

4

30. Jahrgang  
2025



# Kreativ

Die Fachzeitschrift für Kreativ-Profis

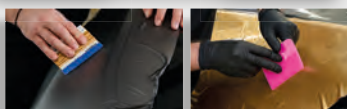
## » [Kreativ Testberichte, Tipps & Tricks]



**Seite 2 Ehren für frisch gebackene Berufsleute**  
swissQprint unterstützt die Nachwuchsförderung und würdigt die herausragende Leistung von acht frisch gebackenen Gestaltern Werbetechnik, Medientechnologien und Printmedienpraktikern mit einer besonderen Auszeichnung



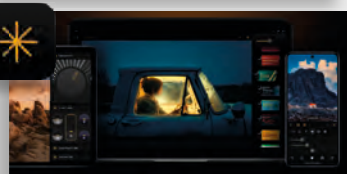
**Seite 8-9 Interview: Nachhaltigkeit wird die neue Qualität**  
Friskhnecht hat eine völlig neue biobasierte Folie im Sortiment «BIOND ist mehr als eine Folie – sie steht für einen Wandel». Kreativ hat mit Armando Mota, CEO von Digidelta, dem Unternehmen hinter der Marke BIOND Films, sowie mit Roberto Carriero, Inhaber der Friskhnecht AG, über Innovation, Verantwortung und die Zukunft der Branche gesprochen.



**Seite 10 CYS Colored PPF: Farbzig. Schützend. Revolutionär.**  
Mit CYS Colored PPF beginnt eine neue Ära der Fahrzeugfolierung. Farbziges thermoplastisches Polyurethan (TPU) ersetzt klassische Car Wrap Folien aus PVC und bietet ein neues Niveau an Schutz, Ästhetik und Farbauswahl.



**Seite 14-19 Kreativ Workshop-Reihe: Druckveredelung: Drüber und drunter, matt, glatt, erhaben und platt**  
In der Regel liegen Spotlacke, Heissfolienprägungen und ähnliche Veredelungen als zusätzliche Schicht obenauf. Dies gilt für die meisten Verfahren, die entweder inline im Druckprozess oder nachträglich in separaten Verarbeitungsschritten zum Tragen kommen. Doch keine Regel ohne Ausnahme! Kreativ Journal zeigt euch, wie man die Daten in Adobe InDesign korrekt vorbereitet.



**Seite 22 Kreativ-Softwaretest: Skylums Luminar Photo Editor nach iOS nun auch auf Google-Plattformen verfügbar**  
Skylum, Entwickler KI-gestützter Fotobearbeitungssoftware wie Luminar Neo, kooperiert nach Apple nun mit Google und bietet den Luminar Mobile Photo Editor auch für Android und ChromeOS an. Hier erfahrt ihr welche Bearbeitungsfunktionen die Foto-App für Android alle enthält.



**Seite 26-27 Kreativ Softwaretest: Adobe PDF Print Engine 7**  
Kürzlich hat Adobe PDF Print Engine 7 mit in den RIP integrierter Prepress-Intelligenz veröffentlicht. APPE7 verspricht höhere Produktivität und schnellere Automatisierung. Kreativ zeigt welche Funktionen neu sind.



**Seite 28-29 Kreativ Praxis-Tipps für Immobilienfotografie**  
So gelingen traumhafte Innenaufnahmen: Professionelle Immobilienfotografen setzen Techniken wie spezielle Beleuchtung, Winkel und Objektive ein, um eine Immobilie auf Fotos ansprechend wirken zu lassen.

**Seite 39 Kunststoff-Recycling – ohne teures Sortieren**  
Wissenschaftler haben ein neues, günstigeres Verfahren zum Upcycling von unsortierten Kunststoffabfällen vorgestellt. Endlich der Durchbruch?

**Seite 40 Kreativ-Praxis: HD-Bilder mit WhatsApp versenden**  
«Schick mir das Bild irgendwie, aber nicht mit WhatsApp!» Fotos wurden von WhatsApp zu stark komprimiert. Kreativ zeigt, wie man Fotos in der App in HD-Qualität versendet.

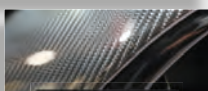
## » [Kreativ News und Praxis Berichte]



**04 Nachrüstung bei CEWE mit swissQprint Flachbettdrucker**  
Wie der Fotodienstleister technischen Fortschritt mit ökologischen und ökonomischen Zielen vereint, darüber berichtet Pascal Neumann, CEWE, anhand eines Praxisbeispiels.



**05 Zwei neue Flachbettdrucker der Generation 5 von swissQprint**  
swissQprint führt zwei neue Flachbettmodelle ein, für Anwender mit kleinen bis mittleren Produktionsvolumen. Die beiden Modelle Topi 5 und Oryx 5, komplettieren Generation 5.



**06 Für Teilverklebungen und stilvolle Design-Akzente**  
Mit CANDYFENCE CF001 präsentiert HEXIS einen innovativen Paint Protection Film (PPF) mit täuschend echtem 3D-Carbon- Effekt.



**12 EIZO neues ColorEdge Top-Modell: Präzision in Bewegung**  
Mit dem ColorEdge CG3100X stellt EIZO das neue Topmodell der ColorEdge-Serie vor. DCI-4K-Auflösung und HDR-Unterstützung machen den 30,5-Zöller zum idealen Werkzeug für professionelle Anwender in Film-Postproduktion, Color Grading und Bildbearbeitung.



