X Next Generation Milling and Cutting.

Die kompromisslose vhf-Maschine, die viel mehr kann als nur fräsen.



**Besuchen Sie uns auf der wetec!
Halle 8, Stand C11**

Fräsen und Schneiden in einer neuen Dimension: Bei der vhf X treffen Stabilität, Kraft und Präzision auf modernes Design und einfache Bedienung durch intuitive Tablet-Steuerung. Mit Liebe zur Perfektion und 35 Jahren Leidenschaft für die Werbetechnik hat vhf eine kompromisslose Fräsmaschine geschaffen, die auf Wunsch den Schneid- und Rillbetrieb vollautomatisch integriert. Wie immer als perfekt aufeinander abgestimmtes vhf-System aus Maschine, Software und Werkzeugen. Alles made in Germany. Lassen Sie sich von der umfangreichen Serienausstattung der vhf X überraschen. Mehr unter vhf.com/X

vhf
CREATING PERFECTION



Neuigkeiten aus der Branche und dem WNP-Verlag finden Sie auf unserem Instagram-Account @wnp.verlag!

AUF IN EIN NEUES **WERBETECHNIK-JAHR!**

Mit der ersten Ausgabe der werbetechnik für 2025 begrüßen wir Sie herzlich und starten gleich mit einem spannenden Highlight in das neue Jahr: Die wetec in Stuttgart steht vor der Tür. Die Fachmesse, die wie gewohnt im Rahmen der EXPO 4.0 und dieses Jahr vom 13. bis 15. Februar stattfindet, ist ein wichtiger Treffpunkt für alle Akteure der Werbetechnikbranche und ein unverzichtbares Event, wenn es um den fachlichen Austausch, die neuesten Technologien sowie Produktneuheiten im Bereich der Werbetechnik geht. In unserem Vorbericht ab Seite 8 erhalten Sie schon vor Messestart einen Einblick, was die circa 70 Aussteller in der Landeshauptstadt Baden-Württembergs präsentieren werden. So viel sei gesagt: Von Drucksystemen über Software bis hin zu Werkstoffen für den großflächigen Digitaldruck, den Textildruck und die Beschilderungstechnik ist alles mit dabei. Zum Messeverbund der EXPO 4.0 gehört neben der wetec die Textil- und Stickerei-Fachmesse TecStyle Visions. Sicherlich Thema sein werden hier die beiden Veredelungstechniken Direct-to-Garment und Direct-to-Film – die sind jedoch nicht nur für die Bekleidungsindustrie relevant, sondern spielen auch im Signmakingbereich eine zunehmend größere Rolle. Aus diesem Grund vergleichen wir in dieser Ausgabe der werbetechnik beide Drucktechniken, klären, wo die jeweiligen

Stärken beziehungsweise Schwächen liegen, und wagen einen Blick in die Zukunft. An dieser Stelle möchte ich auch nochmals auf unsere frischen Mediadaten 2025 hinweisen, die auf unserer Webseite unter www.werbetechnik.de zum Download bereitstehen. Diese bieten Ihnen nicht nur einen umfassenden Überblick über unsere Reichweiten, Anzeigenmöglichkeiten und Zielgruppen, sondern auch Einblicke in die redaktionellen Inhalte unseres Fachmagazins für dieses Jahr. Sollten Sie darüber hinaus Anregungen, Themenwünsche oder spannende Neuigkeiten rund um das Thema Werbetechnik haben, scheuen Sie sich bitte nicht, Kontakt mit uns aufzunehmen! Wir sind immer auf der Suche nach frischen Ideen, interessanten Themen und neuen Perspektiven, die wir in unsere Berichterstattung aufnehmen können. Melden Sie sich einfach unter pawlowski@wnp.de und lassen Sie uns wissen, was Sie bewegt. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen die Zukunft der Werbetechnik zu gestalten – und das auch im Jahr 2025!

Regina Pawlowski | Chefredakteurin
pawlowski@wnp.de



- ✓ Langjährige Partnerschaften mit führenden Herstellern
- ✓ **Jahrzehntelange Erfahrung und ersklassiger Support**
- ✓ Breites Portfolio weit über selbstklebende Folien hinaus



MAN KANN ES DREHEN UND WENDEN, WIE MAN WILL...

- ✓ Transparente Markenqualität ohne Eigenmarken
- ✓ Garantierte Originalprodukte
- ✓ Große Auswahl an Marken für alle Anwendungen



...AM ENDE ÜBERZEUGEN NUR DIE ORIGINAL!



24

DIGITALDRUCK

- 8 **Heiße Phase**
Mitte Februar findet nach zwei Jahren wieder die wetec statt. Die Vorbereitungen laufen.
- 10 **Vorbericht zur wetec**
Unser Fachmagazin gewährt vor Messestart einen Einblick in das diesjährige Ausstellerprogramm.
- 22 **Neues und Bewährtes**
In unserer neuen Kolumne teilt Uwe Niklas von DP Solutions seine Gedanken zur wetec.
- 24 **Eine Idee mehr**
Nach einer einjährigen Bauphase eröffnete das Canon Experience Center 2.0 in Krefeld.

SIGNMAKING

- 26 **Ohne große Umwege**
Wie DTG die Textilveredelung vereinfacht und in welchem Bereich sie Marktrelevanz hat.
- 32 **Keine Innovation, eine Disruption**
Warum der Markt um die DTF-Technologie boomt und die Branche weiterhin auf Wachstum setzt.
- 40 **Klare Kante**
Mit seinem Meisterstück erhielt Daniel Epple ein Fortbildungsstipendium der Karl-Wertz-Stiftung.
- 42 **Aladins Wunderlampe**
Marcel Rüffer setzte bei der Umsetzung eines fiktiven Festivals auf Künstliche Intelligenz.
- 44 **Mit „Notfallplan“ zum Erfolg**
Die 23-jährige Kim Schüler gewann die Deutsche Meisterschaft der Lichtreklamehersteller.

FOLIERUNG

- 48 **Kreativität auf neuem Niveau**
Mit Künstlicher Intelligenz steht die Folierungsbranche an der Schwelle zu einer neuen Welt.
- 52 **Rasanter Wandel**
Über dehnbare Tinten und nachhaltige Folien hat die Branche einige neue Anwendungsgebiete.
- 54 **Stylischer Schutz**
Experte Rainer Lorz von The Wrap Institute setzt im Bereich Carwrapping auf Dry Apply PPF.
- 56 **Fabrikbesuch in China**
Marco Kimme beleuchtet in seinem Reisebericht den Trend hin zu farbigem TPU-Folienmaterial.

LICHT

- 58 **Acrylglas durchleuchtet**
Auch für die visuelle Kommunikation liefert der vielseitige Werkstoff viele Vorteile.
- 62 **Kreativität durch Transparenz**
In der Lichtwerbung bietet Acrylglas viel Spielraum in Sachen Ästhetik beziehungsweise Design.
- 64 **LED-Wände mit Durchblick**
Concept International präsentiert transparente Matten für multiple Werbeeinsätze.
- 66 **Alle Jahre wieder**
Der Verband Lichtwerber Deutschland lädt im März zur Jahrestagung und Mitgliederversammlung ein.



32



48

DIGITAL SIGNAGE

- 68 **Einsteigen bitte!**
Worauf Werbetechniker achten sollten, wenn sie im Digital-Signage-Markt Fuß fassen wollen.
- 72 **Wirksame Markenbotschafter**
Koke berichtet über die Verbindung zwischen Digital Signage und LED als Kundenmagnet.

INFO PLUS

- 74 **Überstundenregelung**
Der Gesetzgeber gibt ab sofort eine Gleichbehandlung für Beschäftigte in Teilzeit vor.

INFO

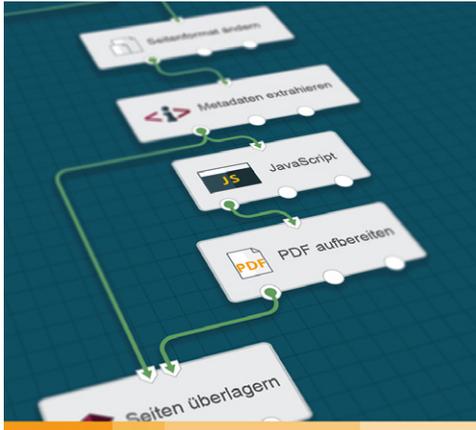
- 6 **Starters**
Interessantes zum Einstieg
- 46 **Signmaking**
Neues aus der Werbetechnik
- 76 **Szene**
Besonderes, Veranstaltungen und Co.

EXTRAS

- 77 **Inserentenverzeichnis**
- 80 **Kleinanzeigen**
- 82 **Vorschau / Impressum**

Onevision Software 24.2

Onevision Software präsentierte Ende 2024 ein weiteres Software-Release, welches neue Ansätze für die Automatisierung von Produktionsprozessen in der Druckindustrie beinhaltet. Bei der Version 24.2 sind der Ressourcen-Manager und Beispielproduktionslinien für eine verbesserte Bedienbarkeit und Übersichtlichkeit direkt in das Workflow-Management-System integriert. Zudem unterstützt die Software nun Dateien mit einer Größe von mehr als 10



Onevision veröffentlichte Ende 2024 Version 24.2 seiner Software.

Gigabyte (PDF-Level 1.5 bis 1.7) und bietet eine automatische Umstellung auf den Cross-Reference-Stream. Das Flachrechnen von Transparenzen ist laut Unternehmen bis zu dreimal schneller, zudem wurden Funktionen wie Seitenrotation

und -skalierung erweitert. Darüber hinaus lassen sich mit „Stations“ jetzt auch manuelle Arbeitsschritte wie Ösen, Nähen oder Kommissionieren digital vernetzen. „Workspace Production“ ermöglicht das Bündeln, sprich das sogenannte Batching, von Aufträgen nach Kriterien wie Liefertermin, Format oder Weiterverarbeitung. Das reduziert Rüstzeiten und Unterbrechungen.

Neue Flachbett-Generation

Swissqprint kündigt zum Jahresstart eine komplett neu entwickelte Plattform für sein Flachbett-Sortiment an. Die Flachbett-Generation 5 basiert auf einem überarbeiteten Maschinenkonzept, einschließlich Elektronik und Software. Ein wichtiges Element dabei ist der neue robuste Unterbau. Außerdem sind die Drucker mit Linearmotoren für eine schnellere Druckleistung ausgestattet. Damit sind die neuen Modelle laut dem Digitaldruckunternehmen 23 Prozent schneller als ihre Vorgänger und verfügen zudem über zehn frei konfigurierbare Farbkanäle. Neben Light-Farben und Weiß erweitern Spotfarben wie Neon und Orange sowie Effektlack und Primer den Anwendungsspielraum. Zudem erreichen die Flachbettdrucker einen maximalen Output von 341 Quadratmetern pro Stunde bei einer Auflösung von 1.350 dpi. Die Flachbett-Generation 5 basiert auf



Swissqprints neue Flachbettdrucker-Generation

der gleichen Plattform wie das High-End-Modell Kudu; Nyala 5 und Impala 5 bilden mit Kudu dieses neue Sortiment. Die Drucker des Unternehmens sind ab sofort lieferbar und haben eine Garantie von 36 Monaten. Swissqprint Deutschland präsentierte die neue Plattform bei einem Launch-Event in Kerpen vom 28. bis 29. Januar. Darüber hinaus ist sie vom 13. bis 15. Februar auf der Fachmesse wetec 2025 in Stuttgart zu sehen.

Truevis XP-640

Roland DG kündigt die Markteinführung des Truevis XP-640 an, die neueste Ergänzung seiner Großformatdrucker-Serie. Der 64-Zoll-Eco-Solvent-Tintenstrahl drucker ist mit einer Hochgeschwindigkeits-Datensteuertechnologie



Der neue Truevis XP-640 von Roland DG

ausgestattet. Durch die neu entwickelten, versetzten dualen Druckköpfe stößt der XP-640 laut Unternehmen feinere Tintentröpfchen mit höherer Dichte und Geschwindigkeit aus. Die neue Eco-Solvent-Tinte TH ist neben CMYK, Orange und Grün in leuchtendem Rot verfügbar. Die verbesserte Einstellung „True Rich Color“ soll zudem die Grafikqualität verbessern: Benutzer können zwischen lebendigeren, tieferen oder weicheren Farbvariationen wählen, um spezifische Anforderungen zu erfüllen.

Colorant 11 veröffentlicht

Colorlogic stellt Colorant 11 vor, die neueste Version der Farbmess- und Farbkorrektur-Software. Colorant 11 wurde entwickelt, um die Effizienz von Workflows und die Farbgenauigkeit zu optimieren. Mit einer überarbeiteten Benutzeroberfläche vereinfacht Colorant 11 das Erstellen von Testcharts. Der Modus „Ergänzende Mini-Charts“ erhöht zudem die Flexibilität und ermöglicht es, individuelle Charts für verschiedene Druckszenarien zu erstellen. Mit diesem Update wird auch die Kontrolle von Sonderfarben verbessert. Die Option „Überdrucke auf Schwarz hinzufügen“ für Sonderfarbenbibliotheken soll die Präzision bei komplexen Druckanforderungen erhöhen. Zu den Verbesserungen gehört zudem die erweiterte Funktionalität des Werkzeugs „Primärfarben editieren“, das eine Feinabstimmung der Dichte von Primärfarben ermöglicht. Die verbesserte Funktion „Sekundärfarbwerte übernehmen“ erzielt hingegen eine höhere Genauigkeit beim Verwalten von Sekundärfarben. Darüber hinaus unterstützt Colorant 11 jetzt das Messgerät Barbieri Spectro Swing qb, das eine vollautomatische Messung von Charts über USB-

und Ethernet-Verbindungen ermöglicht und sich nahtlos in bestehende Workflows integrieren lässt.

3D-Drucker Exa 250vx

Nano Dimension hat einen neuen 3D-Drucker, den Exa 250vx, vorgestellt. Er arbeitet mit Digital Light Processing (DLP), auf Deutsch digitale Lichtverarbeitung, und ist für die Herstellung hochauflösender Mikroteile in Produktionsumgebungen ausgelegt. Zielmärkte seien unter anderem Elektronik und Medizintechnik. Der Exa 250vx baut auf den Fabrica-Tera- und -Giga-Maschinen des Unternehmens auf. Der Drucker nutzt eine Harz-basierte DLP-Technologie; zu den kompatiblen Materialien gehört unter anderem Nano Dimensions D-810. Darüber hinaus können die Maschinen jedoch auch mit Harzen von Drittanbietern verwendet werden. Das Bauvolumen beträgt 100 mal 100 mal 70 Millimeter, die XY-Auflösung liegt bei 7,6 Mikrometern und die Schichtdicke bei zehn Mikrometern. Die Maschine ist ab dem 2. Quartal 2025 auslieferbar, kann aber bereits vorbestellt werden.

WHERE VISIONARIES MEET

Europas Leitmesse für Druck- und Werbetechnik

GROSSFORMATDRUCK | WEITERVERARBEITUNG
SOFTWARE | SIEB- UND DIGITALDRUCKMASCHINEN
INNENARCHITEKTUR | SIEBDRUCK DIGITALDRUCK
BEKLEIDUNGSDEKORATION | TEXTILDRUCK
SUBSTRATE | WERBETECHNIK AUSSENWERBUNG
VERBRAUCHSMATERIALIEN | FAST FASHION
FAHRZEUGFOLIERUNG | **UND, UND, UND ...**

IMAGINE
INVENT
SHARE
UNITE
EXPLORE
CREATE
ALIGN



6. bis 9. Mai 2025
Messe Berlin

Parallelveranstaltungen



Digital Excellence Partner



Heiße Phase

Die wetec 2025 steht vor der Tür – was geboten wird und welche Aussteller dabei sind.



Bild: Landesmesse Stuttgart GmbH & Co. KG

Großformatdruck hautnah erleben auf der wetec 2025

Mit Erscheinen dieser werbetechnik-Ausgabe ist es noch knapp eine Woche bis zum Start der wetec, die vom 13. bis 15. Februar auf dem Stuttgarter Messegelände stattfindet. Langsam geht es in die heiße Phase der Messenvorbereitung: Das Standportfolio steht fest, das Messegepäck ist schon in den Startlöchern und der ein oder andere Termin mit Ausstellern wurde vielleicht schon vereinbart. Ein guter Zeitpunkt, sich das Messeprogramm noch einmal genauer anzuschauen.

Umfangreiches Programm

Ein wichtiger Part der wetec ist das Fachforum, welches sich 2025 an Stand 8D39 befindet. Hier halten Expertinnen und Experten Vorträge rund um die Themen Werbetechnik, Digitaldruck, Lichtwerbung und Digital Signage. Bedeutende Themen in diesem Jahr sind aktuelle Branchentechnologien und -anwendungen.

Kreativ wird es in der Work and Do Area: Sie ist seit mehreren Messeausgaben fester Bestandteil der wetec und auch 2025 wieder Teil des Programms an Stand 8E30. In Werkstattatmosphäre und nach dem Motto „Von Profis für Profis!“ können Maschinen und Materialien live erlebt und ausprobiert werden Besucherinnen und Besucher ha-

ben nicht nur die Möglichkeit, neue Fertigungstechniken zu erlernen, sondern sich auch verschiedene Inspirationen für eigene Projekte einzuholen.

Ein weiteres Highlight ist – wie bereits in der letzten werbetechnik-Ausgabe 2024 angekündigt – das Folierungs-Event Wrap & Style an Stand 8E30, veranstaltet von UPM Raflatac, bei dem drei Teams gegeneinander antreten. Team eins hat dabei das Thema „Werner, der Film“, während Team zwei im „Mario Kart“-Design folieren wird. Team drei versetzt das Publikum hingegen „zurück in die Zukunft“ mit einem Zeitreisedesign. Die Teams bestehen aus Auszubildenden, Meisterschülerinnen und -schülern und Profis (*weitere Informationen in der nachfolgenden Ausstellerübersicht bei UPM Raflatac, S. 20*). Die Materialien werden gestellt von UPM, Intercoat und Grafityp. Die ersten beiden Messtage stehen für die gesamte Realisierung zur Verfügung. Am letzten Tag werden die Projekte dann vorgestellt; jeder kann an der Abstimmung teilnehmen, wer am Ende den Folierungswettbewerb gewinnen soll. Auch der WNP Verlag ist mit einem eigenen Messestand in Stuttgart dabei: Besuchen Sie uns gerne an Stand 8C22 und erfahren Sie mehr über unsere Fachmagazine werbetechnik, wraps, digital signage und SIP. Wir freuen uns auf Ihren Besuch! Um bereits vorab ein Bild vom diesjährigen Ausstellerportfolio zu gewinnen, finden Sie auf den folgenden Seiten unseren großen Messenvorbericht zur wetec.

Sina Eilers

Report zur EXPO 4.0

Im Nachgang zur EXPO 4.0 veröffentlichen wir auf unserer Webseite werbetechnik.de einen Report zu den Fachmessen wetec und TecStyle Visions. Er umfasst weitere Highlights der beiden Ausstellungsbereiche, über die wir in dieser Ausgabe nicht berichtet haben, und erscheint exklusiv am 20. Februar 2025 auf werbetechnik.de. Schauen Sie vorbei und bleiben Sie informiert!



Internationale Fachmesse für Werbetechnik,
Digitaldruck, Lichtwerbung & Digital Signage

we love
to tec you!



Ihr kostenloser Messe-Ticket-Code:
WETEC25YOURTICKET
Einlösen: www.wetec-messe.de/tickets

13. – 15.02.2025 | Messe Stuttgart

#wetecexpo www.wetec-messe.de

Mehr Technik für neue Ideen.

Die wetec ist die internationale Fachmesse für Werbetechnik, Digitaldruck, Lichtwerbung und Digital Signage. Hier treffen Sie auf führende Herstellerinnen und Hersteller, Händlerinnen und Händler sowie Dienstleisterinnen und Dienstleister der Branche, die Ihnen Innovationen und neue Produktionsmöglichkeiten präsentieren. Erleben Sie spannende Sonder-schauen, interaktive Mitmach-Aktionen und praxisnahe Lösungen, die Ihre Arbeitsabläufe revolutionieren. **Wir freuen uns auf Ihren Besuch!**

Arlon Graphics Stand 8E10 und 6B11

Arlon Graphics wird eine erweiterte Premium Colour Change (PCC)-Reihe sowie zehn neue Folien-Farben vorstellen. Damit erhöht sich laut dem Unternehmen die gesamte Farbpalette auf 50; alle Folien basieren dabei auf der Flite-Technologie von Arlon, welche für Fahrzeug- und Flottenanwendungen entwickelt wurde. Zum neu angekündigten Sortiment, welches Arlon auf der Messe präsentieren wird, gehören glänzende und spiegelähnliche Oberflächen, zwei Stealth-Farben sowie zwei matte Optionen. Arlon ist nicht mit einem eigenen Stand auf der Messe vertreten, Besucher erhalten jedoch an den Ständen von Antalis auf der wetec (8E10) und IVM Signtex auf der TecStyle Visions (6B11) eine Vorschau auf die neue Kollektion. Dazu gehören folgende Folien: Gloss Future Berry Metallic, Gloss Ruby Red Metallic, Gloss Golden Ray, Gloss Electric Lime, zwei Gloss Stealth-Farben, Gloss Sea Breeze Metallic, Gloss Infinity Purple Metallic, Matte Forest Green Metallic und Matte Cobalt Blue Metallic.

Avery Dennison Stand 8B21

Avery Dennison stellt die aktuellen Produkte und Lösungen zu Fahrzeugfolierungen und Anwendungen im Bereich der Architektur vor. Neben den neuesten Produkten der Marken Avery Dennison und Mactac werden Demo-Verklebungen auf dem Messestand gezeigt. An verschiedenen Stationen können Fachbesucher zudem unterschiedlichste Materialien zu den Themen Carwrapping und Lackschutzfolierung sowie Sonnenschutz- und Sicherheitsfolien in Augenschein nehmen. Im Bereich der Fahrzeugfolierung werden die aktuellen Wrapping-Folien inklusive einer Special-Edition sowie das komplette Sortiment der Lösungen für Lackschutzverklebungen gezeigt. Im Bereich der Architektur-Anwendungen liegt der Fokus hingegen auf den Avery-Dennison-Flachglasfolien inklusive der XTRM-Serie sowie den neuesten Varianten der Interior-Design-Produkte des Unternehmens.

Dommer Stand 8B13

Im Fokus des Messestands der Dommer Stuttgarter Fahnenfabrik steht das neue klappbare Truss-Profil-System, das sich sowohl für Events und Messeauftritte als auch für flexible Shopausstattungen eignet. Durch das Konzept im Baukastensystem lassen sich laut dem Unternehmen beliebige Raumkonzepte problemlos zusammenstellen und durch wechselbare Stoffdrucke immer wieder neu gestalten. Durch die Möglichkeit, die Truss-Profile flach zusam-

menzulegen, wird zudem weniger Stauraum benötigt als bei den herkömmlichen Truss 3-Rohr- oder 4-Rohr-Systemen. Neu sind auch die Nuten für Kederbespannungen und klappbare Regalfächer.

Als Rückwand des Messestands präsentiert Dommer die Big-LED-Up-Leuchtwand in drei mal drei Metern mit dem neuen Hinterleuchtungsmaterial Lumina Green. Die PVC-freie Variante besteht aus recyceltem Polyester für Hinterleuchtungsdrucke mit geruchsfreiem, digitalem Sublimationsdruck. Darüber hinaus neu im Sortiment ist die digitale Stele Digiup für LED Ups in verschiedenen Varianten: Entweder man spielt den Content direkt auf das Gerät oder die Inhalte werden online organisiert und aktualisiert. Zudem werden die bereits bekannten Beachflags, Roll-ups und Eventprodukte von Dommer zu sehen sein.

Doosletterfabrik Stand 8B20

Auf der wetec können Besucher die Doosletterfabrik besser kennenlernen: Seit der Gründung 2019 agiert das Unternehmen als Hersteller von Leuchtbuchstaben für Lichtwerbung. In einer 2.500 Quadratmeter großen Fabrik werden beleuchtete und unbeleuchtete Buchstaben und Logos produziert, wobei jeder Schritt von der Angebotserstellung bis zur Lieferung kontrolliert wird. Doosletterfabrik exportiert in die Niederlande, nach Belgien, Deutschland, Österreich und in die Schweiz und richtet sich ausschließlich an Wiederverkäufer. Ab Januar 2025 wird der Vertrieb durch einen Standort in Deutschland erweitert, um den deutschsprachigen Raum zu bedienen.

DP Solutions Stand 8B24

DP Solutions präsentiert unter anderem seine neue Powderunit DP-PU600 (800) – BW. Die Bepulverungs- und Fixiermaschine eignet sich für Direct-to-Foil; überschüssiges Puder wird während des Bepulverungsprozesses entfernt. Die Aktivierung des Fixierpulvers erfolgt durch Hitze, indem das Schmelzpulver geschmolzen wird. Anschließend erfolgt der Auftrag auf die Transferfolie.

Darüber hinaus am Stand zu sehen sein werden verschiedene UV-Druck- beziehungs-



Die Powderunit DP-PU600 (800) – BW

weise DTF-Lösungen sowie neue Mimaki-Systeme, darunter der Direct-to-Foil-Drucker TxF300-1600 und der Print-and-Cut-Drucker-CJV200-160.

Easy inks

Stand 8A20

Der Messeauftritt von easy inks steht unter dem neuen Firmen-Motto „Be smart, take easy – starke Tinte, mega Preis“. Neu im Produktportfolio ist die easy DTF 50. Die wasserbasierte Pigmenttinte in Cyan, Magenta, Yellow, Black und White als Alternative zur Mimaki PHT50 kommt im 600-Milliliter-Beutel inklusive Chip, passend für das Mimaki Eco-Case. Die Tintenbeutel sind für die Mimaki DTF-Drucker TxF150-75 und TxF300-75 geeignet. Sie sollen zusammen mit den easy inks PET-Filmen und den Transferkleber-Granulaten zum Einsatz kommen.

Außerdem möchte man die Fachmesse in Stuttgart nutzen, um die beiden Neuheiten easy UV 120 beziehungsweise easy SOL 41 der Öffentlichkeit vorzustellen. Easy UV 120 ist für eine breite Palette von Mimaki UV-Flachbett-Druckern der Modellreihen UJF und JFX sowie für die Mi-

maki-Inkjetdrucker UJV55-320 und JFX600 geeignet. Sie ist in den Farben Cyan, Magenta, Yellow, Black, Light Cyan, Light Magenta und White verfügbar. Mit den neuen Eco-solventtinten easy SOL 41 haben zudem Nutzer der Mutoh-Drucker Xpertjet 1641SR und 1682SR die Wahl.

Efka

Stand 8C24

Efka zeigt Fachbesuchern den LED-Rahmen Lightbox 60. Das Lightbox 60 Profil ist laut Aussage von Efka der beliebteste LED-Rahmen mit Rückwandbeleuchtung im Portfolio des Unternehmens. Die verbesserte LED-Technik für Hinterleuchtung soll dabei eine noch höhere Qualität bieten; die LED-Streifen des beleuchteten Rahmen sind außerdem mit einer neuen Generation von LEDs ausgestattet, wodurch die Lichtausbeute weiter optimiert wurde. Das schlanke Design von 60 Millimetern schafft, wie das Unternehmen Efka angibt, ein elegantes und modernes Aussehen. Zudem kann man bei der Lightbox 60 zwischen zwei Lichtstärken beziehungsweise drei Lichtfarben wählen oder auch das Licht dimmen.

LUCOLED TWILIGHT CONTROL



SANA METROPOLITAN HOTEL



SANA METROPOLITAN HOTEL

Lucoled Twilight Control reduziert die Lichtleistung und den Energieverbrauch Ihrer Werbeanlagen während der Nacht und bei geringem Umgebungslicht. Die Twilight Control Steuerung kann in jede bestehende oder neue Anlage zwischen Netzteil und LEDs installiert werden. Twilight ist „selbst-lernend“, basierend auf dem Moment, in dem ein Tageslichtsensor oder eine Zeitschaltuhr die Installation einschaltet. Alle Einstellungen können unkompliziert über eine kostenlose App, die über Bluetooth verbunden wird, geändert werden.

						
	tagsüber	Sonnenuntergang	Abenddämmerung	Nacht	Morgendämmerung	Sonnenaufgang
Laufzeit	Auszeit	1:00 Std	2:00 Std	berechnet	0:30 Std	0:30 Std
Leistung	0 %	100 %	60 %	30 %	60 %	100 %

KOMMEN SIE UNS AUF DER WETEC BESUCHEN: STAND 8E19

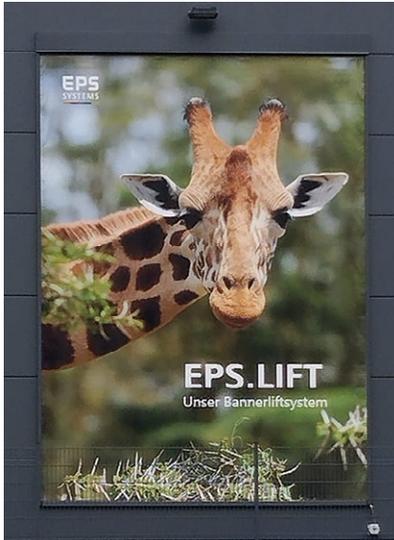
www.lucoled.com info@lucoled.com +4916099552345



EPS Systems

Stand 8C27

Auch in diesem Jahr ist das Siegener Unternehmen EPS Systems wieder mit seinen Profilsystemen auf der wetec vertreten. Mit dem Slogan „Spanntuchtechnik meets Chill out“ setzt das Team auf ein neues Konzept. Ziel ist es, neben



Fachbesucher können sich über EPS Systems neues Bannerliftsystem informieren.

interessanten Gesprächen in entspannter Atmosphäre den Besuchern das Thema Spanntuchtechnik näherzubringen. Dieses Mal bietet EPS Systems die Möglichkeit, Spanntuchtechnik live zu erleben, das heißt, selbst auszuprobieren, wie die Systeme funktionieren. Dafür gibt es auf dem Messestand Werkbänke, an denen Leuchtgehäuse montiert und Gewebe eingespannt werden können.

Aber auch Produktneheiten werden vor Ort vorgestellt. Hinter dem Namen EPS 1-007 verbirgt sich beispielsweise ein überarbeitetes doppelseitiges Grundprofil, mit dem sich unter anderem Pylone bauen lassen. Außerdem wird das Portfolio um ein Bannerliftsystem für einfache und schnelle Motivwechsel ohne Arbeitsbühne ergänzt. Bestehend aus einem eloxierten Aluminiumprofil lassen sich bedruckte PVC-Banner durch die integrierte Kederführung windsicher montieren, da das System ohne Ösen und Haken auskommt. So lassen sich auch großformatige Fläche realisieren, wie es seitens des Unternehmens heißt.

Farben-Frikell

Stand 8A18

Im Februar zeigt Farben Frikell in Stuttgart eine Auswahl seines vielseitigen Sortiments. Fachbesucher haben darüber hinaus die Möglichkeit, am Messestand Tipps und Tricks von Branchenexperte Robin zum Thema „Carwrapping“ an die Hand zu bekommen. Der Textiltransfer-Workflow kann anhand einer Epson Surecolor SC-S80600 ebenfalls bei Farben-Frikell in Aktion erlebt werden.

Folienportal24

Stand 8C14

Folienportal24.de agiert als Fachhändler für die Werbetechnik. Das Produktsortiment beinhaltet verschiedenste Folien



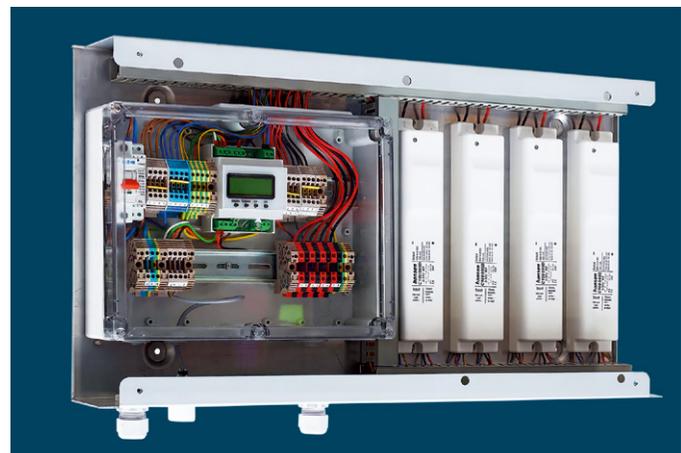
Am Messestand von Folienportal24 gibt es die neue Lackschutzfolie von 3M zu begutachten.

für die Bereiche Carwrapping, Sonnenschutz, Lackschutz, Digitaldruck und Oberflächenveredelung sowie reflektierende Folien. Dazu sind auch das passende Zubehör und Schulungen zu den verschiedenen Folienarten verfügbar. Auf der Stuttgarter Fachmesse wird eine Neuheit von 3M präsentiert, der 3M Protection Wrap Film. Die Lackschutzfolie bietet eine lackähnliche Oberfläche in brillanten Farben und schützt das Fahrzeug gleichzeitig vor Kratzern, Flecken und Umwelteinflüssen.

Hansen

Stand 8D15

Zu den Messehighlights von Hansen gehört das Fassadenprofil 3.0 RGBW mit integriertem Converter. Mit einem kompakten Design vereint das neue Produkt laut Unternehmen Netzteil und Steuerungstechnik im Unterteil des Profils, was eine besonders einfache Installation ermöglichen soll. Der elektrische Anschluss erfolgt direkt an das 230-Volt-Netz, während eine separate Steuerleitung für das Datensignal sorgt. Auch wird der Schutzschalter 100



Der neue Converterkasten mit vier Convertern

Watt 12 Volt/24 Volt vorgestellt. Er wurde entwickelt, um die Sicherheitsstandards für Lichtwerbeanlagen signifikant zu verbessern. Der Schutzschalter ist sowohl für 12 Volt als auch für 24 Volt Installationen geeignet, überwacht die aufgenommene Leistung eines LED-Schaltkreises und schaltet bei einer zu großen Leistungsaufnahme beziehungsweise Kurzschluss (>100 W) ab. Dadurch werden Brandrisiken in Lichtwerbeanlagen, insbesondere bei der Nutzung leistungsstarker Netzteile, reduziert.

Außerdem ist die lichtabhängige Steuerung von Hansen jetzt auch mit DALI-Ausgang lieferbar, einer Beleuchtungssteuerung, die das Licht optimal an die Umgebungsbedingungen anpassen soll. Die neuen Converterkästen bieten Platz für bis zu vier oder acht Converter und sind sowohl für den Innen- (IP21) als auch für den Außenbereich (IP65) erhältlich. Die gesamten Vorschaltgeräte, inklusive optionaler Steuerung und Schutzschalter, werden projektspezifisch und anschlussfertig für den Kunden vorinstalliert, wie es seitens Hansen heißt.

Harmuth

Stand 8D29

Die Firma Harmuth CNC-Frästechnik zeigt auf der Stuttgarter Messe von der Profi-Serie-1 das Modell 3000/2 mit Vollausstattung sowie das Einsteigermodell F+ 3000Vertikal.



Ein neues Feature ist etwa der Karussell-Werkzeugwechsler.

Die energieeffizienten Profi-Fräsmaschinen können auf Wunsch mit weiteren neuen Features ausgestattet werden, wie das Unternehmen angibt. Es gibt beispielsweise eine Zusatzspindel mit 360 Grad schwenkbarem Sägeblatt, ein Karussell-Werkzeugwechsler (*mitfahrend am Portal*) oder einen höhenverstellbaren Arbeitstisch.

