



Look

PRODUKTE UND DESIGN

Das Kundenmagazin der Chromos AG | Ausgabe 2016

INHALT

DIGITAL

- 4 Weinetikette
- 6 Supermailings

OFFSET

- 8 Prestigeprodukt
- 10 Prachtvolle Farben

70 JAHRE CHROMOS

- 12 Trendscouts mit
Gespür für das
Kommende

PACKAGING

- 14 Schön veredelt
- 16 Höchste Vollendung
- 18 Würzige Verpackungsidee

ERLESENES

- 20 Innovative Printprodukte

CODING

- 22 Genuss pur

LABELS

- 24 Das Schweizer Kola

INKJET

- 26 Schnell, schneller, am schnellsten
- 28 Nichts ist unmöglich

WEBSITE

- 30 Neuer Auftritt

IMPRESSUM

«Look», Kundenmagazin der Chromos AG
Niederhaslistrasse 12
CH-8157 Dielsdorf
Schweiz
Telefon +41 (0)44 855 55 00
www.chromos.ch

Redaktion

Katinka Gyomlay
Leitung Kommunikation, Chromos AG
katinka.gyomlay@chromos.ch
Mitarbeit: Claude Bürki

Gastautor

Klaus-Peter Nicolay
Chefredaktor und Herausgeber «Druckmarkt»

Gestaltung

Atelier Heinzelmänn Werbeagentur ASW,
Winterthur

PRODUKTE VERBINDEN



Kürzlich war ich zu einem hochkarätigen, jedoch sehr branchenfremden Anlass mit anschliessendem Nachtessen eingeladen. Am runden Sechsertisch sassen Wissenschaftler, Berater und Politiker. Es begann die obligate Vorstellungsrunde – bis auch ich an die Reihe kam. Die Blicke waren erwartungsvoll auf mich gerichtet. Doch wusste ich, dass sich dies schnell ändern konnte und die Vorstellungszeit knapp bemessen war. Für ein Referat darüber, was die Chromos als familiengeführtes Unternehmen alles Eindrückliches vollbringt und wie viele spannende und langjährige Lieferanten- und Kundenbeziehungen wir haben, reichte es also definitiv nicht. Auch war mir bewusst, dass der Funke nicht überspringen, sondern die Aufmerksamkeit rapide abnehmen würde, wenn ich zu weit aushole.

Die Sinne sprechen lassen

Da kam mir der Zufall zu Hilfe: Just in diesem Moment wurde ein edler Tropfen serviert und mir stach das sehr schön gedruckte Weinetikett mit auffallendem Sujet ins Auge. Der Bogen vom kredenzten Wein zu mir als Vertreter der Druck- und Verpackungsindustrie war gespannt! Die Tischrunde konnte eins zu eins miterleben, welche positive Wirkung optisch und qualitativ schön Bedrucktes entfaltet. Ein interessantes Gespräch über Bedarf und Nutzen von High-tech-Druck- und Verpackungsmaschinen nahm damit auch in dieser Runde seinen Anfang – ohne dass ich gleich von Beginn an Statements zu den anstehenden Heraus-

forderungen der Branche kommentieren musste. Zudem werden die Teilnehmer dieser Tischrunde Gedrucktes von nun an aus einem anderen Blickwinkel betrachten.

Chromos mit dabei – seit 70 Jahren

So wollen wir auch im vorliegenden Kundenmagazin «Look» die Sinne ansprechen und mit einer kleinen, feinen Auswahl an Produkten und aktuellsten Informationen zeigen, wie wir mit unseren sieben Bereichen – zusammen mit unseren Partnern und Kunden – direkt oder indirekt zur Entstehung dieser Produkte beitragen. Aus diesem Anlass zeigt sich das diesjährige «Look» auch in einem eigens von uns in Zusammenarbeit mit unserer Agentur gestalteten Designkonzept.

Und unsere Unternehmensgeschichte dauert an – bereits sind es 70 Jahre. Wir ziehen Bilanz und blicken nach vorn. Das Interview dazu, «Trendscouts mit Gespür für das Kommende», finden Sie auf Seite 12.

Eine gute Lektüre wünscht

Daniel Broglie
CEO Chromos AG

Apropos Wein und «Etikette»: Mehr dazu erfahren Sie unter Chromos-Digital auf Seite 4.

CHROMOS-DIGITAL MIT DABEI

ETIKETTEN SIND WAHRE KUNSTWERKE



«Die Möglichkeiten des Digitaldrucks werden noch immer nicht genützt! In der Praxis läuft es so, dass die Kreativen ein Etikett entwerfen und die Techniker danach entscheiden, welches Druckverfahren sich eignet.»

*Dr. Johannes Michael Wareka, CEO Marzek Etiketten Group

Es ist eine schlichte Wahrheit: Das Auge isst – und trinkt – mit. Dies gilt natürlich besonders bei einem edlen Tropfen. Schon die Vorfreude beim Anblick und Öffnen einer Flasche guten Weins kann für sich selbst zum Genuss werden. Somit ist klar: Eine dekorative Verpackung steigert den Wert von Produkten. Dazu sind die technologischen Möglichkeiten für hochwertige Verpackung vielfältig. Verschiedene Materialien, Hybriddruckverfahren, Personalisierungen und Veredelungstechniken gehören zum Repertoire.

Fallen die Stichworte Etiketten, Tradition, Wein und Österreich, dann steht ein Name ganz vorn: Marzek Etiketten+Packaging produziert mittlerweile für 20000 gewerbliche und industrielle Kunden in ganz Europa mit Werken in Österreich, Ungarn sowie der Ukraine und erwirtschaftete 2015 mit über 650 Mitarbeitern einen Umsatz von 56 Mio. Euro. Heute wird das Unternehmen bereits in der dritten, vierten und fünften Generation der Gründerfamilie von Frau KR Helga Marzek, Dr. Johannes Michael Wareka und Ing. Alexander Schneller-Scharau geführt.

Grande Dame der Weinetiketten

Dabei sei Frau KR Helga Marzek, dritte Generation der Gründerfamilie, für ihre Bemühungen um die Weinwirtschaft besonders erwähnt. Bereits 64 Jahre im Unternehmen tätig, setzt sie sich bis heute mit viel Herzblut für das Etikettengeschäft ein – mit einer besonderen Liebe zu den Weinetiketten. Dies zeigte sich etwa im grossen Engagement der «Grande Dame der Weinetiketten»

für die österreichischen Winzer nach dem Weinskandal in den 1980er-Jahren. Damals trugen innovative Etikettenauftritte dazu bei, ein international anerkanntes Qualitätsimage zu erlangen. Bis heute sind ihre Verdienste um die grafische Industrie wie auch um die österreichische Wirtschaft mehrfach ausgezeichnet worden, so auch mit dem Titel Kommerzialrätin (KR) und 2014 mit der Vergabe des Gutenberg Awards. Dieses Jahr wurde sie nun für ihre besondere unternehmerische Leistung mit dem Unternehmerinnen-Award geehrt.

HP Indigo ws6800

Das Leistungsangebot der Marzek Etiketten+Packaging umfasst das ganze Spektrum vom hoch veredelten Spezialetikett im Hybriddruckverfahren für Wein und Gewerbe bis hin zum industriellen Standardetikett. Besondere Wachstumsbereiche sind neben Bogen- und Rollenetiketten auch die flexible Verpackung sowie hochwertige Feinkartonage und Faltschachteln. Mit einer Europapremiere begann 2009 die Partnerschaft mit der Chromos AG: Installiert wurde die erste HP ws6000 für hochwertige Offset-Digital-Etiketten auf Rolle. Dies wurde 2012 mit einer weiteren HP ws6600 ergänzt. 2015 wechselte das Familienunternehmen sein Maschinenportfolio gegen zwei der neusten Digital-Offset-Technologien von HP Indigo aus. Dabei wurden zwei HP ws6800 mit Inline-Primer für Rollenetiketten mit hochwertigen hybriden Veredelungsmöglichkeiten installiert.