**20 Hexis Swiss: kompakter UV-Flatbed-Drucker mit hoher Produktivität**  
Hexis Swiss hat sein Angebot mit dem Roland VersaOBJECT MO180 erweitert, für den Direkt-druck auf viele Materialien wie Kunststoff, Glas bis zu 3D-Objekten mit bis 204mm Höhe.

## » [Kreativ Service]

**Seite 36 Kreativ-Marktplatz & Bezugsquellenverzeichnis**

» Hier finden Sie alle Produkte & Lieferanten für den Kreativ-Profi...!

**Seite 38 Termine: Messe- & Veranstaltungskalender**

## Impressum

«kreativ» – [www.kreativ-journal.com](http://www.kreativ-journal.com)  
Schweizer Fachzeitschrift für Kreativ-Profis

### Vermerk zum Inhalt

Man kann Probleme machen, wo eigentlich keine sind. Dazu gehört unserer Meinung nach, die teils übertriebene Genderisierung. Um nicht unnötig viel Platz für z.B. "Gestalter:innen" zu verschwenden, beschränken wir uns in der Regel auf eine Genderform – ohne diese zu werten oder sexistischen Hintergrund. Alle genannten Genderformen gelten sinngemäss auch für alle anderen Gender.

### Redaktionelles Profil:

Kreativ ist die führende Werbetechnik/Digitaldruck-Fachzeitschrift in der Schweiz und vermittelt Profi-Wissen in Werbetechnik, Digitaldruck, Imaging & Content Creation

**Swiss made:** Kreativ wird seit Beginn vollumfänglich in der Schweiz produziert – Layout, Satz und Druck.

### Herausgeber:

pr-kreativ gmbh, Industrie Im Hölderli  
Seenerstrasse 143, CH 8405 Winterthur

**Nächste Ausgabe:** Frühjahr 2026

### Jahres-Abonnement:

Schweiz: CHF 90.– (zzgl. 2,5% MwSt)  
2-Jahresabo: CHF 150.– (zzgl. 2,5% MwSt)  
Ausland (Europa): Euro 110.– (für 1 Jahr)

### Redaktions- und Insertionsschluss:

Redaktion: 17.2.2026 / Anzeigen: 24.2.2026

**Format:** 297 x 230 mm

### Anschrift:

Verlag «KREATIV»  
Seenerstrasse 143, CH-8405 Winterthur  
Telefon ++41 (0)52 233 03 43  
E-Mail: [redaktion@kreativ-journal.com](mailto:redaktion@kreativ-journal.com)  
Internet: [www.kreativ-journal.com](http://www.kreativ-journal.com)  
Redaktionsleitung: [prutschmann@kreativ-journal.com](mailto:prutschmann@kreativ-journal.com)

**Chefredaktion:** Patrick Rutschmann

**Redaktionsassistent:** Naïke Laneve

**Redaktionelle Beiträge:** Patrick Rutschmann, Anna Kobylinska & Filipe Martins, Pascal Neumann, Jabi Sanz, Roberto Carriero, Marc Verbeem

**Anzeigenverkauf:** Patrick Rutschmann

**Satz & Gestaltung:** PR-Kreativ GmbH  
Seenerstrasse 143, CH-8405 Winterthur  
Tel. 052 233 03 43, [info@pr-kreativ.ch](mailto:info@pr-kreativ.ch)

**Druck:** gndruck AG

Kasernenstr. 4, CH-8184 Bachenbülach  
Tel. 044 860 61 40

**\*Mediadaten 2025 als PDF-Download unter:**

<https://kreativ-journal.com/Mediataten.php>

Kreativ ist offizieller Medienpartner der EXPO 4.0, FESPA, WEPROSswiss

VWP – Kreativ-Journal ist Fördermitglied des VWP

Verband Werbetechnik+Print Verband Werbetechnik+Print Schweiz

Beiträge in Form von Manuskripten, Fotos und Illustrationen usw. werden von der Redaktion gerne entgegengenommen. Die Zustimmung zum Abdruck und zur Vervielfältigung wird vorausgesetzt. Gleichzeitig versichert der Verfasser, dass die Einsendungen frei von Rechten Dritter sind und nicht bereits an anderer Stelle zur Veröffentlichung oder gewerblichen Nutzung angeboten wurden. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen wird nicht gehaftet. Das Urheberrecht für angenommene und veröffentlichte Manuskripte liegt ausschliesslich beim Verlag KREATIV. Der Name «kreativ» und alle enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck sowie Vervielfältigungen aller Art oder sonstige Verwertung von Text- und Bildmaterial aus Publikationen des Verlags nur mit schriftlicher Einwilligung der Redaktion. Namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Eine Haftung für die Richtigkeit von Veröffentlichungen können Redaktion und Verlag trotz sorgfältiger Prüfung nicht übernehmen. Die Veröffentlichungen in der gedruckten Ausgabe des Kreativ-Fachmagazin erfolgen ohne Berücksichtigung eines eventuellen Patentschutzes. Auch werden Warennamen ohne Gewährleistung einer freien Anwendung benützt.

Es gilt die Tariffdokumentation 27.1 vom Februar 2025  
Gerichtsstand: Winterthur/ZH, Schweiz



Nachrüstung bei CEWE mit swissQprint Flachbettdrucker

# Im Grossformatdruck Ressourcen schonen

Nachhaltigkeit und Innovation gehören bei CEWE zusammen. Wie der Fotodienstleister technischen Fortschritt mit ökologischen und ökonomischen Zielen vereint, darüber berichtet Pascal Neumann, der Produktionsleiter für Wandbilder und Faltschachteln, anhand eines Praxisbeispiels.