Auch in der Software PentaTec V3 gibt es einige Neuerungen. Das Software-Modul

„Penta Place & Sort“ findet beispielsweise nach Angaben von Harmuth CNC-Frästechnik die optimale Platzierung der Werkstücke auf so wenig Material wie möglich. Die „Verschachtelung“ kann in verschiedenen Stufen entweder auf Geschwindigkeit oder auf Effizienz eingestellt werden. Auch das Restmaterial wird damit ideal verplant. Penta Sort errechnet dazu die effizienteste Bearbeitungsreihenfolge und minimiert die benötigten Werkzeugwech-

EFKA ist der Spezialist für Textilspannrahmen



Profile sind in drei
Farben auf Lager



Deutschsprachiger
Kundenservice



Frei Haus
Lieferung

EFKA steht auf der Wetec

Wir laden Sie herzlich ein mit kostenlosen Eintrittskarten dabei zu sein!



www.efkarahmen.de/wetec

13. – 15. Februar 2025

Halle 8 - C24

Stuttgart

Live Webinar - 13.03.2025

TEXTILTÜCHER IN LEUCHTKÄSTEN

von einer Herausforderung
zum Erfolg



REGISTRIEREN

sel; das spart Zeit und Werkzeuge. Mit der neuen Sortierreihenfolge des Moduls „Place & Sort“ kann die Bearbeitungszeit um bis zu 40 Prozent gesenkt werden, wie Harimuth angibt. Das Software-Modul „Eco Plus“ reguliert den Ablauf, um entsprechend Energie zu sparen. Darüber hinaus gibt es eine Nachzeichnenfunktion, um fehlerhafte Daten direkt in Penta Tec nachzuzeichnen, zu bearbeiten beziehungsweise zu fräsen.

Igepa Systems

Stand 8D31

Als Systemanbieter für den Großformatdruck ist auch Igepa Systems dieses Jahr erneut auf der wetec vertreten. Mit einem ganzheitlichen Portfolio aus Hard- und Software, Service und Lösungen für die Weiter- und Endverarbeitung präsentiert man sich hier als Partner für Unternehmen. Außerdem zeigt Igepa Systems vor Ort einen kompletten Produktionsablauf – Software, Drucksysteme sowie Lösungen für die Weiter- und Endverarbeitung. Fachbesucher haben die Möglichkeit, die Systeme live am Messestand auszuprobieren und sich beraten zu lassen.

Koch APL-Systems

Stand 8C21

Koch APL-Systems feiert 30-jähriges Firmenjubiläum und lädt Kunden sowie Interessenten ein, das Unternehmen für spezialisierte Softwarelösungen auf der wetec zu besuchen. Die Branchensoftware APL-System wurde speziell für Druckereien, Werbetechniker, Digitaldrucker und Print-Betriebe entwickelt. Sie führt Aufträge durch den gesamten Betrieb – vom Erstellen des Angebots über die Produktion, den Versand der Ware und die Rechnungsstellung bis hin zur Buchhaltung, Personenzeiterfassung und Lagerverwaltung. Damit behalten die Kunden stets die Übersicht über Kosten, Aufträge und Termine.

Ein Merkmal von APL-System sind die Artikelvorlagen, die bereits für die Kunden bereitstehen. Die Software enthält tausende Artikel und hunderte Musterprodukte, sodass Anwender nur noch ihre individuellen Werte, wie beispielsweise Lieferanten und Preise, eintragen und Auswahlen definieren müssen, wie es seitens Koch APL-Systems heißt. Dies soll eine effiziente Angebotsgestaltung ermöglichen und gleichzeitig wertvolle Zeit einsparen.

Zusätzlich wird mit APL-Web eine benutzerfreundliche Web-Plattform angeboten, auf der Informationen für Mitarbeiter in der Fertigung übersichtlich bereitgestellt werden können. Auftragspläne, Produktionsaufträge, Lagerbuchungen, Zeiterfassung und Versandlabel sind nur einige der Funktionen, die Kunden zur Verfügung stehen.

Licht & Shopmanufaktur

Stand 8D17

Die Produktpalette von Licht & Shopmanufaktur reicht von Leucht- beziehungsweise Spanntuchtransparenten über Fassadenbänder, Einzelbuchstabenanlagen in allen Profilararten, Gebäudekonturen zur Akzentuierung bis hin zu Werbetürmen mit einer Höhe von bis zu 30 Metern.

Neben den klassischen Produkten in der Werbetechnik zeigt das Unternehmen auf der diesjährigen wetec 2025 eine eigene OEM Lichtserie für Anwendungen im Innenbereich, wie architektonische Beleuchtung, Lichtband-/ Trackingsysteme, Einlegeleuchten oder Downlights, sowie im industriellen Bereich, wie Hallenausleuchtung, Strahler, Floodlights oder Straßenbeleuchtung. Neben Möglichkeiten für individuelle Ausführungen im Bereich Lichtfarbe, Wattage und LED-Bestückung stehen außerdem verschiedene Standardfarben zur Auswahl.

LWD

Stand 8D01

Der Messestand des Verbands Deutscher Lichtwerber, kurz LWD, befindet sich inmitten der Aussteller aus dem Bereich Lichtwerbung. Mit dabei sind der österreichische Lichtwerbverband VÖL sowie der Verband Werbetechnik und Print aus der Schweiz VWP. Ein Ziel des LWD besteht darin, das Image der Lichtwerbung zu stärken und gleichzeitig die Bedeutung der Verbandsarbeit – auf nationaler und europäischer Ebene – für die gesamte Branche sichtbar zu machen. Der Verband steht auf der Fachmesse zu Diskussionen über die zukünftigen Herausforderungen für Lichtwerber sowie Lösungsansätze bereit.

Außerdem liegt der Fokus auf dem Projekt Green Footprint, das nachhaltige Strategien und umweltfreundliche Konzepte für die Branche fördert. Aus diesem Grund wurde dieses Jahr die Firma greeneon als Co-Aussteller gewählt. Das italienische Unternehmen hat es geschafft, Neonröhren in allen Farben herzustellen – und das ganz ohne Quecksilber. Greeneon ist eine neue patentierte Technologie und eingetragene Marke. Das Produkt entstand aus der Idee, die Kaltkathoden-Neontechnologie ökologisch nachhaltig zu gestalten und die Verwendung von Quecksilber zu vermeiden. Damit könnten die Geschichte und Besonderheit von Neonröhren sowie das Gewerbe der Glasbläser bewahrt werden.

Mimaki

Stand 8B22

Ende 2024 begann das japanische Unternehmen Mimaki mit der Markteinführung neuer Maschinen. Auf der wetec wird die Möglichkeit bestehen, diese zu besichtigen.

Die Print & Cut-Maschine CJV200-160 eignet sich für das Einstiegssegment und ist in den Druckbreiten 800, 1.361 sowie 1.610 Millimeter verfügbar. Die Maschine druckt bis zu 1,5-mal schneller als das Vorgängermodell CJV150. Der neue LED-UV-Flachbettdrucker JFX200-1213EX arbeitet mit einer maximalen Druckfläche von 1.270 mal 1.300 Millimetern und maximaler Medienhöhe von 50 Millimetern; beim Output sind es 25 Quadratmeter pro Stunde.



Die CJV200-160-Maschine von Mimaki

Auch neu ist der Flachbettschneideplotter CFX-2513, der in drei Größen erhältlich ist. Die maximale Materialgröße beträgt je nach Modell 1.890 mal 2.570, 3.780 mal 2.570 oder 5.670 mal 2.570 Millimeter, die maximale Schneidgeschwindigkeit wird von Mimaki mit 100 Zentimetern pro Sekunde angegeben.

Plotterhaus.de

Stand 8C17

Bekannt für seine großformatigen Schneideplotter präsentiert plotterhaus.de auf der wetec unter anderem den neu erschienenen Graphtec CE8000. Dank der hauseigenen Graphtec-Plottersprache GP-GL arbeitet der CE8000 mit einer Auflösung von 0,01 Millimetern, wo vergleichbare

Plotter laut Unternehmen oft nur mit 0,025 Millimetern aufwarten. Durch die Genauigkeit lassen sich auch die komplexesten Designs leicht realisieren. Die digitalen Servomotoren sowie die intelligente Tangentialschnittfunktion ermöglichen eine optimale Materialführung sowie eine Schneidegenauigkeit von bis zu fünf Metern auf gleichbleibendem Niveau.

Mit im Messegepäck sind auch einige der xTool-Lasersysteme, wie beispielsweise der neue xTool P2S, der xTool F1 und der F1 Ultra, die sich für die Verarbeitung von Acryl, Metall, Holz, Leder, Kork oder anderen Materialien eignen. Während der xTool P2S Acrylplatten von bis zu 20 Millimetern in nur einem Durchgang schneidet, eignet sich der F1 Ultra für die Serienproduktion von Kleinteilen, Werbegeschenken und mehr. Die xTool-Laser bieten zudem eine kostenlose Software. Wer die Laser in Aktion erleben möchte, findet diese ebenfalls am Messestand.



Der CE8000 liefert eine Auflösung von 0,01 Millimetern.

Probo

Stand 8D19

Probo, Partner im Digitaldruck, zeigt auf der Fachmesse seine neuesten Entwicklungen. Ein Highlight der Messepräsenz ist die Vorstellung der laut Unternehmen ersten zirkulären Hartschaumplatte Forex re; sie wurde in Zusammenarbeit mit den Partnern 3A Composites und Igepa entwickelt. Ergänzt wird das Probo-Angebot durch das selbst entwickelte Material Sign Again, das ebenfalls auf Zirkularität setzt. Aus gebrauchten Bannern und Schnittresten

OUTDOOR - OUTDOOR - OUTDOOR



LED IN MOTION

**Innovative LED-Videowände
Indoor und Outdoor direkt vom Hersteller**

Robuste, langlebige LED-Produkte mit satten Farben und hoher Leuchtkraft – visuelle Highlights für jede Anwendung.

Besuchen Sie uns persönlich auf der
wetec in Stuttgart in Halle 8, Stand 8C26
oder im Netz unter www.led-in-motion.com

INDOOR - INDOOR - INDOOR

NEW
LED Cabinets
ULTRA SLIM
ULTRA HD
0.93 PP



Die Probo-Musterbox bietet eine Übersicht über das Produktsortiment.

entsteht mittels einer speziellen Technik ein neues bedruckbares und gleichzeitig zu 100 Prozent recycelbares Plattenmaterial.

Daneben wird Ciclo, ein umweltfreundliches Flaggenmaterial, in Stuttgart präsentiert. Fasern, die beim Ausfransen in die Umwelt gelangen können, werden bei diesem Material laut Probo, besonders schnell wieder abgebaut, sodass dementsprechend kein Microplastik entsteht.

Zur Unterstützung ihrer Partner stellt Probo zudem die neue Musterbox vor – eine kompakte Übersicht über das gesamte Materialsortiment. Sie ermöglicht es Fachleuten im Digitaldruck, schnell und gezielt die passenden Optionen für Projekte zu finden.

Prool

Stand 8C31

Auf der Messe in Stuttgart präsentiert Prool seine neuesten Technologien, darunter den Staubsaugeraufsatz Vakuum X-One. Er ermöglicht eine saubere und nachhaltige Folierung, da mittels Vakuum die Folie in die Sicken gezogen wird und die Verspannung innerhalb der Folie nachweislich optimal verteilt wird, wie es seitens des Unternehmens heißt. Der Aufsatz lässt sich auf der wetec ausprobieren. Neu ist auch die Anti-Blend-Folie für Solarparks. Sie schützt Flug- und Bahnverkehr, reduziert Reflexionen

in Wohngebieten und minimiert juristische Konflikte. Die Folie beeinträchtigt die Leistung der Solarmodule nur minimal und eröffnet neue Möglichkeiten im Solaranlagenbau in sensiblen Bereichen. Die Garantie auf Blendfreiheit liegt



Der Vakuum X-One ist ein Staubsaugeraufsatz für Folierungen.

bei zehn Jahren, die geschätzte Haltbarkeit bei 25 Jahren. Mit dem Prooler „Blue“ gelingt nach Angaben von Prool das Verkleben von Lochrasterfolien ganz ohne Rakelspuren. Erstmals sei es auch möglich, ein Auto damit voll zu verkleben – und das ganz ohne Rakelkante. Das Design passt sich an Karosseriewölbungen an und ermöglicht mit bis zu sechs Kilogramm Anpressdruck ein fast kratzfreies Verkleben. Der Rakelstoffsack ist wechselbar, das Silikonkissen ist auch nass einsetzbar.

Weiterentwickelt wurde zudem die Waage ETB2. Sie verfügt über integrierten Magnetismus, der die Positionierung auf metallischen Oberflächen und Fahrzeugen erleichtern soll. Möglich sind eine längere Standardausführung sowie die Erweiterung durch magnetische Verlängerungen. Die Waage eignet sich für das präzise Einmessen von Schriften und Logos auf Fahrzeugen.

Richter & Menzel

Stand 8A21

Auf der diesjährigen wetec wird der Fachhändler Richter & Menzel Maschinen und Materialien zur Druckweiterverarbeitung und Druckveredelung sowie Lösungen vorstellen, die speziell auf die Anforderungen der Druck-, Werbetechnik- und Signmaking-Branche abgestimmt sind. Ein Highlight des Ausstellungsprogramms sind die Media Storage- und Handling-Lösungen des Herstellers Plastgrommet. Diese wurden speziell entwickelt, um Arbeitsabläufe in der Werbetechnik zu optimieren. Zu den auf der wetec vorgestellten Produkten gehören verschiedene Medienaufbewahrungssysteme wie unter anderem Folienrollenregale und Rollenständer zur platzsparenden Aufbewahrung sowie neue Media Lifter, die den Umgang mit großen schweren Medienrollen erleichtern und eine Verbesserung bei der Bestückung von Großformatdruckern beziehungsweise -laminatoren ermöglichen sollen. Ein weiteres Ausstellungshighlight ist der automatische Bogenschneider Morgana Colorcut SC 7000 Pro-T. Der digitale Schneide- und Rillautomat vereint die Schneide- und Rillfähigkeit der Flachbett-Technologie mit der Funktionalität des automati-



Zum Ausstellungsportfolio von Richter & Menzel gehört der Plastgrommet Compact Lifter.

Eine neue Ära im Flachbettdruck

Entdecken Sie die komplett neue Plattform



+23 %

Mehr Output
Neu bis 341 m²/h

10

Farbkanäle
Grenzenlose Kreativität

1350 dpi

Unübertroffene Qualität
Heute und in Zukunft

100 %

Swiss Made
Höchste Zuverlässigkeit

Besuchen Sie uns an der wetec in Stuttgart
Halle 8, Stand 8A14, 13. - 15. Februar 2025

www.swissqprint.com

swissqprint

High-End UV-LED-Drucker
Perform beyond the average

schen Bogeneinzugs. Die Maschine eignet sich für das automatische Schneiden und Rillen von Bögen für leichte Karten, Verpackungen, POS und Kiss-Cut-Bogenetiketten. Neu ist der duale Werkzeugkopf mit Schleppmesser und aktivem Tangential-Rillwerkzeug für eine vielseitige Medienutzung. Der ColorCut SC 7000 Pro-T ist ideal für die Herstellung von POS-Materialien und Produktpräsentationen und richtet sich an vielbeschäftigte Druckabteilungen, die ein erschwingliches Gerät mit hoher Kapazität für eine vollständig unbeaufsichtigte Schneidproduktion suchen.

Rofobot

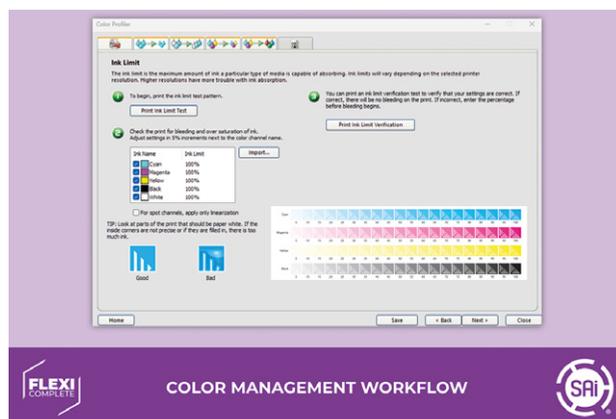
Stand 8C30

Zum Portfolio von Rofobot gehört das Display-System Pop-Up, bestehend aus einer Aluminium-Innenstruktur, welche mit feuerfestem Textilmaterial überzogen ist. Der Druck ist sowohl ein- als auch beidseitig erhältlich. Darüber hinaus lässt sich das System mit LEDs ausstatten. Die verfügbaren Varianten sind Straight Pop-Up und Curved Pop-Up, jeweils in den Größen 250 mal 230, 300 mal 230, 400 mal 230 und 500 mal 230 Zentimeter. Darüber hinaus hat das Unternehmen ein Monolith Textile Pop Up im Angebot, welches vor allem für den mobilen Einsatz konzipiert wurde und in den Größen 90 mal 230, 120 mal 230 und 150 mal 230 Zentimeter erhältlich ist. Zudem stehen die Eco sizes 80 mal 200, 60 mal 200 beziehungsweise 100 mal 200 Zentimeter zur Verfügung. Zu den weiteren Produkten des Unternehmens zählen unter anderem Roll-Up Banner und Pop Up Desk Textile.

Sai

Stand 8C29

Sai präsentiert bei der wetec seine Softwarelösungen Flexi Complete und Enroute Complete für Signmaker und Digitaldrucker. Zu den Funktionen von Flexi Complete gehört unter anderem ein Farbmanagement-Workflow in-



Flexi Complete beinhaltet einen Farbmanagement-Workflow.

klusive Unterstützung für ICC. Die nahtlose Integration mit Farbprofilen und das Erstellen eigener Profile ist dabei gegeben. Darüber hinaus soll das intuitive Farbabstimmungssystem Markenkonsistenz gewährleisten. Zudem ist Flexi Complete mit verbesserten Weißdruck-Funktionen wie etwa Optionen für den Schichtdruck ausgestattet. Die erweiterte Funktionalität für variable Daten soll laut Unternehmen die Handhabung komplexer Datensätze vereinfachen. Dazu gehört eine Automatisierungsfunktion, einschließlich eines optimierten Contourcut-Workflows für die Etikettenproduktion. Spezielle DTF-Druckverbesserungen umfassen die automatische Erstellung eines transparenten Hintergrunds sowie eine intelligente Entfernung von Farbdaten in Rausch- oder Texturmustern.

Enroute Complete wurde hingegen speziell für die CNC-Bearbeitung entwickelt. Zu den Funktionen zählen Werkzeuge zur Erstellung detaillierter 3D-Oberflächen und Texturen, Algorithmen zur Reduzierung von Maschinenlaufzeiten und Materialverschwendung sowie erweiterte Nesting-Optionen, um die Materialausnutzung zu maximieren und Kosten mit Verschachtelungswerkzeugen zu reduzieren. Weitere Funktionen sind Simulations- und Vorschautools, um Bearbeitungsschritte im Voraus zu visualisieren, sowie eine anpassbare Benutzeroberfläche.

Signnovation

Stand 8D21

Signnovation – seit 2023 mit eigener Konstruktionsabteilung – ist auf die Montage von Fräs- und Profilbuchstaben aus Aluminium und Edelstahl sowie Dionox (*LED-beleuchtete Vollacrylbuchstaben*) auf maßgefertigten, geschweißten Rahmen, Kabelkanälen und Profilen spezialisiert. Weitere Produkte, welche das Unternehmen dem Fachpublikum präsentieren wird, sind etwa Neonflex, eine mit LED-Streifen „gefüllte“, durchsichtige Acrylplatte, sowie Flatbox. Der Leuchtkasten lässt sich laut Signnovation im Gegensatz zu normalen Leuchtkästen mit einer geringeren Tiefe von 80 bis 120 Millimetern herstellen. Die Texte und Logos werden in umgekehrter Reihenfolge gelasert und mit dem transluzenten 19-Millimeter-Acrylox durchstochen. Acrylox gehört zu den Plattenwaren des Unternehmens und ist in den Stärken 8, 19 und 30 Millimeter erhältlich. Die Plattenware GS transluzent gibt es hingegen in den Stärken 3, 10 und 19 Millimeter.

Sonte Deutschland

Stand 8C23

Sonte Deutschland präsentiert spannende Neuheiten rund um das Thema „Schaltbare Folien“. Im Mittelpunkt stehen



Schaltbare Folien können auch in Büroräumen Anwendung finden.

dabei neue Produkte mit verbesserten Eigenschaften und neuen Anwendungsmöglichkeiten. Allem voran der neue Smartfilm 3.0, der sehr gute Transparenzwerte im eingeschalteten Zustand kombinieren soll mit absoluter Blickdichtigkeit im ausgeschalteten Zustand. Auch die nahezu unsichtbare Smartfilm-Variante Smartfilm Reverse wird präsentiert: Die Folie ist ohne elektrische Spannung transparent, was nach Angaben von Sonte Deutschland ein No-

vum gegenüber allen anderen Smartfilm-Varianten darstellt. Smartfilm Reverse wird dort eingesetzt, wo bei ausgeschaltetem Strom Scheiben durchsichtig sein sollen beziehungsweise müssen. Beispielsweise in Sicherheitsbereichen oder in öffentlichen Gebäuden wie Schulen kommt nach Angaben von Sonte diese Folie zum Einsatz.

Der zweite Schwerpunkt in diesem Jahr: Smartfilm als Projektionsfläche. Hier stellt das Unternehmen erstmalig eine integrierte Steuerung vor, die Videoprojektion, Lichtsteuerung und die Schaltung der Smartfilm-Folien vereint. Werbetechniker können damit für ihre Kunden Schaufenster und andere Glasflächen in Projektionsflächen verwandeln. Die Steuerung schaltet passend zum laufenden Video die Smartfilm-Folien und beispielsweise Beleuchtungskomponenten wie LED-Strahler.

Ein weiteres Novum ist das Angebot von Smartfilm Montage-Trainings. Diese bietet Sonte ausschließlich als zweitägige Schulungen im „Profi-Level“ an. Nur so können Monteure optimal auf die Installation von Smartfilm-Folien vorbereitet werden und eigene Projekte erfolgreich umsetzen, wie es seitens des Unternehmens heißt. Bisher einzi-

Acuity Prime Hybrid

Game Changer

Die bahnbrechende Acuity Prime Hybrid vereint die robuste, industrielle Bauweise der Acuity Prime mit der Vielseitigkeit eines echten Hybrid-Systems. Dank einer hervorragenden Materialhandhabung verarbeitet die Acuity Prime Hybrid sowohl Rollen- als auch starre Medien ohne Kompromisse bei stets hoher Qualität.

Besuchen Sie eines unserer Demo-Center und überzeugen Sie sich selbst.

Eine echte
Hybrid-Maschine

Hervorragendem
Medienhandlings

Hoher
Produktivität

Entdecken Sie den Unterschied



ger Schulungsort ist Mannheim, die Ausweitung auf andere Standorte ist aber bereits angedacht und auch schon teilweise vorbereitet.

Swissqprint

Stand 8A14

Am Messestand stellt swissqprint seine Großformatdrucker vor. Sie bieten eine hohe Auflösung von 1.350 dpi und effiziente Funktionen, die in Live-Demonstrationen gezeigt werden. Die Drucker zeichnen sich laut Unternehmen durch Benutzerfreundlichkeit, schnelle Durchlaufzeiten und niedrige Betriebskosten aus. Ein Highlight ist die Flexibilität der Systeme, die es Anwendern ermöglichen, die Drucker modular zu konfigurieren und ihre Investitionen anzupassen, um mit dem Unternehmen zu wachsen. Zu den Anpassungsmöglichkeiten gehören bis zu zehn frei



Das swissqprint-Team präsentiert und erklärt die neuesten Technologien und Dienstleistungen.

konfigurierbare Farbkanäle sowie Optionen wie Rollen- und Doppelrollen-Varianten. Für kreative Anwendungen bietet swissqprint eine Galerie, die das Potenzial des UV-Drucks zeigt, darunter Neonfarben für POS- und Eventgrafiken sowie Lackveredelungen und haptische Effekte. Darüber hinaus veröffentlichte swissqprint im Januar eine neue Druckergeneration, welche ebenfalls auf der wetec zu sehen sein wird. Nähere Informationen finden Sie auf Seite sechs dieser Ausgabe.

UPM Raflatac

Stand 8L33

UPM ist Mitveranstalter der Wrap & Style am Stand 8E30. Hier werden drei Teams auf einer Fläche von jeweils 45 Quadratmetern ein Thema zum Leben erwecken. Dafür haben sie zwei Tage Zeit. Ziel ist es, mithilfe der selbstklebenden Folien des Unternehmens den Boden, verschiedene Fahrzeuge, Stellwände und gegebenenfalls weitere Elemente passend zum Thema zu bekleben. Besucher können den Fortschritt genau beobachten, Fragen stellen und am Ende mitentscheiden, welches Team gewinnt. Zusätz-

lich werden Experten in Stuttgart vor Ort sein, die den Zuschauern nähere Informationen zu den verwendeten Produkten sowie speziellen Techniken geben.

Ein Team wird von klebwerk in Dresden gestellt. Das Team von Dawid Tomczyk verfügt über jahrelange Erfahrung in der Folierung verschiedener Untergründe und im Bereich der Werbetechnik. Das zweite Team stellen die Experten in der Autofolierung von Folienbetrieb Deutschland aus Mülheim an der Ruhr unter der Leitung von Jekaran Yoganathan und Fatih Ok. Ebenfalls nimmt eine Berufsschule teil: Unter der Leitung von Jana Hopf wird ein Team aus Nachwuchstalenten der Schule für Farbe und Gestaltung in Stuttgart am Wrap & Style Wettbewerb teilnehmen. Das Team wird aus den verschiedenen Fachbereichen der Schule zusammengestellt und neben angehenden Gestaltern auch aus künftigen Meistern in der Schilder- und Lichtklame sowie Auszubildenden in der Werbetechnik und anderen Bereichen bestehen.

Veinland

Stand 8D26

Das Unternehmen Veinland hat mit dem LDS 6.0 Dimmsensor eine Lösung entwickelt, die sowohl die Energieeffizienz steigern als auch Betriebskosten senken soll. Der Sensor wurde speziell für LED-Konverter mit PWM-Signal entwickelt und regelt die Helligkeit von LED-Lichtern automatisch in Abhängigkeit vom Umgebungslicht; dadurch lassen sich im Nachtbetrieb bis zu 75 Prozent der Energie einsparen. Ab Dämmerungseintritt wird die Helligkeit sanft auf den minimalen Wert abgesenkt. Bei der Dimmung auf 50 Prozent weicht die Helligkeit nicht weit vom Maximalwert ab, beim Dimmen auf 25 Prozent wird die Helligkeit deutlich abgesenkt, um die Lichtemission in den Nachtstunden spürbar zu senken, wie es seitens des Unternehmens heißt. Der Dimmsensor erfordert keine separate Versorgungsspannung und lässt sich in bestehende LED-Installationen integrieren. Unternehmen, die auf großflächige LED-Lichtwerbung setzen, können dadurch einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz leisten und gleichzeitig ihre Kosten optimieren.

VGS Leuchttechnik

Stand 8E17

VGS Leuchttechnik stellt nicht nur bewährte Klassiker der Lichtwerbung vor, sondern rückt das Thema Lichtwerbung im wahrsten Sinne in ein völlig neues Licht: Das Unternehmen präsentiert ein breites Spektrum von Möglichkeiten – von den traditionellen Vollacrylbuchstaben bis hin zu Ansätzen, die zeigen, wie vielseitig und kreativ Lichtwerbung



Lichtwerbung mit Mooswänden gibt es bei VGS Leuchttechnik zu bestaunen.

heute sein kann. Mit im Messegepäck befinden sich Vollacrylbuchstaben für die hochwertige Lichtwerbung sowie Lichtwerbung mit Mooswänden. Ebenso werden Lichtwerbung aus dem 3D-Drucker sowie Neon-Lösungen in moderner Form präsentiert.

vhf camufacture

Stand 8C11

Auf der wetec wird die vhf X zu sehen sein, eine Fräs- und Schneidmaschine mit einem Verfahrbereich von 2 mal 3 Metern, die sich laut Unternehmen neben zahlreichen Features durch ihren Bedienkomfort über eine Tablet-Steuerung auszeichnet. Der Allrounder für die Plattenbearbeitung ist als Vakuumtisch mit



Über ein Tablet lässt sich die vhf X problemlos steuern.

Unterdrucküberwachung mit einem vollintegrierten Absaug- und Kühlkonzept ausgestattet. Fräs- und Schneidwerkzeuge können automatisch gewechselt werden. Darüber hinaus stellt das Unternehmen ein Sortiment aus Hartmetall- und Diamantwerkzeugen zum Fräsen, Schneiden, Gravieren oder Anfasen vor.

Welle & EBB Folien

Stand 8B10

Am Stand des Folienfachhändlers Siebdruck Service Welle aus Oberkirch dreht sich alles um den Bereich Werbe-

technik, Sieb- und Textildruck. Im Portfolio finden sich Produkte von Herstellern wie 3M, Orafol, Mactac, Avery und Aslan, aber auch die Eigenmarke Weljet mit vielen diversen Folienqualitäten. Siebdruck Service Welle liefert innerhalb von 24 Stunden deutschlandweit.

werbetechniker.cc

Stand 8B18

Werbetechniker.cc plant, auf der wetec 2025 mehrere Neuigkeiten über das Netzwerk sowie das Portal vorzustellen. Unter anderem wird das Leinenbild 2.0 erstmals öffentlich präsentiert; hierbei handelt es sich um eine verformbare Folie mit Aluminiumträger, welche sich in erster Linie mit UV und alternativ mit Latex bedrucken lässt. Zu den Anwendungsbereichen gehören beispielsweise Bilderdrucke oder Firmenschilder.



Werbetechniker.cc hat eine verformbare Folie im Portfolio.

WNP Verlag auf der wetec!

Auch der WNP Verlag ist wieder mit einem eigenen Messestand auf der wetec 2025 in Stuttgart präsent. Besuchen Sie uns gerne am Stand 8C22, informieren Sie sich über unsere Fachmagazine oder kommen Sie gerne spontan auf einen Kaffee und ein Gespräch vorbei. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

www.wnp.de

Stand 8C22

FOLIEN PORTAL 24

LÖSUNGEN FÜR DIE WERBETECHNIK



Von Profis für Profis. Kompetent & zuverlässig.

| persönliche Beratung & Betreuung | großes Warenlager | kurze Lieferzeiten |

Besuchen Sie uns auf der wetec 2025 | Stand 8C14



MESSE-HIGHLIGHTS

Live Präsentation des neuen 3M Protection Wrap Film direkt bei uns am Stand.



Messe-Rabatt auf ausgewählte Produkte

Verklebe-Challenge mit tollen Gewinnen

Neues und Bewährtes

Unsere neue Kolumne von Uwe Niklas von DP Solutions

Willkommen im neuen Jahr 2025! Ein Jahr, das uns nicht nur mit neuen Herausforderungen, sondern auch mit aufregenden Möglichkeiten in der Welt des Digitaldrucks begrüßt. Während wir die ersten Wochen des Jahres hinter uns lassen, richtet sich der Blick vieler Branchenexperten und -enthusiasten auf die bevorstehende Fachmesse wetec, die vom 13. bis 15. Februar 2025 in Stuttgart stattfinden wird. Diese Messe ist nicht nur ein wichtiger Treffpunkt für Fachleute aus der Druck- und Werbetechnikbranche, sondern fungiert auch als eine Plattform, um die neuesten Trends und Technologien zu entdecken.



Uwe Niklas

Materialvielfalt und Individualisierung

Der Digitaldruck hat sich in den letzten Jahren rasant entwickelt und bietet heute mehr Möglichkeiten denn je. Neue Technologien und Verfahren wie Direct-to-Foil sind gefragt. Doch bei allem Innovationsdrang stellt sich die Frage: Muss es immer etwas völlig Neues sein? Oder können wir Neues mit Bewährtem kombinieren, um noch bessere Ergebnisse zu erzielen? Diese Überlegung gilt besonders für den Digitaldruck, wo technologischer Fortschritt oft Hand in Hand mit traditionellen Methoden geht.

Ein zentrales Thema auf der wetec wird die Materialvielfalt sein, denn die Möglichkeit, auf unterschiedlichste Substrate – von Textilien über Kunststoffe bis hin zu Metallen – zu drucken, eröffnet Designern und Herstellern eine Vielzahl kreativer Möglichkeiten. Diese Vielfalt ermöglicht es den Unternehmen, ihren Kunden maßgeschneiderte Lösungen anzubieten und sich so von der Konkurrenz abzuheben. Gleichzeitig bleibt die Herausforderung bestehen, diese Materialien effizient und kostengünstig zu bedrucken. Hier kommt die Kombination aus bewährten Techniken und neuen Technologien ins Spiel. So lässt sich beispielsweise der für seine Haltbarkeit und Farbtintensität bekannt-

te Siebdruck hervorragend mit modernen Digitaldruckverfahren kombinieren. Diese hybriden Ansätze ermöglichen es, die Vorteile beider Welten zu nutzen: die Robustheit sowie Deckkraft der Siebdrucktechnologie gepaart mit der Flexibilität und Detailgenauigkeit des Digitaldruckverfahrens.

Weiterer spannender Aspekt ist die individualisierte Produktion. In einer Zeit, in der Personalisierung immer wichtiger wird, bietet der Digitaldruck einzigartige Möglichkeiten, Produkte auf spezifische Kundenwünsche abzustimmen. Ob personalisierte Werbemittel oder maßgeschneiderte Kleidung – schnell und effizient auf individuelle Anforderungen reagieren zu können, ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil.

Das Beste aus beiden Welten

Die diesjährige wetec in Stuttgart wird eine Vielzahl solcher Ansätze präsentieren: Von neuen Drucktechnologien über nachhaltige Materialien bis hin zu Softwarelösungen für optimierte Produktionsprozesse verspricht die Fachmesse ein Schaufenster für alles zu werden, was derzeit im Bereich der digitalen Drucktechnologie möglich ist.

Während wir uns auf dieses spannende Ereignis vorbereiten, sollten wir nicht vergessen, dass Fortschritt nicht immer bedeutet, Altes hinter sich zu lassen. Oft liegt der Schlüssel zum Erfolg darin, das Beste aus beiden Welten zu kombinieren: Bewährtes als solide Basis zu nutzen und mit frischen Ideen und Technologien zu bereichern. So können wir nicht nur die Herausforderungen des neuen Jahres meistern, sondern auch innovative Wege finden, um unsere Ziele zu erreichen. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen ein erfolgreiches Jahr 2025 voller kreativer Entdeckungen und produktiver Synergien!

Uwe Niklas

werbetechnik

Das Fachmagazin für visuelle Kommunikation

E-PAPER

Für Print-Abonnenten kostenlos!

Lesen Sie als Print-Abonnent das E-Paper der werbetechnik auf Ihrem PC oder Tablet!



So funktioniert's

1. Geben Sie in Ihrem Browser www.werbetechnik.de ein
2. Klicken Sie im Menü auf Online-Ausgaben für Abonnenten
3. Lesen Sie bitte die Beschreibung und klicken Sie auf den Link WNP-ONLINE-KIOSK

Viel Spaß beim Lesen der werbetechnik im E-Paper-Format.

Sie haben Ihre persönlichen Login-Daten nicht zur Hand?
Wir helfen Ihnen gern weiter. Schicken Sie eine E-Mail mit Ihren Adressdaten und Ansprechpartner an abo@wnp.de und Sie erhalten schnellstmöglich Ihre Zugangsdaten.



Eine Idee mehr

Das neue Canon Experience Center soll informieren und inspirieren.

Seit acht Jahren können Besucherinnen und Besucher im Customer Experience Center in Krefeld das Canon-Universum kennenlernen. Zeit für was Neues, dachte sich das Unternehmen, und so startete vor circa zwei Jahren die Konzeptionsphase für eine Neuauflage. Ende 2024 – nach einjähriger Bauphase – war es dann soweit und das Customer Experience Center 2.0 konnte in Augenschein genommen werden. Neue Fallbeispiele, aufgeteilt in zwölf Zonen auf 395 Quadratmetern Ausstellungsfläche, beleuchten nun die unterschiedlichen Bereiche von Canon. Hierfür werden Besucherinnen und Besucher in die Canon-Welt „eingeschleust“, denn bevor man das Experience Center betritt, durchquert man einen abgedunkelten Raum, in dem ein Video auf großer Leinwand mit auf eine Reise durch die Unternehmensgeschichte nimmt. „In unserem Experience Center schaffen wir eine Umgebung, in der unsere Produkte und Dienstleistungen real erlebbar werden. So ermöglichen wir ein tieferes Verständnis und fördern eine stärkere emotionale Verbundenheit – sowohl mit unseren Lösungen als auch mit unserer Marke“, erklärt Patrick Bischoff, Director Printing & Solutions Marketing & Strategy bei Canon Deutschland, die Idee hinter dem Experience Center. Getreu der Unternehmensvision „Imaging to transform our world“ ist das Ziel, dass alle Besucherinnen und Besucher am Ende mit mindestens einer neuen Idee nach Hause gehen.