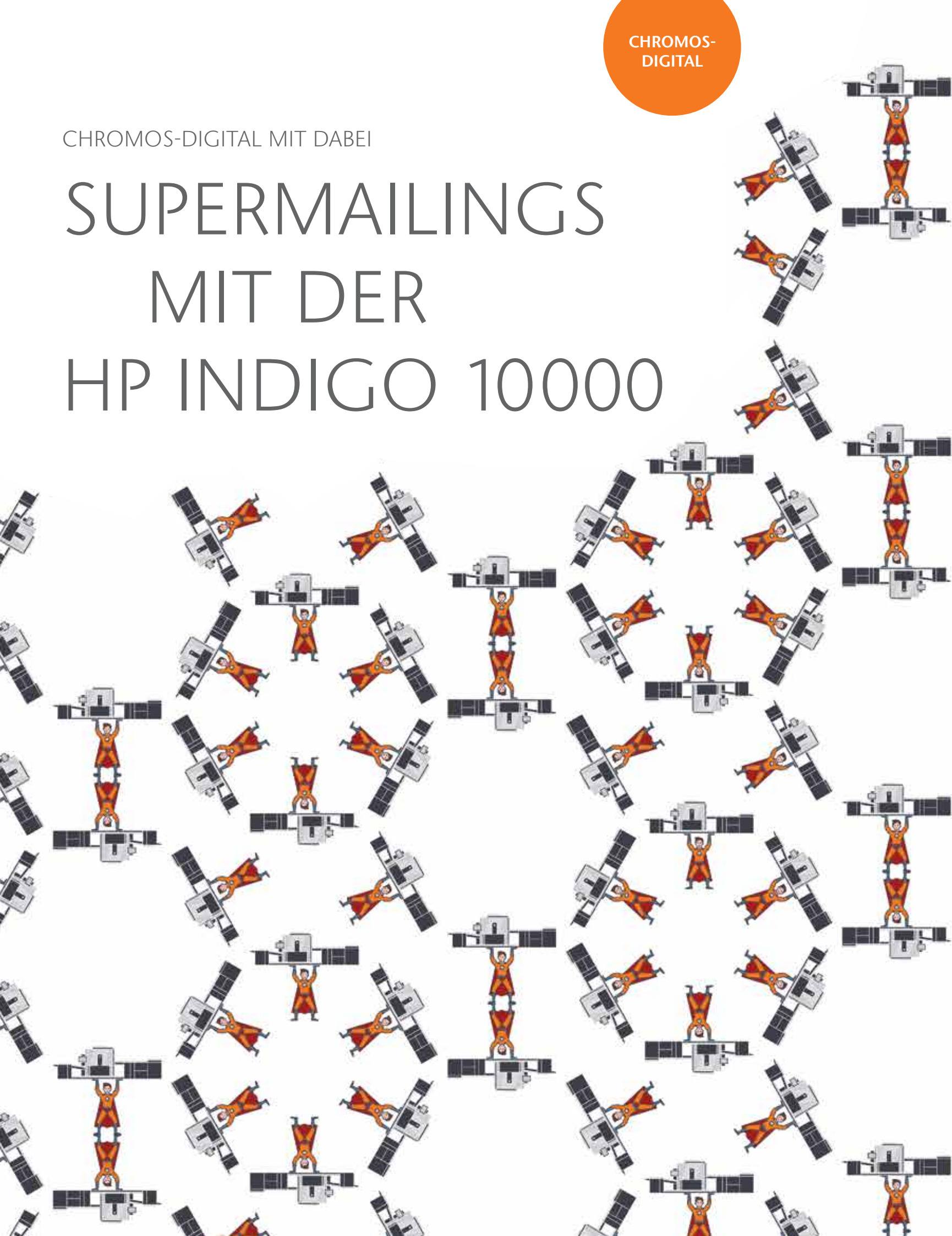


Ausgezeichnet und preisgekrönt

Gleich doppelt räumte Marzek Etiketten+Packaging beim Golden Label Award 2016 ab: Die beiden Wein-Etiketten für «Crazy Creatures» und «Seher Neue Zeit» wurden mit Silber und Bronze ausgezeichnet. Damit wurde einmal mehr unter Beweis gestellt, dass kreatives Design und höchste Qualitätsansprüche in der Umsetzung Hand in Hand gehen. Eine internationale Expertenjury bewertete beinahe 100 Etiketten und ermittelte in vier Kategorien die besten Etiketten.

CHROMOS-DIGITAL MIT DABEI

SUPERMAILINGS MIT DER HP INDIGO 10000



«In unserem Kasi-Man-Comic haben wir sämtliche Vorteile der HP Indigo 10000 vereint. Damit zeigen wir viele unserer Kompetenzen in einem Produkt: Power, Ideenreichtum und Innovation – umgesetzt mit hohem technologischem Know-how und einem topmodernen Maschinenpark. Das Mailing soll Lust auf Digitaldruck ohne Kompromisse vermitteln und zeigen, dass hier der Kreativität praktisch keine Grenzen gesetzt sind.»

Beni Kiser, Geschäftsführer und Firmeninhaber Kasimir Meyer AG

Das neueste Kundenmailing der Kasimir Meyer AG lässt sich nicht übersehen. Bereits das neonorange Kuvert mit der veredelten Aufschrift «Die Abenteuer von Kasi-Man» macht – gemäss dem Slogan des aargauischen Unternehmens – Lust auf Print und sehr neugierig.

«Die Power unserer neuen Digitaldrucktechnologie gleicht einem Superman. Dies haben wir zum Anlass genommen, Kasi-Man in Form eines Comics ins Leben zu rufen», erklärt Beni Kiser, Geschäftsführer und Firmeninhaber, die neueste Lancierung. Bei dem personalisierten Kundenmailing wird der Leser direkt von Kasi-Man angesprochen, der in einer unterhaltsamen Story zu Hilfe eilt, wenn gute Ideen und schnelle Umsetzung gefragt sind. Das Mailing wurde in zwei Sorten gestaltet – einmal mit einer Frau als Empfängerin und Hauptdarstellerin und einmal mit einem Mann.

Gedruckt wurde auf der HP Indigo 10000. Sobald das Mailing, das als Booklet daherkommt, ganz geöffnet ist, zeigt es auf Format B2 die Vorteile der modernsten Druckmaschinengeneration von HP Indigo (siehe auch Kasten). Basierend auf der einzigartigen Flüssigfarben-Technologie ist die HP Indigo 10000 mit sieben Farben ausgerüstet und ermöglicht das Drucken von Pantonefarben und Deckweiss vollpersonalisiert im Grossformat.

Bereits im Sommer 2014 hat die Kasimir Meyer AG Akzente gesetzt und den damals xerografischen Digitaldruck durch eine **HP Indigo 5600** mit sieben Farben ersetzt. Ergänzt wurde das System mit der digitalen Relieflackmaschine **Scodix S75**, die auch für das Kasi-Mailing zum Einsatz kam. Damit können einmalige 3D-Effekte realisiert werden, ermöglicht durch ein auf einem UV-Lack basierendes Inkjetsystem. Mit solchen individuellen haptischen Erlebnissen werden die Drucke aufbauend auf dem digitalen Offsetdruck von HP Indigo sowie dem klassischen Offsetdruck weiter aufgewertet.

Moderner Maschinenpark

Mit der neuen **HP Indigo 10000 im Format B2 (75x53 cm)** hat die Kasimir Meyer AG ihren modernen Maschinenpark mit der HP Indigo 5600, der Scodix S75 und dem parallelen Bogenoffset in der Mittelformatklasse auf perfekte Weise ergänzt. Denn in vielen Kundengesprächen wurde dem Druckpartner bewusst, dass das Bedürfnis nach digitalen Produkten im Format B2 gross ist und der Vorstoss ins digitale B2-Format dementsprechend neue, kreative Lösungen bietet.

Das «Supermailing» ist bester Beweis für diese Strategie und man darf gespannt sein, mit welchen Ideen und Umsetzungen Kasi-Man und das Team in Wohlsein in Zukunft ihre Kunden überraschen werden.



10000er auf einen Blick

Druckformat B2: Grossformatige Poster, 6-seitige Prospekte, Taschenmappen u. v. m. **Farbflexibilität:** Dank des erweiterten Farbraums (7-Farben-Druck HP IndiChrome Ink) können über 2000 Pantonefarben simuliert werden.

Deckweiss: Zusätzlich können mit Deckweiss kreative Anwendungen auf Papier, Karton oder Folien produziert werden.

Hohe Bildqualität: Gestochen scharfe Linien, höchste Bildqualität und stufenlose Farbverläufe. **Personalisierte Mailings:** Bild- und textpersonalisierte Mailings. **Druckqualität:** Dank der HP-Indigo-ElectroInk-Flüssigfarb-Technologie und des einzigartigen digitalen Offsetverfahrens haben HP-Indigo-Ausdrücke höchste Qualität.

CHROMOS-OFFSET MIT DABEI

DER ERSTE EINDRUCK BEEINDRUCKT

«ELCO-Prestigeprodukte sind anspruchsvoll in der Herstellung und bestechen durch ihr elegantes Erscheinungsbild und edle Kuvertformen. Auf hochwertigem Papier verfasst, erhalten Glückwünsche, romantische Zeilen oder persönliche Grüsse den stilvollen Rahmen, den sie verdienen.»

Hans-Jörg Aerni, CEO Elco AG

Das Drucken von Kuverts ist anspruchsvoll: Die Bieler Kuvert Druck AG mit Sitz in Wolterau ist seit 30 Jahren auf den äusserst anspruchsvollen wie auch sehr vielfältigen Kuvertdruck spezialisiert. Als «Übermittler» einer eindrucklichen und wirkungsvollen Botschaft, aber auch als Repräsentant des eigenen Corporate Designs hinterlässt das Kuvert einen bleibenden ersten Eindruck, der keine Qualitätsabstriche erlaubt.

XMf-Workflow spricht für sich

Diese hohen Qualitätsansprüche stellen natürlich auch gewisse Anforderungen an die zu verwendenden Produktionsmittel, was die Bieler Kuvert Druck AG bereits vor einigen Jahren dazu bewog, nach einem sehr umfangreichen Evaluationsprozess in einen XMf-Workflow aus dem Hause FUJIFILM zu investieren. Das sehr gute Preis-Leistungs-Verhältnis, vor allem aber die intuitive, leicht zu verwendende Benutzeroberfläche haben dabei genauso zu dem Investitionsentscheid beigetragen wie die bereits erfüllten Voraussetzungen für die Verarbeitung zunehmend komplexer werdender PDF-Dateien.

