



connection of competence

Medienkontakt: David Stamp, Director of Marketing & Communications, PrintCity
E: press@printcity.de T: + 44 15242 76425 M: + 49 172 1010 929

PrintCity-Allianz kündigt zur drupa 2008 sieben Competence Center und weitere interessante Attraktionen an

Augsburg, 10. März 2008 – Die PrintCity-Allianz für die drupa sieben Competence Center und weitere neue wichtige Attraktionen für die Besucher angekündigt:

- **Auf der drupa 2008 konzentriert sich die PrintCity-Allianz auf die entscheidenden Vorteile des ‘Connection of Competence’-Netzwerkes für die Kunden** – die in- und externe Zusammenarbeit innerhalb eines Netzwerkes ist der entscheidende Grund dafür, dass diese einzigartige Allianz in den letzten zehn Jahren weltweit solche Erfolge erzielen und eine solche Bedeutung erringen konnte.
- **Das PrintCity-Thema zur drupa 2008 – stellt die Vorteile des ,Connection of Competence’-Netzwerkes sowie weitere Nutzenaspekte für die Besucher dar**

**Connection
of competence**

- **Sieben wegweisende Competence Center der PrintCity-Allianz in Halle 6** – hier werden den Besuchern die neuesten Technologien präsentiert und erklärt. Darüber hinaus bekommen sie hier umfassende, die gesamte Wertschöpfungskette abdeckende Informationen – von kompetenten Herstellern, die in diesen Bereichen sehr eng zusammen arbeiten. Die sieben Competence Center fokussieren sich auf folgende Themen:
 - **Markenschutz (Brand Protection)**
 - **Lebensmittelverpackungen (Food Packaging)**
 - **Value Added UV Printing (Mehrwert im UV-Druck)**
 - **Value Added Web Offset (Mehrwert im Rollenoffset)**
 - **Workflow Integration und Networking**
 - **Digital TransPromo**
 - **Druck und elektronische Medien (Print Meets Electronic Media)**
- **Das neue PrintCity-Projekt ‘Print + X’ fokussiert sich auf die neuesten Möglichkeiten im Druck** – Die PrintCity-Allianz und der Fachverband der Medienproduktoren (f:mp.)

präsentieren auf der drupa das gemeinsame Projekt Print+X, das die Möglichkeiten und Vorteile des Value-Added Printing (des Druckens mit Mehrwert) aufzeigt.

- **Die neue Print4Life Lounge im Zentralbereich der PrintCity-Allianz** – sie soll Markeninhabern, Designern, Werbeagenturen und Drucksacheneinkäufern die Möglichkeiten aufzeigen, die PrintCity-Mitglieder mit neuesten Technologien und ihren Erfahrungen bieten.

PrintCity Competence Center auf der drupa 2008

Auf der drupa 2008 präsentieren die PrintCity Activity Groups die aktuellen Ergebnisse ihrer einzigartigen Projekte in sieben Competence Centern, die sich in diesem Jahr auf die aktuellsten Themen rund um Druck, Publishing und Packaging fokussieren – angefangen bei ‘Workflow’, ‘Bogenoffset’ und ‘Rollenoffset’ über ‘Verpackung’ und ‘Markenschutz’ bis hin zu ‘Druck & Elektronische Medien’ und ‘Digital TransPromo’:

Brand Protection (Markenschutz) — Hohe Sicherheit erfordert einen mehrstufigen Ansatz, der den Herausforderungen der Markenpiraterie auf mehreren Ebenen begegnet. Im PrintCity Brand Protection Centre arbeiten Unternehmen zusammen, deren Technologien sich in idealer Weise ergänzen und zu umfassenden Sicherheitslösungen integrieren lassen. So hat das PrintCity-Projektteam eine neue *pharma box* entwickelt, die eine Vielzahl verschiedener Technologien auf einer einzigen Verpackung kombiniert. Im PrintCity Brand Protection Centre erhalten die Besucher Muster und weiterführende Informationen zu dieser *pharma box*. Darüber hinaus bekommen sie hier einzigartige Möglichkeiten die direkt auf das umfassende Know-how und die Erfahrung der beteiligten Unternehmen zurückzuführen sind.