Digitaldruck im Wandel

Neben Werten und Philosophien finden die verschiedenen Unternehmensbereiche Raum im neuen Experience Center; ein wichtiger Teil ist dabei der Digitaldruck. Den Einstieg in den Professional Printing-Markt ebnete Canon mit der ersten imagepress, die 2007 eingeführt wurde. Seitdem hat sich viel getan in der Digitaldruckbranche, vor allem in den letzten Jahren. „Die Digitaldruckbranche hat sich durch technologische Fortschritte und veränderte Marktanforderungen stark gewandelt. Der Trend zur Individualisierung und Personalisierung treibt die Nachfrage nach flexiblen, kosteneffizienten Digitaldrucklösungen an. Kleine Auflagen, ‚Print on Demand‘ und spezialisierte Anwendungen stärken diesen Bereich zusätzlich. Die Verlagerung vom Offsetdruck zum Digitaldruck bietet Vorteile wie Geschwindigkeit, Flexibilität und Vielseitigkeit“, beschreibt Xander Groenewegen von Canon Deutschland den Umschwung der Digitaldruckbranche.

Den größten Einfluss haben dabei laut dem Head of Digital Printing & Solutions die Workflow-Automatisierung und moderne Software, wodurch sich Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit steigern lassen. Aber auch das Thema Nachhaltigkeit nehme an Bedeutung zu, etwa durch umweltfreundliche Tinten, nachhaltige Materialien und energieeffiziente Maschinen. Darüber hinaus übt Künstliche Intelligenz zunehmend Einfluss auf die Branche aus und kann

bei dem Ziel unterstützen, nachhaltig zu agieren. „KI steigert Effizienz durch automatisierte Arbeitsabläufe, verbesserte Qualitätskontrolle und vorausschauende Instandhaltung reduziert Ausfallzeiten und senkt Kosten. Diese Trends kombinieren Umweltfreundlichkeit mit technologischem Fortschritt und sichern die Wettbewerbsfähigkeit der Branche, um den steigenden Erwartungen der Kundschaft gerecht zu werden“, erklärt Patrick Bischoff. Canon hat sich dazu verpflichtet, die CO₂-Emissionen pro Produkt über den gesamten Lebenszyklus bis 2030 im Einklang mit dem Pariser Abkommen um 50 Prozent zu reduzieren. 2024 brachte Canon selbst einige technologische Entwicklungen im Digitaldruck auf den Markt, insbesondere im Bereich Large Format Graphics: Dazu zählt die Weiterentwicklungen der UVgel-Tintentechnologie. Die FLXfinish+-Erweiterung ermöglicht es, matte und glänzende Oberflächen in einem Druckdurchlauf zu kombinieren, während die FLXture-Technologie strukturierte Drucke mit fühlbarer Haptik erzeugt. Damit richtet man sich an Anwender aus den Bereichen Verpackungen, Etiketten und veredelte Produkte. Ein weiterer wichtiger Schritt war die Einführung der weißen UVgel-Tinte für hohe Deckkraft, geringen Wartungsaufwand und langfristigen Weißgrad. Zielgruppe hier sind Druckdienstleister von dunklen Medien, Fenstergrafiken, Etiketten und Tapeten. Im Flachbettdruckbereich hat Canon die FLXflow-Technologie für die Arizona-Serie im Portfolio. Funktionen wie Hold und Float sollen die Handhabung schwerer und unregelmäßiger Substrate erleichtern, Produktivität steigern und Fehler reduzieren.

Herausforderungen bewältigen

Trotz starkem Wachstum hat die Digitaldruckbranche mit einigen Hürden zu kämpfen: „Die aktuell größte Herausforderung für die Digitaldruckbranche liegt in der Balance zwischen der Notwendigkeit, die Produktivität zu steigern und dem anhaltenden Fachkräftemangel. Viele Unternehmen sehen sich mit der Schwierigkeit konfrontiert, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Um diese Herausforderung zu bewältigen, wird die Automatisierung zunehmend zu einem zentralen Lösungsansatz“, so Patrick Bischoff. Moderne Automatisierungstechnologien sollen Druckereien dabei unterstützen, ihre Prozesse effizienter zu gestalten, wiederkehrende Aufgaben zu standardisieren und so den Arbeitsaufwand zu minimieren. Gleichzeitig bleibe es aber essenziell, neue Talente zu fördern und bestehendes Personal weiterzubilden. „Um den Herausforderungen der Digitaldruckbranche zu begegnen, sollten Unternehmen strategisch handeln und den Mehrwert für Kunden priorisie-

ren. Eine aktive Kommunikation des eigenen Portfolios stärkt zudem das Vertrauen und fördert langfristige Partnerschaften“, ergänzt Xander Groenewegen.

Zweifellos lassen sich diese Herausforderungen bewerkstelligen, ist Canon sich sicher: „In den kommenden fünf bis zehn Jahren zeigt die Digitaldruckbranche großes Potenzial für weiteres Wachstum. Dank ihrer Vielseitigkeit und der stetigen Weiterentwicklung von Technologien wird die Branche in zahlreichen Märkten neue Möglichkeiten erschließen können. Insbesondere die steigende Nachfrage nach individuellen, qualitativ hochwertigen und schnellen Drucklösungen wird die Expansion weiter vorantreiben“, ist Xander Groenewegen sich sicher.

2025 erwartet das Unternehmen weitere technologische Fortschritte in der Digitaldruckbranche. Ein wichtiges Event für den Druckerhersteller sei dabei die Fespa, die in diesem Jahr vom 6. bis 9. Mai in Berlin stattfindet. Hier werden neue Lösungen und Anwendungen vorgestellt, die die zukünftige Entwicklung der Branche prägen sollen. „Damit blickt die Digitaldruckbranche in eine äußerst vielversprechende Zukunft“, resümiert Xander Groenewegen.

Sina Eilers



Qualität steht und fällt mit der Basisfolie RENOLIT – Führender Hersteller kalandrierter Folie

Durch die ausgefeilte und moderne Kalandertechnologie stellt RENOLIT Herstellern von selbstklebenden Produkten qualitativ hochwertige Folien zur Verfügung.

- Als transparente, weiße oder bunte Folien,
- für Innen- und Außenanwendungen,
- für sämtliche Digitaldruckeranwendungen –

die Highquality-Folien verfügen über ausgezeichnete Verarbeitungseigenschaften, sind mit allen gängigen Druckverfahren kompatibel und setzen Standards weltweit.

Steckt ein wenig RENOLIT auch in Ihrer Digitaldruckfolie?
Fragen Sie mal nach!



Ohne große Umwege

DTG-Technologie vereinfacht die Textilveredelung.

Den DTG-Druck gibt es etwa seit 1996. Doch erst ab den 2000er-Jahren wurde er massentauglich – wobei das zugegebenermaßen ein sehr weit gefasster Begriff ist. Schließlich steht DTG, sprich Direct-to-Garment, normalerweise eher für kleine Produktionsgrößen. Was die Technologie vorangetrieben hat und letztlich zum Durchbruch führte, erläutert Folker Stachetzki, Head of Marketing bei Brother, wie folgt: „Zum einen durch die einfache Bedienung und die Möglichkeit, schnell und ohne große Vorkenntnisse gute Ergebnisse zu erzielen, zum anderen durch die verwendete wasserbasierte Pigmenttinte, die es ab da ermög-

lichte, qualitativ hochwertige Designs zu drucken.“ Thomas Meurers, Textile Channel Sales Manager von Ricoh Europe, ergänzt, dass die spätere Möglichkeit, mit Weißtinten auch farbige und schwarze Textilien zu veredeln, dann den endgültigen Durchbruch für DTG bewirkt habe.

Nicht stillstehen

Weiterentwickelt hat sich der DTG-Druck in den vergangenen Jahren vor allem in den Bereichen Druckqualität, Produktionsgeschwindigkeit, Umweltfreundlichkeit sowie Automatisierung. Eine der größten Stärken von DTG-Druck liegt für Sharon Donovich, Director bei Kornit Digital, immer noch in seinem Potenzial, die Lieferkette völlig neu zu gestalten: Mit seiner Fähigkeit zum On-Demand-Druck und den kürzeren Vorlaufzeiten ermöglicht die Technologie den Marken, Kleidungsstücke näher am Verkaufs- oder Vertriebsort zu produzieren. Diese Flexibilität beschleunigt nicht nur die Markteinführung, sondern verringert darüber hinaus das Risiko einer Überproduktion, und Unternehmen können so besser auf Echtzeittrends und individuelle Kundenwünsche reagieren.

Wachstumspotenzial gibt es aber immer noch: Laut Sharon Donovich werden derzeit nur 1,1 Milliarden der Textildrucke digital dekoriert, was ein erhebliches Wachstumspotenzial für digitale Drucktechnologien bietet. Folker Stachetzki hebt hierbei besonders das Wachstum des E-Commerce, die stetig steigende Nachfrage nach personalisierten Produkten und das wachsende Interesse an nachhaltigen und individualisierten Modellen hervor. Thomas Meurers sieht die Entwicklung kritischer: Der Markt der DTG-Systeme sei nach dem Durchbruch des Direct-to-Foil-Verfahrens stark unter Druck geraten, wobei die Desktop- und Midrange-Systeme mit einer Palette schneller an Boden verloren hätten als vergleichsweise die industriellen DTG-



Bild: Ricoh

DTG bedeutet weniger Abfall; das ist gut für die Umwelt und den Geldbeutel.

Systeme. Inzwischen sei aber auch im industriellen Produktionsumfeld das Verfahren angekommen. Trotzdem sieht auch er die Nachfrage nach DTG-Textilien, vor allem im Online-Marketing, nach wie vor als sehr hoch an.

Entwicklungschancen

Damit der DTG-Druck weiterhin auf Kurs bleibt, darf die technologische Weiterentwicklung natürlich nicht stillstehen: Nach Auffassung von Folker Stachetzki sind künftig eine

wirtschaft kann Marken und Hersteller dazu bewegen, digitale Druckverfahren wie DTG einzusetzen, die kleinere, präzisere Produktionsläufe und die Minimierung von Überbeständen ermöglichen. In dem Maße, wie diese Vorschriften in Kraft treten, wird es für Unternehmen, die die On-Demand-Fähigkeiten des Direct-to-Garment-Drucks nutzen, einfacher, sich an den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft entsprechend auszurichten und dadurch einen Wettbewerbsvorteil zu erlangen. „Alle Hersteller sind stetig bestrebt, ihre Pro-

„Durch weitere technologische Fortschritte und den Fokus auf umweltfreundliche Textilien wird der Nachhaltigkeitsaspekt im DTG-Druck in Zukunft eine noch größere Rolle spielen.“

Folker Stachetzki

verbesserte Automatisierung und noch engere Anbindung an das Internet zu erwarten. Ein weiterer wesentlicher Faktor, den Anbieter auf dem Schirm haben sollten, ist für den Marketing-Experten bei Brother der Nachhaltigkeitsaspekt, der zunehmend an Bedeutung gewinnt. Dies liege vor allem an dem gestiegenen Bewusstsein der Verbraucher und der Industrie für den Umweltschutz und ein sozial verantwortliches Handeln. Folker Stachetzki ist sich sicher: „Durch weitere technologische Fortschritte und den Fokus auf umweltfreundliche Textilien wird der Nachhaltigkeitsaspekt im DTG-Druck in Zukunft eine noch größere Rolle spielen.“ Thomas Meurers unterstreicht, dass sich jeder Hersteller, jeder Anbieter und auch jeder Anwender mit der Thematik auseinandersetzen müsse: „Vielleicht ist das auch gerade ein wichtiges Argument für DTG gegen DTF. Vor allen Dingen solange für das DTF-Verfahren Polyesterfilme unverzichtbar sind.“ Auch die Regierungen setzen sich, wie Sharon Donovitch erklärt, zunehmend für eine Kreislaufwirtschaft ein und betonen Abfallvermeidung, Recycling und die Wiederverwendbarkeit von Materialien. Die Gesetzgebung zur Förderung einer Kreislauf-

dukte zu verbessern, und zumindest von uns kann ich sagen, dass wir im regelmäßigen Austausch mit Produzenten sind, um Maschinen auf den Markt zu bringen, die den sich schnell verändernden Ansprüchen gerecht werden“, fügt Folker Stachetzki hinzu.

Keine Konkurrenz

Die DTG-Technologie bietet zwar eindeutige Vorteile in Bezug auf Geschwindigkeit, Flexibilität und Nachhaltigkeit, doch die Umstellung von traditionellen Verfahren wie dem Sieb- auf den Digitaldruck wird laut Sharon Donovitch viel Zeit und Investitionen erfordern: „Viele Marken und Hersteller sind tief in ihren derzeitigen Prozessen verwurzelt. Der Übergang erfordert nicht nur ein Überdenken der Produktionsmethoden, sondern auch der Lieferkettenstrategien, Automatisierung der Arbeitsabläufe und Mitarbeiter-Umschulung.“ Die Sorge, dass DTG – oder auch DTF – den traditionellen Siebdruck irgendwann komplett verdrängen könnte, teilt auch Folker Stachetzki nicht: „Das wird erst mal nicht passieren. Beide Verfahren haben unterschiedliche Stärken und werden sich eher immer weiter er-

**GROSSE
DRUCKE
KLEINE PREISE!**

Jeden Montag bis Freitag
von 9:00 bis 15:00 Uhr

10% SPAREN!

z.B. Digitaldruck auf

Orajet 3164 **13€**
netto/m²

29€ Orajet 3951
netto/m²

Mesh 270g **11€**
netto/m²

11€ Frontlit 450g
netto/m²

oder Werbedisplays

Rollup ECO 85 **32€**
netto ab 1 Stk

237€ Promotheke
netto ab 1 Stk

Popup Wall **675€**
netto ab 1 Stk

390€ Zipper Wall C
netto ab 1 Stk

**Oder viele andere
Folien und Displays**
Besuchen Sie uns
im Onlineshop!



Alle Preise netto zzgl. ges. MwSt



Bild: Brother

Die Technologie wird sich im Bereich DTG weiterentwickeln.

gänzen.“ Auch laut Thomas Meurers wird es immer Applikationen geben, die sich im Siebdruck besser und günstiger umsetzen lassen: „Denken wir nur an weitere Veredelungsschritte, die im Siebdruck möglich sind, aber nicht oder nur kaum im Digitaldruck zu verwirklichen sind.“ Wobei auch bei der Veredelung digitale Technologien aufkommen würden, wie etwa der textile 3D-Druck. Für Thomas Meurers bietet Digitaldruck gerade in Zeiten des Facharbeitermangels eine Alternative, wenn keine ausgebildeten Siebdrucker zur Verfügung stünden.

Folker Stachetzki ist zuversichtlich: „DTG wird weiterhin in Bereichen wachsen, in denen Flexibilität, Personalisierung und mittlere Auflagen gefragt sind, wie im Print-on-Demand-Sektor oder bei individuellen Kleidungsstücken.“ Siebdruck werde hingegen in der Massenproduktion von einzelnen Designs seine führende Rolle beibehalten.

Womit ist zu rechnen?

Der Einstieg im Bereich DTG lohnt sich laut Folker Stachetzki für verschiedenste Zielgruppen sowie Produzenten, da es Drucker für unterschiedlichste Produktionsgrößen gebe. Er sieht gute Chancen vom Kleinunternehmen oder Startup, da sich ohne die Anschaffung eines großen Maschinenparks schon kleinere Mengen produziert werden können, über Print-on-Demand-Dienste, wo schnell auf Anfrage produziert werden kann, bis hin zu großen Textildruckereien, da DTG eine echte Ergänzung zum klassischen Siebdruck sei. Der Wechsel zu DTG wird laut Sharon Donovich im Wesentlichen angetrieben durch die wachsende Nachfrage nach kürzeren Produktionsläufen, Individualisierung und die Notwendigkeit für Marken, schnell auf Markttrends zu reagieren. Durch die Umstellung auf DTG können Textildrucker diese Anforderungen erfüllen und sich als wichtige Partner in der schnelllebigen, bedarfsorientierten Welt der modernen Mode und des Einzelhandels positionieren.

Die Investitionskosten für eine DTG-Maschine variieren je nach Modell und Leistungsfähigkeit; entsprechend unterschiedlich verlaufe die Amortisation. Folker Stachetzki erklärt: „Einsteigermodelle und das zusätzlich benötigte Equipment liegen zwischen 15.000 und 20.000 Euro, während man für Drucker für die Massenproduktion 50.000 bis 80.000 Euro einplanen sollte.“ Es gebe auch Druckmaschinen, die weit mehr als 100.000 Euro kosten.

Die Amortisation hänge wiederum von verschiedensten Faktoren ab, vom Verkaufspreis der bedruckten Textilien, vom Produktionsvolumen, von laufenden Kosten, der Gewinnspanne pro Textil und vielem mehr. Hierzu ergänzt Thomas Meurers: „Die Amortisation errechnet sich dann aus dem Druckvolumen und den Verkaufspreisen, die man für sich erzielen kann. Eine kurze Amortisation von etwa einem Jahr ist aber keine Seltenheit.“

Die laufenden Kosten im Bereich Direct-to-Garment-Druck setzen sich in erster Linie aus den Kosten für Tinte, Textilien und Wartung sowie den Betriebs- und Personalkosten zusammen. Die Produktionsmenge, die Druckerart und den Marktpreis der Endprodukte sollte man ebenfalls berücksichtigen, um eine realistische Einschätzung der Betriebskosten zu erhalten. Die größte Herausforderung für Unternehmen, die in eine DTG-Maschine investieren, ist für Folker Stachetzki die optimale oder maximale Maschinenauslastung über einen längeren Zeitraum. Man solle somit schon vorab genau planen, wo man sich im Markt positioniert, um diese Auslastung sicherstellen zu können. Seine Tipps für Brancheneinsteiger: „Kenne den Markt und versuche deine Nische zu finden.“ Ebenfalls sollte man sicher sein, dass der Drucker für dieses Segment der richtige ist und eine Marke aufbauen: „Nur wenn man dich kennt, wird man bei dir kaufen“, so der Brother-Mitarbeiter. Thomas Meurers hält darüber hinaus folgenden Tipp parat: Er würde sich immer für ein System eines etablierten Herstellers mit entsprechendem Applikationssupport und Servicekonzept entscheiden. Als größte Herausforderung sieht er das Handling des Druck-Workflows, die richtige Vorbehandlung und nachträgliche Fixierung der Teile. Seine Empfehlung: Nur dann in ein Drucksystem investieren, wenn man zumindest auch regelmäßig damit produzieren kann. Maschinen, die nur einmal die Woche drucken, bekommen seiner Auffassung nach häufig Probleme mit den Druckköpfen, vor allen Dingen beim Weiß. Am Ende ist es eher ratsam, sich nicht für die schnellste und produktivste DTG-Maschine zu entscheiden, sondern für eine, die am besten zu den Anforderungen passt.

Bettina Sewald



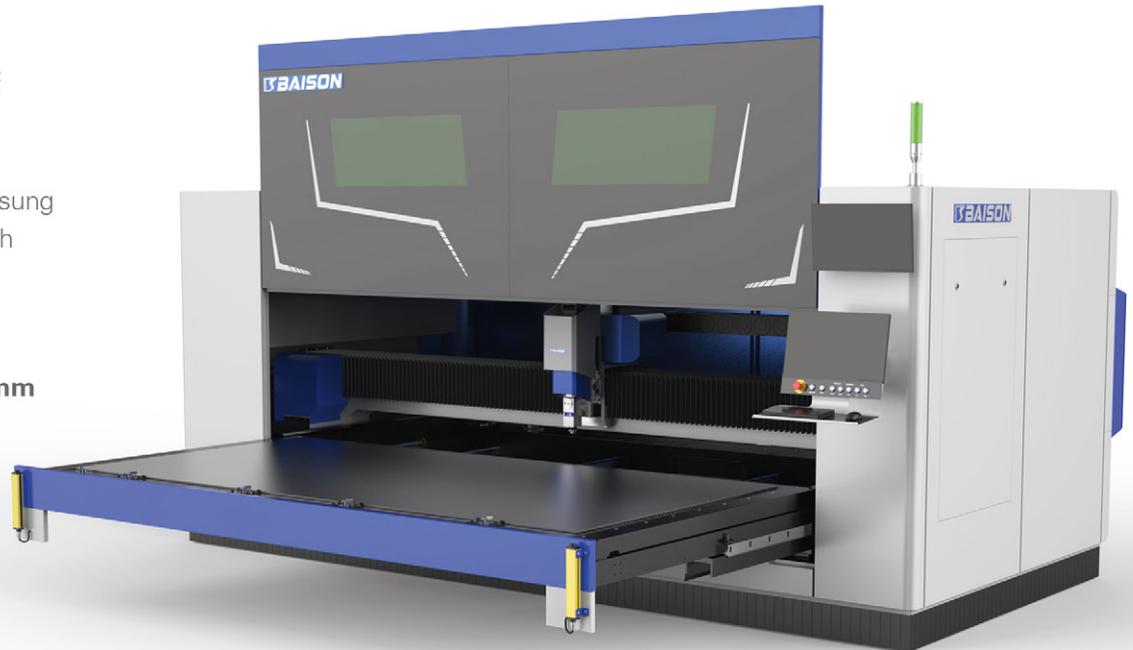
24/7 Support

Europaweiter Service mit sofortiger
Ersatzteilverfügbarkeit – ab Bremen!

Baison M3

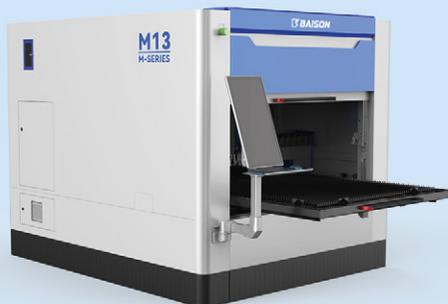
Maximale Performance auf
minimaler Stellfläche

- **Laser Klasse 1** Schutzumhausung
- automatisch ausfahrbarer Tisch
mit **1000 kg Belastbarkeit**
- **Live-View-Kamera** für
Prozessüberwachung
- Arbeitsbereich **1500 x 3000 mm**



FEATURES

RAYCUS Faserlaser . Hochleistungsschneidkopf mit automatischer Fokuseinstellung . FS CUT Steuerungssystem



Baison M13

Faserschneidlaser mit ausziehbarem Tisch
Arbeitsbereich 1300 x 1300 mm

Baison G24C

Faserschneidlaser mit
Rohrfördersystem



Baison T3000

Faserschneidlaser
mit Wechseltischsystem,
bis 2000 x 12000 mm
Arbeitsbereich, **bis 40kW**



Alle Maschinen sofort
vorführbereit in unserem
1000 qm Showroom!

Demonstration nach
Absprache auch am
Wochenende möglich.



Ausgewählte Maschinen
sind auch für Vor-Ort
Demonstrationen buchbar.



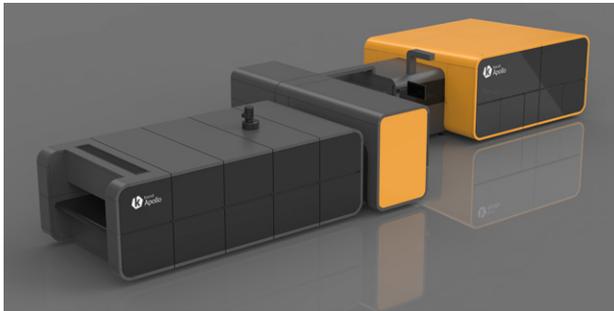
weitere
Maschinen unter

www.buthgrav.com

Industrielle Produktion

Spezifikationen des Druckers Kornit Apollo

Der DTG-Drucker Kornit Apollo nutzt die Entwicklungen der Pigment-Inkjettechnologie. Sie ermöglicht es, direkt auf Textilien zu drucken, ohne dass Vorbehandlungen oder zusätzliche Prozesse erforderlich sind. Erreichen lässt sich das durch Kornits patentierte Eco-Rapid-Tinten. Was die Druckqualität betrifft, liefert der Kornit Apollo eine Auflösung von bis zu 1.200 dpi und eine umfassende Farbpalette, die durch den Einsatz von CMYK plus Weiß und Sonderfarben unterstützt wird; verwendet werden Dimatix Starfire 1024 Dual-Flex-Druckköpfe. Der maximale Druck-



Der Kornit Apollo schafft bis zu 400 Kleidungsstücke pro Stunde.

bereich beträgt 508 mal 508 Millimeter, mit dynamischer Anpassung für größere Kleidungsstücke. Der Drucker wurde speziell für den Hochleistungsdruck entwickelt und kann bis zu 400 Kleidungsstücke pro Stunde veredeln; verarbeiten lassen sich Stoffe wie Baumwolle, Polyester, Baumwoll-Polyester-Mischungen, Lycra und mehr. Zu den weiteren Eigenschaften des Apollo zählt eine intelligente Steuerung sowie die Integration von KI-gesteuerten Prozessen, die nicht nur eine gleichbleibend hohe Druckqualität gewährleisten, sondern auch den gesamten Produktionsprozess optimieren sollen. Dadurch kann der Drucker Fehler korrigieren oder den Tintenverbrauch automatisch anpassen und reduzieren. Ein vollautomatisches Ladesystem erkennt Kleidungsstücke automatisch. Die automatische Vorbehandlung, der Weißdruck – falls erforderlich – und der Farbdruck erfolgen nacheinander, wobei der gesamte Prozess ohne manuelle Eingriffe abläuft. Der Trocknungsprozess ist durch ein hybrides Trocknungssystem mithilfe von Infrarot und Heißluft von Tesoma optimiert, was den Energieverbrauch um bis zu 50 Prozent reduzieren soll.

Zwei in einem

Neben DTG eignet sich der Ri 4000 für DTF.

Im Ricoh-Sortiment befindet sich mit dem Ri 4000 Single Pass ein DTG-Drucker mit Vorbehandlungsfunktion. Neben Textilien lassen sich Transferfolien für das DTF-Verfahren bedrucken. Folgende Substrate sind für die Veredelung geeignet: Polyester, Polyester-Baumwoll-Mischungen sowie Baumwolle (*externe Vorbehandlung erforderlich*). Dabei ist eine Materialdicke von bis zu 30 Millimetern verarbeitbar. Aufgrund des automatischen Enhancer-Systems entfällt die manuelle Vorbehandlung. Der Ri 4000 ist mit Schnellwechsellplatten ausgestattet, sodass Anwender diese ohne große zeitliche Unterbrechung tauschen können; die Plattenhöhe wird automatisch angepasst. Standardmäßig beim Kauf enthalten ist die Plattengröße 320 mal 457 Millimeter, optional sind die Größen 406 mal 498 sowie 266 mal 330 Millimeter erhältlich. Der Drucker arbeitet mit acht Druckköpfen und 16 Kanälen; pro Kanal sind 192 Düsen integriert. Als Tinten kommen CMYK und



Der Ri 4000 bietet drei verschiedene Plattengrößen.

Weiß zum Einsatz, ein automatisches Zirkulieren der weißen Tinte ist gegeben. Die maximale Druckbreite beträgt 406 mal 498 Millimeter beim Einsatz der größten optionalen Druckplatte. Bei 16 Passes beträgt die Auflösung 1.200 dpi, bei acht oder vier Passes sind es hingegen 600 dpi. Im Standardmodus beim CMYK-Druck mit einem Druckformat von 254 mal 203 Millimetern erreicht der Ri 4000 eine Geschwindigkeit von 123 Sekunden, im Speed-Modus 92 Sekunden und im Super-Fine-Modus 187 Sekunden; wird zusätzlich Weiß gedruckt, kommen jeweils circa 120 Sekunden dazu. Insgesamt besitzt der Ri 4000 die Maße 882 mal 1.662 mal 500 Millimeter.

Veredeln im großen Stil

Viele Besonderheiten liefert
der Brother GTX600.

Zum Portfolio des japanischen Herstellers Brother gehört der DTG-Drucker GTX600, der speziell für die Massenproduktion entwickelt wurde. Um die Tinte in einem druckfertigen Zustand zu halten, verfügt die Maschine über eine Tintenrückführung in vier Schlüsselbereichen. Brother hat 16 Tintenkanäle entwickelt, die einen kontinuierlichen Druckbetrieb gewährleisten. Außerdem werde die Tinte ständig gefiltert und entgast, um die bestmögliche Druck-



Nicht nur T-Shirts: Auch Textilien wie Schuhe lassen sich mit dem GTX600 veredeln.

qualität bis zu 1.200 dpi zu ermöglichen. Für spezifische Anwendungen, bei denen weniger Details erforderlich sind, kann die Auflösung auch auf 900 dpi oder 600 dpi reduziert werden. Diese Flexibilität erlaubt es, den Druck an die jeweiligen Be-

dürfnisse anzupassen, sei es für fotorealistische Bilder oder einfache Designs wie Logos. Der Brother GTX600 DTG ist auch mit der Farberweiterung Orange und Grün erhältlich: Die zwei zusätzlichen Tanks und Druckköpfe beim sogenannten GTX600 Extra Colors sollen das Farbergebnis im Orange- und Grünbereich optimieren.

Der Brother GTX600 ist in der Lage, auf einer Vielzahl von Stoffen zu drucken, darunter Baumwolle, Polyester, Mischgewebe, Jeans oder auch Schuhe. Der Druckbereich des GTX600 beträgt 61 mal 61 Zentimeter, was großformatige Designs ermöglicht. Eine Besonderheit der Maschine ist die automatische Anpassung der Plattenhöhe, um die Textilien immer in optimaler Entfernung zum Druckkopf zu positionieren. Vorhanden sind sechs voreingestellte Höhenoptionen, die sich direkt über das Bedienfeld steuern lassen. Der Drucker ist außerdem mit einem integrierten Feuchtigkeitskontrollsystem ausgestattet, das die Luftfeuchtigkeit für optimale Druckbedingungen regelt. Dadurch werden die Druckköpfe vor Umgebungseinflüssen geschützt und zum Beispiel Verstopfungen verhindert, was die Lebensdauer der Komponenten verlängert.

HIER KOSTENLOS ANMELDEN

ALL ABOUT DTF

Halle 6
Stand C52

Europas Leitmesse für Textilveredlung und Promotion
13. - 15.02.2025 | Messe Stuttgart

NEU **FLEXLINE DTF600XS**

High-Speed DTF-Drucker mit bis zu 50m/Std. in CMYK und Weiß!

EINSATZSTOFFE

Instant-Peel-Folie, Hot-Melt-Pulver, Tinten und Zubehör für alle DTF-Drucksysteme.

DTF TRANSFERS

Digital-Transfers als Rolle oder Bogen, in bester Qualität und schnell geliefert!

NEU **FLEXCUT**

Automatisierte Schneidelösung für DTF-Transfers. Rolle zu Rolle, Rolle zu Bogen - In und Off Line!

TURBOTRAN 6.1

Die vollautomatische Heitransfermaschine für bis zu 600 Transfers pro Stunde!

Ihr Full-Service-Partner für den Transferdruck!

www.digitran.de | info@digitran.de
+49 (0)5223 180 8950



Vielseitigkeit und Flexibilität sind wesentliche Gründe für den Erfolg der DTF-Technologie.

Bild: Print Equipment

Keine Innovation, eine Disruption

Seit der Einführung im Jahr 2019 wurde „Direct-to-Foil“ kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert.

Innovationen sind in der Welt des Textildrucks nicht ungewöhnlich: Aber wohl kaum eine Neuerung hat eine derart rasante Entwicklung hingelegt wie der noch junge DTF-Transferdruck. Als das Druckverfahren „Direct-to-Foil“ vor wenigen Jahren auf den Markt kam, löste es einen regelrechten Hype aus. Und die anfängliche Euphorie hält noch immer an, nicht zuletzt, weil die neue Technologie „schnelle Fortschritte macht und es den Anwendern ermöglicht, kostengünstig, flexi-

bel und in hoher Qualität zu drucken“, wie Michael Kammann, Geschäftsführer bei Digitran/Dekortech erläutert. Die Branche ist sich weitgehend einig in der Einschätzung, dass die DTF-Drucktechnologie in den nächsten Jahren einen noch größeren Marktanteil in der Textilveredelung erobern wird. Die Fachleute prognostizieren aber auch: Es ist unwahrscheinlich, dass das Direct-to-Foil-Verfahren in absehbarer Zeit andere Technologien vollständig verdrängen wird.

Nicht mehr wegzudenken

Wenn es um die Bedeutung der noch jungen Technologie geht, wird in der Branche nicht mit Superlativen gespart. „DTF ist nicht einfach eine weitere Innovation, sondern geradezu eine Disruption“, sagt Bernhard Schmidt, Geschäftsführer Nepata Vertrieb/Secabo, dem noch jungen Trend eine geradezu erschütternde Wirkung für die Textilveredelung nach. „DTF ist nichts weniger als eine Revolution und heute schon das meistgenutzte

digitale Druckverfahren in der Textilveredelung“, betont Philipp Klinger, Geschäftsführer bei Lynx Deutschland. Auch laut Gerrit A. Rauch ist DTF in der heutigen Textilveredelung nicht mehr wegzudenken. Gründe für diese Einschätzung nennt der Senior Business Development Manager bei Maegis gleich eine ganze Reihe: Die Beliebtheit liege zum einen an der immensen Zeitersparnis in der Produktion sowohl von sonst entgitterungsintensiven und filigranen als auch von

markt erheblich beeinflusst. „DTF ist im Textildruck definitiv mehr als nur ein Trend“, sagt Bernard Hofer-von-Hörsten, Teamleitung Vertrieb Textildruck bei Print Equipment. Ein Beleg dafür sei, dass inzwischen auch immer mehr konventionelle Siebdrucker „den Mehrwert erkennen, welchen das DTF-Verfahren mit sich bringt“. Der DTF-Druck gelte als Bereicherung, weil dadurch die Auswahl der Textilien gestiegen sei, glaubt Hisashi Takeuchi. „Wir beobachten ver-

te. Es entstehen neue Designs. Es erhöht die Flexibilität in ungeahntem Maße. Es bedient den Megatrend Individualisierung.“ Ebenfalls mitentscheidend für die schwungvolle Markteroberung: Besonders kleine und mittlere Unternehmen sowie Start-ups schätzten die Möglichkeit, mit geringen Investitionen in den Textildruck einzusteigen. Hinzu komme, dass die Entwicklung von schnelleren Maschinen diese Technologie auch für größere Produktionen in Zukunft immer interessanter mache.

Wer sich in der Branche umhört, stellt schnell fest, dass ein beträchtlicher Anteil am Erfolg der DTF-Technologie ihrer Vielseitigkeit zugeschrieben wird. „DTF hat den Markt erheblich beeinflusst, indem es die Produktionsprozesse vereinfacht und flexibler gemacht hat“, erläutert Michael Kammann. Die Möglichkeit, auf unterschiedlichen Materialien zu drucken, von Baumwolle über Polyester bis hin zu Mischgeweben, habe den Markt stark erweitert.