Vorteile auf einen Blick

So erhält der Workflow mit dem JDF Connect eine offene Schnittstelle zu MIS-Systemen, die ein automatisches Erstellen von Druckaufträgen direkt aus dem MIS erlaubt, und stellt mit der DFE-JDF-Integration offene Konnektivität sicher. Des Weiteren nutzt der

XMf-Workflow mit Impose ein durchdachtes Ausschussmodul, das sowohl für den Digital- als auch für den Bogen- und Rollenoffsetdruck geeignet ist. Das Farbmanagement des XMf bietet fortschrittliche und autonome Möglichkeiten zur Farbsteuerung mit dem XMf ColorPath Organizer und dem cloudbasierten Farbmanagement-System. Zudem kann der XMf-Workflow InkSave farbsparende Device-Link-Profile erzeugen.

Weniger Chemie

Die Verwendung der ebenfalls aus dem Hause FUJIFILM stammenden und sehr aufgestabilen Lo-Chem-Offsetplatte «Superia LH-PL», die konstant auf höchstem Qualitätsniveau produziert wird, rundet dabei die gestellten Qualitätsansprüche des Kuvertdrucks ab. Mit der Entwicklung dieser Platten in einer Entwicklungsmaschine vom Typ FLH-Z mit ZAC-System wird dabei nicht nur auf Wirtschaftlichkeit, sondern zugleich auch auf Umweltfreundlichkeit geachtet, da dank des patentierten ZAC-Regenerat-Systems optimale Entwicklungsbedingungen für die thermalen Superia-CTP-Platten geboten werden. Durch eine vollautomatische, verbrauchsarme Regenerierung verringert das System spürbar den Chemieverbrauch bei der konventionellen CTP-Druckplatten-Entwicklung, was zu einer signifikanten Reduktion der Kosten für Chemikalien, deren Entsorgung wie auch für die Wartung führt.



Prestigeprodukte Schweizer Qualität verbindet

Die Elco AG gehört zur Wipf Holding Gruppe – einer mittelständischen Schweizer Familienunternehmung mit über 100 Jahren Tradition. Die Elco AG hat ihren Sitz im aargauischen Brugg. Rund 300 Mitarbeitende sichern den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens und produzieren Tag für Tag hochqualitative Markenprodukte für die Bereiche: Briefumschläge, Schreibwaren, Produkte für organisieren & präsentieren, für die Schule, verpacken & versenden sowie zeichnen & malen.

CHROMOS-OFFSET MIT DABEI

PRACHTVOLLE FARBEN DANK LED

«RMGT (RYOBI MHI Graphic Technologies) is the initialism of our company name that we have elected to implement, along with a new symbol mark. Going forward, we remain committed to expanding our product lineup and strengthening our development, manufacturing, sales and service capabilities.»

Yuzuru Ichimasa, President RMGT Ltd.

Mit Ryobi MHI Graphic Technologies – kurz RMGT – hat die Chromos AG einen Partner mit Potenzial: Kein anderer Druckmaschinen-Hersteller hat so viel Erfahrung mit LED-UV. In Ergänzung ging Chromos eine Partnerschaft mit der US-Firma Air Motion Systems (AMS) ein, um bestehende Maschinen aller Hersteller LED-tauglich zu machen. Mit dem LED-Trocknerkonzept von AMS kann jede bestehende Bogenoffsetmaschine von einer Nassoffsetmaschine zu einer LED-UV-Maschine aufgerüstet werden.

Als schweizweit erster Anwender produziert die Druckerei AG Suhr auf einer RMGT 920PF-8 (Ryobi 928P) mit LED-UV-Härtungstechnik. Mit der Achtfarbenmaschine hat der Geschäftsführer Reinhard Niederer den Markt vierfarbiger Broschüren in den Formaten DIN A4 und DIN A5 im Visier. Sein Druckereiunternehmen will er über standardisierte, automatisierte Prozesse und bislang im Bogenoffset nicht gekannte Druckergebnisse weiterbringen.

Achtfarbenmaschine

Im Detail handelt es sich um eine Achtfarbenbogenoffsetmaschine im Format 920x640 Millimeter (A1). Sie ist mit einer Wendung für den Vier-über-vier-Farbendruck ausgestattet, die acht Druckplatten innerhalb von zwei Minuten auswechselt.

Dank der LED-UV-Härtungstechnik sah Niederer mehrere Probleme mit einem Schlag gelöst. Druckereien hätten in den letzten Jahren kaum mehr in lange Wendemaschinen investiert, «aus dem einfachen Grund, dass die Abschmierproblematik nie komplett aus der Welt geschafft war», sagt er. Die LED-UV-Technik räume mit diesen Unsicherheiten

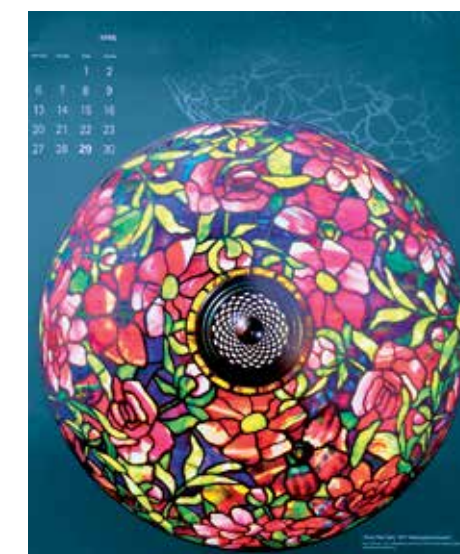
auf. Denn sie liefert ein trockenes Druckergebnis. Auch bei den schweren Druckformen liefert die Druckerei AG Suhr ihren Kunden Endprodukte in einwandfreier Qualität.

Hinzu kommt die staubfreie Arbeitsumgebung. «Wir arbeiten mit null Prozent Puder», sagt Niederer, «so dass die Maschine absolut sauber bleibt.» Eine weniger offensichtliche Folge ist, dass Aufträge bedenkenlos mit Makulaturbogen eingerichtet werden können, ohne die lästigen Puderückstände auf den Gummidrucktüchern. «Wir sparen dadurch viel Papier», erklärt er.

Brillante Druckergebnisse

Dabei vergisst Niederer nicht eine weitere Qualität – diejenige der brillanten Druckergebnisse. Da sei die LED-UV-Härtungstechnik sowohl den oxidativ trocknenden Druckfarben wie auch anderen UV-Härtungsverfahren deutlich überlegen. Die Druckfarbe und die Oberfläche des Papiers blieben von thermischen Einflüssen unbeeinflusst und behielten ihren Charakter. «Besonders schön kommt das bei Naturpapieren zur Geltung», so sein Statement.

Neben der neuen Achtfarbenmaschine von RMGT produziert die Druckerei auf einer Ryobi 526 GXP. Es ist eine Sechsfarbenmaschine mit Lackierwerk für das Bogenformat 375 x 520 Millimeter mit Jahrgang 2008. Niederer erachtet es als lohnend, auch diese Maschine auf die LED-UV hochzurüsten. «Wir wollen mit nur einem System produzieren», lautet die schlüssige Begründung. Er habe in ein System investiert und nicht in eine Maschine.



IRODORI – Coloring the World Together

So lautet die Corporate Message von RMGT und unter dieser farbenfrohen Ankündigung und mit neuem Design trat RMGT erfolgreich an der drupa 2016 auf. Das japanische Wort «Irodori» bedeutet Farbe – und zwar in zweierlei Bedeutung: mit Händen greifbar, aber auch im immateriellen Sinne: das Gefühl von Farbe, welche die Menschen mit ihrer Schönheit und Leuchtkraft berührt.

In diesem Sinne hat RMGT einen wunderschönen Tiffany-Kalender gestaltet, der die hohe Druckqualität voll zur Geltung bringt (siehe Bild oben). Der Kalender zeigt in dreidimensionalem Druckeffekt den Glanz der Farben und bringt das einzigartige Lichtspiel der Tiffany-Glaskunst voll zur Geltung.

TRENDSCOUTS MIT GESPÜR FÜR DAS KOMMENDENDE

Handel ist Wandel: Im Interview zum Jubiläumsjahr der Chromos AG ziehen Rolf und Daniel Broglie Bilanz und blicken nach vorn.

VON KLAUS-PETER NICOLAY

Dass das Unternehmen Chromos 2016 sein 70-Jahre-Jubiläum feiert, ist eine eher nette Begleiterscheinung, die dem zeitgleichen Abschied von Rolf Broglie als Firmenlenker allerdings eine ganz besondere Note verleiht. Rolf Broglie hat es in den Jahrzehnten, denen er selbst als Kapitän auf der Brücke stand, zusammen mit einer motivierten Crew geschafft, die Gefahren des sich teils dramatisch ändernden Marktes so zu umschiffen, dass Chromos heute gefestigter denn je dasteht.

Der neue Kapitän Daniel Broglie fasst die Chromos zugrunde liegenden Qualitäten in einer sympathischen Regel zusammen: «Der Kunde kauft Produkte, die er braucht, bei Menschen, die er mag.» Dabei seien die Möglichkeiten, aus verschiedenen Technologien unterschiedlicher Hersteller zu wählen, noch nie so gross gewesen wie heute. «Unsere Aufgabe ist es daher, unseren Kunden für ihre Aufgabenstellung das zu empfehlen, was wir für geeignet halten. Dies gelingt uns nur, wenn unsere Partner uns vertrauen – und uns mögen.»