PrintCity-Mitglieder: JURA / KURZ / MAN ROLAND / MERCK / SUN CHEMICAL / WEILBURGER GRAPHICS

Food Packaging (Lebensmittelverpackungen) — Die Lebensmittelindustrie verlangt Verpackungen, die Lebensmittel über ihre gesamte Lebensdauer hinweg weder beeinträchtigen noch verändern und auch nicht auf Umwelteinflüsse reagieren. Sichere Verpackungen für empfindliche Waren müssen aus untereinander verträglichen Rohstoffen hergestellt werden und sowohl den gesetzlichen Auflagen als auch den Wünschen der Kunden Rechnung tragen — einzeln und in Kombination. Die Hygiene-Anforderungen müssen die Bedingungen des Produktionsprozesses und der jeweiligen Anwendung berücksichtigen. Die chemischen und physikalischen Anforderungen spielen ebenfalls eine grosse Rolle. Experten der PrintCity-Mitgliedsunternehmen stehen zur Verfügung, um die komplexen Herausforderungen im Druck und in der Weiterverarbeitung von Lebensmittelverpackungen zu erörtern.

PrintCity-Mitglieder: ADPHOS ELTOSCH / KURZ / M-REAL / MAN ROLAND / MERCK / SUN CHEMICAL / WEILBURGER GRAPHICS

Value Added UV Printing (Mehrwert im UV-Druck) — Der Druck mit UV-Farben ist eine Schlüsseltechnologie im Rahmen des Value Added Printing (Mehrwertdruck). Ziel und Zweck des Value Added Printing ist eine höhere Differenzierung von Druckprodukten, die Unternehmen im Verpackungs-, Verlags- und Werbesektor Möglichkeiten für den Aufbau neuer Geschäftsfelder eröffnet. Die vollständig überarbeitete, zweite Ausgabe des in der Branche einzigartigen PrintCity-Best Practice-Ratgebers *“UV-Bogenoffset”* zeigt auf, wie höchste Qualität und Produktivität im gesamten Produktionsprozess sichergestellt werden können. Am UV Expert Point werden alle Besucher umfassend über dieses Produktionsverfahren und seine Möglichkeiten informiert.

PrintCity-Mitglieder: ADPHOS ELTOSCH / MAN ROLAND / MERCK / SAPPI / SUN CHEMICAL / UPM

Value Added Web Offset (Mehrwert im Rollenoffset) — Treffpunkt für Rollenoffsetdrucker, Verleger und Drucksacheneinkäufer. Hier können sie sich bei den Marktführern über die neuesten Trends und Technologien informieren. Experten der PrintCity-Mitgliedsunternehmen erklären hier, wie sich mit prozessübergreifenden Projekten im Druck Mehrwert schaffen und die Produktivität erhöhen lassen. **Value Added Printing on Newspaper Presses** (Mehrwertdruck auf Zeitungsrotationen) — gibt einen Überblick über die Vielfalt und Leistungsfähigkeit der verfügbaren Verfahren. **Energy Efficiency** (Energieeffizienz) ist ein systematischer Ansatz zur Erhöhung der Leitungsfähigkeit ganzer Produktionslinien, der Verbrauchsmaterialien und des gesamten Umfelds. **Ultra Wide Web Offset** (Ultrabreiter Rollenoffsetdruck) gibt einen Überblick über die wichtigsten Prozesselemente, die für den hochauflagen Offsetdruck erforderlich sind.