„DTF hat den Markt erheblich beeinflusst, indem es die Produktionsprozesse vereinfacht und flexibler gemacht hat.“

Michael Kammann

mehrfarbigen Schriften und Motiven. Einen weiteren wesentlichen Aspekt, der für den DTF-Boom verantwortlich sei, sieht er in der Vielzahl der Anwendungsmöglichkeiten. So können beispielsweise gleichermaßen Textilien aus Polyester, Baumwolle, Mischgewebe, Kunstleder, Leinwand und anderen Materialien ohne jegliche Vorbehandlung veredelt werden. Deshalb habe Direct-to-Foil zu Recht eine rasante Karriere hingelegt und sich zu einer wichtigen Ergänzung in der Textilveredelung entwickelt, ergänzt Bernhard Schmidt. „Viele in der Branche haben schnell erkannt, welches Potenzial die Technologie hat. Diese Begeisterung hat sich gehalten.“

Viel Flexibilität

Aus der Euphorie der Anfangsphase ist nach rund sechs Jahren also eine Art anhaltender Begeisterung geworden. Die neue Technologie hat sich etabliert und den Textilveredelungs-

schiedene Unternehmen, die sich mit der Technologie auseinandersetzen. Zum einen sind es Textilveredler, die vorher die DTF-Folien fremd bestellt haben und nun feststellen, dass die Inhouse-Produktion rentabler ist“, erklärt der Geschäftsführer von Mima-ki Deutschland. „Zum anderen sind es Copy-Center und Werbetechnik-Betriebe, die mit Flex- und Flockfolien Textilveredelung gemacht und vielleicht auch schon Erfahrung mit Sublimationsdruck gesammelt haben.“ Maegis-Entwicklungsmanager Gerrit A. Rauch beobachtet: „Zurzeit sind es viele kleinere Betriebe, die sich vom bisherigen Zukauf der DTF-Drucke zur Eigenproduktion durch die Anschaffung eines platzsparenden DTF-Drucksystems in 60 Zentimeter Arbeitsbreite entscheiden.“

Vier Hauptgründe für den Boom bringt Nepata/Secabo-Geschäftsführer Bernhard Schmidt kurz und prägnant folgendermaßen auf den Punkt: „Es eröffnet Anwendern neue Märk-

Wirtschaftlich produzieren

Kurze Lieferzeiten, kleine Mengen, personalisierte Produkte: Dies sind auch triftige Gründe dafür, warum viele Unternehmen, die früher auf traditionelle Siebdruck- oder DTG-Verfahren (Direct-to-Garment) angewiesen waren, zunehmend DTF nutzen, um Produktionskosten zu senken und flexibler auf Kundenanforderungen reagieren zu können. „Insbesondere im Bereich der Sportswear beziehungsweise insgesamt beim Bedrucken von Polyestermaterialien hat diese Technologie dazu geführt, dass wesentlich einfacher auch Kleinstauflagen kostengünstig produziert und leichter personalisiert werden können“, erklärt Folker Stachetzki, Head of Marketing bei Brother. „Es kann ab

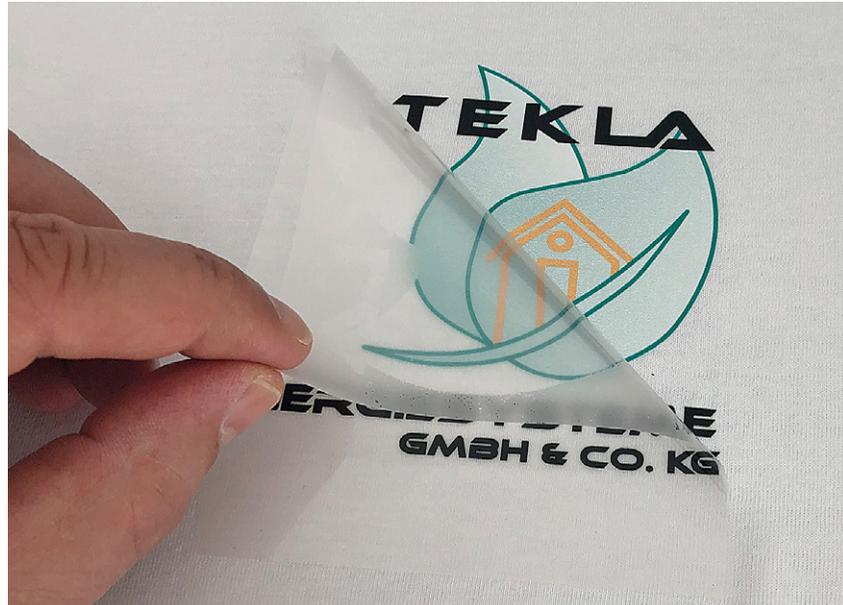
einer Auflage von einem Stück wirtschaftlich produziert werden“, bestätigt auch der Lynx-Geschäftsführer Philipp Klinger.

Das wirft unter Umständen die Frage auf, wie viel Geld ein Unternehmer, der in das DTF-Druckverfahren investieren will, entsprechend in die Hand nehmen muss. Zumal Experten wie Bernhard Schmidt von Nepata Vertrieb/Secabo auch „eine geringe Anfangsinvestition und eine bessere Kostenstruktur“ als Vorteil von DTF speziell gegenüber dem Direct-to-Garment-Verfahren anführen. „Die Investitionskosten für den Einstieg in den Direct-to-Foil-Druck variieren je nach Ausrüstung und Unternehmensgröße stark“, betont Folker Stachetzki. Er rechnet vor: „Für kleinere Unternehmen liegen die Kosten typischerweise zwischen 5.000 und 15.000 Euro für Druckersystem, Transferpressen und Materialien zusammen. Größere Unternehmen mit entsprechend höherem Produktionsbedarf können bis zu 50.000 Euro oder mehr investieren.“

Fachpersonal zahlt sich aus

In der unteren Preiskategorie gebe es Komplettsets, die Drucker, Trockner und die notwendigen Verbrauchsmaterialien wie Folien, Tinten und Kleber beinhalten, bestätigt Michael Kammann. Er hat auch einen Tipp für Neulinge in der DTF-Branche: „Eine gute Variante ist der Einstieg über den Zukauf von Transfer, bestenfalls bei einem Partner, der Transfer und Maschinen anbietet“, erläutert der Fachmann und begründet das so: „Dann kann man mit dem Lohndruck loslegen, und wenn das Volumen groß genug ist, genau die Maschine kaufen, mit der die Transfers sowie schon gedruckt werden.“ Alles aus einer Hand, und zwar vom Fachmann,

ist die Empfehlung von Entwicklungsmanager Gerrit A. Rauch. „Maegis bietet ausschließlich DTF-Komplettsysteme, mit denen sofort nach Schulung durch unser Fachpersonal mit der DTF-Produktion gestartet werden



Die anfangs häufig kritisierte Folienqualität wurde erheblich verbessert.

kann. Für das Verpressen sowie Transferieren des fertigen Direct-to-Foil-Drucks ist dann lediglich noch eine Transferpresse notwendig.“ Zur Grundausstattung für den DTF-Druck gehören: Das Druckersystem an sich, ein Pulverautomat, eine Transferpresse, ein PC sowie die Verbrauchsmaterialien Tinte, Folie und Kleber – die natürlich auf den Drucker abgestimmt sein müssen. Folie, Kleber und Tinte sind auch die wichtigsten Folgekosten. Neben dem Verbrauchsmaterial sollten außerdem einkalkuliert werden: regelmäßige Wartung und Pflege der Maschinen, Ersatz von Verschleißteilen, Energiekosten sowie Personalkosten. „Dabei gilt es zu beachten, dass es sich im Optimalfall um geschultes Personal handelt, damit Fehldrucke sowie Ausfallzeiten minimiert werden können“, empfiehlt Brother-Marketingleiter Folker Stachetzki.

Folien stark verbessert

In der Anfangszeit war die Qualität der Folien oft beanstandet worden. Diese hat sich in den vergangenen Jahren jedoch deutlich verbessert. „Die ersten Folien, die wir 2019 ge-

testet haben, waren ausschließlich kaltabziehend, einseitig beschriftet und ohne antistatische Veredelung“, berichtet Michael Kammann. Zudem habe die Tintenaufnahme bei den ersten Folien zu wünschen übrig gelassen. Das hat sich dank technologischer Fortschritte deutlich gewandelt. Die aktuelle Instant-Peel-Folie beispielsweise könne heiß oder kalt abgezogen werden und nehme viel Farbe auf; und durch die antistatische Veredelung bleibe das Klebepulver nicht auf der Folie hängen. Auch biete die neue Generation von Folien zusätzlich eine bessere Farbwiedergabe. „Jedoch nutzt die beste Folie nichts, wenn das Druckersystem sonst mit minderwertiger Tinte, Kleber, Drucker oder Pulverautomaten bespielt wird“, gibt Michael Kammann zu bedenken. „Es sei aber auch erwähnt“, ergänzt Maegis-Entwicklungsmanager Gerrit A. Rauch,

Bild: Lynx Deutschland

„dass eine gute Qualität des DTF-Drucks stark abhängig ist vom Zusammenspiel der drei Verbrauchskomponenten, also Kompatibilität von PET-Folie, Tinte sowie Hotmelt-Granulat.“ So groß die Begeisterung für den DTF auch ist, einen Schwachpunkt hat die junge Technologie noch immer – nämlich Defizite bei Umweltschutz und Nachhaltigkeit. In dem Punkt sind sich die Experten weitgehend einig. „Da gibt es noch viel Nachholbedarf, weil beim DTF-Druck bei vielen Herstellern noch Tinten auf Plastisolbasis verwendet werden und die Folien aus Kunststoff bestehen, was eine enorme Abfallmenge erzeugt“, führt Folker Stachetzki, Head of Marketing bei Brother, aus und weist auf weitere Defizite hin: „Auch das verwendete Pulver enthält teilweise große Mengen an Kunststoff und weiteren Chemikalien.“ Einen Silberstreif am Horizont hat Bernhard Schmidt ausgemacht. „In puncto Nachhaltigkeit besteht ganz klar noch Entwicklungsbedarf“, so der Geschäftsführer Nepata Vertrieb/Secabo. Aber: „Papierbasiertes Folienmaterial und umweltfreundliche Tinten sind jedoch bei den Herstellern in der Pipeline.“

Trend hält an

Ein Ende der Entwicklung ist derzeit nicht in Sicht, im Gegenteil. Branchenkenner wie Bernhard Schmidt rechnen mit einem weiteren Wachstum im DTF-Segment: „Deshalb haben wir bei Secabo ein starkes Augenmerk auf Direct-to-Film bei Neuentwicklungen.“ Er glaubt, langfristig werde DTF für viele Anwendungen zur Standardtechnik werden. Trotz wachsender Marktanteile: Dass DTF andere Technologien verdränge oder gänzlich überflüssig mache, halten die meisten Experten für unwahrscheinlich. Schon allein deshalb, weil verschie-



Bild: Digitran

Durch DTF entstehen neue Designmöglichkeiten.

dene Technologien unterschiedliche Anforderungen und Bedürfnisse erfüllen, es nicht die eine Art gibt, die für alles die optimalen Ergebnisse liefert. Michael Kammann geht davon aus, dass DTG beispielsweise bei bestimmten Anwendungen wie dem Druck von sehr dünnen Motiven erhalten bleibe, Siebdruck weiterhin bei sehr großen Auflagen wirtschaftlicher sei. Einen vollständigen Ersatz der etablierten Verfahren hält er für unwahrscheinlich. Der klassische DTG-Druck werde weiterhin im Bereich der Baumwolle und bei detailreichen, hochwertigeren Designs stark sein, weil diese Technik eine höhere Auflösung und feinere Details ermögliche. „Unserer Meinung nach wird es in den kommenden Jahren keine

komplette Verdrängung von beispielsweise DTG oder Flex/Flock geben“, gibt Gerrit A. Rauch die Einschätzung bei Maegis wieder. „Aber die produzierenden Mengen werden hier voraussichtlich weiter zurückgehen, da der Trend zu DTF weiterhin anhalten wird.“ Dass im Bereich DTG und Siebdruck eine Verdrängung stattfinden werde, hält auch Berthold Rademacher, Geschäftsführer von X-tec Systems, für sehr wahrscheinlich: „Diese Technologien werden ihre Daseinsberechtigung im Markt sicher behalten, die Masse wird allerdings aufgrund der Kosten, Geschwindigkeit und Flexibilität in die Direct-to-Foil-Technologie abwandern.“

Rudi Stallein

Vielseitige Kompaktlösung

Easy A2 heißt die neue Maschine in der Speedline-Familie von Lynx.

Der DTF-Drucker Easy A2 stammt aus dem Hause Lynx. Mit der Maschine erweitert das Unternehmen seine Speedline-Serie um ein flexibles und kompaktes System. Mit 43 Zentimetern Druckbreite, zwei Epson 3200i-Druckköpfen und einer integrierten Abluftreinigung ist das System eine geeignete Lösung für Textilveredler, die bisher zugekauft haben und künftig selbst produzieren möchten. Ein weiteres Plus: Mit einer Größe von 1.314 Millimeter Länge, 622 Millimeter Breite und 664 Millimeter Höhe, inklusive Standfuß, ist die Compact-Serie ideal für Betriebe mit einem begrenzten Raumangebot. Die Easy A2 ermöglicht es, eine Folienbreite von 45 Zentimetern zu verarbeiten beziehungsweise eine Vielzahl von Produkten wie beispielsweise Aufklebern, Etiketten und individuell bedruckte Textilien zu erstellen. Dabei lässt sich bei allen verarbeitbaren Medien die gleiche Qualität erreichen. Der DTF-Drucker liefert mit den zwei Epson 3200 i-Druckköpfen eine Druck-



Das Modell A2 aus der Speedline-Serie von Lynx

qualität mit einer Auflösung von 1.200 dpi und bietet flexible Farbkonfigurationen mit Sonder- und Neonfarben. Gedruckt wird mit wasserbasierter Textiltinte, die mit einer Düsenauflösung von 300 npi bei einer Reihe und 600 npi bei zwei Reihen aufgetragen wird. Ergänzt wird der Drucker aus der Speedline-Familie durch einen Direct-to-Foil-Kleber- und Trockenofen.

Breiter, schneller, produktiver

Mimaki bringt mit dem TXF300-1600 seinen dritten DTF-Drucker auf den Markt.

Im Jahr 2023 kam der erste DTF-Drucker von Mimaki heraus, der TXF150-75. Das Modell kam an und es folgte ein weiteres Modell mit zwei Druckköpfen, der TXF 300-75. Im November 2024 wurde nun der dritten Mimaki-DTF-Drucker eingeführt: Der TXF300-1600 ist ein 160 Zentimeter breiter Drucker, ebenfalls mit zwei Druckköpfen und einer deutlich gesteigerten Druckgeschwindigkeit mit bis zu zehn Quadratmetern in der Stunde. Damit sollen (auch) Kunden angesprochen werden, denen die zwei Vorgängermodelle zu langsam sind. Für den Druck wird die Wä-



Der TXF300-1600 hat eine maximale Druckbreite von 160 Zentimetern.

meübertragungspigmenttinte PHT50 verwendet, bestehend aus fünf Farben – CMYK und Weiß. Die Tinte hat die Eco Passport-Zertifizierung erhalten; was die Druckqualität angeht, liefert der TXF300-1600 eine Auflösung von 720, 1.080 und 1.440 dpi. Im Vergleich zum Vorgängermodell wurde die Druckbreite circa verdoppelt, die Anwen; dadurch haben sich die Anwendungsmöglichkeiten erweitert: Neben dem Druck von T-Shirts und Taschen ist etwa der Druck auf breiten Innenstoffen wie Vorhängen möglich. Laut Herstellerangaben wurde mit dem neuen Drucker die Produktivität beim individuellen T-Shirt-Druck um 30 Prozent gesteigert. Der TXF300-1600 wurde ebenfalls mit den Technologien Nozzle Check Unit und Nozzle Recovery System von Mimaki ausgestattet. Sie dienen dazu, einen stabilen Betrieb zu gewährleisten. Bei Düsenproblemen kann der Druckvorgang wieder aufgenommen werden, ohne dass Servicepersonal zur Maschinenwartung erforderlich ist. Die Produktion kann gleich weiterlaufen. Die Funktion MCTv2 soll Pigmentniederschlag verhindern, indem sie weiße Tinte periodisch zirkulieren lässt.

Kompakter Allrounder

Der X-Tec Piccolo V2 ist ein All-in-One-System für DTF-Druck.

Mit der Piccolo V2 hat das Unternehmen X-Tec eine Druckmaschine speziell für das Direct-to-Foil-Druckverfahren entwickelt. Die Maschine wurde dabei als All-in-One-Drucksystem konzipiert, das heißt, es werden mehrere Arbeitsschritte, die beim herkömmlichen Direct-to-Film-Druck erforderlich sein können, wie beispielsweise Drucken, Bestäuben und Trocknen, in einem einzigen Gerät zusam-



Der X-Tec Piccolo V2 ist ein All-in-One-Drucksystem.

mengefasst. Mit dem integrierten Infrarot-Trockensystem bietet der Piccolo V2 somit eine vollautomatische Erstellung von DTF-Drucken mit Puderung und Schmelzung im Ofen. Dies ermöglicht nach Angaben des Unternehmens eine effiziente sowie qualitativ hochwertige Produktion von bedruckten Textilien unterschiedlicher Art wie unter anderem Baumwolle, Polyester, Nylon und Leder. Einer

der Hauptvorteile des DTF-Verfahrens liege in der hohen Druckqualität. Bei der Piccolo V2-Druckmaschine sollen spezielle Highend Direct-to-Foil-Tinten (*wasserbasierende Pigmenttinte*) und die ebenfalls von X-Tec hergestellten Folien einen tiefen Farbraum ermöglichen. Was die Druckqualität betrifft, liefert der Piccolo V2 eine Auflösung in drei Stufen, nämlich 720, 1.440 oder 2.880 dpi. Die Farbpalette umfasst CMYK plus Weiß, verwendet wird das Epson Piezo-Tintenstrahlverfahren mit zwei Epson i1.600-Druckköpfen. Die Tintenversorgung erfolgt per CISS-System, das einen kontinuierlichen Tintenfluss garantieren soll. Die Druckfläche reicht von vier Metern in der Stunde mit einer Geschwindigkeit von acht Pass, beziehungsweise bis zu sechs Metern bei sechs Pass.

Das Digitaldrucksystem Piccolo V2 ist laut Hersteller bereits für kleine bis mittlere Druckauflagen wirtschaftlich, da es im Vergleich zu anderen Verfahren wie dem Siebdruck beziehungsweise Sublimationsdruck weniger Vorlaufkosten erfordert. Das Bulksystem ermögliche vier Mal günstigere Tintenkosten als vergleichbare Kartuschenlösungen, wie es seitens X-Tec heißt. Somit ist der modular aufgebaute Direct-to-Foil-Drucker ideal sowohl für den Einstieg in den professionellen DTF-Druck als auch für Unternehmen, die personalisierte oder maßgeschneiderte Produkte in großen Mengen oder mit großen Farbdeckungen herstellen wollen. Zu den weiteren Eigenschaften zählen Maße von 800 Millimetern Höhe, 650 Millimetern Breite und 2.100 Millimetern Länge. Damit ist der Direct-to-Foil-Drucker laut Unternehmen außerdem für kleinere Unternehmen mit begrenztem Platz geeignet.



 **wetec**

13. – 15.02.2025 | Messe Stuttgart

DP
just
direct!
SOLUTIONS

Halle 8 - Stand 8A20

DTF - Equipment
Rollendrucksysteme

UV - Druck
3D- Lösungen

www.dp-solutions.de

Next Generation

Digitran erweitert mit Flexline DTF 600 Mark II seine DTF-Druckerpalette.

Der neue Flexline DTF600 MK-II Drucker von Digitran ermöglicht die schnelle und einfache Fertigung von Transfers für die Textilveredelung, wie es seitens des Unternehmens heißt. Dazu wurde die digitale Druckmaschine mit der Flexfinish600 MK-II Pulver- und Trocknungseinheit erweitert. Diese ist im Vergleich zum Vorgängermodell etwas größer ausgelegt, um eine gleichmäßigere Trocknung zu ermöglichen. So wird eine nahtlose Zusammenarbeit zwischen Digitaldruckmaschine und Finishing-Einheit ermöglicht. Mit zwei Epson i3200-Druckköpfen und wasserbasierten Oeko-Tex-zertifizierten Tinten in CMYK und Weiß erzielt das System eine maximale Auflösung von 720 mal 2.400 dpi sowie eine optimale Farbdeckung.

Frei wählbare Druckmodi und eigene Farbprofile für helle oder dunkle Profile sollen es für den Anwender einfacher machen, das beste Verhältnis zwischen Qualität und Geschwindigkeit individuell einzustellen. Der DTF 600 Mark II verfügt außerdem über ein Rühr- und Zirkulationssystem für die weiße Tinte sowie einen motorisierten Abwi-

Der Digitran Flexline DTF600 MK-II ermöglicht eine nahtlose Zusammenarbeit zwischen Digitaldruckmaschine und Finishing-Einheit.

ckler für einen sauberen Vorzug ohne Passversatz. Gleichgeblieben ist, dass das feine Klebepulver für die Finishing-Einheit vollautomatisch in die Farbe eingestreut wird. Das Pulver wird restlos abgeklopft, um den Kleber nur auf der Tinte zu fixieren und überschüssige Reste zu entfernen. Zuletzt wird das Bild mit einer IR-Einheit mit vier Lampen getrocknet. Die maximale Druckbreite beträgt 600 Millimeter, womit auch großformatige Designs verarbeitet werden können; pro Stunde lassen sich bis zu 14 Quadratmeter bedrucken.



Technische Neuerungen

Der XP600-Pro von Print Equipment überzeugt durch viele Vorteile.

Mit dem XP600-Pro bringt Print Equipment die nächste Generation an DTF-Drucksystemen auf den Markt. Das Systempaket besteht aus dem Drucker XP600-Pro, der eine Medienbreite von 600 Millimetern aufweist, inklusive passender Fixiereinheit in den Durchlassbreiten 450 beziehungsweise 600 Millimetern. Weitere Vorteile: Die zwei Epson Precision Core i3.200-A1-Druckköpfe sind linear in einem Abstand von 1,5 bis 3,5 Millimetern versetzt ange-

ordnet und ermöglichen einen simultanen Farbauftrag von CMYK und Weiß. Aufgrund der kompakten Systembauweise wird der Fahrweg

des Druckkopfschlittens reduziert, dies soll die Druckgeschwindigkeit um etwa 35 Prozent gegenüber dem Vorgängermodell erhöhen. Elf bis zwölf laufende Meter können mit der neuen DTF-Maschine pro Stunde bedruckt werden. Die Bedienung wurde erleichtert, indem sich viele Funktionen der Fixiereinheit automatisch steuern lassen. Außerdem konnte die Lautstärke der Fixiereinheit durch den Einsatz einer modifizierten Isolierung reduziert werden, und zwar sowohl im Betrieb als auch im Wartemodus, wie es seitens Print Equipment heißt.

Das neue Drucksystem wird mit hochwertigen Tinten angeboten. Je nach Anforderungen stehen Tintensets von Dupont Artistri P1600 Series oder Kodacolor DTF/FTF-Series zur Wahl. Beide Gemische sind nach Eco Passport by Oeko-Tex zertifiziert, Dupont Artistri P160 ist zusätzlich GOTS-zertifiziert. Die Zufuhr erfolgt über ein Tintentanksystem inklusive Füllstandmelder. Die maximale Druckbreite beträgt 585 Millimeter bei 2.400 dpi Auflösung.



Das Drucksystem XP600-Pro überzeugt auch durch seine kompakte Bauweise.

Breite Farbpalette

Der RS Transfer Pro 650T FS MC ist ganz neu im Maegis DTF-Sortiment.

Seit Anfang Oktober vorigen Jahres ist er das neue Highlight im Showroom von Maegis im niederländischen Enschede: der RS Transfer Pro 650T FS MC. Die Buchstabenkürzel lassen schon die Besonderheiten des neuen DTF-Komplettsystems erahnen. FS steht für Fast Speed, MC für Multicolour – Letzteres bedeutet hier zwei Mal acht Farben (*zwei Mal CMYK plus zwei Mal RGBO, also Rot, Grün, Blau, Orange*) + zwei Mal Weiß. Der neue Drucker ist mit sechs Druckköpfen Epson i3.200 bestückt. Die Produktionskapazität gibt der Hersteller mit zwölf Quadratmetern pro Stunde beziehungsweise 20 laufende Meter im Produktionsmodus an. Im Qualitätsmodus sind es hingegen 7,2 Quadratmeter pro Stunde beziehungsweise zwölf laufende Meter. Als Vorteile hervorzuheben sind nach Angaben des Unternehmens unter anderem die sehr einfache Bedienung sowie die Produktionsgeschwindigkeit. Textilien wie Baumwolle, Polyester oder Mischgewebe werden bei 135 Grad und mit sechs bis acht Sekunden Presszeit übertragen. Auch Jeans, Canvas oder Kunstleder lassen sich mit der Direct-to-Foil-Maschine bedrucken. Für alle Anwendungen ist die gleiche Tinte und der gleiche Pulverschmelzkleber aus dem Maegis-Sortiment kompatibel,

verwendet wird wasserbasierende Pigmenttinte. Das Bulk-Tintensystem mit 1,5-Liter-Tintentanks mache große Produktionen kostensparend möglich. Als Rip-Software kommt Cadlink, Flexisign oder Caldera zum Einsatz. Als weitere Komponente komplettieren ein Pulverschüttler und eine Trocknungseinheit inklusive Rollen-Aufwickelsystem, Absaugung und Luftfilter, Rip-Software und eine Drucksteuerungssoftware das RS Transfer Pro-System. Die Drucker-Abmessung liegt bei 2.200 mal 980 mal 1.650 Millimetern.



Der RS Transfer Pro 650T FS MC von Maegis

Digital Factory integriert

Secabo ist eine Kooperation mit dem Softwareanbieter Fiery eingegangen.

Seit Kurzem lässt sich Secabos DTF Multicut Pro über Fierys Digital Factory steuern. Beim Multicut Pro handelt es sich um einen neuartigen Flachbettschneideplotter mit



Secabos DTF Multicut Pro ist ein Flachbettschneideplotter mit Förderband.

Förderband, das die Folienrollen automatisch einzieht und sie anschließend zuschneidet. Somit sind bis zu 1.000 Transfermotive pro Stunde realisierbar. Ziel ist es, Automatisierung für Textilveredler erschwinglich zu machen, die keine industriellen Anwendungen benötigen.

Eine Hochleistungskamera erfasst dabei die Passermarken der bedruckten Medien und lädt automatisch die zugehörigen Schneidedaten. Neben der Integration in Digital Factory-gesteuerte Workflows stehen Plug-Ins für Coreldraw beziehungsweise Adobe Illustrator zur Verfügung. Mit einer Schnittbreite von bis zu 640 Millimetern lassen sich die Druckmaterialien sowohl auf Rollen als auch auf Bögen verarbeiten. Neben Folien für DTF-Textiltransfers eignet sich das Gerät für Sublimationsdrucke sowie selbstklebende Folien.



Stolz präsentiert Daniel Epple sein Meisterstück nebst der Urkunde für das Fortbildungsstipendium sowie den überreichten Scheck der Karl-Wertz-Stiftung.

Klare Kante

Daniel Epple gewinnt mit seinem Meisterstück Fortbildungsstipendium

Daniel Epple hat per Ziehungsverfahren für sich wohl das große Los gezogen. Für sein Meisterstück „Lomatione“ bekam er neben dem wohlverdienten Meisterbrief in Würdigung seiner besonders guten Leistungen ein Fortbildungsstipendium der Karl-Wertz-Stiftung in Höhe von 500 Euro. Das Thema für sein Meisterstück in der Lichtwerbebranche kam tatsächlich aus dem Lostopf. Der 25-jährige Jung-Meister erzählt: „Ich habe per Ziehungsverfahren als Firmenname ‚Lomatione‘ und als Branche ‚Ingenieurbüro‘ gezogen.“ Für die Ausarbeitung seines Meisterstücks habe er

sich zunächst allgemein über das Thema Ingenieurbüro und die verschiedenen Richtungen des Berufszweigs informiert. Danach ging es an den Logoentwurf für die fiktive Firma, in den er die recherchierten Informationen einfließen ließ.

Gutes Zeitmanagement

Aufbauend auf das Logo hat sich der frisch gebackene Meister an den Entwurf seiner Werbeanlage gemacht: „Hier habe ich vor allem darauf geachtet, dass sowohl die Gestaltung als auch der Aufbau der Werbeanla-

ge zu den Merkmalen des Logos und des ausgedachten Corporate Designs passen.“ Das waren in diesem Fall: gerade Linien sowie klare, geometrische Formen und klassische Farben. Weitere Merkmale sind: Ein dezentes Grau im Hintergrund mit einem angedeuteten Gebäude in einem dunkleren Grauton, das das Koordinatensystem der x- und y-Achse (*in Royalblau*) aufgreift und den Firmennamen in hellblauen Buchstaben in Kugel-Optik leuchten lässt. Rückblickend zeigt sich der Absolvent der Meisterschule Lahr zufrieden: „Größere Schwierigkeiten oder gar

Katastrophen blieben aus.“ Auch wenn wohl die wenigsten Meisterprüfungen ganz ohne Probleme verlaufen würden, denn kleine Herausforderungen tauchen bei fast jedem auf. „Sei es nur eine Lackierung oder Blattmetallaufgabe, die nicht ganz so perfekt wird wie vielleicht beim Probabau“, wie Daniel Epple aus eigener Erfahrung berichtet.

Theorie und Praxis

Zu den einzelnen Arbeitsschritten im Rahmen der vierteiligen Prüfung aus Theorie und Praxis erklärt er, wie seine sogenannten „Situationsaufgaben“ aussahen: Hier musste Daniel Epple eine Leuchtröhrenanlage warten, den Siebdruck einer zuvor handgezeichneten und -geschnittenen Textvorlage erstellen und anschließend matt- sowie glanzvergolden. „Im praktischen Teil geht es natürlich zum einen um den Bau der Werbeanlage“, fügt Daniel Epple an. Dieser habe inklusive Frästag fünf Tage in Anspruch genommen: Vor der eigentlichen Prüfungswoche konnte der ehemalige Meisterschüler an einem extra „Frästag“ bereits Fräsarbeiten erledigen, ansonsten mussten alle weiteren Fertigungsschritte innerhalb der verbleibenden vier Tage stattfinden. Beim Fertigen der Werbeanlage

achtete der ausgebildete Schilder- und Lichtreklamehersteller darauf, möglichst zeiteffizient zu planen: Zu Beginn wurden diverse Teile gefräst, die Daniel Epple noch nicht am Frästag erledigen wollte. Der jetzige Meister berichtet weiter: „Danach war es, da ich sehr viel zu lackieren hatte, ein



Daniel Epple ist konzentriert bei der Arbeit an seinem Meistertück.

stetiges Wechselspiel von lackieren und vorbereiten beziehungsweise weiterverarbeiten anderer Teile während dem Trocknungsprozess des zuvor lackierten Teils.“

Am vierten Tag warteten mit der zweifarbigen Transparentlackierung und der Echtblattpalladium-Auflage noch zwei Herausforderungen auf

den gebürtigen Tuttlinger. Dann aber war es quasi geschafft: „Für den letzten Tag konnte ich mir die komplette Zeit für die Installation der Elektrik und die Endmontage nehmen“, schließt Daniel Epple ab.

Seit diesem Jahr ist der Jung-Meister bei Meihack Messebau in Neuhausen

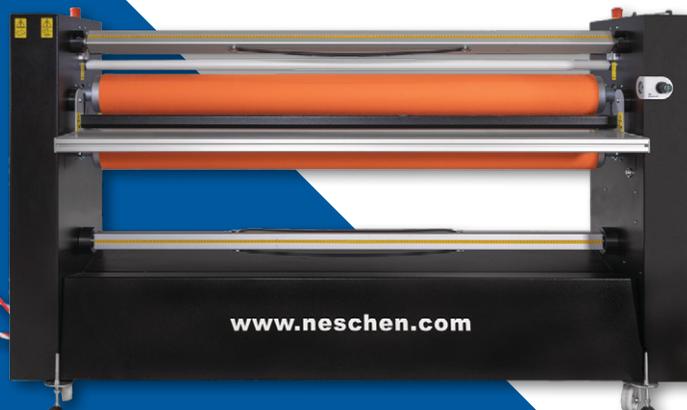
ob Eck beschäftigt. Neben seinem Orchester engagiert er sich als Schriftführer im Jugendtreff Fridingen und hat in seiner Freizeit auch noch Zeit zum Fahrradfahren und Zeichnen. Letzteres ist in seinem Beruf sicher maximal nützlich.

Bettina Sewald

WETEC-ANGEBOT

**ECOLAM
1650**

**6.500,-
EUR***



www.neschen.com

NESCHEN



24 MON. GARANTIE



INSTALLATION



TRAINING

wetec

Stand 8E-20

*zzgl. Lieferung, zzgl. MwSt., nur gültig zur wetec 2025 und ausschließlich für Lieferungen innerhalb Deutschlands.

Aladins Wunderlampe

Direct-to-Foil trifft auf KI



In der letzten Kolumne habe ich dazu aufgerufen: „Schmeißt die Scheren weg und kommt in die Neuzeit!“ – verbunden mit der Aufforderung, einfach mal in eines der bekannten KI-unterstützten Bildgenerationstools Begriffe einzugeben. Ich weiß ja nicht, ob ihr es gemacht habt, aber der Gedanke schwirrte in meinem Kopf herum: Wie setzen wir KI in unserem Unternehmen ein? Welche Möglichkeiten gibt es? Was davon ist von einer Spielerei zu einem echten Tool geworden? Und wo steckt KI schon überall drin?

Ein Projektversuch

Das ist ein Projekt, ein Projekt, das wir ausschließlich oder zumindest zum Großteil mit KI umsetzen wollen, um Möglichkeiten aufzuzeigen, die sich daraus – ganz klar für uns – ergeben können. Hier die Regeln, die wir uns gesetzt haben: Der Hauptteil der Arbeit soll durch Künstliche Intelligenz entstehen. Die kreativen Leistungen werden geprüft und optimiert, allerdings nicht durch übermäßigen Zeitaufwand. Die Ergebnisse aus der KI sollen im weiteren Prozess daraufhin geprüft werden, ob sie unseren kreativen Prozess antreiben oder eher bremsen. Das Zeitbudget soll dabei so knapp wie möglich gehalten werden.

In einem kurzen Meeting haben wir uns entschieden, ein Thema zu bearbeiten, das schon lange in unseren Köpfen herumschwirrt, aber nie bearbeitet wurde: Einige in unserem Team sind echte Festival-Freaks und selbst im Dezember lässt sich der ein oder andere nicht davon abbringen, die Weihnachtsfeier zu schwänzen, um auf ein Festival zu gehen. Ja, und jeder weiß: Festival-Shirts werden wie Trophäen bei der Jagd später zur Schau getragen, denn: Die Emotionen und Erlebnisse auf dem Festival werden auf das Shirt übertragen und stecken dann, wie in Aladins Lampe, im T-Shirt. Shirts, die mehr geworden sind, nämlich echte Erinnerungsfetzen.

Hier unser Ansatz: Wenn Shirts so wichtig werden können, warum hat bis jetzt kein Festival-Veranstalter dieses Potenzial erkannt? Wie können wir als DTF-Großdruckerei unsere Expertise und Produktion einbringen, und welche Mehrwerte können für uns beziehungsweise unsere Kunden entstehen? Boom – das ist ein KI-Projekt!

Die Umsetzung

Und jetzt ran an das KI-Ding. Erste Wahl war ChatGPT, um unsere Idee mal formen zu lassen. Kurzer Text in das Tool getippt und mal wirken lassen. Die Ideen, die ChatGPT ausspuckt, sind schon ganz nett und in unter 20 Minuten hat-

ten wir ein Meeting mit einem ersten Konzept sowie Ideen zu Mehrwerten und Umsetzungen. Wir hatten erste Eindrücke, welche Vorteile entstehen können und womit Direct-to-Foil punkten kann. Der Ehrgeiz ist geweckt und wir sind komplett fasziniert: Die Ideen reichen von Kleinserien mit den Künstlern, die auf der Bühne stehen, bis hin zu individuellen Designs der Gäste im Festival-Kontext. Eine kurze Nachbesprechung. Alle sind begeistert und heiß auf die Anwendung, aber uns wird auch klar: Wir müssen jetzt die Perspektive ändern und in die Praxis, ganz nah an das Festival ran. Ähm, Mist, wir haben ja noch gar kein Festival? Ok, was machen wir nun? Wir brauchen ein Festival – ein fiktives, mit dem wir weiterspielen können, sowie die Perspektive des Veranstalters, um besser einzuschätzen, was einen Mehrwert bringt, welche Idee umsetzbar ist und was alles geschehen kann.