■ CEWE betreibt an verschiedenen Produktionsstandorten fünf swissQprint-Flachbettdrucker und hat kürzlich vier dieser Systeme mit einem Light-Schwarz-Kanal nachgerüstet. Kunden profitieren fortan von einer noch besseren Bildqualität. Soweit der offensichtliche Fortschritt. Für CEWE hat er eine weiterreichende Bedeutung: Er steht im Einklang mit der Unternehmensstrategie. «Nachhaltigkeit und Innovation gehören bei CEWE zusammen», sagt Pascal Neumann, Produktionsleitung Wandbilder und Faltschachteln, und erklärt, welchen Beitrag die swissQprint-Technologie dabei leistet.

spruchsvoller Kunden kontinuierlich steigen, spielt dies eine wichtige Rolle.

## Bekenntnis zur Nachhaltigkeit

■ «Nachhaltigkeit verstehen wir bei CEWE auch als Verantwortung im Umgang mit unseren Produktionsmitteln», so Pascal Neumann. Seit 2011 swissQprint-Kunde hat CEWE am Standort Oldenburg, Deutschland in den letzten Jahren konsequent in LED-Technologie investiert, um Systeme mit Quecksilberdampflampen zu ersetzen.



Pascal Neumann: «swissQprint ermöglicht es uns, bestehende Anlagen auch nach Jahren gezielt nachzurüsten.»

Pascal Neumann, Produktionsleiter CEWE  
(Fotos ©CEWE)



CEWE hat mehrere swissQprint-Flachbettdrucker mit Light-Schwarz nachrüsten lassen und vereinbart technische Innovation mit der Nachhaltigkeitsstrategie.

## Innovation bei kleiner Investition

■ swissQprint-Grossformatdrucker sind modular aufgebaut. Dadurch müssen Maschinen bei sich ändernden Anforderungen nicht sofort ersetzt werden. «swissQprint ermöglicht es uns, bestehende Anlagen auch nach Jahren gezielt nachzurüsten», betont Pascal Neumann. CEWE kann so schnell und ressourcenschonend auf neue Marktbedürfnisse und Kundenwünsche eingehen. Gerade im Grossformatdruck, wo die Erwartungen an

■ Auf einen ressourcenschonenden Umgang achtet man auch in Bezug auf die bestehenden Geräte: Dank der robusten Bauweise der swissQprint-Maschinen, sorgfältiger Pflege und jährlicher vorsorglicher Wartung sind sie so gut in Schuss, dass einige im Rahmen eines Generationentausches an andere Betriebsstandorte übersiedelt werden konnten. Auch dort bietet swissQprint nach wie vor umfassenden Support. «So verlängern wir den Lebenszyklus dieser ohnehin zuverlässigen und hochwertigen Drucker und vermeiden unnötige Neuanschaffungen», fasst Pascal Neu-

mann zusammen und ergänzt, dass man dank gezielter Nachrüstungen immer auf dem neusten Stand bleibe und Kunden direkt davon profitierten. Jüngstes Beispiel ist eben diese Nachrüstung von Light-Schwarz bei vier Flachbettdruckern.

## Verbesserte Bildqualität

■ Die erweiterte Graubalance ermöglicht eine differenzierte Detailwiedergabe in Schwarzbereichen und sorgt für sanfte, natürliche Hauttöne. Grossformatige Motive erhalten so eine neue Tiefe und Ausdrucksstärke, kleinere Formate erhalten bei geringerem Betrachtungsabstand weichere Übergänge und schärfere Details.

## Partnerschaft auf Augenhöhe

■ Die langjährige Zusammenarbeit mit swissQprint basiert auf Vertrauen und dem gemeinsamen Ziel, höchste Qualität zu liefern. «Technik und Mensch arbeiten bei uns Hand in Hand», sagt Pascal Neumann abschliessend. «Mit zuverlässigen Maschinen, engagierten Mitarbeitenden und konsequentem Blick für nachhaltige Optimierung entstehen CEWE-Produkte, die Tag für Tag überzeugen.»

Info: [www.cewe.de](http://www.cewe.de), [www.swissqprint.com](http://www.swissqprint.com)

**Mitreden!**  
werbetechniker.ch  
Hier treffen sich Profis!

HOLOPRINT-Folie von Hexis für den WOW-Effekt

# Holografische Effekte für faszinierende, kreative Drucke

Mit der neuen HOLOPRINT-Folie bringt HEXIS einen echten Hingucker auf den Markt – eine ultrareflektierende Digitaldruckfolie mit hypnotisierendem Holografie-Effekt. Damit verzieren man jede Werbefläche mit einem Regenbogen-Effekt.



■ Die speziell entwickelte Oberfläche verwandelt jeden Lichtstrahl in eine «Regenbogenexplosion» und verleiht gedruckten Designs eine fast dreidimensionale Tiefe – ein echter Wow-Effekt für Verkaufsflächen, Events oder Innendekorationen.

## Kreatives Spiel mit Licht & Farbe

■ Ob für Logos, auffällige Schriftzüge, POS-Displays oder temporäre Wandgestaltungen – HOLOPRINT zieht alle Blicke auf sich – garantiert. Dank der ultrareflektierenden Oberfläche entstehen holografische Nuancen in einem brillanten Farbspektrum. So wird jede Werbebotschaft zu einem echten Blickfang, der Emotionen weckt und Aufmerksamkeit generiert.