PrintCity-Mitglieder & Partner: AXIMA // BAUMÜLLER / MACDERMID / MAN ROLAND / MEGTEC / SUN CHEMICAL / UPM / WEB OFFSET CHAMPION GROUP

Workflow Integration & Networking — In der Druck- und Medienindustrie werden die Geschäfts- und Produktionsprozesse zunehmend integriert und durchgängig automatisiert. Das Ziel ist letztlich ein intelligenter industrieller Druck, bei dem jeder folgende Produktionsschritt automatisch auf das Ergebnis des vorherigen Schritts reagiert. In digitalen Workflows beginnt und endet der Auftragsdurchlauf beim Kunden und umfasst die gesamte Abwicklung einschließlich der kompletten Produktion. Die digitale Integration bringt Kunden, Designer, Druckereien, Lieferanten und Service Provider in einer virtuellen Produktionskette zusammen. Software-Lösungen liefern schnell und zuverlässig alle Daten, auf der eine effiziente Automatisierung und schlanke Fertigung (Lean Manufacturing) basieren.

PrintCity-Mitglieder & Partner: MAN ROLAND / FUJIFILM / OPTIMUS

Digital TransPromo — Dank der Verfügbarkeit wirtschaftlicher Digitaldrucksysteme können Unternehmen heute Transaktionsdokumente, die bislang praktisch nur als Kostenfaktor gesehen

wurden, in Werbedrucksachen mit Mehrwert verwandeln. Im Ergebnis können sie Transaktionsdokumente als wirkungsvolle Marketinginstrumente nutzen, die den Dialog mit den Kunden fördern und Vorteile wie unter anderem eine deutlichere Differenzierung im Wettbewerb, eine Stärkung von Marken und eine engere Kundenbindung bieten. Hinzu kommen die Möglichkeit des One-to-One-Marketings, mit dem sich Kundenwünsche gezielt ansprechen lassen, höhere Rücklaufquoten erreichbar sind und sich Möglichkeiten für Cross-Selling-Aktionen eröffnen. Eine Reihe von Experten erklärt, wie **Digital TransPromotion** funktioniert, wie sie sich erfolgreich implementieren lässt und wie sie Chancen für neue Geschäftsfelder eröffnet.

PrintCity-Mitglieder & Partner: OCÉ / BÖWE GROUP / LASERMAX ROLL SYSTEMS / UPM

Print Meets Electronic Media (Druck und elektronische Medien) — Im Medienmix von heute ergänzen sich Druckverfahren und elektronische Technologien, wobei es sich aber nach wie vor um separate Technologien handelt. Der nächste Schritt der Entwicklung werden hier konvergente, hybride Systeme sein. Sie vereinen die Vorteile beider Welten. Bereits heute werden die meisten elektronischen Baugruppen mit Drucktechnologien hergestellt (unter anderem gedruckte Leiterplatten, Chips, Antennen). Künftige Anwendungen werden intelligente Verpackungen, intelligente Druckfarben auf Druckerzeugnissen, interaktive Kommunikations-Links, RFID und E-Paper sein. Print Meets Electronic Media beschäftigt sich mit solchen Produkten, Anwendungen und Technologien. drupa-Besucher bekommen hier einen Überblick, was heute bereits verfügbar ist und wohin der Trend der Zukunft geht.

PrintCity-Mitglieder & Partner: EPYXS / KURZ / MAN ROLAND / SAPPi / SUN CHEMICAL / UPCODE / UPM / VTT / WELSH CENTRE FOR PRINTING & COATING

Alle diese Competence Center, die Sie in Halle 6 finden sind mit Spezialistenteams besetzt, die sich aus Mitarbeitern der Mitgliedsunternehmen der PrintCity-Allianz zusammensetzen. Sie werden den Besuchern ihr Know-how und ihre Erfahrungen vermitteln und dabei aufzeigen, wie die Mitgliedsunternehmen innerhalb des Netzwerkes kooperieren – und die Kunden davon profitieren und in ihren Unternehmen Mehrwert produzieren können.