Los geht's: ChatGPT bekommt die Aufgabe, ein fiktives Festival zu erfinden – ein breites Zielpublikum, das All-Inclusive-Paket, mit Namen, Line-up und einer Vorgabe für ein Logo, das wir dann in ein AI-Tool schicken. Drei Sekunden später haben wir das „Festival“. Mit der Namensgebung waren wir nicht ganz zufrieden, weil es in Deutschland bereits existiert. Also umdichten und aus Auoa wird schließlich AuXta Sound Festival. Die Vorgabe senden wir dann in ein Tool und erhalten ein spannendes Logo.

Das Line-up besteht aus fiktiven Künstlern, die auf fiktiven Stages auftreten. Das ist stark! Hier ist der echte Ansatz für die DTF-Technik, denn hier wird das T-Shirt zum echten Einzelstück. Wir haben Aladdins Lampe gefunden! Der Gast ist auf dem Festival nicht sichtbar, denn der Gast ist zwar der wichtigste Teil, aber einer von vielen. Sonst wäre so ein Festival auch eine langweilige Veranstaltung. Aber was, wenn du als Gast mittendrin bist? Was, wenn dein Name direkt zwischen deinen Lieblingsbands steht? Was, wenn du einer der großen Namen wirst? Das ist die Idee und für Direct-to-Foil kein Problem. Ob wir nun eine Rückvorlage tausendmal drucken oder 1.000 unterschiedliche – macht nahezu keinen Unterschied. Die Stärke der DTF-Technik gegenüber anderen Verfahren ist klar ausgespielt – wir halten die Asse in der Hand.

Wo die Vorteile liegen

Aber wo können die Vorteile beim Veranstalter liegen? Wie kann man zusammen etwas Besonderes entwickeln? Was kann aus dem Konzept weiter entstehen? Wieder die Perspektive des Veranstalters aufgesetzt und einen neuen Prompt geschrieben. Unsere Ideen fließen mit ein: Eventuell bessere Planbarkeit im Merch-Verkauf,



Von der Idee zur fertigen Produktpräsentation

Upselling bei Ticketverkäufen, Bundles von Tickets und individuellen T-Shirts, Unboxing-Videos auf Social-Media vom „einzigartigen Shirt“, et cetera.

Und wieder haut uns das Ergebnis um – echt gute Ansätze, coole Möglichkeiten der Zusammenarbeit von DTF-Anbieter und Veranstalter. Und dann kommt aus der KI direkt ein Gedanke, den wir feiern: Ressourcen schonen und bessere Planbarkeit bei den Merch-Absätzen. Langsam wird das echt gut, sehr gut. Um das festzuhalten: Wir sind unter zwei Stunden mit dem Projekt beschäftigt. Wir haben ein fiktives Festival gegründet, haben Logo und Line-up, haben die Stärke der DTF-Drucktechnik perfekt eingebracht, echte Mehrwerte für Veranstalter, Gäste und die Umwelt geschaffen und – wir sind KI-Begeisterte!

Wir setzen das jetzt komplett um, fertigen das T-Shirt mit Namenseindruck, entwerfen ein Plakat mit dem T-Shirt-Entwurf, designen ein Plakat für das Festival, wir machen jetzt einfach mal. Hey, wir sind ja keine Marketing-Company, aber vielleicht eignet sich das für unseren LinkedIn-Kanal? Eigentlich würden wir gerne wissen, was ihr da draußen davon haltet. Spinnerei oder gutes Konzept? Kann das ein Ansatz sein? Wir haben dazu ein paar Clips produziert, da wir eh einen Drehtermin im Haus hatten. Wir haben noch die Idee für ein fiktives Interview – auch hier konnten wir jemanden begeistern, das mit uns zu machen. Ein Studio hatten wir schon gebaut. Jetzt ist es an euch – bitte gebt uns Feedback!

Marcel Ruffer



Mit „Notfallplan“ zum Erfolg

Kim Schüler gewinnt Deutsche Meisterschaft der Lichtreklamehersteller.

Was für ein Erfolg! Die 23-jährige Kim Schüler hat im letzten Jahr den Bundessieg bei der Deutschen Meisterschaft im Handwerk im Schilder- und Lichtreklameherstellerbereich gewonnen. Die gebürtige Frankfurterin absolvierte nach ihrem Abitur 2021 ihre Ausbildung bei Hansen Werbe-technik in Dreieich und arbeitet seitdem als Gesellin bei Neon Zentgraf in Maintal. Wie die junge Handwerkerin mit ihrem „Notfallplan“ zur Gewinnerin der German Craft Skills wurde und wie sie die feierliche Preisverleihung in Berlin erlebt hat, darüber sprach sie mit der werbetechnik.

Frau Schüler, wie haben Sie sich gefühlt, als Sie von Ihrer Auszeichnung erfahren haben?

Kim Schüler: Ich habe ganz gespannt auf die Auswertung gewartet. Ich war super elektrisiert, als der Anruf kam. Erst auf dem Weg nach Hause habe ich dann wirklich realisiert, was ich da eigentlich erreicht habe.

Wie haben Sie sich damals auf die Deutsche Meisterschaft im Handwerk vorbereitet?

Ich habe mich schon sehr früh für eine Glanz-Vergoldung sowie eine Lackierung entschieden. Mein Ausbildungsbetrieb hat mich in diesen Bereichen stark unterstützt. Gleichzeitig durfte ich viel in der benachbarten Lackiererei ausprobieren. Zusammen mit Mitschülerinnen und Mitschülern haben wir uns zur Blattmetallveredelung getroffen und konnten die Schwierigkeiten neutralisieren.

Was war Ihre Motivation für die Deutsche Meisterschaft? Gab es irgendwelche besonderen Herausforderungen?

Ich wusste im Vorfeld, dass ich in einer sehr starken Fachklasse war und dass es für mich sicherlich auch schwer werden würde mit meinen Mitschülerinnen und Mitschülern mitzuhalten. Aber am Ende ist „Guter Pfusch“ auch keine schlechte Arbeit und man muss sich nur zu helfen wissen, um in einer Prüfungssituation letztendlich auch bestehen zu können.



Bild: Veranstalter

Von links: Jörg Dittrich (Präsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks), die Preisträgerin Kim Schüler und Michael Kellner (MDB; Mittelstands-Beauftragter der Bundesregierung) bei der Preisverleihung

Wenn Sie Ihren beruflichen Werdegang in fünf Sätzen beschreiben müssten, was muss unbedingt dort rein?

Nach meinem Abitur wusste ich, dass ich eine Ausbildung abschließen möchte. Mir war klar, etwas mit Medien muss es werden. Durch ein Praktikum in einem kleinen Werbe-technik-Betrieb realisierte ich, dass rein theoretische Arbeit am Bildschirm nicht mein volles Potenzial ausschöpft. Zu meinem Glück gab es in diesem Betrieb eine Werkstatt, welche mich meine Liebe zum Handwerk entdecken ließ und mich bis in mein Berufsleben prägte.

Hatten Sie je Zweifel, sich für den richtigen Beruf, Schilder- und Lichtreklamehersteller, entschieden zu haben?

Anfangs war der Beruf mein Notfallplan. Durch verschiedene Praktika und Recherche kristallisierte sich jedoch heraus, dass es keinen anderen Beruf gibt, für den ich so viel Interesse zeigte. Meine Ausbildung hat mir jeden Zweifel

an meiner Entscheidung genommen, und ich freue mich, in Zukunft Menschen auf ihrem Weg zu begleiten.

Was ist Ihre Empfehlung für Berufseinsteigende, die sich für einen handwerklichen Beruf interessieren?

Der beste Weg ins Handwerk ist die Praxis. Sich nur theo-

retisch ein Bild von einem praktischen Beruf zu machen, ermöglicht keinen Einblick in die Berufswelt, weswegen ich allen Berufseinsteigenden ans Herz legen möchte, an Praktika oder Schnuppertagen teilzunehmen.

Die Fragen stellte Bettina Sewald.

German Craft Skills

Die Bewertung der „Deutschen Meisterschaft im Handwerk (DMH) - German Craft Skills“ - auf Bundesebene im Schilder- und Lichtreklameherstellerhandwerk - für das vergangene Jahr fand im November in den Räumlichkeiten der Baugewerbe-Innung Dortmund und Lünen in Dortmund statt und wurde vom Zentralverband Schilder und Lichtreklame (ZVSL) ausgerichtet. Siegerin des Bundeswettbewerbes 2024 ist Kim Schüler aus Darmstadt (Hessen) mit ihrem Gesellenstück zu einer fiktiven Eisdiele. Ihr Ausbildungsbetrieb ist die Hansen Werbetechnik aus Dreieich.



Anlässlich der Auszeichnung war die Preisträgerin zur Schlussfeier im Dezember vergangenen Jahres im bcc Berlin Congress Center eingeladen, bei der man alle 130 Bundessiegerinnen und Bundessieger der verschiedenen Handwerksberufe entsprechend würdigte.

Der Leistungswettbewerb des Deutschen Handwerks (*ehemals PLW*) ist seit mehr als 70 Jahren ein wichtiges Instrument, um Exzellenz im Handwerk zu zeigen und die Attraktivität der Ausbildung im Handwerk zu stärken. Mit dem Ziel, die Sichtbarkeit des Wettbewerbs zu erhöhen, seine

Markenbildung zu stärken sowie die Umsetzung insgesamt zu modernisieren, wurde dieser im vergangenen Jahr umbenannt und mit neuem Logo ausgestattet, um die Wertigkeit des Wettbewerbs nochmals zu erhöhen: „Deutsche Meisterschaft im Handwerk - German Craft Skills“. 2024 haben mehr als 3.000 junge Handwerkerinnen und Handwerker daran teilgenommen.

Präsentieren das Bundessiegerstück 2024 von Kim Schülers erdachter Eisdiele (v.l.): Georg Cziesla, Obermeister der Schilder- und Lichtreklamehersteller-Innung für die Regierungsbezirke Arnsberg und Münster, Markus Michaelis, Vorsitzender des Ausschusses für Bildung, und Guido Joeres, Mitglied des Ausschusses für Bildung im ZVSL.

LEITSYSTEME

Brilliantes Glas mit Abstandhaltern

Das edle und robuste System INOXO.in überzeugt mit der Kombination aus ESG-Glasscheiben und individuell positionierbaren INOX-Abstandhaltern aus Edelstahl.

Durch den einfachen Einlegerwechsel und die rahmenlose Optik ergeben sich somit zahlreiche Einsatzbereiche.

AKTION!

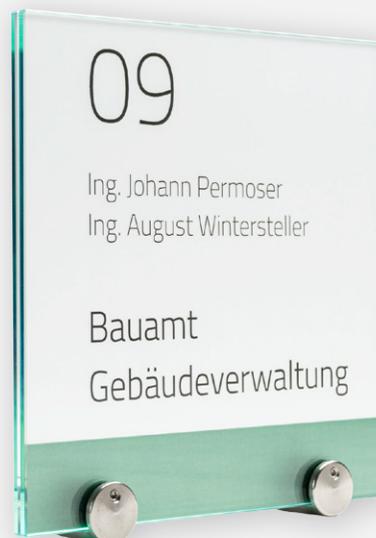
5 Stk. VE - 149x149 mm
inkl. 2 Abstandhalter

54€ ex.

5 Stk. VE - 420x297 mm
inkl. 4 Abstandhalter

139€ ex.

Aktion gültig bis 28.02.2025



2025 dürfen wir auf 40 erfolgreiche Jahre SCHILDER Systeme GmbH zurückblicken.

Feiern Sie mit uns dieses Jubiläum und freuen Sie sich auf zahlreiche, attraktive Angebote.

www.schilder-systeme.com

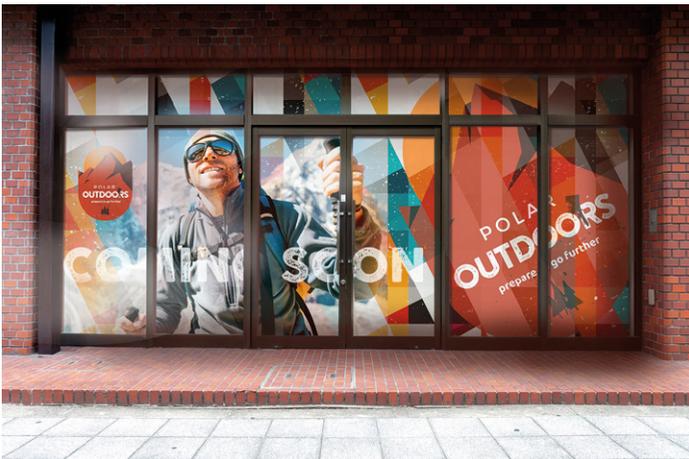
INOXO.in

Hexis-Seminare 2025

2025 bietet Hexis wieder eine Reihe von Seminaren zu den Bereichen Basic Vollverklebung und Bodyfence X PPF an. Schulungsort ist das Hexis Trainingscenter Deutschland in Haan. Der Preis pro Person für Basic Vollverklebung beträgt 793 Euro bei maximal acht Teilnehmern; weitere Teilnehmer der gleichen Firma zahlen 688 Euro. Folgende Termine sind vorgesehen: 18. bis 19. Februar, 13. bis 14. Mai, 17. bis 18. Juni, 23. bis 24. September und 25. bis 26. November. Bodyfence X PPF kostet 899 Euro; auch hier sind maximal acht Teilnehmer vorgesehen. Weitere Teilnehmer der gleichen Firma zahlen 799 Euro. Folgende Termine sind noch verfügbar: 15. bis 16. Mai, 19. bis 20. Juni, 25. bis 26. September und 27. bis 28. November.

Weltweit verfügbar

Drytac gab kürzlich die weltweite Verfügbarkeit der Polar Smooth 150 Air bekannt. Die selbstklebende, mattweiße PVC-Folie eignet sich sowohl für den Innen- als auch für den Außenbereich auf verschiedenen Oberflächen, ein-



Polar Smooth 150 Air ist unter anderem für den Außenbereich geeignet.

schließlich gestrichener Wände, Melamin und Glas. Mit einer Dicke von 150 Mikrometern ermöglicht die Folie laut Unternehmen eine einfache Installation ohne Laminierung. Die Folie ist sowohl in permanenter als auch in abnehmbarer Ausführung erhältlich und mit einem klaren, druckempfindlichen, wässrigen Acrylatkleber beschichtet.

Partnerschaft geschlossen

Flexa und Colorgate verstärken ihre Partnerschaft mit dem neuen Update der Colorgate-Software V24. Die Version V24 bringe, wie Flexa angibt, mehrere wichtige Verbesserungen, die den Druckprozess einfacher und intuitiver ma-

chen sollen. Es soll den Anwendenden helfen, mit weniger Aufwand und Zeit qualitativ hochwertige Ergebnisse zu erzielen. Zu den wichtigen Updates in dieser Version gehören Advanced Media Preview, Extended Multilayer Printing, MDS über REST API und die Implementierung von Adobe PDF Print Engine 6.3. Colorgate unterstützt damit mehr als 2.000 verschiedene Geräte, darunter Druckmodelle von Epson, Canon, Roland und HP-Latex. Die Software integriere auch die automatischen Miura-Schneidemarkierungen von Flexa.

Signage-Drucker Surecolor S-9100

Ab März bietet das Unternehmen Epson den Rolleninkjetdrucker Surecolor S-9100 für den Signage-Markt an. Konzipiert wurde der kompakte 64-Zoll-Eco-Solvent-Drucker laut Unternehmen für kleine und mittelgroße Produktionsstätten, die Druckerzeugnisse für die Werbetechnik auf Substraten wie Transparentfolie, Vinyl, Leinwand oder Fotopapier produzieren. Mit seinen verfügbaren Tintenfarben CMYK, Rot, Orange, Light Black, Light Cyan, Light Magenta und Grün (sowie optional Weiß) deckt der S-9100 auf den genannten Medien einen großen Farbraum ab. Mögliche Anwendungen und Produkte reichen von professionellen Displays und Werbetafeln über Tapeten und Fahrzeugfolien bis hin zu PoS-Signage-Materialien.



Bild: Seiko Epson Corporation

Ab März 2025 verfügbar: der kompakte Signage-Drucker Epson Surecolor S-9100

Das Drucksystem wird mit der von Epson entwickelten Rip-Software „Edge Print Pro“ ausgeliefert und ist mit dem neuen Precisioncore Micro TFP-Druckkopf ausgestattet, der im Fall eines Defekts von den Nutzern selbst getauscht werden kann. Eine Trocknungseinheit stellt zudem sicher, dass die Drucke trocken sind, bevor sie die Aufrollleinheit erreichen. Über den transparenten Deckel des Druckers können Druckstatus und Druckqualität überwacht werden. Die in der Lieferung des Druckers enthaltene Software Epson Cloud Solution Port unterstützt die Fernüberwachung und Verwaltung des Drucksystems.

Erweitertes Print-Sortiment

Antalis erweitert sein Print-Sortiment um die Papiermarke Serixo. Serixo wird in Ružomberok in der Slowakei von Mondi produziert und ist ein ungestrichenes Papier, das für den Offset- und Digitaldruck geeignet ist. Im Sortiment gibt es Stärken von 60 bis 300 Gramm pro Quadratmeter mit einer laut Unternehmen hohen Weiße und Glätte. Serixo ist zudem FSC-zertifiziert und trägt das EU-Ecolabel.

Neue gegossene Folie

Avery Dennison hat eine neue gegossene Folie im Portfolio: MPI 1103 Easy Apply Smart Wrap eignet sich für 3D-Applikationen für Fahrzeuggrafiken. Die Folie lässt sich mit al-



MPI 1103 Easy Apply Smart Wrap eignet sich für 3D-Applikationen bei Fahrzeuggrafiken.

len digitalen Drucktechnologien bedrucken. Aufgrund des Luftaustrittssystems und repositionierbaren Klebstoffs können Folierer laut dem Unternehmen bei der Installation Zeit sparen. Für eine noch bessere Haltbarkeit empfiehlt Avery Dennison die spezielle DOL-Schutzfolie; dabei handelt es sich um ein Laminat, das entsprechend für Digitaldrucke zum Schutz gegen UV-Strahlung beziehungsweise Abrieb entwickelt wurde.

Kooperiert

Die zentrale Lösung für Channel- und Druckhändler von Epson und EKM Global kombiniert die Druck- und Flottenmanagement-Software von EKM mit dem Remote Service von Epson (ERS) innerhalb der Insight-Plattform von EKM Global. Durch die Partnerschaft können die Nutzer neben den Informationen zur Druckverwaltung auf Flottenservicedaten und

-warnungen zugreifen. Epson Remote Service ist ein kostenloses, cloudbasiertes Monitoring- und Managementsystem, das Ferndiagnosen für Business-Tintenstrahlgeräte von Epson bietet. Durch die Integration von ERS in seine Druck- und Flottenmanagement-Plattform kann EKM Global seinen Partnern und Händlern einen Gesamtüberblick über die Leistung ihrer Flotte bieten und Serviceprobleme lösen, bevor ein Einsatz erforderlich wird.

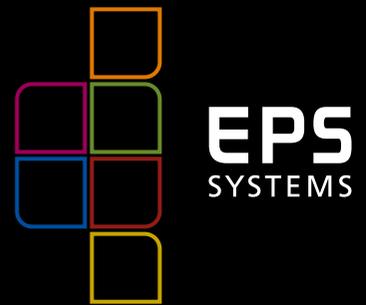
Workflow verbessern

Highcon und Hybrid Software kündigen eine Partnerschaft zur Verbesserung des digitalen Stanz-Workflows für Verpackungs- und Displayverarbeiter an. Hybrids Packz Software mit vollständiger PDF-Unterstützung wird in Highcons Digital Die Cutting Workflow Package, kurz DWP, integriert. Ziel dieser Partnerschaft besteht darin, den Anwendern an allen Produktionsstandorten schlankere Prozesse, höhere Präzision sowie eine verbesserte Workflow-Integration zu ermöglichen.



Ziel der Partnerschaft von Highcon und Hybrid Software ist unter anderem eine verbesserte Workflow-Integration.

Für die Zusammenarbeit wurde eine spezielle Version der Packz Engine entwickelt, die einen vollständig integrierten, auf den digitalen Stanzprozess zugeschnittenen PDF-Workflow bieten soll. Durch eine verbesserte Verarbeitung von Druckvorlagen, Voransichten beziehungsweise automatisierte XML-Exportfunktionen sei eine nahtlose Integration der Highcon-Lösungen in die Arbeitsabläufe der Hersteller möglich.



EPS.STOR Textilspannrahmen für Innen und Außen



- Elegantes Design
- Austauschbare Motive
- Große Profilauswahl
- Fertigung auf Maß
- Auch als Stangenware erhältlich

Live erleben auf
der WETEC
Halle 8, Stand C27

Wir freuen uns auf
Ihren Besuch!





Lackschutzfolien mit selbstheilender Oberfläche gehören zu den aufregendsten Innovationen in der Folierungsbranche.

Kreativität auf neuem Niveau

Die Folierungsbranche an der Schwelle zu einer technologischen Revolution

Seit vor rund 30 Jahren die ersten Vollfolierungen durchgeführt wurden, hat sich der Markt kontinuierlich entwickelt: vom Nischenprodukt zu einer weit verbreiteten Technik mit wachsender Nachfrage. In der Praxis sind die heutigen Folien mit den kalandrierten, relativ dünnen und schwer zu händelnden PVC-Folien aus der Anfangszeit nicht mehr vergleichbar. Derzeit dominieren PU-Folien, die von den Herstellern in einer breit gefächerten Farbpalette angeboten werden. Und auch Künstliche Intelligenz (KI) mischt bereits kräftig mit, wenn auch bisher hauptsächlich in puncto kreativer Designgestaltung. „KI hat das Potenzial, die Folierungsbranche langfristig grundlegend zu verändern. Auch wenn der aktuelle Fokus vor allem auf

den Bereichen Planung, Design und Analyse liegt, stehen wir noch am Anfang dieser Entwicklung“, fasst Dr. Jonas Kölsch, Executive Vice President Graphic Innovations bei Orafol, zusammen. „Die Zukunft verspricht spannende Möglichkeiten, und es spricht viel dafür, dass KI ein wichtiger Treiber für Innovationen und Effizienzsteigerungen in unserer Branche sein wird.“

Folierungen im Wandel

Aber nicht nur Technologie und Material, sondern das gesamte Segment habe sich in den letzten Jahren deutlich verändert, meint Terence Raghunath. Als treibende Kraft

JETZT AUF UNSERER WEBSITE INFORMIEREN.

🌐 www.deutsche-adp.de
 ✉ info@deutsche-adp.de
 ☎ +49 5108 60 720
 📍 Dittiker Weg 13, 30989 Gehrden

und Bossert.

Erleben Sie die Vorteile der deutschen adp, F+Z



- ✓ Transparente Markenqualität ohne Eigenmarken
- ✓ Garantierte Originalprodukte für alle Anwendungen
- ✓ Große Auswahl an Marken mit führenden Herstellern
- ✓ Langjährige Partnerschaften und erstklassiger Support
- ✓ Breites Portfolio weit über selbstklebende Folien hinaus

VORTEILE



Mit uns sind Sie auf der sicheren Seite: Wir bieten geprüfte Originalqualität und eine Markenvielfalt, die garantiert das passende Produkt für jede Anwendung bereithält.

BLEIBT DAS ORIGINAL UNSCHLAGBARI

AUCH WENN MAN SICH AUF DEN KOPF STELLT



180 Grad drehen und Vorteile entdecken, mehr unter www.deutsche-adp.de

hinter diesem Wandel hat der Business Development Manager bei HP „die wichtigsten Megatrends“ ausgemacht. „Das E-Commerce-Wachstum führte zu einer höheren Anzahl an Lieferfahrzeugen, von denen viele foliert werden. Außerdem verlagert sich die Out-of-Home-Werbung auf andere, dynamischere Medien – darunter beispielsweise Transportwerbung.“ Dies habe zu einer höheren Nachfrage nach Folierung von öffentlichen Verkehrsmitteln und neuen Pay-per-use-Fahrzeugen in den Städten geführt, erläutert Terence Raghunath. Hinzu kommen Verbesserungen bei Materialien, Arbeitsabläufen und Drucktechnologien, die sich ebenfalls positiv auswirken.

Vielerlei Fortschritte

„Der Bereich der Folierung hat in den letzten Jahren beeindruckende Fortschritte gemacht, sowohl in technologischer als auch in gestalterischer Hinsicht“, sagt Michael Kallner von Styles Werbetechnik. Zu den größten Verän-

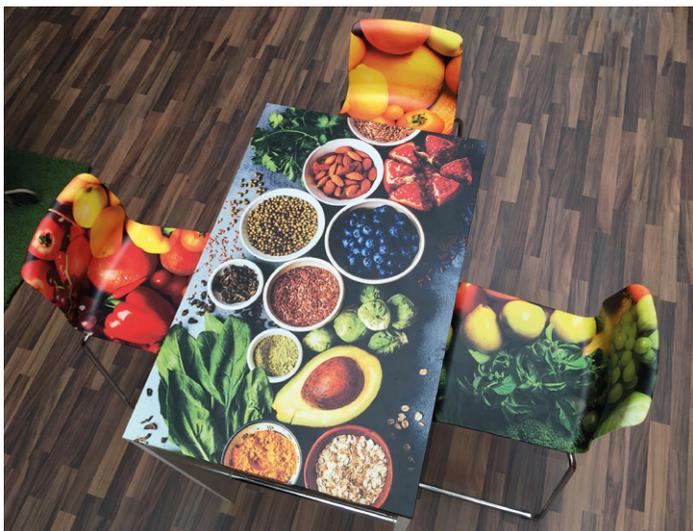


Bild: Robin Bös

Folien finden heute auch im Interior-Design Anwendung.

derungen zählt er die verbesserte Qualität moderner Folien, die deutlich widerstandsfähiger, flexibler und langlebiger geworden seien, sowie neue Technologien, die Folien mit einer noch höheren UV- und Witterungsbeständigkeit ermöglichen. Neue Drucktechniken und eine größere Farbauswahl – darunter auch Spezialeffekte wie Metallic-, Chrom- oder Carbon-Optiken – eröffnen laut Michael Kallner vollkommen neue Möglichkeiten für kreative Anwendungen. Fortschritte bei den Klebstoffen und Trägermaterialien ermöglichten nicht nur Profis eine schnellere und effizientere Verarbeitung. Auch ambitionierte Hobbyanwender könnten damit hochwertige Ergebnisse erzielen. Modernste Software und 3D-Visualisierun-

gen ermöglichten zudem, das Ergebnis schon vor der Anwendung realistisch zu begutachten. „Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Folierung heute weit mehr als ein funktionales Produkt ist“, betont Michael Kallner. „Sie ist ein kreatives Medium, das durch technologische Innovation und gestiegene Qualitätsansprüche kontinuierlich neue Maßstäbe setzt.“

Neues Zeitalter

Nach Jahren, in denen es „keine signifikanten Weiterentwicklungen gab, die für Folierer oder Endkunden einen tatsächlichen Vorteil darstellten, scheint jetzt ein neues Zeitalter der Folierung anzubrechen“, sagt Marco Kimme. „Fast alle Folienhersteller haben sich in den letzten

Jahren mit der Entwicklung von farbigen PU-Folien beschäftigt“, stellt der Geschäftsführer und Inhaber von Intax fest. Diese Folien aus Polyurethan bieten gegenüber den auf PVC basierenden Folien mehrere Vorteile – beispielsweise die lackähnlichen Oberflächen „mit toller Brillanz, Farbtiefe und beeindruckendem Glanz“.

Die „Weiterentwicklung der PU-Folien für den Farbwechsel“ hält auch Robin Bös für die derzeit interessanteste Veränderung in der Branche. „Zunächst wurden vereinzelt schwarze Folien angeboten, um lackähnliche Folierungen auf Dächern, an B-Säulen und gegebenenfalls auch an Chromleisten anbieten zu können. Der Trend, Fahrzeuge gänzlich schwarz zu halten, spielt uns dabei natürlich in die Karten“, erklärt der Folierungsexperte. „Nun scheinen sich Hersteller auf reine PU-Farbfolien zu fokussieren. Lackähnliche Oberflächen und eine Haltbarkeit von zehn Jahren scheinen alles bislang Dagewesene in den Schatten zu stellen.“

In Sekundenschnelle

Womöglich lässt sich so eine Aussage bald auch über die Entwicklung von Designs treffen. Denn dieser Bereich profitiert derzeit am stärksten vom Einsatz Künstlicher Intelligenz. Branchenkenner sind sich einig: Die KI steckt im Bereich Folierung zwar noch in den Anfängen, aber die Auswirkungen sind bereits deutlich spürbar. „KI hat zweifellos

auch in der Folierungsbranche schon ihre Spuren hinterlassen und in verschiedenen Bereichen neue Möglichkeiten eröffnet“, betont Michael Kallner. So ermögliche KI-gestützte Designsoftware, Foliengestaltungen effizienter zu entwickeln. Kunden können in Echtzeit sehen, wie ihre Ideen auf einem Fahrzeug oder einer Werbefläche wirken. Dies vereinfacht die Entscheidungsfindung erheblich.

„KI-Tools wie generative Kunstplattformen ermöglichen es Designern, komplizierte einzigartige und personalisierte Folierungsdesigns für Fahrzeuge zu erstellen“, ergänzt Business Development Manager Terence Raghunath und präzisiert den Ablauf: „Die Nutzer können ihre Stilvorlieben eingeben, die KI generiert dann eine Reihe von Designvariationen zur Inspiration oder direkten Verwendung.“

Durch verbesserte KI-Software erwarte er Fortschritte auch beim Entwerfen und Visualisieren, was den gesamten Prozess deutlich schneller und einfacher mache.

Schwachstelle der KI

Aber es sind in der Branche auch kritische Stimmen zu vernehmen. So betrachtet Harald Grupp die Designgestaltung per KI von der Praxisseite aus noch mit einer guten Portion Skepsis. „Leider ist dies aus meiner Erfahrung heraus sofort ersichtlich. Besonders bei Vektoren, die KI-gestützt generiert wurden, sind unnötige und viel zu viele Knotenpunkte das Ergebnis“, erläutert

der Inhaber von hg Info-Art. Dies mache die Kurvenführung sehr „zitterig“ und völlig unnötigerweise „unrund“ und sei noch eine Schwachstelle der Künstlichen Intelligenz. „Vereinfacht gesagt“ sehe er die große Gefahr bei der Nutzung von KI in einem Mangel an Grundkenntnissen bei Anwendern. „Viele denken, man gibt in einem Programm Schlüsselwörter ein, drückt auf ein paar Knöpfchen, und der Rest wird dann automatisch und vor allem zur Weiterverarbeitung generiert – dem ist aber leider nicht so“, gibt Harald Grupp zu bedenken.

Kreativität auf Knopfdruck

Eine andere Sache ist der rechtliche Aspekt. Zwar denke er auch, dass künftig vor allem kreative Prozesse an die KI abgegeben werden, weil sich die damit verbundenen Fin-



Die Farbpalette bei PU-Folien ist enorm gewachsen.

Bild: intax

dungsprozesse schneller und womöglich auch günstiger gestalten ließen, vermutet Robin Bös. „Was mich dabei jetzt schon interessiert, ist, wie das Thema Urheberrechte behandelt werden wird. Da sich eine KI aus allem bedient, worauf sie Zugriff hat, ist es nicht auszuschließen, dass geschützte Werke oder deren Elemente verarbeitet werden“, merkt der Folierer an und wirft die Frage in den Raum: „Die KI weiß dies nicht – wird man es ihr beibringen?“ Ein nicht zu leugnender Vorteil der KI sei ihm jedoch unlängst im Gespräch mit einer Mediengestalterin bewusst geworden. Die Dame habe ihm „berichtet, wie schwer es sei, auf Knopfdruck kreativ zu sein“, erzählt Robin Bös. „Genau solche Situationen könnten mit Hilfe von KI künftig per Knopfdruck erledigt werden.“

Seiner Meinung nach steht die Folierungsbranche „an der Schwelle zu einer technologischen Revolution“. Fortschritte bei Materialien, Fertigungsprozessen und digitalen Tools eröffnen nicht nur neue kreative Möglichkeiten, sondern steigern auch Effizienz und Nachhaltigkeit. „Unternehmen, die diese Technologie frühzeitig integrieren, werden sich im dynamischen Markt entscheidende Wettbewerbsvorteile sichern“, glaubt Jonas Kölsch. Ähnlich äußert sich Folierungsexperte Michael Kallner: „KI revolutioniert die Folierungsbranche, indem sie Kreativität, Effizienz und Kundenzufriedenheit auf ein neues Niveau hebt. Sie ist ein Werkzeug, das nicht nur die Arbeitsweise verändert, sondern auch das Potenzial der Branche erweitert.“



Bild: Harald Grupp

Out-of-Home-Werbung verlagert sich – zum Beispiel auf Transportwerbung.

Montage ist entscheidend

In einem Punkt sind sich jedoch alle Befragten einig: So sehr Künstliche Intelligenz in naher Zukunft Prozesse wie etwa Designgestaltung, Materialauswahl und Folierungsplanung weiter automatisieren, beschleunigen und optimieren wird – eines wird sie so bald vermutlich nicht verdrängen:

den Menschen, der die kreativen Ideen und Vorlagen in die Tat umsetzt, sprich auf das Fahrzeug bringt. „Das qualitativ hochwertige und professionelle handwerkliche Umsetzen der Designs wird uns Werbetechnikern weiter als handwerkliche Fachkraft vorbehalten bleiben“, ist sich Harald Grupp sicher. Auch Robin Bös glaubt, dass Künstliche Intelligenz ihm und seinen Berufskolleginnen und -kollegen so bald „nicht ins sprichwörtliche Handwerk pfeuschen“ werde. „Bevor KI einen Leuchtkasten baut oder ein Auto foliert, wird es dauern.“ HP Business Development Manager Terence Raghunath bringt es auf den Punkt: „Das wichtigste Element bei der Fahrzeug-Vollverklebung ist der Folientechniker. Die Montage ist entscheidend für die Kundenzufriedenheit. Ich glaube nicht, dass KI-Technologie die Folientechniker in absehbarer Zeit ersetzen wird.“

Rudi Stallein

Digitalisiert und personalisiert

Grundsätzlich kommt der verstärkte Einsatz digitaler Drucktechnologien jedoch auch veränderten Kundenbedürfnissen entgegen. „Der Wunsch nach personalisierten Designs hat massiv zugenommen. Kunden erwarten individualisierbare Produkte mit kurzer Lieferzeit, die dabei höchste Qualitätsstandards erfüllen“, erklärt Jonas Kölsch. Außerdem können Folienzuschnitte durch KI-Algorithmen optimiert und somit Materialverschwendung vermieden werden. „Präzisere Schnitte und bessere Planung durch KI-gesteuerte Maschinen führen zu einem wirtschaftlicheren Einsatz der Ressourcen“, hebt Michael Kallner hervor. „KI optimiert Arbeitsabläufe – von der automatisierten Materialplanung über die Logistik bis hin zur Produktionssteuerung“, stimmt Jonas Kölsch zu. „Dies führt zu weniger Verschwendung, kürzeren Lieferzeiten und einer verbesserten Ressourcennutzung.“

Rasanter Wandel

Nicht nur KI: Spannende Technologien verändern Folierungsbranche.



Matt oder glänzend – Spezialeffekte eröffnen neue Möglichkeiten für kreative Anwendungen.

Bild: Intax

Es bedarf keiner prophetischen Gabe, um vorherzusagen: Künstliche Intelligenz (KI) wird die Folierungsbranche in den kommenden Jahren erheblich beeinflussen, womöglich sogar grundlegend verändern. Daneben gibt es eine Vielzahl weiterer spannender Technologien, deren Entwicklung in der Branche mit Interesse beobachtet wird.

Wo liegt der Fokus?

Die größte Neugier, die meiste Aufmerksamkeit gilt derzeit natürlich der KI. „Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Technologie wird neue Möglichkeiten eröffnen, die heute noch undenkbar erscheinen“, glaubt beispielsweise Dr. Jonas Kölsch, Executive Vice President Graphic Innovations bei Orafol. Seiner Überzeugung nach wird KI nicht nur die Gestaltung und Anwendung von Folien verändern, sondern auch neue Maßstäbe in Effizienz, Nachhaltigkeit und Personalisierung setzen.