Treibhaus für Wachstum

Chromos ist heute denn auch mit einer geballten Ladung an Global Playern ausgestattet. «Wir beabsichtigen, die Bereiche Offset, Packaging, Label, Digital, Coding, Inkjet und Service eigenständig voranzutreiben und gleichzeitig als gesamte Gruppe das umfassende Know-how noch intensiver und vernetzter zu nutzen», erklärt der Firmenchef. Denn nicht mehr alleine in einer Hardware, nicht mehr in dem einen Material oder der einen Software liegen heute die besten Lösungen, sondern in den raffinierten Verknüpfungen mit- und untereinander. Dazu gehören eben auch Geschick, Erfahrung und ein wenig Glück, an den internationalen Märkten die richtigen Partner für die richtige Technik zu finden und auszuwählen. «Wir betreiben hier ein kleines Treibhaus», umschreibt Rolf Broglie diesen Auswahlprozess. «Wir sehen eine Technik oder ein Produkt, schätzen die Chancen ein und versuchen das Pflänzchen grosszuziehen. Auch Indigo hat in den ersten Jahren keinen Profit abgeworfen. Es musste erst in aller Ruhe wachsen», sagt er. Heute hat man etwa 80 Installationen in der Schweiz – und durch die Bank zufriedene Kunden.

So betrachtet sind Rolf und Daniel Broglie und damit Chromos «Trendscouts» mit Gespür für das Kommende. So leitete Rolf Bro-

glie zum Beispiel mit der weitsichtigen Entscheidung zur Übernahme der Imsag 2008 einen unglaublich wertvollen Schritt auf dem Weg zum Dienstleistungspartner ein. Denn das Serviceunternehmen ist für die Schweiz und in der grafischen Industrie einzigartig durch seine Unabhängigkeit von



Daniel Broglie

Fabrikaten und Marken. Damit empfiehlt es sich für Wartungsarbeiten, Umzüge, Inbetriebnahmen, Umbauten, Retrofit-Arbeiten oder auch für Notfalldienste. Heute ist die Imsag ein Unternehmensteil, der kleinere und grössere Produktionseinheiten der Druckindustrie sprichwörtlich am Laufen hält. «Druckereien unterhalten heute nun einmal keine eigenen Servicekräfte mehr und auch früher übliche Back-up-Lösungen verschwinden zusehends», sagt Rolf Broglie. «Die Verantwortung trägt einmal mehr der Händler.» Damit ist der Service – von vielen lange Zeit unterschätzt – für Druckereien quasi überlebenswichtig und für die Chromos-Gruppe zu einem wesentlichen Standbein geworden.

«We are one company»

Zudem hat Chromos über all die Jahre durch eine kluge Produktpolitik ein breit gefächertes Portfolio aufgebaut. Das kann den Druck aus mancher Entscheidung nehmen, da keine bestimmte Lösung erzwungen werden muss. So erhalten die Kunden ein Stück Freiheit, da sie nicht vor einem Entweder-oder stehen, sondern vor der angenehmen Qual der Wahl. Auch das schafft Vertrauen.

So ist etwa der Digitaldruck ein Segment, das sich inzwischen wie eine Klammer um das gesamte Portfolio gelegt hat, wichtige Märkte abrundet und mit innovativen Impulsen verstärkt. Chromos jetzt aber in die Schublade Digitaldruck stecken zu wollen, wäre allerdings eine Fehleinschätzung.



Rolf Broglie

Denn offensichtlich hatte man auch beim Offsetdruck die richtige Nase, als man sich für Ryobi entschied und Komori einem anderen Handelshaus überliess. «Wir haben 2015 im Offsetbereich so gut verkauft wie schon lange nicht mehr», stellt Daniel Broglie fest. Dabei kann Chromos den Vorteil ausspielen, komplexe Investitionen von Anfang an aus mehreren Blickwinkeln und aus der Sicht und Erfahrung unterschiedlicher Fachleute betrachten zu können und nichts erzwingen zu müssen.

Das genau ist auch der Kern dessen, was Daniel Broglie mit intensiverer Vernetzung meint. Weil Workflows und Produktionstechniken hochintegrativ sind und das eine abhängig vom anderen ist. Diese Synergien gibt es bei Chromos, sie sollen aufgespürt und gelebt werden. Dazu ist das Firmenmotto 2016 mehr als geeignet: «We are one company.»

Der vorliegende Text ist ein Auszug aus der im «Druckmarkt Managementmagazin» 89/2016 erschienenen Titelgeschichte zum Anlass des 70-Jahre-Jubiläums der Chromos AG.

CHROMOS-PACKAGING MIT DABEI

VERPACKUNG – EINDRUCKSVOLL VEREDELT



«Wir sagten uns: Wenn wir schon seit bald zehn Jahren erfolgreich Tubenlamine für den Body- und Health-care-Bereich drucken, können wir unseren Kunden gleich die ganze abfüllfertige Laminattube anbieten. Diese abfüllfertige Laminattube – das ist jetzt das neue Produkt, das wir anbieten.»

Markus Wirth, Geschäftsleitung Flexible Verpackung, Permapack AG

Der Erfolg eines Body- oder Healthcare-Produktes steht und fällt mit der Verpackung. Permapack hilft in der Entwicklung, druckt und produziert verkaufswirksame Verpackungslösungen für den Kosmetikmarkt und zieht mit seinem Know-how alle veredelungstechnischen Register: mit Heiss- und Kaltfolienprägungen, raffinierten Lacken mit Soft-Touch-Effekt, Iridin-Pigmenten, Duftlack, Hologrammen und anderen Raffinessen. Die Kombination verschiedener Druck- und Veredelungsverfahren ist die Kernkompetenz von Permapack.

Namhafte Kosmetikerhersteller der Bereiche Body- oder Healthcare setzen auf die Verpackungsdekorationen von Permapack. Das unter anderem auf den Druck und die Produktion von Laminattuben spezialisierte Unternehmen Permapack mit eigener Druckvorstufe garantiert eine effiziente Produktion bei konstant hoher Qualität. Dabei können die drei Druckverfahren Flexo-, Sieb- und Digitaldruck mit bis zu zehn Farben bei gleichzeitiger Veredelung mit Lacken und Prägefolien zum Einsatz kommen.

Moderne Druck- und Verpackungstechnologien sind das eine. Was indessen genauso ins Gewicht fällt, ist die Beratung. Permapack unterstützt die Kunden bereits in der Projektphase, bei der Designentwicklung des Sujets, und weist zusätzlich auf alle Möglichkeiten hin, die für den Kunden von Interesse sind. Markus Wirth versichert: «Da wir Laminattuben nicht <nur> drucken und veredeln, sondern auch auf modernsten Anlagen im Hause produzieren, haben unsere Kunden nur einen Ansprechpartner und Lie-

feranten, der für alles zuständig ist. Ob Abfüller oder Endkunde – wir beraten umfassend und übernehmen auf Wunsch auch die Projektleitung und realisieren gemeinsam mit den Kunden Toplösungen.»

Begleiter und Partner von Permapack analog ...

Chromos ist als Begleiter und Partner seit 1999 mit dabei. Und zwar bei zwei der genannten Druckverfahren, die Permapack im Dienst ihrer Kunden einsetzt: beim Flexo- und beim Digitaldruck. Für einen qualitativ hochstehenden Flexodruck hat Chromos die Permapack AG bei der Einführung der wasserauswaschbaren Asahi-Flexodruckplatten begleitet. Diese eignen sich für den Einsatz mit lösemittel- und wasserbasierten Farben und werden in der Druckplattenherstellung mit Wasser ausgewaschen. Auch Auswasch- und Plattenreinigungsanlagen, ein Belichter sowie eine Rasterwalzen- und eine Farbdosieranlage wurden durch Chromos geliefert.

... und digital

Aktuell ist die Anfang 2016 erfolgte Investition in eine zweite Digitaldruckmaschine, ebenfalls geliefert von der Chromos AG. Nachdem Permapack vor einem Jahr in eine neue HP-Digitaldruckmaschine investiert hatte, erweiterte das Rorschacher Unternehmen nun den Maschinenpark mit einer HP Indigo 20000 Digital Press. Diese ist für den Breitbahndruck ausgelegt. Damit ist Permapack in der Lage, ein breiteres Spektrum an Kundenbedürfnissen abzudecken.



Der Anfang in Sachen Tube – eine Idee bahnt sich ihren Weg

1841. Der Maler John Rand ärgert sich darüber, dass ihm die Farben auf der Palette immer eintrocknen. Da kommt ihm die Idee: Er legt Metall unter eine Handpresse, wickelt dieses und versieht das dabei entstandene Röhrchen mit einem Gewinde. Fertig ist die Tube. 1841 erhält Rand ein Patent auf seine Erfindung. In den 1950er-Jahren kommen die ersten Kunststofftuben auf den Markt, die sich beim Ausdrücken nicht verformen.

TRANSPARENZ IN HÖCHSTER VOLLENDUNG

«GL Film is a transparent barrier film with the world's highest level barrier performance and a wide array of variations. It is used for over 15 000 products by 1500 companies in more than 45 countries and regions.»

Toppan research (10/2013)

Toppan und Chromos ...