Das Bedrucken mit UV-Tinten verleiht dem holografischen Effekt eine weitere Dimension. Durch das Relief der Tinten wirkt das optische Ergebnis von Holoprint noch eindrucksvoller.

## Produkteigenschaften

■ Die Holoprint Folie ist 100 µ stark und besteht aus monomeren PVC mit silber-metallischer Basis und schimmerndem Regenbogeneffekt.

Sie ist bestückt mit einem permanenten, lösungsmittelbasierten Acrylatkleber.

Die Folie bietet über eine Haltbarkeit (unbedruckt) von bis zu 1 Jahr im Aussenbereich



bei vertikaler Anbringung. Sie ist erhältlich in 25m Rollen mit 137 cm Breite und lässt sich mit allen gängigen Verfahren bedrucken (Solvent, Eco-Solvent, Latex, UV).

**Info:** [www.hexis-swiss.ch](http://www.hexis-swiss.ch)

## Produkteigenschaften:

- Monomeres PVC mit silber-metallischer Basis und schimmerndem Regenbogeneffekt
- Permanenter, lösungsmittelbasierter Acrylatkleber (transparent)
- PET-Liner
- verfügbar 25m Rollen mit 137 cm Breite
- Haltbarkeit (unbedruckte Folie): bis zu 1 Jahr im Aussenbereich (vertikale Anbringung)
- bedruckbar mit Solvent, Eco-Solvent, Latex, UV-Tinten



Nachhaltigkeit wird die neue Qualität

# „BIOND ist mehr als eine Folie – sie steht für einen Wandel“

Während die Branche der visuellen Kommunikation zunehmend nach Alternativen zu PVC sucht und die Regulierungen in Europa stetig strenger werden, zeigt BIOND Films, dass Nachhaltigkeit und Performance kein Widerspruch mehr sein müssen. Die biobasierten Filme bestehen zu 85 bis 97 Prozent aus pflanzlichen Rohstoffen, sind zu 100 Prozent frei von PVC, schädlichen Chemikalien und langlebigen Schadstoffen und reduzieren den CO<sub>2</sub>-Ausstoss um über 80 Prozent – bei gleicher Leistungsfähigkeit wie herkömmliche PVC-Materialien.

Kreativ-Journal hat mit **Armando Mota**, CEO von Digidelta und dem Unternehmen hinter der Marke BIOND Films, sowie mit **Roberto Carriero**, Inhaber der Frischknecht AG, über Innovation, Verantwortung und die Zukunft der Branche gesprochen.

## Kreativ-Journal

■ *Herr Mota, was macht BIOND Films so besonders?*

**Armando Mota:** BIOND ist die erste biobasierte Folienmarke, der der erfolgreiche Sprung von einem Konzept in die industrielle Realität gelungen ist. Sie besteht zu 85 bis 97 Prozent aus pflanzlichen Rohstoffen und erreicht eine CO<sub>2</sub>-Reduktion von über 80 Prozent im Vergleich zu PVC. Das bedeutet: komplett PVC-frei, frei von schädlichen Chemikalien und langlebigen Schadstoffen – und dennoch mit derselben Qualität und Haltbarkeit, auf die Fachleute in der visuellen Kommunikation angewiesen sind.

Von Beginn an folgten wir der Nachhaltigkeitsvision, die Digidelta seit jeher prägt – unserer «Think Green»-Philosophie. Unser Ziel war es, Produkte zu entwickeln, die wirklich zu einem nachhaltigen Weg passen und gleichzeitig alle Leistungserwartungen unserer Kundinnen und Kunden erfüllen.

## Kreativ-Journal

■ *Wie lange hat die Entwicklung gedauert, und was war die grösste Herausforderung?*

**Armando Mota:** Die Entwicklung dauerte insgesamt rund sieben Jahre, erklärt Mota. «Die grösste Herausforderung bestand darin, ökologische Ziele mit industrieller Machbarkeit zu vereinen. Biobasierte Materialien verhalten sich anders als erdölbasierte Alternativen – daher mussten wir einen völlig neuen Produktionsprozess entwickeln, der Stabilität, Druckhaftung und langfristige Performance sicherstellt.»

«Das Resultat ist ein Material, das in der Praxis einwandfrei funktioniert – ohne dass Druckereien oder Weiterverarbeiter ihre bestehenden Abläufe anpassen müssen.»

## Kreativ-Journal

■ *Herr Carriero, Sie gehören zu den ersten Distributoren weltweit, die BIOND Films auf den Markt bringen. Warum dieser Schritt?*

**Roberto Carriero:** «Wir sind ständig auf der Suche nach Innovationen, die die Branche wirklich weiterbringen. Bei BIOND Films haben wir gleich erkannt, dass dieses Material sowohl ökologisch konsequent als auch technisch herausragend ist. Uns war schnell

klar: Das ist kein Trendprodukt, sondern der Beginn einer neuen Generation von Folien.»

«Ich kenne Digidelta seit über 25 Jahren – sie haben ein beeindruckendes Gespür für Marktveränderungen und mehrere erfolgreiche Unternehmen aufgebaut. Als mir BIOND Films vorgestellt wurde, war mir sofort klar, dass dieses Material das Potenzial hat, die Branche neu zu definieren.»