An Beispielen, die auch die kühnsten Visionen stützen, mangelt es schon heute nicht, wie die folgenden Entwicklungen zeigen. Einige davon beeinflussen die Branche bereits gegenwärtig, andere könnten in naher Zukunft größere Auswirkungen haben. „Eine der aufregendsten Innovationen sind selbstheilende Folien, die kleine Kratzer und Schäden eigenständig reparieren können“, hebt Jonas

Kölsch hervor und erläutert: „Dies wird durch spezielle Polymere ermöglicht, die sich unter Wärmeeinfluss oder UV-Licht reorganisieren und die ursprüngliche Oberfläche wiederherstellen. Solche Technologien werden bereits im Bereich Lackschutzfolien (PPF) eingesetzt und könnten die Lebensdauer beziehungsweise Haltbarkeit von Folierungen erheblich verbessern.“

Augmented Reality (AR) gehört ebenfalls in die Kategorie „bereits im Einsatz mit erheblichem Potenzial“. „AR wird zunehmend für die Planung und Visualisierung von Folierungen eingesetzt. Kunden können ihr Fahrzeug in 3D betrachten und Designs in Echtzeit ausprobieren, bevor diese umgesetzt werden“, nennt Michael Kallner von Styles Werbetechnik einen weiteren wichtigen Zukunftsbaustein im Bereich der Folierungen. Dadurch werde sich der Entscheidungsprozess beim Kunden erheblich vereinfachen, ergänzt Terence Raghunath, Business Development Manager bei HP. „Dies ist bereits in Visualisierungssoftwarepaketen wie Car Wrapper 3D, 3M Visualizer oder Avery Wrap Visualizer verfügbar.“

„AR wird zunehmend für die Planung und Visualisierung von Folierungen eingesetzt.“

Michael Kallner

Einige Neuheiten sind auch auf dem Folienmarkt zu erwarten. So hält Michael Kallner „spezielle Reliefmuster oder personalisierte Texturen, die direkt in die Folie integriert werden“, für denkbar. Ebenso ermöglichen die Nanotechnologie die Herstellung von Folien mit besonderen Eigenschaften wie Schmutzabweisung, Hydrophobie oder sogar Antibakterialität. „Solche Folien könnten in Zukunft nicht nur optisch, sondern auch funktional überzeugen, etwa bei gewerblichen Fahrzeugen oder im medizinischen Bereich“, glaubt Michael Kallner. Und nicht zuletzt ist auch in der Welt der Folierung Nachhaltigkeit weiterhin ein zentrales Thema, was sich in der Entwicklung biologisch ab-

baubarer Folien oder solcher aus recycelten Materialien sowie in Technologien zur Reduzierung des Energieaufwands widerspiegelt, wie Jonas Kölsch beobachtet.

Dehnbare Tinten im Trend

„Es gibt bereits Automaten, die mittels Unterdruck Folien an Bauteile modellieren“, nennt Marco Kimme weitere neue Aspekte, die in der Branche zu beobachten sind. Ebenso seien auch zur kompletten Folierung von Fahrzeugdächern bereits maschinelle Lösungen (an)entwickelt worden, die aber bisher nicht zum Durchbruch gekommen sind. Er sei „überzeugt, dass es immer sehr viele Bereiche geben wird, in denen Folierung Handarbeit bedeutet“, betont der Geschäftsführer und Inhaber von Intax. „Aber es wird auch maschinelle und automatisierte Lösungen geben, die man dann vorrangig in der Industrie nutzt.“

Terence Raghunath sieht „hinsichtlich der verwendeten Technologien eine wachsende Nachfrage nach Weißdruck und dehnbaren Tinten, bei denen die Farben nicht brechen – dies bieten beispielsweise die HP Latex Tinten. Sie sind darüber hinaus geruchsneutral und nach strengsten Umweltkriterien zertifiziert. Ein weiterer Vorteil von Folierungen, die mit HP Latex Tinten gedruckt wurden: Sie trocknen sofort und können somit direkt weiterverarbeitet werden.“ Gerade in Zeiten, in denen Druckdienstleister unter Zeitdruck stehen, biete dies eine schnelle Produktion und Verarbeitung, erklärt der HP-Manager.

Dass die Folierungsbranche laut Jonas Kölsch sehr innovativ und stets in Bewegung ist, zeige sich auch daran, dass gerade in jüngster Zeit nach und nach einige neue Anwendungsgebiete erschlossen werden. Er glaube, sagt Terence Raghunath, „dass die Folierung in Bereichen außerhalb der traditionellen Fahrzeugfolierung an Bedeutung gewinnt.“ Der Grund: Die Anwendung werde immer einfacher. „Daher können wir uns gut vorstellen, dass Druck und Folierung auch in anderen Teilsegmenten wie Boote, Flugzeuge und sogar Gegenstände wie Haushaltsgeräte vordringen.“ Der Meinung ist auch Jonas Kölsch. Er sagt: „Folien sind heute weit mehr als ein Produkt für Fahrzeugfolierungen. Sie finden Anwendung in der Architektur, im Interior-Design und in der Industrie – die Vielseitigkeit moderner Folien hat die Branche grundlegend verändert.“ Dem kann Harald Grupp, Inhaber von hg Info-Art, nur zustimmen: „Ein spannendes Feld in der Folierung ist und bleibt die Individualisierung von Objekten wie Fassaden, Wänden, Möbeln, Architektur und dergleichen.“

Rudi Stallein

Avery Dennison® Paint Protection Films



Avery Dennison Supreme Protection Film Series - Premium Lackschutzfolien aus dem Hause Avery Dennison

Die hochglänzenden, matten, seidenmatten, oder alternativ schwarz glänzenden, einfach zu verklebenden TPU-Folien bieten einen ausgezeichneten Schutz gegen Verschmutzungen; durch ihre niedrigere Oberflächenspannung erhalten die Folien hervorragende wasser- und schmutzabweisende Eigenschaften.

Mit bis zu 10 Jahren Haltbarkeit* und hitzeaktivierbarer Selbstheilungsfunktion ist die Supreme Protection Film Series die erste Wahl für Lackschutzanwendungen, bei denen Beständigkeit gegen Schmutz und Beschädigung durch Steinschläge entscheidend ist.

*Zone 1, vertikale Exposition

**Live Folierung -
besuchen Sie uns auf der WETEC Stand 8B21**



Unsichtbar



Kratzfest



Stoßfest



Beständig
gegen Flecken



'Selbstheilende'
Eigenschaften

Weitere Informationen erhalten Sie unter:
graphics.averydennison.de/spf



Stylischer Schutz

Dry Apply PPF ist stark im Kommen im Carwrapping-Bereich.

Als ich im November 2024 die SEMA Show in Las Vegas besuchte, war es mir wichtig, die neuesten Trends und Entwicklungen der Fahrzeugfolierung zu entdecken. Einer der spannendsten Schwerpunkte 2024 war die Einführung und Weiterentwicklung von Dry Apply Paint Protection Film, kurz Dry Apply PPF. Verschiedene Hersteller präsentierten beeindruckende Fortschritte in diesem Bereich.

Der Ursprung von PPF liegt in der klassischen Nassverklebung, bei der transparente Folien hauptsächlich für Lack- und Steinschlagschutz verwendet wurden. Über die Jahre haben Hersteller die Technologie weiterentwickelt, und mit dem Übergang zu thermoplastischem Polyurethan eröffnen sich neue Möglichkeiten hinsichtlich Haltbarkeit und Flexibilität im Vergleich zu PVC-Folien. Die auf Polyurethan basierenden Dry Apply PPF ermöglichen eine effizientere Installation und lassen sich trocken sowie auch nass verkleben. Ebenso besitzen sie ein Coating mit hydrophober Oberfläche, wodurch vertikal und horizontal verklebt eine Haltbarkeit von bis zu zehn Jahren möglich ist. Dies lässt sich mit PVC-Folien nicht erreichen.

Das Dry Apply PPF-Folienmaterial weist allerdings eine höhere Strärke auf und erfordert präzise Techniken, um auch in Vertiefungen und über Kurven hinweg eine perfekte

Passform zu gewährleisten. Im Gegensatz zu herkömmlichen PVC-Folien erweist sich der Umgang mit TPU als anspruchsvoller, gerade da die Anwendung von Knifeseless Tape oft nicht funktioniert und der Messereinsatz direkt auf dem Lack erforderlich ist. Diese technischen Anforderungen können abschreckend wirken, und es ist wichtig, dass Folierer unter anderem durch Schulungen verstehen, wie sie im Vergleich zu PVC mit PU umgehen müssen.

Marktpotenzial und Zukunft

Dry Apply PPF ist also eine spannende Ergänzung im Markt, dient jedoch nicht als Ersatz für klassische PVC-Wrapping-Folien: Die Vielseitigkeit und Farbenvielfalt der PVC-Folien bleiben bislang unschlagbar, insbesondere bei kreativen Designs und individuellen Fahrzeugveredelungen. Gleichzeitig wird sich die Nassverklebung farbiger PPF weiterentwickeln, da sie in puncto Ästhetik und Performance führend bleibt. Hersteller wie Skyfol gehen sogar noch einen Schritt weiter, indem sie auf gegossenes TPU setzen, das robustere Eigenschaften aufweist und sich individuell anpassen lässt. Das Unternehmen 3M bietet hingegen eine selbstheilende Technologie an, die kleinere Kratzer durch Wärmeeinwirkung auf die Folienoberfläche verschwinden lässt. Die Klebstoffsysteme sind zudem für eine Neupositionierung des Folienmaterials geeignet und minimieren Hebefalten und Klebstoffspuren. Die Einführung des Folienmaterials zeigt, wie dynamisch und innovativ die Branche ist. Gleichzeitig bleibt die klassische Nassverklebung für farbige Lackschutzfolien mein Favorit, da sie eine unvergleichliche Kombination aus Optik, Qualität und Haltbarkeit bietet. Ebenso sind sie als Produkt ausgereifter und einfacher in der Handhabung; für kurz- bis mittelfristige Anwendungen fällt daher die Wahl in der Regel nach wie vor auf PVC-Folienmaterial. Ebenfalls sind PU-Folien deutlich teurer. Im Gegenzug erhält man jedoch ein qualitativ hochwertigeres Ergebnis mit längerer Haltbarkeit. Langfristig wird Dry Apply PPF deshalb meiner Ansicht nach eher der Lackierung Konkurrenz machen, weniger den PVC-Folien.

Rainer Lorz / Sina Eilers



Dry Apply PPF erfordert präzises Arbeiten.

UPM RAFLATAC GRAPHICS SOLUTIONS - IHR PARTNER FÜR HOCHWERTIGE SELBSTKLEBENDE DRUCKMEDIEN, BESCHRIFTUNGS- UND VERKLEBUNGSFOLIEN.

Entdecken Sie unser umfangreiches Sortiment:

- Hochwertige Folien und Schutzlamine für den Großformatdruck
- Siebdruck und UV Offset-Druckfolien
- Beschriftungsfolien
- Premiumfolien für Fahrzeugverklebungen und Innendekorationen
- PVC-freie Folien



Besuchen Sie uns
auf der wetec 2025,
um unser Sortiment
in Aktion zu erleben!

 **wetec**

February 13 – 15, 2025 | Messe Stuttgart, Germany

WRAP
&
STYLE

hosted by UPMRAFLATAC 

UPMRAFLATAC
Graphics Solutions



Fabrikbesuch in China

Ist der Hype um farbige TPU-Folien berechtigt?

Im Oktober war Marco Kimme, 1. Vorsitzender der GEWA und Geschäftsführer von Intax, in China unterwegs – und zwar, um einen Blick in die mögliche Zukunft des Folierens zu werfen. Dafür hat er sich eine Fabrik angesehen, die farbige TPU-Folien produziert. Ob die Technologie wirklich so revolutionäre Ergebnisse liefert, wie sie verspricht, und auf welche Vorteile sich Folier-Fans freuen dürfen – das verriet Marco Kimme in seinem nachfolgenden Reisebericht.

Zukunft der Fahrzeugfolierung?

Farbige TPU-Folien werden das nächste große Ding fürs Carwrapping! Zumindest glauben namhafte Folienhersteller das. Die Händler sondieren den Markt, und viele Folierer sind bereits in aufgeregter Erwartung, was da kommt. Und auch ich habe mich in den letzten zwei Monaten intensiv mit diesem Thema beschäftigt. Ausgelöst wurde dies durch den Impuls eines seit mehr als 15 Jahren bestehenden Kontaktes aus China: „Wir haben die Zukunft für die Fahrzeugfolierung entwickelt!“, hieß es da. Nach Austausch über das neu entwickelte farbige TPU-Folienmaterial wurden zur Probe drei Rollen auf zwei Fahrzeugen foliert. Das Ergebnis hat uns absolut begeistert. Spätestens

jetzt erschien mir das Thema so spannend, dass ich nach China zu reiste, um mir das Ganze von der Produktion bis hin zur Konfektionierung einmal live anzusehen. Ich war sicher, dass das Thema nicht nur für mein Unternehmen Intax interessant ist, sondern ebenso für die Gewa Qualitätsfolierer und natürlich für Kunden.

In China ging es dann zuerst in die Fabrik, in der die neuen TPU-Folien produziert werden. Ein solcher Besuch war für mich nicht neu, hatte ich doch schon die Produktionsstätten aller namhaften westlichen Folienhersteller gesehen. Aber das hier war eine völlig neue Erfahrung und kein Vergleich. Ehrlich gesagt: Ich war erst einmal irritiert. Die Fabrik wirkte auf den ersten Blick sehr in die Jahre gekommen. Kann hier wirklich das Folienmaterial der Zukunft produziert werden? Im Rahmen der Testfolierungen waren wir hinsichtlich der absolut perfekten Oberflächen (*Farbtiefe, Brillanz, Glanzgrad beziehungsweise hervorragendes Mattbild*) und der ausgezeichneten Verarbeitungseigenschaften absolut überzeugt.

Im Inneren der alten Fabrikhallen bekam ich dann etwas zu sehen, was ich so nicht erwartet hatte. Alle Zugänge waren mit Luftschleusen ausgestattet, sodass kein Material und kein Mitarbeiter in die Produktionsbereiche gelangen

kann, ohne von Staub und Dreck befreit zu sein. Zudem tragen alle Mitarbeiter Ganzkörperanzüge, antistatische Schuhe, und alle Böden und Wände sind so ausgelegt, dass sich kein Dreck festsetzen kann. Ich habe noch nie eine so konsequente Umsetzung von staubfreiem Arbeiten gesehen. Das war sehr beeindruckend! Die Beschichtungsmaschinen, in denen die TPU-Folien produziert werden, stehen in Reinräumen und garantieren so eine konstant perfekte Folienoberfläche. Und auch die Entwicklungsabteilung beeindruckt durch sämtliche Apparaturen, die für die Qualitätsprüfungen benötigt werden. Von Klimaschränken über UV-Bewitterungsanlagen bis hin zu Geräten für mechanische sowie chemische Tests war alles auf neuestem technischem Stand vorhanden.

Farbige TPU-Folien haben im Vergleich zu den bisher für die Fahrzeugfolierung verwendeten PVC-Folien viele Vorteile, etwa eine ungefähr doppelt so lange Haltbarkeit, einen deutlich stärkeren Steinschlagschutz, selbstheilende und bisher ungesehen hochwertige Oberflächen. Meine Einschätzung: Ja, diese Folien werden zukünftig eine wichtige Rolle im Carwrapping spielen.

Marco Kimme / Regina Pawlowski

Neu: CYS Colored PPF

Die TPU-Folie CYS Colored PPF wurde speziell für die Fahrzeug-Vollverklebung konzipiert. Bei den glänzenden Varianten wurde auf Luftkanalstrukturen im Kleber verzichtet, um die maximale Brillanz zu erhalten; die Folien lassen sich jedoch auch problemlos nass verarbeiten. Die matten Versionen sind mit Luftkanälen versehen und ermöglichen eine trockene Verklebung. Während zu Beginn farbige Folierungen hauptsächlich den Zweck erfüllen sollten, eine benötigte Fahrzeugfarbe zu realisieren, wie bei Taxis, Einsatzfahrzeugen oder Firmen-Flotten, etablierten sich Komplettfolierungen auch immer mehr für die Individualisierung im Bereich Tuning oder bei hochpreisigen Fahrzeugen. Durch die Preissteigerung von Neuwagen, je nach Preissegment, um 25 bis 45 Prozent allein in den letzten sieben Jahren, hat die Folierung als Lackschutz ein Wachstum erlebt. Mit CYS Colored PPF werden Farbwechsel und Lackschutz vereint. Marco Kimme zufolge ist CYS Colored PPF ab März in Europa in 62 Farben verfügbar. Den Vertrieb übernehmen Igepa, Welle und Wittstock. Mit einem weiteren größeren Händler in Europa sei man in Kontakt. Importiert wird die Folie vom neu gegründeten Unternehmen CYS Europe.

PREMIUM COLOUR CHANGE™



AUSGESTATTET MIT **FLITE** TECHNOLOGY



Erste Wahl für professionelle Fahrzeugfolierer

- ▶ Spiegelglatte Oberfläche
- ▶ Blasen- und faltenfreie Verklebung
- ▶ Optimale Formanpassung
- ▶ Makellose Ergebnisse

ENTDECKEN SIE 10 NEUE PCC-FARBEN AUF DER WETEC 2025!



Besuchen Sie uns bei:
Antalis Stand 8E10
IVM Signtex Stand 6B11



PCC.ARLON.COM



Ein Vorteil von Acrylglas ist die Lichtdurchlässigkeit.

Bilder: Hansen

Acrylglas durchleuchtet

Ein vielseitiger Werkstoff für visuelle Kommunikation

Acrylglas ist ein in der Lichtwerbung weit verbreiteter Werkstoff, der durch seine Vielseitigkeit, optischen Eigenschaften und einfache Bearbeitbarkeit überzeugt. Besonders in der Produktion von Leuchtreklamen und lichtdurchlässigen Werbeelementen findet Acrylglas Anwendung. Doch welche Eigenschaften zeichnen den Werkstoff aus, und wie wird er in der Lichtwerbung optimal eingesetzt? Wir beleuchten die wesentlichen Aspekte.

Vorteile für die Branche

Bei Acrylglas handelt es sich prinzipiell um ein thermoplastisches Polymer, hergestellt aus dem Monomer Methylmethacrylat (MMA). Durch Polymerisation wird es zu einem stabilen Kunststoff, der in vielen Bereichen der Industrie und des Designs genutzt wird. So auch in der Lichtwerbung, denn: Acrylglas besitzt eine Reihe von Eigenschaften

und damit gleichzeitig Vorteilen, die es zu einem bevorzugten Material in diesem Bereich machen.

„Der Werkstoff ist aufgrund seiner hohen Lichtdurchlässigkeit, UV-Beständigkeit und Witterungsbeständigkeit im Vergleich zu anderen Werkstoffen ein Allzweckmaterial“, erklärt Martin Hansen, Geschäftsführer von Hansen. Die Beständigkeit gegenüber UV und der Witterung sind in erster Linie im Außenbereich von großer Bedeutung, wo Lichtwerbung der Natur quasi ausgesetzt ist. Die hohe Lichtdurchlässigkeit von Acrylglas ermöglicht es hingegen, dass Lichtquellen optimal zur Geltung kommen und die gewünschte Werbebotschaft somit auch bei schlechten Lichtverhältnissen – ebenfalls vor allem im Außenbereich – sichtbar bleibt. Aber nicht nur diese Faktoren machen Acrylglas zu einem beliebten Arbeitswerkstoff in der Lichtwerbung: Wie Georg Sauer, Geschäftsführer vom Unternehmen VGS Leuchttechnik, erklärt, ist Acrylglas im Ver-

gleich zu Glas leichter sowie günstiger und weist eine hohe Schlagfestigkeit auf. Hinzu kommt eine große Auswahl an unterschiedlichen Farben, Oberflächen und Dicken.

Für die Werbetechnikbranche nicht unwichtig ist außerdem die Vielseitigkeit hinsichtlich der Bearbeitung, die Acrylglas vorzuweisen hat. Anwender haben nicht nur die Möglichkeit, den Werkstoff zu schneiden oder zu bohren: Auch Fräsen, Lasergestalten und Biegen ist erlaubt. Diese Eigenschaften eröffnen zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten, um den Werkstoff optimal in den verschiedensten Anwendungen zu integrieren.

Es ist also nicht verwunderlich, dass in der Lichtwerbung häufig auf Acrylglas zurückgegriffen wird. Denn die Möglichkeiten sind vielfältig. Beim Unternehmen Hansen beispielsweise wird in der Produktion von LED-Flächenlichtern Acrylglas als Kernmaterial verwendet: „Unsere LED-Flächenlichter bestehen aus Acrylglas: eine weiße Rückwand als Reflektor, die lichtleitende Scheibe aus transparentem farblosem Material und die optionale opale Abdeckung mit glänzender oder mattierter Oberfläche, je nach Anwendung.“ Diese Kombination von Materialien ermöglicht eine optimale Lichtstreuung und homogene Ausleuchtung. Acrylglas kann darüber hinaus als Abdeckung für LED-Miniprofile dienen oder auch als Leuchtenabdeckung, da der Werkstoff sowohl eine gleichmäßige Lichtverteilung

als auch eine hohe optische Klarheit gewährleistet. Weitere Anwendungsmöglichkeiten finden sich unter anderem in der Herstellung von Vollacryl-Schriften und Formen, die das Licht auf kreative Weise lenken und visuelle Akzente setzen.

Die richtige Wahl treffen

Damit das Ergebnis aber am Ende auch optimal ausfällt, ist es wichtig, im Vorfeld das Acrylglas richtig zu wählen. Martin Hansen zufolge werden die allermeisten Produkte mit gegossenem Acrylglas (GS) hergestellt. Dieses Material ist aufgrund seiner hohen Qualität und Bearbeitbarkeit besonders beliebt. Doch es gibt auch Situationen, in denen andere Arten von Acrylglas von Vorteil sind: Als Beispiel nennt er extrudiertes Acrylglas, das häufig als Rückwandmaterial verwendet wird, da es sich durch eine gute Dickentoleranz auszeichnet. Das ist auch wichtig, wie Georg Sauer ausführt: „Je nach Art der Werbeanlage – beispielsweise Frontleuchter, Rückleuchter et cetera – können LEDs bei zu geringer Acryldicke sichtbar werden, was gegen unseren Qualitätsanspruch und den unserer Kundinnen und Kunden geht. Entsprechend muss die Dicke des Acrylglases gut gewählt sein.“

Ein besonderes Material stellt das sogenannte Continuous-Cast- beziehungsweise CC-Acrylglas dar, das eine Kombination aus den Vor-



Bei der Verarbeitung stellt das Fräsen von Acrylglas kein Problem dar.



ROSEN Lichtwerbung GmbH
D-48455 Bad Bentheim
Fon +49 5922 9886-0
www.rosen-lichtwerbung.de

Wir sind dabei in Halle 8



Internationale Fachmesse für Werbetechnik,
Digitaldruck, Lichtwerbung & Digital Signage

13. – 15.02.2025 | Messe Stuttgart

teilen von gegossenem und extrudiertem Acrylglas zu bieten hat. Martin Hansen berichtet, dass dieses Material in einem Großprojekt beim Unternehmen Hansen einen entscheidenden Vorteil brachte: „Das Material war für uns ein Gamechanger, da wir die Eigenschaften von GS-Material und XT-Material dringend benötigten.“

Bei VGS-Leuchttechnik hat man in Zusammenarbeit mit einem Acrylglas-Lieferanten für die Anwendungszwecke der vergossenen Buchstaben ein opales Acrylglas entwickeln lassen; auf dieses besitzt das Unternehmen Exklusivität. Für VGS-Leuchttechnik weist das opale Acrylglas die perfekten Eigenschaften auf: Der Werkstoff verfügt im ausgeschalteten Zustand der Werbeanlage über eine helle, nahezu weiße Farbe; auch ist die Lichtstreuung auf die Bauweise der Anlage perfekt abgestimmt, und einzeln verbau-



Acrylglas begegnet uns häufig im Alltag.

te LEDs scheinen nicht durch. Georg Sauer fügt hinzu: „Bestellen Kundinnen und Kunden Werbeanlagen mit Lichtfarben, die nicht weiß sind, verbauen wir entweder opales Acrylglas mit farbiger LED oder verwenden speziell dafür, wenn die Werbeanlage auch im ausgeschalteten Zustand die Farbe behalten soll, extra farbiges Acrylglas.“

Verarbeitungsprozesse

Nach der Wahl des Acrylglases ist wie bereits erwähnt auch die Verarbeitung des Werkstoffes für den Bereich Werbetechnik nicht unwichtig, um das Material optimal für die Lichtwerbung zu nutzen. Martin Hansen beschreibt, dass in der Fertigung beim Unternehmen Hansen hauptsächlich Laser- und Frästechniken zum Einsatz kommen. Diese Verfahren ermöglichen präzise und detailgetreue Bearbeitungen, die für die Gestaltung von Schriften, Logos oder komplexen Formen erforderlich sind. Beim Unternehmen

VGS-Leuchttechnik setzt man neben Fräsen und Gravieren außerdem auf das Biegen des Werkstoffes. Besonders die Lasertechnologie ermöglicht es, feine Details in Acrylglas zu gravieren oder es in fast beliebige Formen zu schneiden. Das Fräsen von Acrylglas eignet sich wiederum besonders, wenn es um die Herstellung von größeren Strukturen oder geometrischen Formen geht, die in der Lichtwerbung eingesetzt werden.

Aber nur mit Lasern, Fräsen oder Biegen ist es nicht getan. Für Lichtwerbeanlagen braucht es mehr, und gerade die Kombination von Acrylglas mit Lichtquellen, insbesondere LEDs, stellt eine Herausforderung dar. Eine der größten Aufgaben: Lichtdurchlässigkeit so zu optimieren, dass eine entsprechend homogene Ausleuchtung gewährleistet wird. Gerade die Lichtwerbung profitiert von der Fähigkeit, Licht gezielt zu lenken und gleichmäßig zu verteilen, damit das Design auch aus verschiedenen Blickwinkeln gut sichtbar ist. Im Umgang mit Acrylglas ist es daher entscheidend, dass der Werkstoff die Lichtstrahlen effizient und ohne große Verluste weiterleitet. Hersteller haben inzwischen spezielle Produkte entwickelt, die diese Anforderungen erfüllen und eine gleichmäßige Ausleuchtung ohne störende Helligkeitsunterschiede ermöglichen.

Die Preisfrage

Die Kalkulation der Kosten für Projekte mit Acrylglas ist oft ein komplexer Prozess, der viele Faktoren berücksichtigen muss. In den letzten Jahren, speziell während der Pandemie, war der Markt für Acrylglas von einem Anstieg der Nachfrage geprägt. „Acrylglas hatte in den Jahren 2020 und 2021 einen extremen Boom durch die Corona-Produkte wie Hygieneschutzwände“, erklärt Martin Hansen. Dieser Boom führte zu einer Verknappung des Materials und gleichzeitig zu stark gestiegenen Preisen, was viele Unternehmen vor große Herausforderungen stellte.

Mittlerweile hat sich der Markt wieder beruhigt: Die Verfügbarkeit von Acrylglas ist wieder gegeben, und die Lager bei Herstellern und Großhändlern sind gut gefüllt. Dennoch zeigt sich, dass die Preisentwicklung nicht immer den klassischen Marktgesetzen folgt. „Acrylglas verteuert sich stetig, obwohl die Abnahmemengen im Markt dies nicht rechtfertigen“, stellt Martin Hansen fest. Das bestätigt auch Georg Sauer: Laut dem Geschäftsführer ist der Preis für Acrylglas im Jahr 2024 um etwa 25 Prozent gestiegen.

Der Grund dafür liegt sicherlich in den anhaltend schwierigen Bedingungen auf dem Rohstoffmarkt: Die weltweiten Handelsbeschränkungen und Krisen führen dazu, dass sich die Acrylglaspreise weiterhin auf einem hohen Niveau

bewegen. Auch wenn eine Änderung des Preistrends wünschenswert wäre, gibt der Hansen-Geschäftsführer an, dass er hinsichtlich einer Preisreduktion skeptisch ist.

Bedrohung oder Chance?

Ein weiterer Aspekt, der die Zukunft von Acrylglas in der Lichtwerbung betrifft, ist der Trend zu nachhaltigeren Materialien. In den letzten Jahren rücken verstärkt „Ökoprodukte“ und recycelte Materialien in den Fokus, insbesondere im Kontext wachsenden ökologischen Bewusstseins. Doch wie steht es um Acrylglas in diesem Zusammenhang? Nach Angaben von Martin Hansen finden nachhaltige Produkte zwar langsam ihren Weg in den Markt, bleiben jedoch derzeit eine Nische. „Es bleibt halt vom Grundsatz her ein Kunststoff – und diese geraten ja zunehmend in Verruf“, erklärt der Experte. Acrylglas, obwohl mittlerweile auch in recycelter Form erhältlich, wird oft kritisch betrachtet, wenn es um den ökologischen Fußabdruck geht. Trotz der wachsenden Nachfrage nach „grünen“ Materialien gibt es bislang keine echten Alternativen zu Acrylglas, die ohne technische Einschränkungen in der Lichtwerbung eingesetzt werden können. Acrylglas wird deshalb auch in Zukunft eine Rolle spielen – zumindest solange keine Alternativen entwickelt werden.

Und die Technologie im Bereich Acrylglas und Lichtwerbung entwickelt sich auch stetig weiter. Martin Hansen sieht in den kommenden Jahren vor allem nachhaltigere Produktionsprozesse und optimierte Wertstoffkreisläufe als wichtige Entwicklungen: „Immer bessere Ökobilanzen der Hersteller, kürzere Wege und ein besserer Wertstoffkreislauf“ sind aus seiner Sicht die Schlüsselfaktoren, die den Weg in die Zukunft ebnen werden. Besonders in der Herstellung von Acrylglas entstehen hohe Verschnittmengen, die zwar bereits recycelt werden, allerdings gibt es noch unklare Details zur Prozesskette des Recyclings – insbesondere in Bezug auf die Herkunft und Verarbeitung des Materials in der Europäischen Union. Dies sei ein Bereich, in dem noch Verbesserungen notwendig seien, um eine nachhaltigere Wertschöpfungskette zu etablieren.

Denkbare Zukunftstechnologien

Neben den ökologischen Aspekten erwartet der Geschäftsführer, dass Acrylglas zunehmend mit neuartigen Technologien, wie integrierten LEDs, kombiniert wird. Dies könnte neue kreative Gestaltungsmöglichkeiten in der Lichtwerbung eröffnen, etwa durch noch gezieltere Steuerung der Lichteffekte und effizientere Energienutzung. Auch

eine Kombination mit neuen Technologien wie interaktiven Displays ist denkbar: „Da die herkömmliche Lichtwerbung aus Acrylglas statisch ist und beispielsweise interaktive Displays in Bewegung sind, ist eine Kombination definitiv möglich“, blickt Georg Sauer in die Zukunft.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Acrylglas trotz der Herausforderungen durch steigende Preise und ökologische Bedenken auch in der Zukunft eine zentrale Rolle in der Lichtwerbung spielen wird. Der Werkstoff bietet durch seine einzigartigen Eigenschaften, wie hohe Lichtdurchlässigkeit, Vielseitigkeit in der Bearbeitung und gute Lichtführung, nach wie vor unschlagbare Vorteile für kreative Designlösungen. Doch die Branche steht auch vor Herausforderungen: Die Preissituation bleibt angespannt, und die Nachfrage nach nachhaltigeren Alternativen wächst. Es bleibt abzuwarten, wie sich der Markt für Acrylglas weiterentwickelt und ob neue Technologien oder Materialien in den kommenden Jahren tatsächlich in der Lage sein werden, Acrylglas zu ersetzen – ohne dabei auf die bewährten Vorteile zu verzichten.

Regina Pawlowski

MIT UNS HOCH HINNAUS
The sky is the LIMIT!

An der Autobahn N 3-9
91161 Hilpoltstein, Germany
T +49 9174 974-0
kontakt@maasroos.com
www.maasroos.com

MAAS+ROOS
SIGNAGE

Kreativität durch Transparenz

Ästhetik und Design mit Acrylglas in der Lichtwerbung

In der Welt der Lichtwerbung spielt der Werkstoff Acrylglas eine zentrale Rolle, insbesondere aufgrund seiner Vielseitigkeit, Transparenz und der Möglichkeit, kreative Licht- und Farbeffekte zu erzielen. Wir beleuchten die verschiedenen Facetten des Materials, die sowohl ästhetische als auch technische Anforderungen erfüllen. Der Fokus liegt auf der Auswahl der richtigen Oberflächenbeschaffenheit, den kreativen Möglichkeiten zur Lichtgestaltung sowie der Bedeutung der Transparenz und Opazität des Werkstoffes im Bereich der Lichtwerbung.

Oberflächenbeschaffenheit

Acrylglas ist in unterschiedlichen Oberflächenvarianten am Markt erhältlich, die jeweils ihre eigenen Vorteile beziehungsweise Einsatzmöglichkeiten mit sich bringen. Insbesondere die Wahl zwischen glänzenden und satinierten Oberflächen spielt eine entscheidende Rolle für das Endergebnis einer Werbeanzeige oder Leuchtreklame. Nach Angaben von Martin Hansen, Geschäftsführer von Hansen, ist die glänzende Oberfläche im Werbesegment vergleichsweise häufiger gefragt, da sie einen hohen Glanz sowie eine brillante Lichtreflexion ermöglicht. Dies wird dadurch erreicht, dass die glänzende Oberfläche das Licht schlichtweg besser re-



Eine homogene Ausleuchtung ist bei Acrylglas in der Lichtwerbung entscheidend.

Bilder: Hansen

flektiert, was zu intensiveren und lebendigeren Lichtspielen führen kann. „Glänzende Oberflächen werden im Segment der Werbung häufiger genommen als satiniertes Material. Für beide Oberflächen gibt es jedoch Für und Wider – oft ist es auch Geschmackssache des Kunden“, fügt Martin Hansen hierzu an. Satiniertes Acrylglas bietet im Gegenzug eine mattierte Oberfläche, die das Licht weicher verteilt und dadurch eine entsprechend weniger aggressive Lichtwirkung erzielt. Diese Materialwahl ist oft eine Frage des ge-

wünschten Designs beziehungsweise des visuellen Effekts. Beim Unternehmen VGS-Leuchttechnik arbeitet man überwiegend mit opalem Acrylglas, das nach Angaben von Georg Sauer, Geschäftsführer des Unternehmens, für fast alle Anwendungsbereiche geeignet ist. Das Acrylglas erhält durch opaleszente Eigenschaften eine milchig-weiße oder transluzente Erscheinung und schafft eine sanfte, diffuse Ausleuchtung, die nicht nur funktional ist, sondern auch eine ansprechende Atmosphäre erzeugt. Diese Eigenschaft wird in der

Lichtwerbung oftmals genutzt, um eine gleichmäßige Beleuchtung von Logos und Werbebotschaften zu ermöglichen, ohne dass das Licht direkt und unangenehm auf den Betrachter trifft. „Für spezielle Leuchtarten setzen wir aber auch andere Acrylgläser ein“, ergänzt Georg Sauer hierzu.

Licht- und Farbeffekte

Neben den verschiedenen Oberflächen von Acrylglas gibt es weitere zahlreiche kreative Möglichkeiten, um mit dem Werkstoff außergewöhnliche Licht- und Farbeffekte in der Werbung zu erzeugen. Eine der häufigsten Formen der Veredelung von Acrylglas ist das Einfärben des Materials mit organischen Farbstoffen. Diese Farbstoffe können dem Acrylglas eine breite Palette von Farben und Schattierungen verleihen, von transparenten Tönen bis zu intensiven, undurchsichtigen Farben. Die vielen Farbtöne, die auf diese Weise entstehen, können je nach Bedarf und Designanforderung variiert werden.