Die Zusammenarbeit zwischen Toppan Printing und der Chromos AG besteht bereits seit 1978. Dank ausgezeichneten Beziehungen von Chromos zu Konvertern in der Branche der flexiblen Verpackung in der Schweiz und in den angrenzenden Ländern war Chromos in der Lage, die GL-Technologie von Toppan aus Japan nach Europa zu bringen. Waren es zu Beginn nur einzelne Projekte bei wenigen Kunden, so beliefern und betreuen wir heute eine sehr breite Basis von Kunden mit unterschiedlichsten Projekten in ganz Europa.

... seit 1978 Partner

- Chromos verkauft und beliefert Kunden mit GL-Folien in ganz Europa
- Chromos ist für die Kundenbetreuung und die Marktbearbeitung verantwortlich
- Toppan bietet den technischen Support wo nötig
- Gemeinsam betreuen Toppan und Chromos die Global Key Accounts
- Chromos unterstützt die Betreuung von Endkunden und weiteren Marktbegleitern wie zum Beispiel Kleber- und Farbersteller
- Zusammen werden neue Produkte am Markt vorgestellt und eingeführt

Japanische Zuverlässigkeit

Wie üblich erfüllen Produkte aus Japan einen ungemein hohen Qualitätsstandard. Damit ist für den Endkunden eine grosse Sicherheit gewährleistet. GL-Filme von Toppan bieten hervorragende Eigenschaften in Bezug auf die Sauerstoff- und Wasserdampfbarriere. Die Folien sind hochtransparent, mikrowellentauglich, metalldetektierbar und in allen gängigen Druckverfahren bedruckbar. Spezielle Typen sind zudem steriltüchtig. Toppan hat sein Produktportfolio über all die Jahre stetig weiterentwickelt, um den steigenden Anforderungen des Marktes an die Anwendungen gerecht zu werden. Durch die langjährige Erfahrung in der Produktion transparenter Hochbarrierefolien ist Toppan heute Weltmarktführer im Bereich anorganische Barrierefolien für den Verpackungsmarkt.

Markt für flexible Verpackungen

Neue Märkte für den Endverbraucher sowie für Konverter entwickeln sich etwa in Osteuropa und Afrika. Eine weitere Tendenz ist der Vormarsch der flexiblen Verpackungen auf Kosten konventioneller Verpackungslösungen wie Glas oder Dosen. Der von Chromos für Toppan betreute Verpackungsmarkt in Europa verändert sich stetig. Aufstrebende Märkte sind derzeit Polen, Portugal oder Tschechien. Der Markt wird zunehmend von Global Playern dominiert, lässt aber auch Raum für lokale, spezialisierte Anbieter.

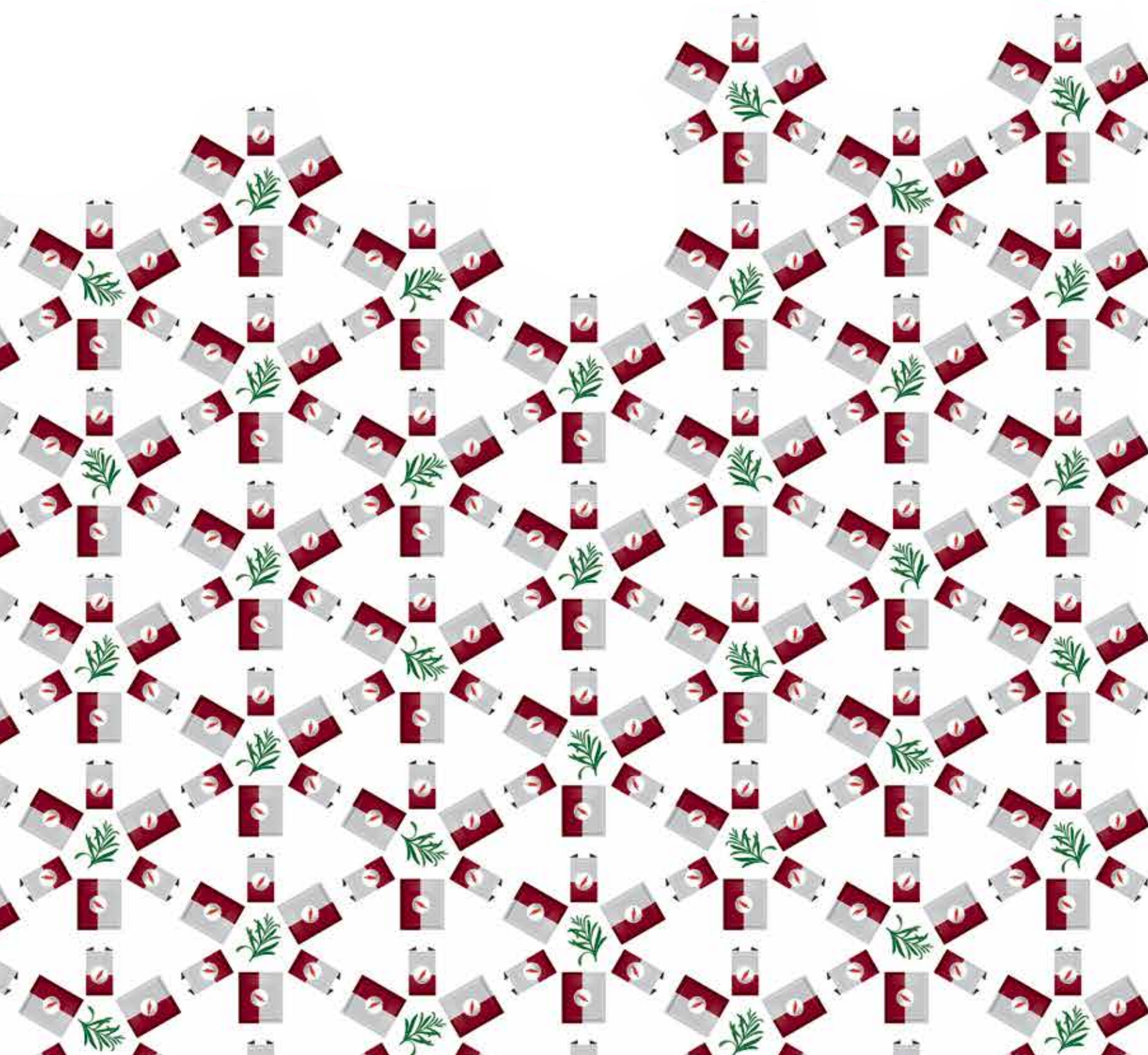


Hohe Flexibilität

Toppan-GL-Filme sind transparente Barrierefolien mit hervorragender Sauerstoff- und Wasserstoffbarriere, entwickelt auf der Basis von Toppans patentierter Top-Coating- und Vakuum-Beschichtungstechnologie. Durch diese Mehrschichttechnologie wird die Flexibilität der Barriere erhöht und die mechanische Belastbarkeit bei der Verarbeitung verbessert. Dies ist v. a. bei den steriltüchtigen Folientypen entscheidend, weil zusätzlich zur mechanischen Belastung noch die der Sterilisation hinzukommt.

CHROMOS-PACKAGING MIT DABEI

WÜRZIGE VERPACKUNGSIDEE



«Der Ampac-Marinadenbeutel ist aus den Anforderungen unserer heutigen schnelllebigen Gesellschaft entstanden. Mit diesem innovativen Produkt bieten wir unseren Kunden ein klar höheres Convenience-Level an.»

Adrian Häberli, General Manager Ampac Flexibles AG

Ampac Flexibles AG in Kirchberg ist ein führender Hersteller für Verpackungen in den Bereichen Nahrungsmittel, Agrochemie, Medizin, Technische Produkte sowie Tierfutter und gehört zum ProAmpac-Konzern. In Europa hat ProAmpac zwei Niederlassungen im Bereich der flexiblen Verpackung, von denen der Standort Kirchberg der grössere ist und rund 135 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

In den beiden Produktionsstätten in Europa hat sich das Unternehmen auf die Produktion qualitativ hochstehender, mit bis zu zehn Farben bedruckter und kaschierter Rollenware sowie auf die Herstellung vorgefertigter Beutel, wie Standboden-, Steh- und Flachbeutel, spezialisiert. Den Erfolg verdankt Ampac seinen innovativen Strategien, der Kreativität im Design und ausgefeilten technischen Möglichkeiten, die dem Unternehmen einen unumstrittenen Wettbewerbsvorteil verleihen.

Globale Expansion und Reichweite

Ampac sieht sich als Experten für konstruktive Lösungen und Innovationen auf dem Gebiet der Verpackungsherstellung. In enger Zusammenarbeit mit den Kunden profitiert man beiderseitig von unterschiedlichen Erfahrungen. Dank strategischer Führung der Teams gelingt es dem Unternehmen, neue Denkweisen zum Nutzen seiner Kunden umzusetzen. Vor mehr als zehn Jahren hat Ampac erkannt, dass die Zukunft von globaler Expansion und Reichweite abhängig ist.

Heute führt Ampac innovative Produktionsstätten auf drei Kontinenten – Amerika, Europa und Asien – mit Werken in sieben Ländern, deren Märkte bedient werden. Ampac verfügt über globale Lieferantenbeziehungen und arbeitet weltweit an der Entwicklung neuer Designkonzepte und technischer Vorteile für Verpackungen. Weitere Bereiche des ProAmpac-Konzerns sind Retail sowie Security Bags. Gesamthaft beschäftigt ProAmpac rund 2500 Mitarbeiternde in 18 Niederlassungen.