## Kreativ-Journal

■ *Herr Mota, Sie kennen Frischknecht AG seit langer Zeit. Warum passt diese Partnerschaft für Sie so gut?*

**Armando Mota:** «Wir arbeiten seit vielen Jahren zusammen. Frischknecht lebt Innovation und Nachhaltigkeit wirklich – nicht nur in der Kommunikation, sondern im Alltag. Daher war für uns klar, dass sie der ideale Partner sind, um BIOND Films in der Schweiz einzuführen. Unsere Beziehung basiert auf Vertrauen und Freundschaft – das macht einen grossen Unterschied.»

## Kreativ-Journal

■ *Herr Carriero, wie reagiert der Schweizer Markt auf BIOND Films?*

**Roberto Carriero:** «Die Resonanz ist aussergewöhnlich positiv. Die ersten Lieferungen sind bereits unterwegs, und viele Kundinnen und Kunden haben sofort bestellt, nachdem sie von BIOND erfahren haben.»

«Der Druck, nachhaltiger zu arbeiten, ist klar spürbar – von öffentlichen Ausschreibungen über Retail-Marken bis hin zu Innenarchitekt:innen. Viele sagen: Endlich



Roberto Carriero, Inhaber der Frischknecht AG

Kreativ Workshop: Veredeln von Drucksachen in Adobe InDesign CC

# Drüber und drunter, matt, glatt, erhaben und platt

*In der Regel liegen Spotlacke, Heissfolienprägungen und ähnliche Veredelungen als zusätzliche Schicht obenauf. Dies gilt für die meisten Verfahren, die entweder inline im Druckprozess oder nachträglich in separaten Verarbeitungsschritten zum Tragen kommen. Doch keine Regel ohne Ausnahme!*

Von Filipe Martins und Anna Kobylinska, McKinley Denali Incorporated (USA)

■ Bei der Wahl von Lacken zur Druckveredelung für die benötigten Effekte und Funktionseigenschaften haben Kreativprofis echt die Qual der Wahl.

Glanzlacke sorgen für eine reflektierende Oberfläche, die die darunterliegenden Farben intensiviert.

Soft-Touch-Lacke schaffen eine samtig-weiche, fast gummiartige Haptik (eine Digitaldruckmaschine für haptische Veredelungen, die auch Soft-Touch-Lacke hinbekommt, ist die Scodix Ultra 6000).

Perlmutter- und Metallic-Lacke erzeugen schimmernde Effekte mit einem Hauch von Luxus.

Relieflacke werden in dicken Schichten aufgetragen, um fühlbare Erhebungen zu erzeugen (Beispiel aus dem Maschinenpark: MGI JETvarnish 3D Evolution). Gerne für Logos oder andere Designelemente auf Einladungskarten, Verpackungen oder Visitenkarten eingesetzt, verbinden sie optische Highlights mit einem taktilen Erlebnis. Im UV-Flachbettendruck kann dieser Effekt auch erzielt werden.

Rubbel-Lacke lassen sich abkratzen (Steinemann Colibri UV), Duftlacke geben beim Reiben wahrnehmbare Gerüche ab (Heidelberg Anicolor), Thermolacke ändern ihre Farbe beim Erreichen einer bestimmten Temperatur.

Diese und andere Eigenschaften rufen ganz bestimmte Veredelungsverfahren auf den Plan.

## UV, Öldruck, Dispersion?

■ Ob partieller UV-Lack, Öldrucklack, Folienapplikation oder Ähnliches: Auf das bereits gedruckte Motiv wird hier eine spezielle Schicht aufgebracht, oft als Schlussveredelung.

UV-Lack veredelt den Druck durch besonderen Glanz und schützt zugleich gegen Kratzer, Abschabungen und das Ausbleichen. Dieses Verfahren verstärkt nebenbei die Brillanz der Farben. Mit UV-Lack lassen sich bei partiellem Auftrag (Stichwort: UV Spot) noble Effekte erzielen, Akzente setzen und haptisch aufregende Strukturen schaffen. UV-Lack ist unter anderem auf Magazincovern, Postern und Postkarten anzutreffen.

*Die Planprägung ist eine Veredelungstechnik, bei der ein Motiv oder eine Struktur flach und ohne fühlbare Erhebung oder Vertiefung in das Material geprägt wird. Im Gegensatz zur Blindprägung (bei der das Motiv erhaben oder vertieft ist) oder zur Relieprägung (die spürbar erhaben ist), bleibt die Oberfläche bei der Planprägung weitgehend glatt, sodass die Veredelung eher subtil wirkt.*

*Die Planprägung wird häufig in Kombination mit Heissfolienprägungen oder Druckfarben eingesetzt, um die visuelle Wirkung zu verstärken.*

*In der Abbildung: Metallic-Folien mit unterschiedlicher Farbwirkung für die effektvolle Betonung grafischer Elemente schaffen nebenbei eine reizvolle Spannung zwischen glänzenden und matten Flächen.*

(Bild: GRÄFE Druckveredelung GmbH aus Bielefeld)

UV-Lacke härten unter UV-Licht im Zuge einer photochemischen Reaktion, die den Lack sofort aushärtet, wodurch eine extrem widerstandsfähige, glänzende oder matte Oberfläche entsteht. Druckmaschinen wie die Komori Lithrone G40 UV ist bekannt für ihre schnelle Aushärtung von UV-Lacken durch integrierte UV-Trockner ihrer UV-Lackierwerke.

Auch Öldrucklack bietet einen Schutz vor Abrieb, Kratzern und schneller Abnutzung, aber im Vergleich zum UV-Lack fällt er nicht ganz so stark auf. Dieses Verfahren kommt eben dort zum Einsatz, wo die Schutzfunktion ohne den Effekt einer Hochglanzpolitur erreicht werden soll.