Neue PrintCity-Projekte auf der drupa 2008

Viele der Competence Center der PrintCity-Allianz auf der drupa werden ein oder zwei brandneue Projekte als Hauptattraktionen vorstellen - wobei das einzigartige 'Print + X'-Projekt in besonderer Weise herausragt:

Print + X Project — “The secrets of added value” (Die Geheimnisse des Mehrwerts)

PrintCity und der Fachverband der Medienproduktioner (f:mp) stellen unter dem Namen Print+X ein gemeinsames Projekt vor, das die Möglichkeiten und die Vorteile des Value-Added

Printing (des Druckens mit Mehrwert) untersucht. Zu diesem Zweck werden drei virtuelle Marken für Lifestyle und Elektronik-Produkte entwickelt und in Testreihen untersucht. Die verfügbaren Möglichkeiten des Value-Added Printing werden von Studentengruppen von verschiedenen Universitäten detailliert geprüft, um die Gültigkeit der erzielten Resultate zu bestärken. Interessenten sollten die Print+X-Präsentation auf der drupa 2008 nicht verpassen. Ihr wird eine Roadshow folgen, in deren Rahmen die Ergebnisse des Projekts sowie die in den Untersuchungen verwendeten Mustermedien präsentiert werden. Damit sollen ihr Nutzen und ihre Möglichkeiten für Markeninhaber, für die Kreativ-Szene sowie das Management von Druckereien aufgezeigt werden.

**PrintCity-Mitglieder & Partner: MAN ROLAND / MERCK / SAPPI / UPM /
WEILBURGER GRAPHICS / FACHVERBAND MEDIENPRODUKTIONER / F-
MEDIA / HAMMESFAHR / HOCHSCHULE DER MEDIEN / RUDOLF REPROFLEX**

PrintCity-Attraktion für Drucksacheneinkäufer aus aller Welt

Größere Messen und Ausstellung wie die drupa konzentrieren sich häufig auf die Einkäufer von 'Technologien', 'Hardware' und 'Verbrauchsmaterialien'. Für die drupa 2008 hat sich die PrintCity-Allianz darüber hinaus zum Ziel gesetzt, Markeninhaber, Designer, Werbeagenturen und Drucksacheneinkäufer über die Möglichkeiten zu informieren, die über die Technologien und die Erfahrungen ihrer Mitglieder verfügbar sind. Vor diesem Hintergrund wird PrintCity im Zentrum der Halle 6 speziell für diese Zielgruppen eine **Print4Life Lounge** etablieren. Diese Lounge soll die Ziele des 'drupacube'-Projekts ergänzen und ein Anziehungspunkt für Drucksacheneinkäufer aus allen Ländern und aus allen Branchen sein:

Print4Life Lounge — Markeninhaber, Designer und Drucksacheneinkäufer gehören zu den treibenden Kräften der Druckindustrie. Denn sie entscheiden über das Marketing-Mix und damit darüber, wo und wie Druckerzeugnisse eingesetzt werden. Die Print4Life Lounge bietet ihnen das ideale Ambiente für Gespräche mit Druckern und deren Lieferanten – für einen Gedankenaustausch, wie der Druck zu einer besseren Positionierung und Differenzierung sowie einer Stärkung von Marken im Wettbewerb beitragen kann. Druckmuster liefern neue Ideen für den Zeitungs-, den Verpackungs- und den Werbedruck mit einem speziellen Fokus auf Technologien für das Value Added Printing im Rahmen des Print+X-Projekts.

**An der Print4Life Lounge sind verschiedene Mitgliedsunternehmen und Partner der PrintCity-Allianz beteiligt, die sich in 2008 an PrintCity-Projekten beteiligen.
Besondere Projektpartner: FACHVERBAND MEDIENPRODUKTIONER /
HOCHSCHULE DER MEDIEN**

Interessenten bekommen weitere Informationen zu den PrintCity-Aktivitäten auf der drupa 2008 unter: events@printcity.de Bitte geben Sie an, zu welchen Themen Sie Informationen wünschen.