Langjähriger Partner

Chromos unterstützt Ampac seit vielen Jahren mit marktgerechten Produkten, Dienstleistungen und Lösungen zur Herstellung flexibler Verpackungen. Zusammen mit unseren Lieferpartnern Siegwirk Druckfarben und Morchem Kaschierklebstoffe hat Chromos für Ampac Systemkombinationen für hochwertige Verbundfolien, bedruckt im Flexodruck, entwickelt und gemeinsam mit Ampac erfolgreich im Markt eingeführt.

Die Leistungen von Chromos umfassen die gesamte Wertschöpfungskette in der Herstellung flexibler Packstoffe von der Vorstufe über sämtliche Veredelungsprozesse bis hin zu automatisierten und effizienten Abfallhandling-Systemen. Chromos unterstützt seine Kunden zudem mit Serviceleistungen und Beratungen bei der Optimierung von Prozessen zur Effizienzsteigerung.



Der Marinadenbeutel hat's in sich

Der Ampac-Marinadenbeutel ist ein innovativer 3-Siegelrandbeutel mit einer speziellen Zipperlösung. Die Vorderseite des Beutels besteht aus einer Aluminiumverbundfolie und die Rückseite aus einer transparenten Hochbarrierefolie – beide im Flexozwischenlagendruck bedruckt. Der Zipper hat eine Membran mit einer vordefinierten Sollbruchstelle, die das Wiederverschlussprofil des Zippers bis zum ersten Öffnen des Beutels vor dem Füllgut schützt. Circa 200 ml Marinade (nicht der Kühlkette unterliegend) werden in den Beutel gefüllt, womit circa 1 kg frisches Fleisch binnen 120 Minuten fertig mariniert werden kann. Der Ampac-Marinadenbeutel bietet ein neues Convenience-Level, indem eine marinierte Mahlzeit schmutzfrei und mit Zeitgewinn zubereitet werden kann.



EIN RAUM FÜR ERLESENES



«Gut gemachte, innovative Printprodukte wird es immer geben. Mit unserem Konzeptladen «erlesen – Raum für gedruckte Feinkost» wollen wir dafür eine Plattform bieten.»

Florian Knapp, Präsident der «erlesen»-Genossenschaft



Schön Gedrucktes ist anziehend und findet seine Käufer. Mitten in Bern steht das Ladengeschäft der «erlesen»-Genossenschaft mit einem wunderbaren Potpourri aus der Welt des Drucks.

Der Name «erlesen – Raum für gedruckte Feinkost» sagt es bereits: Der sorgfältig kuratierte Laden hat sich voll und ganz dem gedruckten Produkt verschrieben. Natürlich gehören hochwertige Bücher und Magazine zum Angebot, aber auch Sonderformate, Kunst und viel Kreatives bringen den Besucher zum Staunen.

«Es gibt so viele spannende Spielereien rund um Gedrucktes», meint Anja Vatter, Mitgründerin von «erlesen». «Diese Pro-



dukte lassen sich oft nicht in Schubladen pressen und sind daher auch nicht einfach zu finden – darum haben wir dieses Projekt lanciert.»

Schönes rund um Wort und Bild

Erlesen ist das erste Ladengeschäft im Berner Zentrum für Kulturproduktion «PRO-GR». Hier arbeiten denn auch viele Kunstschaffende an gedruckten Publikationsformaten, die bisher keine ständige Plattform für ihre Produkte hatten. Der neue Raum schliesst diese Lücke. So gehören denn auch Texte, Grafiker, Illustratoren und Kunstschaffende zur Genossenschaft. Es sei aber ganz klar der Anspruch von «erlesen» nicht nur Liebhaber von Nischenprodukten



anzusprechen, betonen die Initianten. Unter dem Angebot findet man auch Dinge für das Alltägliche, Gedrucktes für Kinder und Geschenkideen.

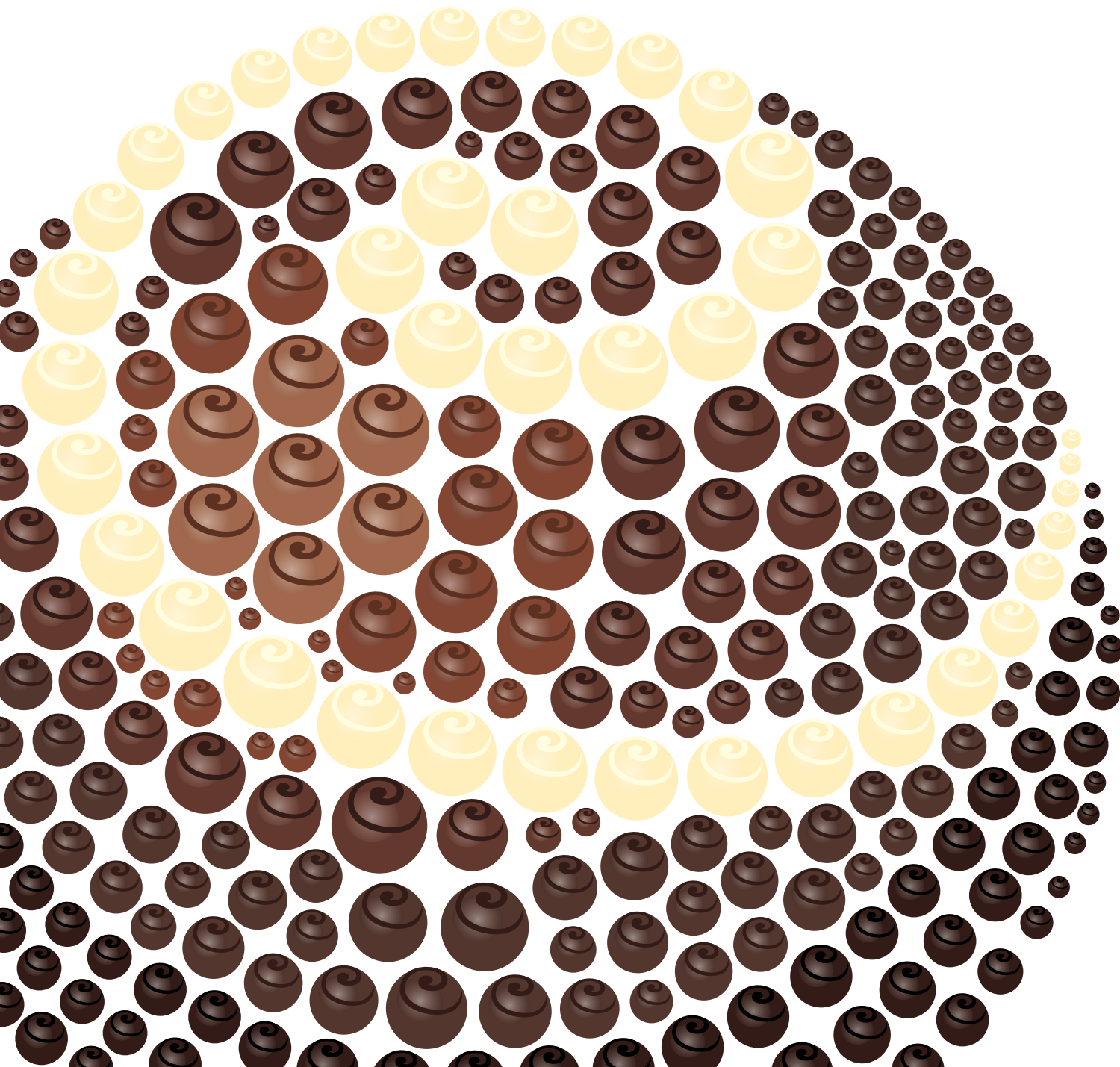
erlesen

Raum für gedruckte Feinkost

Speichergasse 4
EG West, Atelier 011
3011 Bern
www.erlesen.org

CHROMOS-CODING MIT DABEI

GENUSS PUR MIT PASSENDER CODIERUNG



«Der Erhalt der Aromastoffe, der Schutz der heiklen Fettstoffe, die gesetzlichen Pflichtangaben wie Deklaration und Haltbarkeit sowie das verführerische Erscheinungsbild einer Schokoladenspezialität stellen grosse Herausforderungen an die Verpackung und sind Grundlage eines erfolgreichen Verkaufes.»

Mischa Klaus, Inhaber KLAUS Coniserie und Café AG

Im Bereich Nahrungsmittel muss die Codierung höchste Anforderungen erfüllen. Sie darf keine Verunreinigung verursachen und benötigt schnell trocknende Tinten, damit die hohen Anlagengeschwindigkeiten nicht beeinträchtigt werden. Für Schokoladeprodukte bedeutet dies insbesondere den Einsatz von FDA- und EU-zugelassenen, lebensmittelechten Verbrauchsmaterialien oder den Einsatz von Lasern.

Erfolgreich mit Domino ...