Die Offsetdruckmaschine Ryobi 920 ermöglicht den klassischen Druck mit Öldrucklacken in hoher Präzision bei wirtschaftlichem Betrieb.





optische Raffinessen erzeugen, die den Endeffekt entscheidend beeinflussen.

Der Druck erfolgt in mehreren Durchläufen oder mit speziellen Druckmaschinen, die Sonderfarben (wie eben Weiss) verarbeiten können. Weiss wird vor den anderen Farben gedruckt; in manchen Fällen auch doppelt, um eine besonders hohe Deckkraft zu erreichen.

## Satzdatei für eine überdruckende Veredelung vorbereiten

■ In der Regel liegen Spotlacke, Heissfolienprägungen und ähnliche Veredelungen als zusätzliche Schicht oberhalb des Hauptmotivs, sodass sie die darunterliegenden Farben nicht aussparen.

Um eine Satzdatei in Adobe InDesign für eine überdruckende Veredelung wie UV-Spotlack auf gewöhnlichen Materialien (ohne die

Notwendigkeit für weissen Untergrund, siehe weiter unten) vorzubereiten, gehen Sie wie folgt vor.

## Schritt 1. Ein neues Vollton-Farbfeld anlegen

Erstellen Sie ein neues Farbfeld im Bedienfeld («Fenster > Farbe > Farbfelder») mit dem zugehörigen Befehl aus dem Optionenmenü rechts oben.

Benennen Sie das neue Farbfeld – in Absprache mit der Druckerei – nach der Art der Veredelung, zum Beispiel «Spot UV», «Lack» oder «Samtüberzug». Als Farbtyp wählen Sie «Vollton» und als Farbmodus «CMYK».

Es ist eine gängige Praxis, Sonderfarben für Veredelungen in 100% Magenta oder 100% Cyan anzulegen, um sicherzustellen, dass sie sich deutlich von den anderen Farben im Layout abheben. Das

Farbfeld für eine Veredelung ist vom Typ her eine Volltonfarbe, damit die zugehörigen Daten bei der Separation sauber auf einem eigenen Farbauszug ausgegeben werden.

## Schritt 2. Design-Elemente für die Veredelung kennzeichnen

Erstellen Sie für jede Methode der Veredelung eine separate Ebene im Bedienfeld «Ebenen» und benennen Sie diese eindeutig.

Kopieren Sie das zu veredelnde Objekt als einen Pfad seiner Aussenkontur von der Ursprungsebene und legen Sie das (ggf. bereinigte) Duplikat auf der neuen Ebene der betreffenden Veredelung an der Originalposition



Kaltfolientransfer und passgenaue Überdruckung in einem Arbeitsgang (Bild: GRÄFE Druckveredelung GmbH aus Bielefeld)



## Kreativ Praxis-Tipps für Immobilienfotografie

# So gelingen traumhafte Innenaufnahmen

Überzeugende Fotos sind einer der wichtigsten Aspekte beim Verkauf einer Immobilie. Professionelle Immobilienfotograf:innen setzen eine Reihe von Techniken (wie spezielle Beleuchtung, Winkel und Objektive) ein, um eine Immobilie auf Fotos ansprechend wirken zu lassen. (von *Jabi Sanz & Patrick Rutschmann*)

### [1] Linse

■ Ein Weitwinkelobjektiv ist ein unverzichtbares Ausrüstungsstück, denn damit lassen sich auch in engen oder kleinen Räumen (z.B. Badezimmer) Aufnahmen erstellen, die die Räumlichkeiten grösser wirken lassen. Jedoch sollte nicht alles mit einem Weitwinkelobjektiv aufgenommen werden: Um die wichtigsten Details eines Raums hervorzuheben, macht es Sinn, mit einer Brennweite von 20 oder 24 mm zu fotografieren. Für den Anfang genügt ein vielseitiges Objektiv von 14 bis 24 mm, um den Grossteil des Raums abzulichten. Wenn Sie eine Kamera mit Crop-Sensor verwenden, sollten Sie besser auf 10–20 mm umsteigen.

### [2] Stativ

■ Ein Stativ stellt sicher, dass Fotos auf gleicher Höhe, sauber und scharf aufgenommen und nicht durch plötzliche Kamerabewegungen oder eine zittrige Hand verwackelt werden. Auch für Langzeitbelichtungen oder HDR-Aufnahmen im Inneren einer Immobilie ist ein Stativ absolut notwendig. HDR steht für High Dynamic Range (hoher Dynamikbereich): Bei der HDR-Fotografie geht es also darum, den gesamten Dynamikbereich Ihrer Fotos zu vergrössern. Der Dynamikbereich ist der Unterschied zwischen den extrem

hellen und den extrem dunklen Bereichen einer Szene. An einem hellen, sonnigen Tag mit klarem Himmel ist der hellste Punkt die Sonne, und der dunkelste Punkt ist dort, wo die meisten Schatten geworfen werden oder Punkte, die das Sonnenlicht überhaupt nicht erreicht.

### [3] Fernauslöser

■ Ein Fernauslöser ist nicht unbedingt erforderlich, aber sehr zu empfehlen. Falls Sie keinen Fernauslöser haben, können Sie auch die automatische Auslöseverzögerung der Kamera verwenden. Da in der Immobilienfotografie häufig mit extrem langen Verschlusszeiten gearbeitet wird, vermeiden Sie mithilfe dieser Funktion ebenfalls unerwünschte Verwacklungen, da die Kamera nicht berührt werden muss.