Eine weitere Möglichkeit der Veredelung ist dabei die Einbindung von organischen Füllstoffen oder Texturen in das Material. Diese können auf unterschiedliche Weise in das Acrylglas eingebracht werden. Bei eingelagerten organischen Füllstoffen werden beispielsweise natürliche Materialien wie Holzfasern, Baumwollfasern oder Pflanzenbestandteile in das Acrylglas integriert, um sowohl die Optik als auch die Haptik des Materials zu verän-



Die Opazität von Acrylglas bestimmt die visuelle Wirkung.

dern. Solche Varianten haben oft einen natürlichen Look und werden in Designs eingesetzt, bei denen ein umweltbewusster oder organischer Eindruck gewünscht wird. Acrylglas kann auch mit organischen Motiven oder Mustern, die auf biologischen Elementen basieren, strukturiert werden. Zum Beispiel können Blumenmuster, Blattstrukturen oder andere natürlichen Formen auf das Acrylglas aufgebracht werden, um eine interessante und visuelle Tiefe zu erzeugen.

Derartige Techniken eröffnen neue Gestaltungsspielräume für Designer und Werbetechniker. Martin Hansen betont jedoch, dass in seinem Unternehmen keine solchen spezialisierten Materialien angeboten werden. Stattdessen konzentriert man sich beim Unternehmen Hansen auf bewährte Lösungen, die dennoch eine hohe Qualität und gestalterische Flexibilität bieten. „Es gibt am Markt viele veredelte Acrylgläser, aber wir bieten hier nichts an“, erklärt der Geschäftsführer.

So oder so: Acrylglas bleibt ein äußerst flexibles Material, das schon allein durch verschiedene Verarbeitungstechniken wie Lasergravuren oder die Kombination mit LED-Beleuchtung beeindruckende Lichteffekte erzielen kann (*mehr dazu lesen Sie ab Seite 58*). Besonders durch die Integration von LED-Technologie lässt sich die Lichtwirkung gezielt steuern, was eine präzise Gestaltung von Lichtstimmungen und -farben ermöglicht.

Die Wahl der richtigen Oberflächenbeschaffenheit, die kreative Nutzung von Licht- und Farbeffekten sowie der Transparenz und Opazität sind entscheidend für den Erfolg einer Werbeanzeige oder Leuchtreklame. Durch die Flexibilität des Materials und die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten können Designer und Werbetreibende visuelle Akzente setzen und ihre Botschaften auf innovative und ansprechende Weise präsentieren.

Regina Pawlowski

Meisterkeder Hochwertige Leuchtrahmen



- innovative Flächenlicht-Technik im Kederrahmen
- elegant flache Bautiefen: 20 mm | 35 mm | 50 mm
- flexibel durch individuelle Abmessungen auch bei Stückzahl 1

Made in Germany



Das LED-Geflecht ist überaus flexibel und elastisch.

Je nach Pixelpitch bieten die halbtransparenten Micromesh-LED-Matten beeindruckende Seherlebnisse von Armeslänge bis zu vielen Metern.

LED-Wände mit Durchblick

Transparente LED-Matten eröffnen neue Möglichkeiten der visuellen Kommunikation.

Sie begegnen uns nahezu täglich und überall: als großformatige Anzeigen an Fassaden, als bunte Werbeflächen in Schaufenstern und Einkaufszentren, als interaktive Designelemente in Museen oder als digitale Leinwände auf Konzerten und im Stadion. LED-Walls sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Herkömmliche LED-Bildflächen erweisen sich allerdings meist als sperrig und behindern den natürlichen Lichteinfall – und damit natürlich auch die Lichtstimmung. Die Lösung: halbtransparente, biegbare LED-Matten, die nicht nur unauffällig, winddurchlässig und leicht sind, sondern auch gegenüber starren Panels nichts an Bildschärfe und Leuchtkraft einbüßen.

Eine Herausforderung bei LED-Wänden stellt häufig die Logistik dar: Sollen zum Beispiel riesige Schaufenster bespielt werden oder Installationen nacheinander an verschiedenen Orten möglichst schnell und ressourcenschonend auf- und wieder abgebaut werden, ist dies meist sehr zeit- und arbeitsintensiv – und somit letztlich auch eine Kostenfrage. Auch größere Flächen zu bespielen, wie ganze Häuserfronten aus Glas, geht nur unter erheblichem logistischem und finanziellem Aufwand – und auch auf Kosten der Transpa-

renz. Wäre es nicht genial, beide Möglichkeiten miteinander in einer leichten Bauweise zu verbinden? Genau das dachte sich auch der deutsche Hersteller FutureLED bei seiner neuen Serie von flexiblen und durchsichtigen LED-Matten: Die Micromesh-Matten besitzen Flexibilität, eine geringe Bauhöhe sowie hohe Anpassungsfähigkeit und bestehen aus einer dünnen, fast durchsichtigen Mesh-Struktur, die eine gleichmäßige Beleuchtung ermöglicht.

Neue Technik – neues Design

Auf einer kleinmaschigen Glasfaser-Gitter-Matte sind an jedem Gitterpunkt die kleinen, leuchtenden LEDs montiert, während in den Verbindungsdrähten die Zuleitungen angebracht sind. Die Entfernung zwischen den einzelnen LEDs variiert dabei zwischen 3,5, 3,91, 5, 6,25, 7,82 und 10 Millimetern, je nach Einsatzbereich. Je größer der Abstand ausfällt, umso höher ist die Transparenz. Je kleiner der Abstand gewählt wird, umso höher wird hingegen die Auflösung. Sind die Matten in großer Höhe angebracht, genügt ein höherer Pixelpitch, um scharfe Darstellungen

zu erreichen. Bei beispielsweise Schaufensterinstallationen, an denen die Kunden relativ nah vorbeigehen, sollte der Pixelpitch dementsprechend niedriger sein.

Die einzelnen Micromesh-Matten weisen eine Standard-Größe von 1,50 mal 0,25 Meter auf. Für größere Flächen werden die Matten einfach mit kleinen Metallspangen Stoß an Stoß aneinandergelockert. Dadurch sind die Parameter Höhe und Breite einer beispielbaren LED-Matte theoretisch unbegrenzt. Für ein kleineres Maß werden die Micromesh-Matten individuell an der entsprechenden Stelle mit einer Schere zugeschnitten.

Für Werbetechnik-Einsätze

Je nach Einsatzszenario gibt es verschiedene Arten, um die Matten anzubringen: Die acht Zentimeter hohe und circa zwei Zentimeter dicke Leiste für Stromversorgung und Datenanschlüsse – aus der die LEDs gespeist werden und die sich oben an den LED-Gittern befindet – ist aufgesetzt oder die Matte hängt zentral aus der Versorgungsleiste. Dabei geht es um die Strahlrichtung der LEDs: Sollen sie an Glasscheiben befestigt nach außen strahlen, ermöglicht der bündige Abschluss, dass kein unnötiger Raum zwischen Glas und LEDs entsteht. Bei Schaufenstern, die nur von innen bespielt werden sollen, muss die Strahlrichtung umgedreht werden, und die Leiste schließt außenbündig ab. Ein mittiges Platzieren ist bei frei hängenden Installationen von Vorteil, wie etwa in Einkaufszentren, Messehallen oder bei Installationen in Museen. Für das Aufbringen der LED-Matten auf Glasscheiben oder andere Trägerelemente eignet sich ein Sprühkleber, der durch UV-Strahlung aushärtet. Mit einem Föhn lässt sich dieser wieder erweichen, und die Matten können ohne Rückstand von der Scheibe abgezogen werden, sofern gewünscht. Eine Installation lässt sich so vom Fachpersonal schnell und flexibel beispielsweise vom Schaufenster zum Glasgeländer bringen. Zudem weisen die Matten ein geringes Gewicht auf; gerade für Pop-up-Installationen oder im Rental-Bereich ist dieser Parameter ein klarer Vorteil.

Der Einsatz im Sonnenlicht ist mit einer Strahlkraft der LEDs von bis zu 5.000 Candela ebenfalls problemlos möglich. Die einzelnen LEDs sind bei der Gitter-Variante außerdem nicht eingeschlossen und dadurch besser gekühlt: Die Wärme staut sich nicht und wird durch die offene Bauweise sofort über die Luft abgeleitet. Eine Rückstrahlung lassen die Micromesh-Matten nicht zu, wodurch die Transparenz auch bei Bespielung erhalten bleibt.

Durch den Wegfall der ummantelnden Glasschicht ist die filigrane Technik offen zugänglich und damit vulnerabler gegen Wetter oder mechanische Einwirkungen. Für den nötigen Schutz sollte durch Abstand und den Einsatz im Innenbereich gesorgt werden.

Zwei Varianten

Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten, wie sich die einzelnen LEDs ansteuern lassen. Entweder wird jede von ihnen mit der jeweiligen Position gespeichert und einzeln angesteuert, indem man ihre entsprechende individuelle ID sucht, oder es werden alle LEDs mit gleicher Position und damit einheitlicher ID gespeichert, und die individuelle Adressierung erfolgt mittels eines extra Signalkabels. Der Vorteil bei letzterer Lösung ist, dass sie einfacher im Service und im Aufbau ist. Während bei der ersten Möglichkeit eine ausgetauschte LED aufwendig und kostenintensiv neu einprogrammiert werden muss, reicht bei der zweiten ein einfacher Austausch einer fehlerhaften LED durch einen Fachmann. Ein einzelner Signaleingang und somit auch ein Player steuern bis zu 1,3 Millionen Pixel an. Diese Technik nutzt auch FutureLED.

Die Micromesh-Serie von FutureLED ist über den Münchner Value Added Distributor Concept International für einen Quadratmeterpreis von 1.400 Euro bei 10 Millimeter Pixelpitch und 4.520 Euro bei 3,5 Millimeter Pixelpitch erhältlich. Zwei Jahre Garantie (*optional drei Jahre*) gehören zum Service mit dazu. Eine Vandalismus-Versicherung kann auf Wunsch ebenfalls abgeschlossen werden.

Sascha Matterstock / Regina Pawlowski

HOFFSCHMIDT

EXPERTS IN
SIGNAGE.



**SPANN-LT
ROPE**

150 | 75mm tief

HOFFSCHMIDT
Lichtwerbung GmbH
D-32791 Lage (Lippe)
Fon +49 5232 9532-0
www.hoffschmidt.de

Wir sind dabei in Halle 8

 **wetec**

Internationale Fachmesse für Werbetechnik,
Digitaldruck, Lichtwerbung & Digital Signage

13. – 15.02.2025 | Messe Stuttgart

Alle Jahre wieder

Einladung zur LWD-Jahrestagung und Mitgliederversammlung 2025

Der Verband der Deutschen Lichtwerber, LWD, lädt zur Jahrestagung und Mitgliederversammlung am Freitag, den 14. März 2025, im Seehotel Krautkrämer bei Münster ein.

Mitgliederversammlung mit Vorstandswahl

Der Tag beginnt mit der LWD-Mitgliederversammlung, bei der wir über die Verbandsarbeit informieren. Ein wichtiger Programmpunkt ist die Neuwahl des Vorstands.

Jahrestagung mit Themen, so wichtig wie nie

Im Anschluss startet die Jahrestagung mit den Vorträgen. Unsere Themen reichen von neuen Gesetzgebungen, Betriebswirtschaft über Technik und Digitalisierung bis hin zu Nachhaltigkeit. Themen, die für die Zukunft der Lichtwerbung wichtig sind. In den Pausen können unsere Gäste die begleitende Ausstellung besuchen und sich über innovative Produktneheiten informieren.

Networking erwünscht

Wir lassen den Tag mit einem gemeinsamen Dinner im Restaurant des Seehotels ausklingen, gefolgt von einem fröhlichen Abend in der noch richtig authentischen Hotelbar „Cabaret“. Damit kommen wir gern dem Wunsch unserer Mitglieder nach: Bitte ganz viel Zeit für gemeinsame Gespräche! Das Tagungshotel bietet außerdem



Hinschauen und reflektieren – im Dialog mit dem Publikum

ideale Möglichkeiten zur Entspannung mit seinen Wellness-Angeboten und der schönen Lage am See. Vielleicht eine gute Idee für ein verlängertes Wochenende. Auch am Samstag nach der Tagung erwartet Sie ein spannendes Highlight: eine interaktive Krimi-Tour durch Münster.

Anmeldung

Weitere Informationen zu den Vortragsthemen und zur Anmeldung finden Sie auf der Website www.lwd24.de. Wir freuen uns darauf, Sie bei der Jahrestagung zu begrüßen – ob als langjähriges Mitglied oder neues Gesicht in unserem Verband!

Noch nicht Mitglied?

Eine Mitgliedschaft im LWD bietet Lichtwerbern zahlreiche Vorteile. Der Verband vertritt die Interessen der

Branche auf politischer Ebene und setzt sich aktiv für gute Rahmenbedingungen für unsere Mitglieder ein. Die Zukunft der Lichtwerbung einfach dem Zufall zu überlassen, wäre fahrlässig. Gemeinsam haben wir als Verband mehr Einfluss und Durchsetzungskraft als einzelne Unternehmen. Darüber hinaus profitieren Mitglieder von einem breiten Netzwerk, das wertvolle Kontakte und Austauschmöglichkeiten innerhalb der Branche bietet. Täglich erreichen uns Fachfragen – ganz unterschiedlich und so individuell wie die Mitgliedsunternehmen selbst. In den allermeisten Fällen kann der LWD weiterhelfen und bietet zielgerichteten Support. Neugierig geworden? Auf unserer Website www.lwd24.de finden Sie weitere Infos zum Verband und wie Sie Mitglied werden können.

Anne d'Angelico

Signaturen der Nacht

zusammengefasst in einem Standardwerk
auf über 200 Seiten

JETZT
für
nur **5,- €**

50%

Wie wird Licht zum Träger einer Botschaft und welche Systeme haben sich für diese Aufgabe bewährt? Es ist kein technisches Handbuch, dennoch liefert dieses Buch eine Fülle von technisch interessanten Informationen zu allen bekannten Techniken der Lichtwerbung. Es gewährt zudem den Blick hinter die Kulissen auf die Strategien, die erfolgreichen Lichtwerbemaßnahmen und Lichtinszenierungen zu Grunde liegen. Beschrieben von Profis aus der Kommunikationsbranche und Lichtwerbetchnik.



Bestellung

Ich möchte das Fachbuch **Signaturen der Nacht** bestellen.
Der Preis pro Exemplar liegt bei **5,- Euro** inkl. MwSt..
Versandkosten: 4,50 Euro (deutschlandweit).

Einfach ausfüllen und per E-Mail an abo@wnp.de

Bitte schicken Sie mir _____ Exemplar/e.

Firmenname

Name des Bestellers

Straße/Nr.

PLZ/Ort

Telefon

Telefax

E-Mail

Umsatzsteuer-ID-Nummer (bei EU-Bestellungen)

Datum/Unterschrift

WNP VERLAG :: Lauterbachstraße 25 b :: D-82538 Geretsried :: Telefon 08171/38 636-0



Der Inhalt der DS-Lösung kann vom Kunden bereitgestellt werden.

Bilder: mirabyte

Einsteigen bitte!

Einstieg in den DS-Markt: Was Werbetechniker beachten sollten.

Die traditionell ausgerichteten Werbetechniker befassen sich heutzutage überwiegend mit „analoger“ Technik: Dazu zählen beispielsweise Print- und Plakatwerbung, Messe- und Ladenbau, Werbeelemente und -Pylone, Flaggen oder auch Banner, um nur einige Möglichkeiten zu nennen. Im letzten Jahrzehnt hat sich jedoch der digitale Markt der Werbung dynamisch entwickelt, und neben Online-Werbung und digitalem Marketing hat sich als weiteres Standbein der Digital-Signage-Markt etabliert. Dieser Markt stellt heute in einigen Kundensegmenten wie beispielsweise dem Einzelhandel, Messen und Ausstellungen, bereits einen erheblichen Anteil des Werbeinvestments dar.

Wesentliche Systemkomponenten

Es liegt also nahe, sich für diesen Markt als zusätzliche Chance zu interessieren, Absatzmöglichkeiten für den Werbetechniker zu evaluieren und dabei neue Absatzmöglichkeiten zu erschließen. Erste Erfahrungen mit dem Digital-Signage-Markt sollte der Anbieter bei einem bestehenden Kunden allerdings mit nicht zu komplexen Projekten sammeln. Der Vorteil liegt auf der Hand: Der Kunde sowie sein Bedürfnis sind bekannt, und es besteht aus der bisherigen Geschäftsbeziehung ein Vertrauensverhältnis, auf dem

sich aufbauen lässt. Weiterhin ist es ratsam, das erste Projekt technisch nicht zu anspruchsvoll zu gestalten – dazu im Folgenden mehr.

Wie die meisten IT-Lösungen besteht eine Digital-Signage-Lösung aus drei wesentlichen Systemkomponenten. Als erste ist hier die Hardware zu nennen. Die einfachste Lösung besteht aus einem Großbildschirm – in der Regel TV-Format oder größer – und einem Computer (*im DS-Jargon Player genannt*) zum Abspielen der Inhalte. Werden mehrere Bildschirme eingesetzt, so bedient man sich dabei üblicherweise eines entsprechend dimensionierten Netzwerks, bei dem die Player drahtlos, also via Internet und WiFi, mit den Inhalten versorgt werden. LAN-Anbindungen sind – da installationsintensiv und teuer – heute in der Regel die Ausnahme.

Dieses Netzwerk von Bildschirmen wird zentral entweder von einem kundeneigenen Server oder von einem Cloud-basierten Server aus versorgt beziehungsweise gesteuert. Heute ist ein Großteil der Hardware standardisiert und stellt daher hinsichtlich der Auswahl keine große Herausforderung dar: Bei Bildschirmen sind der entscheidende Faktor die Größe sowie die Technik, sprich die Bildschirmauflösung und -helligkeit. Ebenso spielen Stromverbrauch und optional auch die Möglichkeit, den Player in das Bild-

schirmgehäuse zu integrieren, eine wichtige Rolle. Bei Player und Server geht es hingegen um die Anforderung an die Leistungsfähigkeit des Prozessors, das verwendete Betriebssystem sowie gegebenenfalls die Größe des Arbeitsspeichers sowie der Massenspeicher. Die Anzahl der Anbieter am Markt ist übersichtlich. Konkret gesprochen: Wenn keine Anforderungen an spezielle Gehäuseformen für die Digital-Signage-Installation gestellt werden, haben wir es mit weniger als zehn Anbietern zu tun.



Für eine erfolgreiche DS-Installation ist Know-how erforderlich.

Über die Software

Entscheidend für die Leistungsfähigkeit der Digital-Signage-Lösung ist die eingesetzte Software. Die richtige Auswahl ist daher von zentraler Bedeutung – und diese ist keineswegs trivial. Hier werden aus zwei Gründen die meisten Fehler gemacht: Auf der einen Seite ist die Bandbreite der Softwareleistung – die Basis-Features einer Digital-Signage-Software beherrschen eigentlich alle Anbieter – erheblich und darf nicht nur unter den Anforderungen des aktuellen Projekts getroffen

werden. Daher sollte die ausgewählte Software deutlich mehr Features besitzen, als vielleicht im aktuellen Projekt benötigt werden. Auf der anderen Seite sind die technische Konzeption sowie auch die Leistungsbandbreite der Software entscheidend: Von Ready-to-run-Software über Software, die relativ einfach zu konfigurieren ist, bis hin zur Software, die einen nicht unerheblichen Programmieraufwand erfordert, ist für Anwender alles am Markt verfügbar. Grundsätzlich gilt: Je leistungsfähiger die Software ausfällt, umso auf-

wendiger sind am Ende auch die Installation und Konfiguration. Geht es um die Anbieter-Situation im Software-Bereich, so ist diese – gelinde gesagt – unübersichtlich: Allein im deutschsprachigen Raum gibt es circa 250 Anbieter von entsprechender Digital-Signage-Software. Die meisten Anbieter offerieren ihre Produkte auch Vertriebspartnern.

Die Entwicklung eigener Software ist bei dieser Anbieter-Situation allerdings eher auszuschließen, da sie zu zeit- und kostenintensiv ausfällt; aus diesem Grund ist die richtige Auswahl also wichtig. Eine erste Hilfestellung können dabei Studien zu Softwareprodukten bieten, die unter www.primiconsult.eu unentgeltlich angeboten werden. Ein gutes Produkt für den Einstieg, aber auch für anspruchsvolle Projekte, ist das Produkt von mirabyte (<http://www.mirabyte.com/de/frontface>).

Content is King!

Inhalte, die auf den Bildschirmen abgespielt werden, sind jeweils kundenspezifisch, das heißt, bei der Installation handelt es sich immer um eine solitäre Lösung. Der Inhalt kann dabei vom Kunden bereitgestellt werden, wie beispielsweise ein Imagefilm, eine Firmenpräsentation à la Powerpoint oder Ähnliches, oder auch von darauf spezialisierten Medien-

Die Zukunft der Glasdekorfolie ist SCHALTBAR



Wähle Deine Variante

Smartfilm 3.0
Smartfilm Shape
Smartfilm Logo
Smartfilm Reverse
Smartfilm Black/Grey
Smartfilm Projektion

Mach Dich fit:

Smartfilm Montage-Training

- 2 volle Tage
- 100% praxis-orientiert
- 980,- Euro/Teilnehmer
- inkl. Verpflegung
- max. 6 Teilnehmer

Besuche uns auf der



Stand 8C 23

+49 (0)621 - 75 75 78
www.sonte-smartfilm.de

unternehmen, wie etwa einem Art-Designer. Zweckmäßigerweise überlässt man diese Leistungen – falls nicht bereits im eigenen Unternehmen vorhanden – den Dienstleistern des Kunden und stellt lediglich die Integration in die Installation als Dienstleistung zur Verfügung.

Neben diesen Komponenten sind noch eine ganze Reihe von Dienstleistungen zu erbringen. Als Einstieg hat sich eine detaillierte Planung der vom Kunden gewünschten Installation bewährt. Erfahrungsgemäß rächen sich später Fehler, die in dieser Phase gemacht werden. Hier sollte in jedem Fall lieber etwas mehr Zeit eingeplant werden.

Die weiteren Dienstleistungen sind dann unter anderem die Installation einzelner Komponenten sowie die Softwareinstallation und gegebenenfalls deren Konfiguration, Ergänzungen, eventuell die softwaretechnische Überwachung der Lösung sowie die Entstörung bei Hardware- und Softwareausfall. Hierbei hat sich erfahrungsgemäß der Abschluss eines Full-Services bewährt.

Aufbau von Know-how

Zur Erbringung der mit einer Digital-Signage-Lösung verbundenen Arbeiten sollte eine gewisse Expertise beim Dienstleister/System-Integrator vorhanden sein. Besonders wichtig sind Erfahrungen mit der IT-Technik, also sowohl mit der Hardware als auch der eingesetzten Software. Die nötigen Kenntnisse werden in der Regel in Schulungen durch den Software-Lieferanten bereitgestellt. Dennoch: Ohne IT-Profis im eigenen Haus wird es nicht gehen.

Der erfolgreiche und profitable Einstieg in diesen zukunfts-trächtigen Markt „Digital Signage“ erfordert einigen Planungsaufwand sowie dediziertes IT-Know-how entsprechend der Größe und Komplexität der Projekte. Richtig geplant und umgesetzt, kann Digital Signage ein weiteres Standbein für den erfolgreichen Werbetechniker werden.

Karl-Joachim Veigel, Primeconsult Unternehmensberatung

Einstieg in die Digital-Signage-Branche

Die Digital-Signage-Branche wächst rasant und bietet zahlreiche neue Geschäftsmöglichkeiten. Unternehmen setzen zunehmend auf digitale Displays für Werbung, Information und Kommunikation. Um als Werbetechniker hier erfolgreich zu sein, sollten diese sich mit den Grundlagen der digitalen Anzeigesysteme vertraut machen.

Grundlagen verstehen

DS-Systeme bestehen aus mehreren Komponenten: Bildschirmen, Mediaplayern, Controllern und Netzwerktechnologien. Werbetechniker, die diesen Bereich betreten möchten, sollten sich mit technischen Grundlagen vertraut machen. Dazu gehört das Wissen über verschiedene Display-Technologien, wie LED, LCD, OLED, sowie die erforderliche Hardware zur Steuerung dieser Displays.

Berufserfahrung sammeln

Werbetechniker sollten bei der Installation von DS-Lösungen aktiv mitwirken, um das erlernte Wissen in die Praxis umzusetzen. Dabei können sie ihre Fähigkeiten im Umgang mit Hardware und Software weiter vertiefen.

- Installationen und Wartung: Werbetechniker können in Zusammenarbeit mit Fachfirmen oder spezialisierten Dienstleistern wertvolle praktische Erfahrungen sammeln.
- Projekterfahrung: Die Beteiligung an realen Digital-Signa-

ge-Projekten, wie der Installation von Bildschirmen in Geschäften, öffentlichen Bereichen oder Unternehmensgebäuden, hilft, das notwendige Know-how zu entwickeln.

Technische Fähigkeiten erweitern

Werbetechniker sollten gezielt Schulungen und Weiterbildungen in Bereichen wie Medientechnik, Netzwerktechnologie und CMS besuchen. Es gibt verschiedene Anbieter, die Zertifikate oder spezialisierte Kurse anbieten, die auf die Bedürfnisse von Digital-Signage-Anwendern abgestimmt sind.

- Kurse in Netzwerktechnik: Besonders wichtig für die Installation und Wartung von Digital-Signage-Systemen.
- Content Management Systeme (CMS): Diese Systeme werden verwendet, um Inhalte zu planen und auf die Displays zu bringen. Werbetechniker sollten mit gängigen CMS-Plattformen vertraut sein.

Netzwerk und Austausch

Der Austausch mit anderen Fachleuten aus der Digital-Signage-Branche ist unerlässlich, um auf dem neuesten Stand der Technik zu bleiben. Werbetechniker sollten sich auf Fachmessen, Konferenzen und in Workshops über aktuelle Trends und Entwicklungen informieren und mit Experten aus der Branche in Kontakt treten.

DAS PORTAL DER BRANCHE



MEHR AUF WWW.DEUTSCHE-ADP.DE

FACHMAGAZIN ONLINEAUSGABEN NACHRICHTEN LIEFERANTEN MARKTPLATZ TERMINE DOWNLOAD SHOP

LOGIN

Anzeige

CONNECTION RESTORED
Fira de Barcelona | Gran Via
4 - 7 Feb 2025
[REGISTER >](#)



14. Januar 2025
Zwei neue Mitarbeiter

Drytac ernannt Steve Payne und Anthony Shelmerdine zu seinen Produktspezialisten in Großbritannien und Irland. In ihrer neuen Position werden sie eng mit dem exklusiven britischen Fachhändler und Partner von Drytac, Premier, zusammenarbeiten, um die Unternehmensprodukte durch Präsentationen und Expertenschulungen zu ...



13. Januar 2025
Neue Flachbett-Generation

Swissprint kündigte zum Jahresstart eine komplett neu entwickelte Plattform für sein Flachbett-Sortiment an. Die Flachbett-Generation 5 basiert auf einem überarbeiteten Maschinenkonzept, einschließlich Elektronik und Software. Ein wichtiges Element dabei ist der neue ...

Anzeige

SCHULMEISTER WERBETECHNIK
LICHTWERBUNG FÜR WIEDERVERKÄUFER.
Tel.: 0341 35 82 420
www.werbetechnik-schulmeister.de

Anzeige

Live Webinar - 12/03/2025
TEXTILTÜCHER IN LEUCHTKÄSTEN
von einer Herstellungsänderung zum Erfolg
EFKA | durst | TTS



9. Januar 2025
Direktvertrieb

Neschen stellt ein neues Vertriebsmodell für Deutschland vor. Ab sofort sind die Laminatoren direkt beim Unternehmen erhältlich, was Kunden einen einfachen und unmittelbaren Zugang zu Produkten, Service und Dienstleistungen ...



8. Januar 2025
Spandex übernimmt Lakeside Group

Spandex gab gestern die Übernahme des britischen Distributors Lakeside Group bekannt. Zur Kundschaft der Lakeside Group, mit Sitz in Clevedon, gehören unter anderem Kommunalverwaltungen und gewerbliche Kunden. Zudem verfügt das Unternehmen über eigene ...

Anzeige

ORAFOL

Anzeige

Hier klicken für die aktuellsten **News & Stories**



7. Januar 2025
Schnellste Inkjet-Druckmaschine

Kodak wird bei den Hunkleer Innovationdays 2025 vom 24. bis 27. Februar in Luzern, Schweiz, die Vollfarb-Inkjet-Rollendruckmaschine Kodak Prosper 7000 Turbo auf dem Stand P4 in Halle 1 präsentieren. Dies ist der erste Auftritt der Druckmaschine in Europa ...



19. Dezember 2024
C!Print Lyon

Vom 4. bis 6. Februar 2025 findet die C!Print Lyon, Veranstaltung für die visuelle Kommunikations- und Grafikbranche statt. Unter dem Motto „Anders denken. Alternativ gestalten. Umsetzen.“ möchte die C!Print Lyon den Denkanstoß für positive Veränderungen ...

Anzeige

Überzeugen Sie sich selbst

Anzeige

wetec
Internationale Fachmesse für

- Täglich aktuelle News.
- Der größte Online-Lieferanten-Index der Branche.
- Der Marktplatz mit Stellenmarkt, Gebrauchtgeräten und Geschäftskontakten.
- Die wichtigsten Termine in 2025.

werbetechnik.de





Bilder: Marc Fippel Fotografie

Mit VR-Brille tauchen die Sparkassenbesucher in eine spannende Mixed-Reality-Welt ein, während sie auf ihren Termin warten.

Wirksame Markenbotschafter

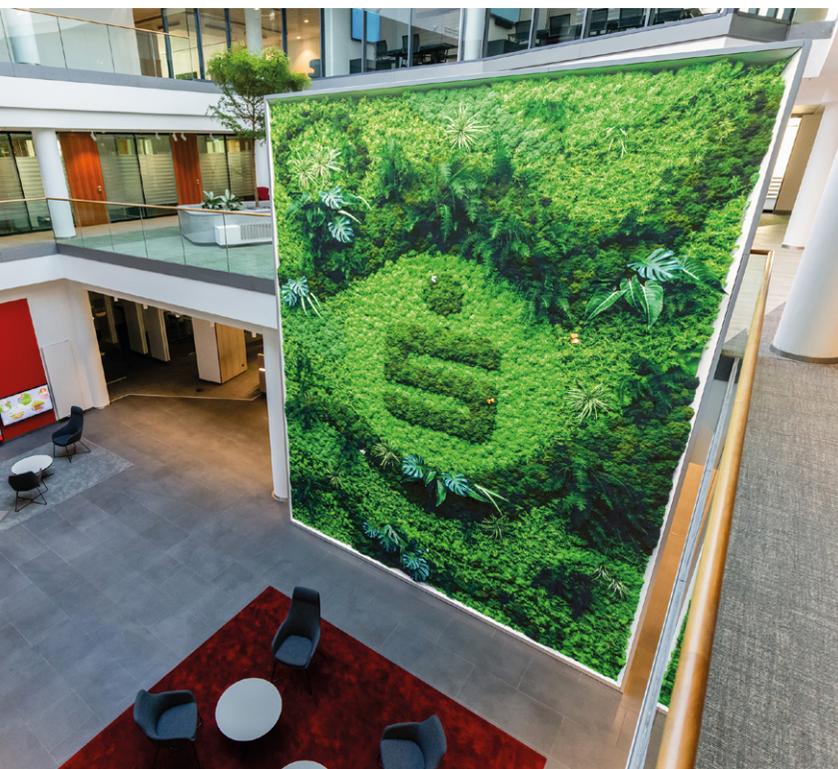
Koke verbindet Digital Signage und LED zu einem Kundenmagnet in neuer Dimension.

Bereits nach dem ersten Brainstorming war klar: Digital Signage wird eine der zentralen Säulen für den Kundenkontakt in der revitalisierten Hauptstelle der Sparkasse Bensheim. Darin waren sich der Vorstandsvorsitzende Johannes Erich Schulz und Dirk Koke schnell einig. „Digital-Signage-Anwendungen in ihrer ganzen Vielfalt zu nutzen, zeugt von weitsichtiger Innovationskraft und wegweisender Zukunftsorientierung“, sagt der Digital-Signage-Experte. Und das nicht nur wegen der vielen praktischen und notwendigen Dienstleistungen über Display- und Touch-Anwendungen; Digital Signage in dieser Dimension ist auch ein zentrales Gestaltungselement der Innenarchitektur und ein leuchtstarker Markenbotschafter.

Highlight aus 19 Millionen LEDs

Im Zentrum des Gebäudes aus den 1970er-Jahren befindet sich die dreigeschossige Kundenhalle, über die sich ein Glasdach spannt. Rund um die lichtdurchflutete Halle erschließen sich auf zwei Ebenen Beratungsräume sowie Aufenthaltsflächen. Der Wunsch war, der Kundenhalle ein Highlight hinzuzufügen. So entstand die Idee einer beidseitigen, sich über eineinhalb Geschosse erstreckenden LED-Medienwand. Diese ist nun Eyecatcher und Markenbotschafter im Herzen der im Oktober 2024 wiedereröffneten Sparkasse. Mehr als 19 Millionen LEDs sorgen für atmosphärische Inhalte, die eine entspannte Umgebung schaffen und ein wohliges Gefühl vermitteln.

Eine fast freistehende, zweiseitige LED-Medienwand im Innenraum mit möglichst filigraner Konstruktion: Das gibt es nicht von der Stange. Aber solche Herausforderungen sind genau nach dem Geschmack von Dirk Koke. In wenigen Wochen wurde das Projekt mithilfe seines motivierten Teams zunächst aufs Papier gebracht und dann unter manchmal schwierigen Bedingungen auf einer turbulenten Baustelle und in einem engen Zeitfenster realisiert, inklusive einer individuell entwickelten Tragkonstruktion, die sich perfekt in die architektonische Gestaltung einfügt. „So entstehen die spannendsten und schönsten Projekte mit den glücklichsten Kunden“, freut sich Dirk Koke.



Blickfang mit Markenbotschaft: Das Sparkassen-Symbol ist auch im Urwald-Design nicht zu übersehen.

Schatzkiste unter dem Wasserfall

Im Erdgeschoss werden die Kunden am zentralen Servicepoint auf der knapp sechs Meter breiten und über drei Meter hohen Fläche mit animierten und jahreszeitlich abgestimmten Bildern willkommen geheißen. Im Wechsel weist die LED-Wand auch auf besondere Ereignisse und Angebote hin, wie bei der Wiedereröffnung am Weltspartag. Kunden und Mitarbeiter tauchen beim Betrachten der über sieben Meter hohen und knapp sechs Meter breiten LED-Fläche in der Kundenhalle in wechselnde Szenarien ein. Mal verwandelt sie sich in einen beruhigend rauschenden Wasserfall, dann in ein überdimensionales Aquarium

mit Sparkassen-Schatzkiste und vielen bunten Fischen. Ebenso wird das Naturthema Moos, das sich im gesamten Haus wiederfindet, aufgegriffen: Auf der begrünten Wand wiegen Pflanzen sanft hin und her, und es finden sich Schmetterlinge, die umherflattern; in allen Animationen fängt das Sparkassen-Logo die Blicke ein.

Virtueller Waldspaziergang

Die dritte große LED-Fläche ist Teil des Lounge- und Wartebereichs für Privatkunden im ersten Stock. Der Innenraumgarten bietet ein besonderes Erlebnis: Auf der weitläufigen Fläche vor der LED-Medienwand können die Sparkassenkunden mit einer Virtual-Reality-Brille in eine Mixed-Reality-Anwendung eintauchen, die das Unternehmen Koke speziell für die Sparkasse gestaltet hat. Sobald Kunde oder Kundin eine VR-Brille aufsetzt, wird die reale Umgebung durch Wiesen, Bäume und Naturelemente ergänzt; Wildtiere und beruhigende Waldgeräusche beleben ebenfalls die Szenerie. „Die Erweiterung unserer Realität durch Virtual und Augmented Reality wird in den nächsten Jahren rasant zunehmen“, ist Dirk Koke überzeugt.