Chromos ist seit über 30 Jahren Partner von Domino. Domino bietet folgende Produktreihen an:

- Das vielseitige CO₂-Laser-Produktprogramm der D-Serie plus wurde entwickelt, um erstklassige Codes auf eine Vielzahl von Produkten aufzubringen. Aufgrund ihrer überlegenen Zuverlässigkeit und des äusserst geringen Wartungsbedarfs wirken sich Lasercodierungssysteme positiv auf die Gesamteffektivität einer Anlage aus.
- Inkjet-Codierer mit niedrigsten Gesamtbetriebskosten (TCO) für nahezu alle Branchen und Anwendungen. Das integrierte i-Tech-Modul macht herkömmliche präventive Wartungsarbeiten überflüssig.
- Thermo-Inkjet-Codierer, das modulare System für flexible Codierlösungen für hohe Liniengeschwindigkeiten. Die intelligenten i-Tech- und Kartuschenfunktionen garantieren einen einfachen Betrieb.
- Die Produktpalette der M-Serie bietet modulare Lösungen für die Etikettenbeschriftung. Unabhängig davon, ob Sie ein Stand-alone-System oder ein komplexeres, integriertes System benötigen.

- Thermotransferdrucker mit überlegenen Leistungsmerkmalen: Dank der technologischen Fortschritte, die den Einsatz dieser Technik wirtschaftlicher machen, ersetzt das Verfahren immer häufiger ältere, nicht digitale Techniken – darunter Heisstempel und Rollencodierer.

Die Domino-Kennzeichnungssysteme sind für den Druck hochwertiger, alphanumerischer Codes, einschliesslich Barcodes, 2D-Datamatrix-Codes und QR-Codes auf einer Vielzahl verschiedener Produktoberflächen konzipiert.

... und Meypack

Im Bereich Coding ist Chromos zudem seit über 20 Jahren erfolgreicher Lieferantpartner von Meypack.

Meypack ist Spezialist für leistungsfähige, zuverlässige und individuelle Endverpackungsmaschinen – Anlagen, die bei zahlreichen Unternehmen in der Schweiz und der ganzen Welt erfolgreich in Betrieb sind. Die Meypack-Kartonverpackungsanlagen stehen als getaktete oder kontinuierlich arbeitende Anlagen zur Verfügung. Die getakteten, sehr flexiblen Maschinen verpacken in Trays, Wrap-around-Kartons und Trays mit Deckel.

Wir als Chromos verfügen über das erforderliche Know-how, um die richtige Technologie für Ihren Einsatzzweck auszuwählen und bieten Ihnen die entsprechende Unterstützung, wenn es darum geht, die Produktivität Ihrer Fertigungslinie langfristig zu maximieren.



Kulinarische Verführung mit den besten Zutaten

Mitten in der historischen Altstadt von Bülach befindet sich die KLAUS Coniserie und Café AG. In dritter Generation werden hier edle Süssigkeiten produziert und verkauft. Im Sinne eines «Chocolatier Artisan» werden hochwertige natürliche Rohstoffe eingekauft und in aufwendiger Handarbeit zu kulinarischen Verführungen entwickelt. Täglich frisch entstehen auf diese Weise ebenso, elegante wie gradlinige Leckereien. Sie rechtfertigen den Erfolg des Unternehmens mit 30 Mitarbeitenden als hochpreisiger Nischenplayer in einem hart umkämpften Markt.

CHROMOS-LABELS MIT DABEI

EINFACH SCHÖN – DAS SCHWEIZER KOLA

«Da hat sich nichts geändert:
Wir produzieren, füllen ab und
drucken auch heute in der Schweiz.»

Christian Forrer, Geschäftsführer Vivi Kola GmbH

MIT CHRISTIAN FORRER SPRACH
KATINKA GYOMLAY

Chromos: 24 Jahre war das «Kola der Schweiz» vom Markt verschwunden. Warum habt ihr die Marke zu neuem Leben erweckt?

Christian: Vor 11 Jahren kamen wir ganz zufällig auf die Idee, ein Revival zu versuchen. Ich bin Werbefraferiker von Beruf und kenne mich daher mit Etikettendesign und Verpackungsgestaltung aus. Nicht unerheblich war, dass ich im «Geburtsort» das Vivi Kola aufgewachsen bin. Das Produkt von damals, die Aufmachung und die künstlerisch gestalteten Werbeplakate haben mich von klein auf in ihren Bann gezogen. Der Prozess bis zum verkaufsfertigen «neuen alten» Vivi Kola hat dann natürlich viel Zeit und Herzblut gekostet.

Dabei war euch der Aspekt «Schweiz» wichtig.

Ja, einerseits von der Historie her, andererseits aber auch im Hier und Jetzt: Wir produzieren, füllen ab und drucken in der Schweiz. Was den Markenauftritt angeht, haben wir uns aber vom Schweizerkreuz gelöst.

Seit April dieses Jahres hat Vivi Kola einen neuen Auftritt.

Genau. Ein Grund ist sicher, dass wir in der Stadt Zürich ziemlich Gas geben konnten. Die Zeit war reif für einen neuen, urbaneren Look. Ich wollte etwas entwerfen, was mir gefällt und mich auch nicht mehr zu sehr auf Kompromisse einlassen. So ist das neue Logo entstanden.

Gleichzeitig habt ihr eine Spalte mit Infos auf das Etikett drucken lassen.

Es war uns wichtig, dass der Auftritt zwar ganz neu daherkommt, aber sich dennoch die Geschichte des Vivi Kola auf der Flasche widerspiegelt. Insbesondere die jüngere Generation erfährt so viel über das Produkt. Es ist eine Weiterentwicklung – und grafisch war es eine Herausforderung.

Warum?

Es war anspruchsvoll, relativ viel Text in ansprechender Weise auf die Flasche zu bringen – ohne das Hauptlogo zu stören – und gleichzeitig zu gewährleisten, dass alles optimal zur Geltung kommt.

Auch wir als Chromos setzen auf Etikette

Mit dem Kompetenzzentrum für die Schweiz, Österreich und Deutschland bietet Chromos-Labels alle Varianten des Etiketten- und Verpackungsdrucks (Offsetdruck, translative Technologien, Digitaldruck usw.) an. Zu unseren Lieferpartnern zählen u. a. Omet, Durst und Codimag. Seit 2015 ist das Team der Chromos GmbH in Deutschland Drehscheibe für alle Kundenmärkte. Damit kommt alles aus einer Hand: von der Beratung über den Vertrieb bis zur Installation sowie zu den Service- und Garantieleistungen.



Revival einer Kultmarke

1938 wurde Vivi Kola als erstes Schweizer Kolagetränk lanciert. Als Sponsor der Tour de Suisse erlangte die Marke landesweit Bekanntheit. Die legendäre Etikette mit der Weltkarte wurde von der Belegschaft, von Aussendienst- und Kadermitarbeitern während der Pausen entworfen. 1986 wurde die Produktion eingestellt. Heute wird Vivi Kola basierend auf dem Originalrezept zu 100% in der Schweiz hergestellt und ist als Vivi Kola Siro auch zuckerfrei erhältlich. Just seit April dieses Jahres erscheint das Getränk in neuem, schlichtem Look und wird in der ganzen Schweiz vertrieben.

CHROMOS-INKJET MIT DABEI

HIGH SPEED MIT HIGH END



Ausgezeichnet: Dem HP PageWide XL wurde für seine herausragende Designqualität der Red Dot Award «Best of the Best» verliehen. Den iF Gold Award «Best of the Best» für internationales Produktdesign erhielt der Drucker HP PageWide XL 8000.

Müssen sich Anwender beim Drucken tatsächlich für bessere Qualität oder höhere Geschwindigkeit entscheiden? Nein, denn der HP PageWide XL konsolidiert alle Optionen in einer Lösung. Anders als andere Tintenstrahltechnologien ermöglicht der Druckkopf des HP PageWide XL eine äusserst dichte Düsenanordnung, die eine hohe Geschwindigkeit und Qualität gewährleistet. Auch die Entscheidung zwischen Schwarzweiss-LED-Drucker oder farbigem Tintenstrahl drucker ist damit obsolet.

Pläne und Plakate

Vor rund zehn Jahren forcierte HP mit Investitionen in skalierbare Druckkopftechnologien die heute fortschrittlichste Lösung: HP PageWide XL – 4-Farben-Druckköpfe, die über die gesamte Seitenbreite angeordnet sind und punktgenau Tröpfchen auf das durchlaufende Papier abgeben. Somit genügt für jeden Ausdruck ein einziger Durchgang. Und das bei identischer Geschwindigkeit, die alle Rekorde bricht, in einer Qualität, wie man sie von HP zu Recht erwarten kann. Dadurch können Anwender aus Reprografie, Architektur, Ingenieur- und Bauwesen neben langlebigen technischen Dokumenten jetzt auch GIS-Karten in Farbe und hochwertige POS-Plakate in bahnbrechendem Tempo drucken.

Die Geschichte überragender Qualität und hoher Produktivität begann mit Einführung der HP Scalable Printing Technology. «HP SPT» war ein Innovationspaket aus Druckkopftechnologien, speziell entwickelten Tinten, Materialien und hochpräzisen Fertigungsmethoden. Auf dieser Basis wurde die

Weiterentwicklung von Druckköpfen vorangetrieben. Im Jahr 2006 ging daraus die erste Anwendung vom Typ HP PageWide hervor: fünf 108 mm breite Zwei-Farben-Druckköpfe mit insgesamt 10560 Düsen. Im Jahr 2008 wurde dieses Konzept in der Rollendruckmaschine HP T300 Color Inkjet auf 140 dieser Druckköpfe erweitert.