Ich verwende zum Auslösen meiner Kamera gerne ein iPad oder ein Telefon, das über Wi-Fi oder Bluetooth verbunden ist. Durch die zusätzliche Verknüpfung kann ich bereits im Voraus Details sehen, die sich auf dem kleinen Kamerabildschirm nicht erkennen lassen.

### [4] Kameraeinstellungen

■ Das Wichtigste ist, dass Sie im RAW-Format fotografieren. Rohaufnahmen er-

möglichen eine grössere Flexibilität bei nachträglichen Anpassungen des Bildes. Ich selbst fotografiere überwiegend im manuellen Modus und mit automatischem Weissabgleich (AWB). Der Weissabgleich kann problematisch sein, wenn sich verschiedene Lichtquellen (Mischlicht) im Raum befinden (etwa natürliches Licht, Glühbirnen und Leuchtstoffröhren). Angesichts dessen mache ich gerne HDR-Aufnahmen oder Belichtungsreihen, von etwa drei bis neun Bildern. Unterschiedliche Belichtungen geben mir die Flexibilität, die beste Aufnahme mit der besten Belichtung auszuwählen.

### [5] Komposition

■ Raum und natürliches Licht tragen zum Verkauf von Häusern bei, daher muss der Raum möglichst genau und ausdrucksstark abgebildet werden. Dazu gibt es verschiedene Möglichkeiten, insbesondere die Aufnahme mit einem Weitwinkelobjektiv. Bei Weitwinkelaufnahmen sollte man folgendes bedenken:

- Ein gelungenes Foto muss nicht jede Wand zeigen
- Der Zoom verändert die Atmosphäre eines Raums drastisch
- Weitwinkelaufnahmen erzeugen die Illusion eines grösseren Raums

■ Wenn Sie mithilfe eines Stativs in verschiedenen Höhen fotografieren, erhalten Sie unterschiedliche Blickwinkel und Perspektiven. Mit etwas Erfahrung finden Sie heraus, welche Kamerahöhe am besten für welchen Raum geeignet ist. Für den Fall, dass Sie gerade erst anfangen, finden Sie nachfolgend einige allgemein empfohlene



Nachher: Immobilie HDR Glow (Foto ©Jabi Sanz)



Vorher: Immobilie HDR Glow (Foto ©Jabi Sanz)



Durchbruch im Recycling-Prozess: Upcycling von Kunststoffen

# Kunststoff-Recycling – ohne teures Sortieren

Chemiker der Northwestern University haben ein neues Verfahren zum Upcycling von Kunststoffen vorgestellt. Damit lässt sich die mühsame Vorsortierung gemischter Kunststoffabfälle drastisch reduzieren oder vielleicht sogar ganz umgehen, heisst es. Das gelingt mit einem neuen, kostengünstigen Katalysator auf Nickelbasis, der selektiv Polyolefin-Kunststoffe wie Polyethylen und Polypropylen abbaut – Einwegkunststoffe, die fast zwei Drittel des weltweiten Kunststoffverbrauchs ausmachen. Dieser innovative Katalysator der Northwestern University ist preiswert und zudem unverwüsthlich.



*Innovativer Katalysator der Northwestern University ist preiswert und zudem unverwüsthlich was Recycling gemischter Kunststoffe vereinfacht und wirtschaftlicher macht.*

*Kunststoffabfall: Jetzt lässt sich unsortierter Plastikmüll einfacher und wirtschaftlich recyceln – dank neuem Katalysator, der preiswert und zudem unverwüsthlich ist.*

*Der Grund, warum so wenig Plastikmüll recyclet wird, liegt in den hohen Kosten zum Sortieren der unterschiedlichen Kunststoff-Arten. Die Herstellung von neuem Plastik ist um ein vielfaches billiger und wird daher bis jetzt vorgezogen.*

## Teurer Prozess obsolet

■ Bei diesem Recycling entstehen flüssige Öle und Wachse, die sich zu höherwertigen Produkten wie Schmiermitteln, Kraftstoffen und Kerzen verarbeiten lassen. Der neue Katalysator lässt sich nicht nur mehrfach verwenden, sondern kann auch Kunststoffe abbauen, die mit Polyvinylchlorid (PVC) kontaminiert sind. Das Polymer enthält Chlor, das die meisten Katalysatoren zerstört.

*«Eine der grössten Hürden beim Kunststoff-Recycling war schon immer die Notwendigkeit, die Abfälle sorgfältig zu sortieren. Unser neuer*

*Katalysator macht diesen kostspieligen und arbeitsintensiven Schritt überflüssig, sodass das Recycling effizienter, praktischer und wirtschaftlicher wird»,* verdeutlicht Forschungsleiter Tobin Marks.

## Polyolefine kaum recycelt

■ Aufgrund ihrer Vielseitigkeit sind Polyolefine die weltweit am häufigsten verwendeten Kunststoffe. Schätzungen zufolge produziert die Industrie weltweit jährlich mehr als 220 Mio. Tonnen Polyolefin-Produkte. Laut einem «Nature»-Bericht aus dem Jahr 2023 sind die Recycling-Quoten für diese Kunststoffe alarmierend niedrig und liegen weltweit zwischen weniger als einem und zehn Prozent!