Eine LED-Medienwand bietet eine entsprechend hohe Flexibilität, da Inhalte schnell und einfach aktualisiert werden können, ohne zusätzlichen Produktions- oder Zeitaufwand, antwortet Dirk Koke zudem auf die Frage nach dem Zweck einer solchen Installation. „Dies ermöglicht eine dynamische und aktuelle Kundenansprache, die mit statischen Mitteln so nicht erreicht werden kann“, ergänzt der Experte für digitale Kommunikation. „Und vor allem: Sie macht einfach Spaß und ist ein ganz besonderer Eyecatcher beziehungsweise Anziehungspunkt.“

Zusätzlich verbessert die LED-Medienwand die Sichtbarkeit beziehungsweise Wahrnehmung der Marke, da sie durch ihre hohe Leuchtkraft und lebendige Darstellung mehr Aufmerksamkeit auf sich ziehe als traditionelle Medien. Die verwendete Signage-Software KMS, sprich Koke-Management-System, bietet die Möglichkeit, Inhalte gezielt und zeitgesteuert auszuspielen. Das sorgt für eine maßgeschneiderte Kommunikation, die wesentlich effektiver sei als vergleichsweise bei herkömmlichen Methoden. „Außerhalb Deutschlands sind LED-Flächen in Gebäuden und als Werbeflächen bereits um ein Vielfaches alltäglicher. Daher freut es uns umso mehr, dass die Sparkasse Bensheim zeigt, welche wichtige Rolle Digital Signage und LED-Flächen im innovativen Innenausbau und in der Kundenansprache spielen“, resümiert Dirk Koke.

Ulrike Plapp / Rudi Stallein



Auch im Handwerk fallen immer mal Überstunden an, die künftig für Teilzeitkräfte genauso gehandhabt werden müssen wie für Vollzeitkräfte.

Bild: Pixabay

Überstundenregelung

Grundsatzurteil für Gleichbehandlung bei Überstunden

Keine Diskriminierung mehr von Teilzeitbeschäftigten bei Überstundenzuschlägen: Das Bundesarbeitsgericht in Erfurt hat Anfang Dezember letzten Jahres ein Grundsatzurteil gefällt. Es betrifft die Überstundenzuschläge von Teilzeitbeschäftigten und besagt, dass diese künftig nicht schlechter gestellt sein dürfen als Vollzeitkräfte (*BAG 05.12.2024, Az. 8 AZR 370/20*).

Tarifvertragliche Regelung

Das Urteil des Bundesarbeitsgerichts kann sich damit für viele Arbeitneh-

menden mit Teilzeitjobs in Deutschland in Zukunft positiv auf das eigene Portemonnaie auswirken.

Das Bundesarbeitsgericht argumentiert: „Eine tarifvertragliche Regelung, die unabhängig von der individuellen Arbeitszeit für Überstundenzuschläge das Überschreiten der regelmäßigen Arbeitszeit eines Vollzeitbeschäftigten voraussetzt, behandelt teilzeitbeschäftigte Arbeitnehmer wegen der Teilzeit schlechter als vergleichbare Vollzeitbeschäftigte.“ Sie verstöße damit gegen das Verbot der Diskriminierung von Teilzeitbeschäftig-

ten (*Paragraf 4 Abs. 1 TzBfG*), wenn die entsprechende Ungleichbehandlung nicht durch sachliche Gründe entsprechend gerechtfertigt ist.

Das Gericht urteilt weiter: „Fehlen solche sachlichen Gründe, liegt regelmäßig zugleich eine gegen Vorschriften des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (*Paragraf 7 Abs. 1 AGG*) verstoßende mittelbare Benachteiligung wegen des weiblichen Geschlechts vor, wenn innerhalb der betroffenen Gruppe der Teilzeitbeschäftigten erheblich mehr Frauen als Männer vertreten sind.“

Präzedenzfall aus Hessen

Das Gericht schildert den Präzedenzfall: Bei dem Beklagten handelt es sich um einen ambulanten Dialyseanbieter mit mehr als 5.000 Arbeitnehmern. Die Klägerin sei bei ihm als Pflegekraft in Teilzeit im Umfang von 40 Prozent eines Vollzeitbeschäftigten tätig. Auf das Arbeitsverhältnis findet aufgrund arbeitsvertraglicher Bezugnahme der zwischen dem Beklagten und der Gewerkschaft verdi geschlossene Manteltarifvertrag, kurz MTV, Anwendung.

Nach Paragraph 10, Ziffer 7, Satz 2 des MTVs, sind mit einem Zuschlag von 30 Prozent etwaige Überstunden zuschlagspflichtig. Diese müssen über die monatliche Arbeitszeit eines vollzeitbeschäftigten Arbeitnehmers hinaus geleistet werden und lassen sich im jeweiligen Kalendermonat nicht durch Freizeitgewährung ausgleichen. Alternativ zu einer Zuschlagsauszahlung war nach Angaben des Gerichts eine entsprechende Zeitgutschrift im Arbeitszeitkonto vorgesehen. Das Arbeitszeitkonto der Klägerin wies Ende März 2018 ein Arbeitszeitguthaben von 129 Stunden und 24 Minuten aus. Der Beklagte habe der Klägerin für diese Zeiten keine Überstundenzuschläge gezahlt und auch nicht im Arbeitszeitkonto eine entsprechende Zeitgutschrift vorgenommen.

Im Rahmen ihrer Klage verlangte die Klägerin, ihrem Arbeitszeitkonto als Überstundenzuschläge weitere 38 Stunden und 39 Minuten gutzuschreiben beziehungsweise verlangte die Zahlung einer Entschädigung nach Paragraph 15, Absatz 2, AGG in Höhe eines Vierteljahresverdienstes. Die Anwendung von Paragraph 10, Ziffer 7, Satz 2 des MTVs benachteilige sie laut Gerichtsurteil wegen ihrer Teilzeit unzulässig gegenüber vergleichbaren Vollzeitbeschäftigten. Hinzu kommt, dass die Klägerin aufgrund ihres Ge-

schlechts mittelbar benachteiligt wird, da der Beklagte überwiegend Frauen in Teilzeit beschäftigt.

Bis vor den EuGH

Das Arbeitsgericht hat die Klage insgesamt abgewiesen. Das Landesarbeitsgericht hat der Klägerin die verlangte Zeitgutschrift zuerkannt und hinsichtlich der begehrten Entschädigung die Klageabweisung bestätigt. Mit Beschluss vom 28. Oktober 2021 (8 AZR 370/20 (A) – BAGE 176, 117) hatte der Senat das Revisionsverfahren ausgesetzt und den Gerichtshof der Europäischen Union (EuGH) um die Beantwortung von Rechtsfragen betreffend die Auslegung des Unionsrechts ersucht. Dies hat der Europäische Gerichtshof mit Urteil vom 29. Juli 2024 getan.

Die Revision der Klägerin hatte vor dem Achten Senat des Bundesarbeitsgerichts teilweise Erfolg. Der Senat sprach der Klägerin die verlangte Zeitgutschrift – in Übereinstimmung mit dem Landesarbeitsgericht – zu und erkannte ihr darüber hinaus eine Entschädigung in Höhe von 250 Euro. Auf der Grundlage der Vorgaben des Europäischen Gerichtshofes hatte der Senat davon auszugehen, dass Paragraph 10, Ziffer 7, Satz 2, MTV, insoweit wegen Verstoßes gegen das Verbot der Benachteiligung von Teilzeitbeschäftigten unwirksam ist, als er bei Teilzeitbeschäftigung keine der Teilzeitquote entsprechende anteilige Absenkung der Grenze für die Gewährung eines Überstundenzuschlags vorsieht. Einen sachlichen Grund für diese Ungleichbehandlung konnte der Senat nicht erkennen.

Die sich aus dem Verstoß gegen Paragraph 4, Absatz 1, TzBfG ergebende Unwirksamkeit der tarifvertraglichen Überstundenzuschlagsregelung führt zu einem Anspruch der Klägerin auf

die eingeklagte weitere Zeitgutschrift. Daneben war ihr eine Entschädigung nach Paragraph 15, Absatz 2, AGG, zuzuerkennen.

Benachteiligung als Frau?

Durch die Anwendung der tarifvertraglichen Regelung hat die Klägerin zudem eine mittelbare Benachteiligung wegen des Geschlechts erfahren. In der Gruppe der beim Beklagten in Teilzeit Beschäftigten, die dem persönlichen Anwendungsbereich des MTV unterfallen, sind zu mehr als 90 Prozent Frauen vertreten.

Als Entschädigung war ein Betrag in Höhe von 250 Euro festzusetzen. Dieser ist erforderlich, aber auch ausreichend, um einerseits den der Klägerin durch die mittelbare Geschlechtsbenachteiligung entstandenen immateriellen Schaden auszugleichen und andererseits gegenüber dem Beklagten die gebotene abschreckende Wirkung zu entfalten.

Das Bundesarbeitsgericht verkündete das Urteil am 5. Dezember 2024 (8 AZR 370/20 – Vorinstanz: Hessisches Landesarbeitsgericht, Urteil vom 19. Dezember 2019 – 5 Sa 436/19). Darüber hinaus verweist das Gericht auf eine Entscheidung vom Achten Senat. Auch hier wurde nahezu zeitgleich in einer weitgehend parallel gelagerten Rechtssache (8 AZR 372/20) entschieden und der dortigen Klägerin ebenfalls die verlangte Zeitgutschrift und eine Entschädigung in Höhe von 250 Euro zugesprochen.

Bettina Sewald

Wrapping-Schulungszentrum

Bruxsafol hat mit dem Bau eines neuen Schulungszentrums für Fahrzeugfolierung begonnen. Aktuell umfasst der Schulungsbereich rund 200 Quadratmeter, das neue Schulungszentrum soll diese Fläche mehr als verdoppeln. Es



Die beiden Geschäftsführer Michael und Thomas Brux

entstehen drei separate „Folierungsboxen“, in denen parallel Schulungen an Fahrzeugen durchgeführt werden können. Der Bereich für praktische Schulungen wird erweitert, und es sollen eine Ausstellungsfläche, multifunktionale Seminar- und Veranstaltungsräume sowie Aufenthaltsräume für Networking und Events entstehen. Der Bau ist voraussichtlich bis Ende 2025 abgeschlossen.

Neue Geschäftsführung

Konica Minolta Deutschland gab im Dezember einen Wechsel in der Geschäftsführung bekannt: Joerg Hartmann, der seit November 2019 an der Spitze des Unternehmens stand, habe Konica Minolta auf eigenen Wunsch mit Ablauf seines Fünfjahresvertrags im November 2024 verlassen. Werner Theißen hat daraufhin die Geschäftsführung für Deutschland und Österreich ab 1. Dezember letzten Jahres übernommen. Neben seiner zuletzt ausgeübten Funktion als Director Sales bringt Werner Theißen seine Expertise in der Vertriebs- und Digitalisierungsstrategie von Konica Minolta ein.

Zu den ersten geplanten Schritten in seiner neuen Position gehören die „Future Business Models“, die in Kürze in den Markt eingeführt werden. Hierbei handelt es sich um auf Kundenbedürfnisse abgestimmte Druck-Service-Angebote mit kurzen Laufzeiten. Zudem plant Konica Minolta, bei größeren Projekten zur Absicherung der finanziellen Spielräume der Kunden auf neue SaaS-Offerings ohne Finanzierungs- oder Investitionsanteil zu setzen.

Switch Product Managerin

Enfocus hat Isabelle Noppe zur neuen Product Managerin seiner Softwarelösung Switch ernannt. Sie ergänzt in Zukunft das Team mit mehr als zwei Jahrzehnten Erfahrung im Bereich Drucksoftware. Vor ihrer Ernennung war Isabelle Noppe 22 Jahre lang bei Esko in verschiedenen Funktionen im Bereich Softwareentwicklung und Produktmanagement tätig. Ihre Aufgabe wird es sein, die Produktstrategie beziehungsweise Preisstruktur von Switch zu entwickeln, Kunden und Partner zu unterstützen sowie die Nutzerdaten zu analysieren, um die Strategien auf die Bedürfnisse der Nutzer abzustimmen.

Zudem wird Isabelle Noppe mit dem neu ernannten Appstore Manager Davy Verstaen zusammenarbeiten, um ihn bei der Entwicklung des „Works With Switch“-Programms zu unterstützen, das eine nahtlose Integration zwischen Switch und anderen Drucksoftware-



Isabelle Noppe

Plattformen ermöglichen soll. In den letzten Wochen hat Enfocus mehrere spezielle Apps im Enfocus Appstore veröffentlicht, die eine Integration mit Systemen wie Infigo Connect, XMPie Personalia und Kongsberg iPC bieten und Switch dabei helfen, weitere Barrieren in der Druckbranche abzubauen.

Inapa wird Ovol

Zum 1. Dezember 2024 hat die Inapa Deutschland Gruppe den finalen Schritt in ihrer Unternehmensentwicklung vollzogen und tritt fortan unter dem neuen Namen Ovol Deutschland Gruppe auf. Dies geschieht im Zuge der Übernahme durch Japan Pulp and Paper; das Unternehmen plant, durch die Übernahme von Inapa Deutschland und deren Tochtergesellschaften ihre Marktpräsenz in Europa, insbesondere in Deutschland, weiter auszubauen.

Die neuen Namen der bisherigen Inapa-Gesellschaften im Überblick: Inapa Deutschland GmbH wird zu Ovol Papier Deutschland GmbH, während Inapa Complot GmbH zu Ovol Complot GmbH wird. Das Unternehmen Inapa Packaging GmbH wird zukünftig unter dem Namen Ovol Packaging GmbH firmieren.

Übernahme durch Spandex

Spandex gab Anfang Januar 2025 die Übernahme des britischen Distributors Lakeside Group bekannt. Zur Kundschaft der Lakeside Group, mit Sitz in Clevedon, gehören unter anderem Kommunalverwaltungen und gewerb-



Von links: Paul Cooper, Chief Operating Officer bei Spandex, und Scott Horne, Managing Director der Lakeside Group

liche Kunden. Zudem verfügt das Unternehmen über eigene Test- und Konvertierungskapazitäten. Zum Produktportfolio von Lakeside zählen reflektierende Lösungen für Straßenbeschilderung, Kfz-Kennzeichen, Stadtmobiliar und Fahrzeugbeschriftungen sowie Anti-Graffiti-Beschichtungen, tauverhindernde Folien und UV-Schutzmaterialien. Mit dieser Übernahme macht Spandex laut eigener Aussage einen strategischen Schritt in den hochspezialisierten Markt für reflektierende Lösungen. Das langfristige Ziel von Spandex ist es, sowohl in traditionellen Geschäftsfeldern als auch in neuen Marktbereichen zu wachsen. Scott Horne wird weiterhin als Geschäftsführer der Lakeside Group tätig sein, die kurzfristig unabhängig als Teil der Spandex-Familie operieren wird.

Direktvertrieb

Neschen stellt ein neues Vertriebsmodell für Deutschland vor: Ab sofort sind die Laminatoren direkt beim Unternehmen erhältlich, was Kunden einen einfachen und unmittelbaren Zugang zu Produkten, Service und Dienstleistungen ermöglichen soll. Mit der Einführung des Direktvertriebs in Deutschland

möchte Neschen laut eigener Aussage die Beziehung zu seinen Kunden stärken sowie Service und Support optimieren. Neben einer vereinfachten Kaufabwicklung sollen Kunden von After-Sales-Support profitieren. Darunter fallen etwa Schulungen und Workshops, die dabei unterstützen, die Geräte effizient für den eigenen Betrieb zu nutzen.

Die Neuerung im Vertrieb fällt zusammen mit der Teilnahme von Neschen an der wetec vom 13. bis 15. Februar. Auf Stand 8E20 in Halle 8 präsentiert das Unternehmen sein Laminatoren-Portfolio, darunter verschiedene Lösungen für Anwendungen in der Werbetechnik, im Digitaldruck oder für Messepräsentationen. Konkret zu sehen sein werden bei der wetec in Stuttgart der Coldlam 1650 SW und der Ecolam 1650. Verarbeitbar sind damit Materialien wie Papier, Karton, selbstklebende Folien, Laminat oder Banner. Das Unternehmen richtet sich damit an Fachleute in der Grafik- und Kommunikationsbranche.

Darüber hinaus hat Neschen sein exklusives Winterangebot bis zum Ende der wetec verlängert. Hierbei bietet das Unternehmen derzeit spezielle Konditionen auf das gesamte Laminatoren-Portfolio an. Die 24-monatige Garantie ist unter anderem Teil des Angebots.

C!Print Lyon

Vom 4. bis 6. Februar 2025 findet die C!Print Lyon, Veranstaltung für die visuelle Kommunikations- und Grafikbranche, statt. Unter dem Motto „Anders denken. Alternativ gestalten. Umsetzen.“ möchte die C!Print Lyon den Denkanstoß für positive Veränderungen in der Grafikbranche bieten. Zielgruppe sind Fachleute im Bereich Großformatdruck, Beschilderung und visuelle Kommunikation sowie Designexperten und Marketing- oder Kommunikationsagenturen. Fast 250 Aussteller werden zur 12. C!Print erwartet, darunter folgende Sponsoren: HP, Konica Minolta, Canon, Epson, Freshprocess, Mimaki, swissqprint, Euromedia, Kyocera Document Solutions France, Realisaprint.com, Stahls' Europe und Xerox sowie Neuzugänge wie HP Indigo, Kornit Digital und Aluvision.

INSERENTENVERZEICHNIS

(alphabetisch)

Alato	27
Arlon	57
Avery Dennison	53
Buth Graviersysteme	29
Data Print	15
Digitran	31
DP Solutions	37
EFKA Led Frames	13
EPS	47
Fespa Limited	7
Folienportal24	21
Fujifilm Deutschland	19
Hansen	63
Hoffschmidt Lichtwerbung	65
Landesmesse Stuttgart	9
Lucoled	11
Maas + Roos	61
Neschen	41
Probo	U2
Renolit	25
Rosen Lichtwerbung	59
Schilder Systeme	45
SwissQprint	17
UPM	55
VHF Camfacture	U4
Vink König	3 +49
Beilagen	
VGS Leuchttechnik	
König Werbeanlagen	
dtf express	

Mitgliederversammlung 2025

Die Mitgliederversammlung der Gewa findet dieses Jahr erstmals in Verbindung mit einer B2B-Messe in Düsseldorf statt. Während für den 25. März im Hotel Dormero in Düsseldorf die Mitgliederversammlung angesetzt ist, nimmt der Verband am 26. und 27. März auf der Fachmesse „Flotte! Der Branchentreff“ als Aussteller teil. Bei dem Event



Teilnehmer der Gewa-Mitgliederversammlung 2024

kommen Hersteller, Importeure, Leasinggesellschaften und Dienstleister rund um die gewerbliche Fahrzeugflotte mit Fuhrparkentscheidern zusammen. Allerdings ist die Gewa auf der wetec 2025 nicht mit einem eigenen Stand dabei, einige Mitglieder werden jedoch auf den Ständen der Fördermitglieder vertreten sein.

Geschäftsführer bei Kornit Digital

Kornit Digital, Hersteller von Produktions- und Softwaretechnologie für den On-Demand-Textildruck, hat Peter Alderath zum General Manager für die DACH-Region sowie die Benelux-Staaten ernannt. Die umfassenden Branchen-



Peter Alderath

kenntnisse und das Führungsgeschick von Peter Alderath sollen künftig dazu beitragen, das Wachstum von Kornit voranzutreiben und die Marktpräsenz des Unternehmens in diesen wichtigen europäischen Regionen weiter zu stärken. Peter

Alderath bringt mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Digitaldruck- und Technologiebranche mit, wobei sein Schwerpunkt auf der Bereitstellung kundenorientierter Lösungen und der Förderung strategischer Partnerschaften

lag. Zuletzt war Peter Alderath vor allem länger bei Unternehmen aus der additiven Fertigung tätig, darunter Addup, Stratasys Germany, 3D Systems und Solidscape. Unter der Leitung von Peter Alderath will Kornit Digital die Einführung seiner Technologien beschleunigen und es Kreativen, Marken und Herstellern ermöglichen, in diesen Regionen und darüber hinaus nachhaltige, agile Produktionsprozesse einzuführen.

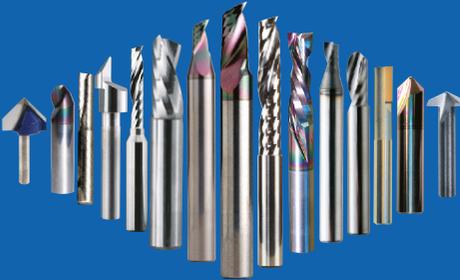
Mit Hauptsitz in Israel und Niederlassungen in den USA, Europa und im asiatisch-pazifischen Raum bedient Kornit Digital Kunden in mehr als 100 Ländern und Staaten weltweit. Das Unternehmen bietet über sein globales Fulfillment-Netzwerk End-to-End-Lösungen, einschließlich digitaler Drucksysteme, Tinten, Verbrauchsmaterialien, Software und Services.

Bewerbungsphase eröffnet

Noch bis zum 28. Februar sind Bewerbungen für den Intergraf Young Talent Award 2025 möglich. In diesem Jahr lädt der Award junge Talente ein, zu erforschen, wie Druckunternehmen jüngere Generationen für eine Karriere in der Druckindustrie begeistern können. Seit seiner Einführung im Jahr 2017 bietet der Young Talent Award von Intergraf der nächsten Generation von Druckprofis eine Plattform, um ihre Ideen mit Branchenführern zu teilen. Jedes Jahr wählt eine Expertenjury die besten Einreichungen aus, der Gewinner erhält ein Preisgeld von 3.000 Euro. Die ausgewählten Einreichungen werden Branchenvertretern – darunter Verbände, Unternehmen und Zulieferer – vorgestellt und auf der Intergraf-Website veröffentlicht.

Die Kandidatinnen und Kandidaten für den Intergraf Young Talent Award 2025 sind eingeladen, ihre Meinung zu folgender Frage abzugeben: „Wie können Druckunternehmen jüngere Generationen effektiv für eine Karriere in der Druckindustrie gewinnen?“ Teilnehmer müssen junge Studierende, Auszubildende oder Arbeitnehmende (Höchstalter 25 Jahre) aus einem der Intergraf-Mitgliedsländer sein. Die Beiträge sollten in englischer Sprache verfasst sein und drei bis fünf Seiten umfassen. Zudem können alle relevanten visuellen Materialien beigefügt werden. Ebenfalls notwendig ist ein kurzer Lebenslauf von maximal zwei Seiten. Ausgewählte Bewerberinnen und Bewerber werden ermutigt, ihren Beitrag auf der kommenden Intergraf Print Matters Konferenz am 13. Juni 2025 in Zürich vorzustellen. Bewerbungen sind an Sergejs Mikaeljans, Communications & Events Officer bei Intergraf, per E-Mail (smikaeljans@intergraf.eu) oder per Post (*Avenue Louise 130A, 1050 Brüssel, Belgien*) einzureichen.


CROWN[®]
 NORGE
**Innovative
Werkzeuge
für den Profi!**
 Ausgezeichnete Qualität. Eine grosse Auswahl.



Alles auf Lager!
 Videos auf: www.crown-norge.no

Deutsche Bankverbindung:
 DNB Bank ASA, Filiale Deutschland, Hamburg

Wir sprechen Deutsch

Norwegen
 Tel: (+47) 69 33 75 83,
 post@crown-norge.no
www.crown-norge.no


GRAVIERTECHNIK
MICHAEL SPLITTORF
 Saarstraße 62
 46045 Oberhausen
 Tel. +49 (0) 208 - 80 63 89
 Fax +49 (0) 208 - 20 80 07

CNC - Lasergravierte Metall- & Kunststoffschilde
 Frontplatten, Schaltschilde - Messing - Stahl - und
 Industrieregovernen - Messing - Stahl - und
 Stempel aus Gummi und Polymer -
 Webeschilde Fahrzeugbeschriftungen

GRAVIEREN FRÄSEN BESCHRIFTEN

www.gravur-stempel.de
info@gravur-stempel.de

LICHT & SHOP[®]
 Manufaktur
 KONZEPTION - PRODUKTION - REALISATION

- LICHTWERBUNG
- DIGITAL SIGNAGE
- OEM LAMPEN-LEUCHTEN
- STAHL- UND FASSADENBAU
- MONTAGESERVICE BUNDESWEIT

Wiederverkäufer willkommen!

Ihr professioneller Partner und
 Lieferant für hochwertige Licht-,
 Innen- und Aussenwerbung



AS Licht & Shopmanufaktur GmbH
info@lichtundshop.de | www.lichtundshop.de

LFP-SHOP[®].COM Alle Preise während den Happy-Hours

 Preise inklusive digitalem Großformatdruck

1 m² ab
11,70⁷⁰ €
 zzgl. ges. MwSt.

3164 - DER KLASSIKER

- ohne oder mit Laminat
- permanent oder remove
- selbstklebend monomer

1 m² ab
18,90⁹⁰ €
 zzgl. ges. MwSt.

3551 - 7 JAHRESFOLIE

- mit glanz oder matt Laminat
- permanent oder remove
- graue Rückseite

Verkauf nur an Unternehmer im Sinne von § 14 BGB

BERLINDISPLAY[®] Alle Preise während den Happy-Hours

MESSEWAND - ZIPPER C

- ✓ absolut faltenfrei
- ✓ doppelseitig
- ✓ 3 Größen

 lighthouse production

ab 1 Stk zzgl. ges. MwSt.

346,50⁵⁰ €
 Größe: 300 x 230 cm

Verkauf nur an Unternehmer im Sinne von § 14 BGB

 **ALDISPLAYS[®]**
 Creative Displaysysteme aus einer Hand - seit 1995

Digital Signage | **LED-Rahmen** | **Plakatrahmen**
Kundenstopper | **Schaukästen** | **u.v.m.**



DIGITAL SIGNAGE
 Digitale Kundeninformationssysteme

www.aldisplays.de

**Scharf auf
Werbetechnik.**

Hartmetall- und Diamantwerkzeuge.



Bequem bestellen
 unter shop.vhf.de

vhf

**Montage von Folien
und Lichtreklame**
 bundesweit für Unternehmen

www.jakobgommel.de
 0157 71375045

 **JAKOB GOMMEL**
 WERBETECHNIK



**Buchen Sie jetzt
Ihre Anzeige in der
WERBETECHNIK**

**64 x 64 mm
4-farbig
450 € pro Ausgabe**

BERLINDISPLAY[®] Alle Preise während den Happy-Hours

**LEUCHTRAHMEN
TEXTIL**

- ✓ doppelseitiges LED-Display
- ✓ transportabel
- ✓ 2 Größen

ab 1 Stk zzgl. ges. MwSt.

265,50⁵⁰ €
 Größe: 100 x 200 cm



Verkauf nur an Unternehmer im Sinne von § 14 BGB

LFP-SHOP[®].COM

Gratis Versand
 ab 300€ netto²

5% Extra-Rabatt
 ab 1000€ netto³

Mit unseren neuen Aktionen
bis zu sparen! 15%

Gutscheincode: lfp-shop Mo bis Fr von 9 bis 15 Uhr
10% auf alles sparen!*



*1 Gilt auf den Netto-Warenwert, exkl. Versand und bei Eingabe des Gutscheincodes. *2 Ab einem netto Warenwert von 300€ ist der UPS Standard Versand innerhalb Deutschlands kostenlos *3 Ab einem netto Warenwert von 1000€ wird automatisch ein Gutschein in Höhe von 5% des Warenwerts im Warenkorb aktiviert

Geschäftskontakte



EICHLER WERBUNG
02708 Großschweidnitz
daten@fraesdienst.com
035875 67860
0151 12 40 58 62

fraesdienst.com
CNC Fräsen & Gravieren

Verklebeservice vom Profi-Team
Ihr Team erfahrener Folien-Techniker für Großflächen- und Flottenbeklebung, Montage von Gebäudeschutzfolien
Gebiet: Süddeutschland
Thieme Folienteam
Tel.: 08241-9600244,
info@thieme-folienteam.de
www.thieme-folienteam.de

Gebrauchtgeräte



TECHCON XXL
PRINTER SOLUTIONS
XXL Printer Solutions namhafter Hersteller!

TECHCON XXL Printer Solutions
Dipl.-Inform. Gerd Pütke
Beisenherzstrasse 8
44319 Dortmund
WhatsApp +49 (0) 160-960 28 971
info@techcon-xxl.de
techcon-xxl.de

Biete Beteiligung an alteingesessenem Werbetechnik-Betrieb
mit solidem und ausbaufähigem Kundenstamm zur späteren Betriebsübernahme – Kenntnisse in allen Werbetechnik-Bereichen, Folierungen aller Art sowie Illustrator/Office etc. vorausgesetzt.

Chiffre 5261

Buchen Sie Ihre Kleinanzeige schnell und unkompliziert auf www.werbetechnik.de oder schicken Sie eine E-Mail an kleinanzeigen@wnp.de

Bitte beachten Sie den Buchungsschluss für Kleinanzeigen in der **April-Ausgabe**

10. März 2025



Hospizarbeit heißt Nähe schenken
Bethel hilft unheilbar kranken Menschen und ihren Angehörigen.

Online spenden unter:
www.bethel.de/hospizarbeit

Bethel

6139 © Ocskey/Bence - AdobeStock.com

Handbuch Lichtwerbung

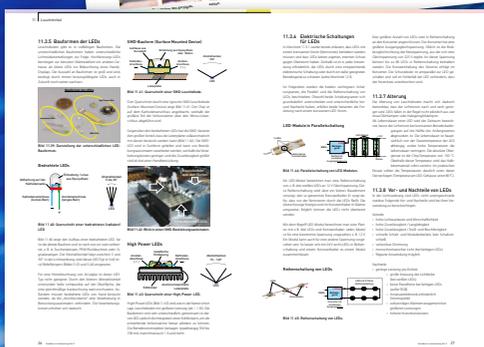
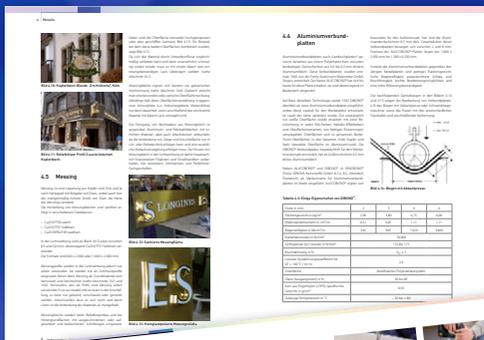
Teil 1+2 Planung Fertigung
Montage Wartung

Der erfolgreiche Teil 1 des **Handbuch Lichtwerbung** bietet allgemein gültige Hinweise und Denkanstöße zur werbewirksamen, ästhetischen Gestaltung von Lichtwerbeanlagen.

Der zweite Teil des **Handbuch Lichtwerbung** richtet sich vor allem an die Hersteller von Lichtwerbeanlagen, ihre Mitarbeiter und Auszubildenden, aber auch an Fachschulen.

Zunächst wird der jeweilige sachliche Hintergrund soweit erläutert, wie es für das Verständnis der recht unterschiedlichen Details und ihrer Zusammenhänge als notwendig erscheint.

Die Aufteilung der Kapitel ermöglicht dem Praktiker eine schnelle und gezielte Nachschlagemöglichkeit. Er findet sicher die Antwort auf häufig auftretende Fragen zur zweckmäßigen Herstellung zuverlässiger und „preiswerter“ Lichtwerbeanlagen.



Das **Handbuch Lichtwerbung** TEIL 1+2 ist nur noch online erhältlich!

Geballtes Wissen auf über 330 Seiten **39,90 €** inkl. MwSt.

Den Bestellbutton für den Download finden Sie auf www.werbetechnik.de



VORSCHAU

Ausgabe 2.2025



Bild: Fespa Global Print Expo

Fespa 2025

Die Fespa, internationale Fachmesse für den Großformatdruck, Siebdruck, Textil- und Digitaldruck, steht Anfang Mai an. Unseren Vorbericht zum Aussteller- und Rahmenprogramm in Berlin lesen Sie in der kommenden werbetechnik.



Bild: Fespa Global Print Expo

European Sign Expo

Die European Sign Expo, Fachmesse für Schilder, Displays und visuelle Kommunikationslösungen, wird vom 6. bis 9. Mai in Berlin stattfinden. Wir geben in Ausgabe zwei einen Ausblick auf die Messe für die Werbe- und Beschilderungsbranche.



Bild: Archiv

Kfz-Versicherung

Wenn die Fahrzeugoptik durch Carwrapping verändert wird, stellen sich Autofahrer und Flottenbetreiber vielleicht die berechtigte Frage: Wie beeinflusst die Folierung die Kfz-Versicherung? Antworten liefert die nächste werbetechnik.



Bild: Martin Gerhardt

Smart Technology

Die Lichtbranche steht vor einem Wandel, angetrieben unter anderem durch die rasante Entwicklung von Smart Technology. Mehr über intelligente Technologien für die Lichtwerberbranche erfahren Sie in unserer April-Ausgabe.

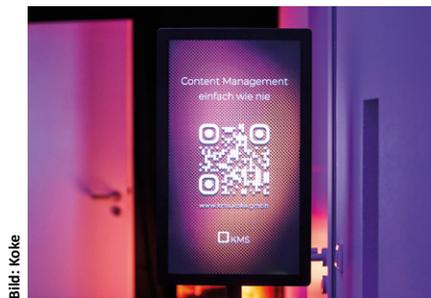


Bild: Koke

Software als Schlüssel

Damit die Installation rundläuft: Unser zweites Fachmagazin im Jahr 2025 beschäftigt sich mit relevanten Aspekten, die Werbetechniker beachten müssen, wenn es um die Software-Auswahl bei Digital-Signage-Anwendungen geht.

Herausgeber

WNP Verlag –
WNP Medien GmbH
Lauterbachstraße 25 b
82538 Geretsried
Telefon +49 (0)8171 / 38636-0
www.werbetechnik.de

Verlagsleitung

Sandra Johnson

Geschäftsführung

Dr. Ulrich Ch. Knapp

Chefredaktion

Regina Pawlowski (verantw.)
Telefon +49 (0)8171 / 38636-13
pawlowski@wnp.de

Redaktion

Sina Eilers (stellv. Chefred.)
eilers@wnp.de

Bettina Sewald

sewald@wnp.de

Rudi Stallein

stallein@wnp.de

Fremdautoren

Anne d'Angelico, Marco Kimme,
Rainer Lorz, Sascha Matterstock,
Uwe Niklas, Ulrike Plapp,
Marcel Rüffer, Karl-Joachim Veigel

Lektorat

Gabriele Ernst

Anzeigenleitung

Annett Geuge-Metzler (verantw.)
Telefon +49 (0)5194 / 584061
geuge-metzler@wnp.de

Es gilt Anzeigenpreisliste Nov. 2022

Grafik & Layout

Anja Schmidtkunz, Daniela Rehm
Telefon +49 (0)8171 / 38636-21
grafik@wnp.de

Titelbild

Landesmesse Stuttgart GmbH & Co. KG

Aboservice/Kleinanzeigen

Telefon +49 (0)8171 / 38636-10
abo@wnp.de
kleinanzeigen@wnp.de

Druckauflage

6.000 Exemplare

Jahresabonnement Inland

Euro 68,- zzgl. MwSt. + Porto

Auslandsabonnement EU

Euro 93,30 inkl. Porto

Erscheinungsweise

6x im Jahr

Druck

Ortmaier Druck GmbH
Birnbachstraße 2
84160 Frontenhausen

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Bildvorlagen keine Haftung. Zum Druck angenommene Arbeiten gehen in das alleinige, unbeschränkte Verfügungsrecht des Verlags über. Alle Rechte sind vorbehalten. Es gelten unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Artikel, die mit Namen oder Signet des Verfassers gezeichnet sind, stellen die Meinung des Autors, nicht unbedingt die der Redaktion dar. Alle Nachrichten werden nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr veröffentlicht. Für die eingesandten Fotos wird das Urheberrecht des Einsenders vorausgesetzt. Bei Nichterscheinen infolge Streik oder höherer Gewalt besteht kein Anspruch auf Lieferung oder Rückzahlung des Bezugspreises.