Schauen Sie vorbei!

Basierend auf der Technologie, die sich bereits in den HP-Inkjet-Rollendruckmaschinen bewährt hatte, wurde 2013 mit den Business-Druckern fürs Büro (HP X-Serie) die nächste Generation der HP-PageWide-Technologie eingeführt. Dieser Druckkopf profitiert von massgeblichen technischen Weiterentwicklungen: vier Tintenfarben mit 10560 Düsen pro Farbe, so dass der Druckkopf mit insgesamt 42240 Düsen bestückt ist. Und 2015 legte HP PageWide XL den Grundstein für eine neue Generation von Grossformatdruckern, die mit insgesamt acht 129 mm breiten Druckköpfen bestückt sind, so dass eine Druckbreite von einem Meter erzielt wird.

Erleben Sie den schnellsten Grossformatdruck in Monochrom und Farbe mit bis zu 50% Einsparungen bei den Gesamtproduktionskosten. Drucken Sie schneller als mit alternativen Druckern. Dies gilt selbst für die schnellsten LED-Drucker. Bei der Chromos AG sind alle PageWide-XL-Modelle erhältlich. Um sich persönlich von den Vorzügen zu überzeugen, können Sie in unserem Democenter den PageWide XL 8000 inklusive Stacker besichtigen.



Schnell, schneller, PageWide

Anders als andere Tintenstrahltechnologien ermöglicht der Druckkopf des HP PageWide XL eine äusserst dichte Düsenanordnung. Bei der HP-Technologie sind über 200000 Düsen in einer Druckeinheit über die gesamte Seitenbreite angeordnet. Dies erbringt bahnbrechende Druckgeschwindigkeiten. Längere Wartungsintervalle sorgen zudem für herausragende Resultate und einen nachhaltigen Anstieg der Produktivität. Es ist somit möglich, mit pigmentierter Tinte bis zu 900m² in der Stunde zu drucken.

CHROMOS-INKJET MIT DABEI

NICHTS IST UNMÖGLICH

«Der Business-Kreativität sind mit der Inkjettechnologie keine Grenzen gesetzt. Zudem wird uns die 3D-Drucktechnologie bereits in naher Zukunft fordern. Der digitalen Transformation verleiht das einen ungeheuren Vorwärtsschub!»

Paul von der Crone, Chromos AG

Mittlerweile lässt die Inkjettechnologie keine Druckwünsche mehr offen. Von kleinsten Pillendosen bis hin zu Autos, Bussen, Zügen, Seilbahnen oder gigantischen Plakaten, die ganze Häuserfassaden bedecken. Bedruckbar ist fast alles: Textilien, Selbstklebefolien, PVC-Planen oder Plakatpapier, aber auch starre Materialien wie Acrylglas, PVC-Hartschaumplatten oder Aluminiumverbundplatten. So gross die Vielfalt bei den Bedruckstoffen, so gross auch die Vielfalt bei den Druckmaschinen.

Grosse Auswahl

Chromos bietet für jedes Anliegen den richtigen Printer. Das Unternehmen legt im Bereich Large Format Printing den Fokus aber je länger, je mehr auf die ganz grossen Maschinen mit entsprechender Geschwindigkeit: die sogenannten Super Wide Format Printer, die eher auf eine industrielle Nutzung ausgelegt sind. Diese umfassen die Teilbereiche Rolle zu Rolle (flexible Materialien auf einer Rolle als Bedruckstoff) und Flachbett (auch starre Materialien wie die bereits erwähnten Hartplatten oder Holz, Glas, Keramik u. a.). Unterschieden wird zudem zwischen den Tintentechnologien: Drucker können mit wasserbasierter Technologie (hierzu gehört die Latextinte von HP), Ecosolvent-Technologie (lösungsmittelhaltig) oder mit UV-Technologie ausgestattet sein. Im Folgenden eine Auswahl aus dem aktuellen Portfolio von Chromos für die industrielle Nutzung.

Durst 163TS (UV-Rollendrucker; Druckbreite 1,6 m; Max. 25 m²/h). Der Rolle-zu-Rolle-UV-Inkjetdrucker Rho 163 TS Plus ist für die Produktion von Autobahn- und Strassenschildern mit speziellen 3M-UV-Tinten und die 3M-Reflexionsfolien konzipiert. Er ist schneller als die Rho 162TS und kann auch Platten bedrucken.

Durst 250WT (WT-Flachbettendrucker; Druckbreite 2,5 m; Max. 250 m²/h). Der Rho WT 250 HS repräsentiert eine neue Generation von Druckern auf Basis der Durst Water Technology. Das System verfügt in der Optik und Haptik über Offsetqualität und hat geruchsfreie und migrationsarme Tinteneigenschaften, welche die strengsten Gesundheits- und Sicherheitsbestimmungen erfüllen.

HP Latex 1500 (Latex-Rollendrucker; Druckbreite 3,2 m; Max. 150 m²/h). Sie ist die kleine Schwester der Latex 3000 und nun auch für Kunden mit etwas niedrigerem Volumen interessant. Die Latex 1500 besticht durch erstklassige Druckergebnisse und kurze Produktionszeiten, aber natürlich auch durch die allseits bewährte und ökologische Latex-technologie.

Mimaki UJV55-320 (UV-Rollendrucker; Druckbreite 3,2 m; Max. 110 m²/h). Mimaki hat mit der UJV55-320 ein neues Wide-Format-Drucksystem mit besonders umweltfreundlicher LED-UV-Technologie mit schnell härtenden und flexiblen UV-Tinten angekündigt. Der ausschlaggebende Punkt ist bei dieser Maschine der Preis. Die Mimaki UJV55-320 ist eine der günstigsten ihrer Klasse.

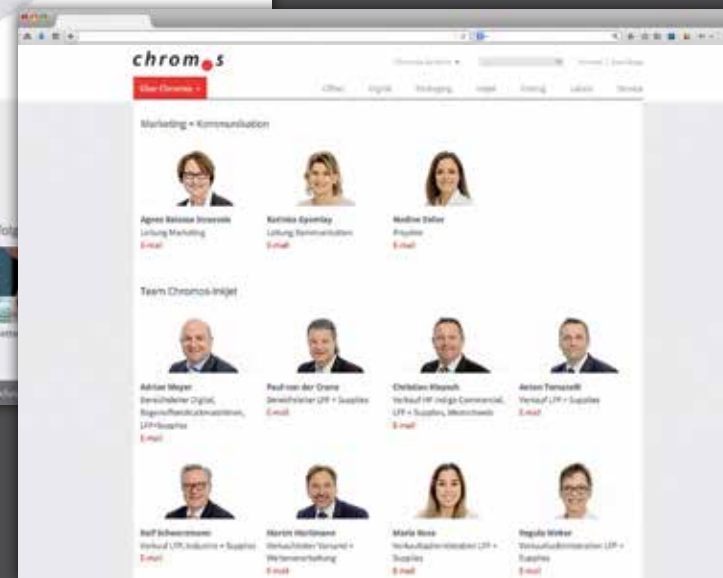


Wie bedruckt man eine Seilbahn?

Die Seilbahn wird natürlich nicht direkt bedruckt, sondern mittels bedruckter selbstklebender, hochelastischer und dehnfähiger Kunststoffolie auf der Aussenhaut voll- oder teilverklebt. Die Kunststoffolie wird nach dem Bedrucken mit einem Laminat versehen, um die Drucktinte und den Bedruckstoff gegen die UV-Strahlen und andere Witterungseinflüsse zu schützen. Die entsprechend bedruckten und zugeschnittenen Folienteile werden nun in einem Stück mit Hilfe eines Rakels auf den entsprechenden Teilen der Seilbahn angebracht. Die Folie wird an Wölbungen, wie etwa Sicken, Spalten oder Nietens mit einem Heissluftföhn dehnbar gemacht und so der Form des Untergrunds angepasst. Nachdem das Produkt fertig foliert ist, kann durch das Erhitzen der Folienkanten ein neuer Ursprung der Folie erreicht werden. Damit verliert diese ihre Rückzugseigenschaft. Die Seilbahn kann nun im neuen Kleid den Gipfel erstürmen.

NEUER WEBAUFTTRITT

Sportlich unterwegs: Chromos und Imsag haben ihren neuen Markenauftritt auch im Internet umgesetzt. Ob Offset, Digital, Packaging, Inkjet, Coding, Labels oder Service – besuchen Sie uns und kommen Sie mit wenig Klicks schnell ans Ziel!



Übersichtliche Menüs – klare Strukturen

Direkt zum richtigen Ansprechpartner

chromos
starke Marken, starke Lösungen

Chromos AG
Niederhaslstrasse 12
CH-8157 Dielsdorf
Telefon +41 (0)44 855 50 00
www.chromos.ch

imsag
And it works.

Imsag AG
Niederhaslstrasse 12
CH-8157 Dielsdorf
Telefon +41 (0)44 73 222 73
www.imsag.com

STARKE MARKEN – STARKE LÖSUNGEN

Chromos ist Ihr unabhängiges
Handelshaus in den Bereichen
Offset, Digital, Packaging, Inkjet,
Coding, Labels und Service.

Weitere Informationen unter: www.chromos.ch

chromos

starke Marken, starke Lösungen