Der Hauptgrund für diese enttäuschende Quote ist die robuste Zusammensetzung von Polyolefinen. Sie enthalten kleine Moleküle, die durch Kohlenstoff-Kohlenstoff-Bindungen miteinander verbunden sind und die sich schwer wieder brechen lassen. Marks und sein Kollege Yosi Kratish recyceln den Kunststoff mit einem Verfahren namens Hydrogenolyse. Dabei wird der Kunststoff mithilfe von Wasserstoff und einem Katalysator in kleinere, nutzbare Kohlenwasserstoffe zerlegt. Bisher gelingt diese Art des Recyclings allerdings nur bei extrem hohen

Temperaturen mit teuren Katalysatoren aus Edelmetallen wie Platin und Palladium. Das neue Verfahren kommt mit einer niedrigeren Temperatur von 100 Grad Celsius und einem kostengünstigen Katalysator aus, der zudem noch zehnmals aktiver ist als bisher genutzte, so die Wissenschaftler abschliessend.

**Info:** [www.northwestern.edu](http://www.northwestern.edu)

**Quelle:** [news.northwestern.edu/stories/2025/09/no-sort-plastic-recycling-is-near?ff=1](https://news.northwestern.edu/stories/2025/09/no-sort-plastic-recycling-is-near?ff=1)

*Hauptsache weg: Weil Recycling von unsortiertem Plastikmüll viel zu teuer ist, wird gesammelter Plastik oft exportiert, verbrannt usw.*



©Foto: Malcolm Lightbody via unsplash

*Leider wird der grösste Teil der gesammelten Kunststoffe leider einfach verbrannt – z.B. als Brennstoff zur Betonherstellung.*



Plastikmüll ©Foto: Nareeta Martin UK via unsplash



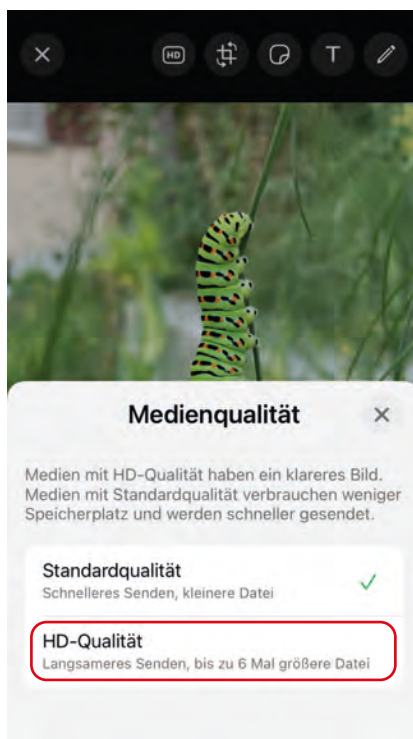
**Kreativ-Tipp: Neue Funktion schon entdeckt?**

# Bessere Bild- und Videoqualität via WhatsApp

«Schick mir das irgendwie anders, nicht per WhatsApp!» Dieser Satz kommt dir bestimmt bekannt vor. Es hatte damit zu tun, dass Fotos bis vor Kurzem von WhatsApp ziemlich stark komprimiert wurden. Hier schafft der beliebte Messenger-Dienst nun Abhilfe mit der neuen Möglichkeit, Fotos in HD-Qualität zu versenden.



Oben auf das HD-Symbol klicken



Menü erscheint um HD-Qualität einzustellen



Bestätigung dass das Foto in HD verschickt wird

■ Für einen Schnappschuss ja ganz okay: Dann kommt er halt beim Empfänger via WhatsApp nicht ganz so scharf und eindrücklich an. Aber seien wir ehrlich: Bei richtig schönen Fotos hat's schon ziemlich genervt, dass Fotos vom Messenger-Dienst beim Versenden so arg komprimiert wurden, dass diese einfach in einer minderwertigen, pixeligen Qualität angezeigt wurden auf dem Smartphone des Empfängers – oder in der Familien-Gruppe. Schliesslich will man ja, dass eindrückliche Bilder auch möglichst eindrücklich rüberkommen bei den Betrachtern. Das geht jetzt – und zwar sehr einfach. In einem Update hat WhatsApp seiner App kürzlich das extrem nützliche Feature «HD-Qualität» hinzugefügt.

## Kreativ-Tipp: Fotos in HD-Qualität senden – und so geht's

Und so geht's – Schritt für Schritt:

■ Gehe zur App WhatsApp und wähle den gewünschten Chat-Verlauf (Person oder Gruppe, der du etwas schicken möchtest). Es ist der gewohnte Vorgang, wie schon bisher.

■ Klicke auf das «+»-Icon, um ein Bild hinzuzufügen.

■ Wähle das gewünschte Bild aus – nun wird es dir angezeigt, bereit zum versenden.

■ Tippe nun auf das Quadrat oben mit dem «HD»-Symbol, siehe ersten Screenshot.

■ Unten öffnet sich ein Menü «Medienqualität», bei dem du von «Standardqualität» auf «HD-Qualität» wechseln kannst.

■ Hast du diese Änderung gemacht, erkennst du am nun ausgefüllten «HD»-Symbol, dass die Funktion aktiv ist.

■ Nun kannst du dein Bild verschicken – und es kommt beim Empfänger in schöner High-Definition-Qualität an.

Foto und Screenshots von Patrick Rutschmann: Raupe des Schwalbenschwanz-Schmetterlings auf Fenchelkraut im eigenen Garten. Foto aufgenommen mit einem iPhone SE.



So kann man Fotos auch in WhatsApp ohne verpixelung vergrössern