ENDE

PC112

PrintCity GmbH + Co. KG
Sebastianstr.29h
D-86153 Augsburg
press@printcity.de
www.printcity.de

5

Diese Pressebilder sind verfügbar im Internet unter http://www.printcity.de/index.php?site_id=318 oder per Email unter press@printcity.de



An den Competence Centern und anderen Attraktionen der PrintCity-Allianz auf der drupa 2008 in Halle 6 beteiligen sich mehr als 30 Mitgliedsunternehmen und Partner.

Connection of competence

Das PrintCity Thema für die drupa 2008 weist auf die Vorteile des 'Connection of Competence'-Netzwerkes der Allianz hin.



Der Zentralstand der PrintCity-Allianz in Halle 6 auf der drupa 2008 (29. Mai bis 11. Juni).
 Von diesem Platz aus in Halle 6 werden die PrintCity-Mitarbeiter die Besucher zu den vielen Competence Centern führen, wo ihnen interessante sowie neueste Informationen rund um die Themen Druck, Packaging und Publishing präsentiert werden.



Die PrintCity-Allianz präsentiert auf der drupa 2008 sieben (7) Competence Center.
 Auf der drupa 2008 präsentieren die PrintCity Activity Groups die aktuellen Ergebnisse ihrer einzigartigen Projekte in sieben Competence Centern, die sich in diesem Jahr auf die aktuellsten Themen rund um Druck, Publishing und Packaging fokussieren – angefangen bei 'Workflow', 'Bogenoffset' und 'Rollenoffset' über 'Verpackung' und 'Markenschutz' bis hin zu 'Druck & Elektronische Medien' und 'Digital TransPromo'.



Für die drupa 2008 hat sich die PrintCity-Allianz zum Ziel gesetzt, auch Markeninhaber, Designer, Werbeagenturen und Drucksacheneinkäufer über die Möglichkeiten zu informieren, die über die Technologien und die Erfahrungen ihrer Mitglieder verfügbar sind. Vor diesem Hintergrund plant PrintCity im Zentrum der Halle 6 speziell für diese Zielgruppen eine **Print4Life Lounge**.

PrintCity ist eine strategische Allianz, die weltweite Kompetenz unabhängiger Unternehmen der Druck- und Medienindustrie zusammenbringt. Ihre Mitgliedsunternehmen arbeiten partnerschaftlich in den Bereichen Verpackungs-, Werbe- und Verlagsdruck innerhalb kompletter Workflows zusammen - angefangen bei der Druckvorstufe über den Druck bis hin zur Weiterverarbeitung.

PrintCity wurde 1998 gegründet und hat sich seither zu einer Langzeit-Allianz entwickelt, die in allen globalen Märkten aktiv ist.

PrintCity ist eine Allianz, die:

- das Know-how ihrer Mitgliedsunternehmen zusammenbringt, um ihren Kunden mit integrierten Technologien und weltweiter Erfahrung einen Mehrwert zu bieten.
- ihr Know-how im Rahmen von Seminaren, Messen, Projektstudien, gedruckten Materialien und via Internet kommuniziert.
- den Wert gedruckter Medien und Verpackungen herausstellt, die den weltweiten Bedarf abdecken.
- die weltweite Kooperation der gesamten Industrie innerhalb eines Netzwerks fördert.

Weitere Informationen über die Projekte der PrintCity-Allianz, Veranstaltungen und Seminaren und ihre Mitgliedsunternehmen erhalten Sie unter www.printcity.de.

Bei Fragen zur PrintCity-Allianz und deren Mitgliedsunternehmen kontaktieren Sie bitte David Stamp bei PrintCity unter: david.stamp@printcity.de oder T: + 44 15242 76425 oder M: + 49 172 1010 929