

Die ‹Sowohl-als-auch›-drupa

Hybride Techniken und Geschäftsmodelle standen im Mittelpunkt der Branchenschau

Ob es wirklich sinnvoll ist, eine so umfassende Messe wie die drupa mit einem einzigen Etikett versehen zu wollen, sei einmal dahingestellt. Denn bei der Vielfalt des Angebotes müsste dies für jeden einzelnen Bereich erfolgen, da eigenständige Trends sowohl in Prepress und Pre-media, in Digital- und Offsetdruck als auch im Finishing auszumachen sind. Trotzdem wird danach gefragt, welchen Namen die drupa 2012 für die Annalen verdient hat.

Nachdem sich der Messenebel gelichtet hat, steht fest, dass es gleich mehrere Themen waren, die Potenzial für die nächsten Jahre haben.

Doch ob man die Messe nun als ‹Sowohl-als-auch›-drupa, als ‹&› oder ‹Hybrid›-drupa bezeichnet, ist unerheblich. Es war schlicht und einfach eine drupa mit vielen Gesichtern. So stehen die Printmedien einerseits im Zeichen des ‹&›: Print & Online, Print & Tablets, Print & Mobile sind neben Web-to-Print die Schlagzeilen in Pre-media. Doch nicht nur die Kombination mit anderen Medien ist auffällig. Viel wichtiger ist die hybride Verbindung von Digital- und Offsetdruck sowie die übergreifende Weiterverarbeitung mit komplexen Anwendungen und Inline-Lösungen.

Und nicht zu vergessen: Die drupa war eine Messe der verschiedenen Geschäftsmodelle, wie es drupa-Präsident Bernhard Schreier definierte. «Die ‹drupa der Geschäftsmodelle› zeigt, mit welchen Konzepten heute erfolgreich gewirtschaftet werden kann.»

Unter diesem Gesichtspunkt war die drupa 2012 geprägt durch Transformation und Wandel. Für Graham Moore, Leiter Production Printing bei Ricoh Europe, war die Veränderung der Branche gar das bedeutende Thema der drupa: «Angesichts des technologischen Wandels stehen Druckereien vor der Herausforderung, die Fäden des aktuellen Geschäftes zusammenzuhalten und gleichzeitig Lösungen für das Änderungsmanagement zu finden.» Als Beispiele dieser Richtungsänderungen nennt er die Umstellung von Offset oder Digital auf Offset und Digital sowie vom reinen Druck zu crossmedialen Dienstleistungen und Marketingdiensten.

Auch Guy Gecht, CEO von Efi, betont die Wichtigkeit solchen Handelns: «Ohne einen permanenten Wandel würde es Efi heute nicht mehr geben». Dabei appellierte er an die Unternehmen, es dem Hersteller gleichzutun und sich einem permanenten Wandel zu unterziehen, um auf die jeweiligen Trends rechtzeitig reagieren zu können.

Technologische Trends haben der drupa schon immer ihren Stempel aufgedrückt. Ob es der Wandel vom Buch- zum Offsetdruck, der vom Fotosatz zur Text-Bild-Integration war, ob Trends wie CtP, Vernetzung und JDF oder der Digital- und Inkjet-Druck, stets waren es bestimmende Trends. Diese waren 2012 jedoch über das gesamte Spektrum der technischen Anwendungen verteilt.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Noch ist es nicht überall Realität, doch von einer Annäherung von Druck und elektronischen Medien lässt sich durchaus sprechen.



Sicherlich keine Abwehrhaltung: Farbe in allen Drucktechnologien waren auf der drupa 2012 zentrale und gefragte Themen.

Allerdings werden Drucker nicht einfach über Nacht zu Marketingprofis. Vielmehr erfordert dieser Schritt Unterstützung – und Zeit. An dieser Stelle kommen Instrumente zur Unternehmensentwicklung, sogenannte Business-Development-Tools und ähnliche Massnahmen zur Weiterbildung ins Spiel, wie sie von vielen Herstellern (von Canon über Heidelberg und Ricoh bis Xerox) angeboten werden.

Das Image wandelt sich

Dabei beginne sich das Image von Print bei Markenartiklern bereits zu

wandeln, zeigte sich François Martin, globaler Marketingleiter bei HP für grafische Anwendungen, bereits vor der drupa überzeugt: «Eine Zeit lang war Print gegenüber Online geradezu verrufen. Mehr und mehr wird jedoch erkannt, dass der zielgerichtete Einsatz des Mediums einen Mehrwert durch positive Assoziationen schaffen kann.»

Dass dabei technische Neuerungen sowie Verfahrenstechniken eine bedeutende Rolle spielen, versteht sich fast von selbst. Denn was auch immer für wen gedruckt wird: Ein moderner Maschinenpark ist das A und O, um die aktuellen Aufgaben im

Medienmix überhaupt angehen zu können. Und dabei muss es sich nicht zwangsläufig um den Digitaldruck handeln.

Offset bleibt dick im Rennen

Wer sich auf den Weg durch die Messehallen machte, hätte durchaus den Eindruck gewinnen können, es drehe sich alles nur noch um den Digitaldruck. Doch bei allem Wirbel um den Digitaldruck muss man sich vor Augen halten, in welchem enormen Umfang nach wie vor im Offset gedruckt wird – ein Umstand, an dem sich bis auf Weiteres wohl nichts

ändern wird. Moritz Rogger von Agfa Graphics sieht die Branche noch weit entfernt von dem Wendepunkt, an dem der Digitaldruck den Offset überholen wird: «Wir steuern zwar bei bestimmten Anwendungen wie dem Siebdruck auf die Ablösung der analogen Technik zu, doch auf absehbare Zeit wird der Offsetdruck nicht nur im Rennen bleiben, sondern weiter dominant sein.»

Schliesslich ist die treibende Idee bei der Weiterentwicklung des Offsetdrucks die Automatisierung als Mittel zur Kostenreduzierung. Einrichte- und Rüstzeiten werden minimiert,



DruckChemie

Die Quelle der Druckqualität

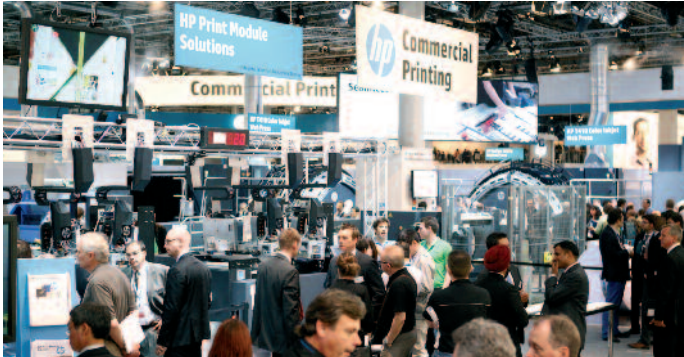


DruckChemie **entwickelt, produziert, liefert** und **entsorgt** nahezu alle **technisch-grafischen Flüssigkeiten** und Verbrauchsmaterialien für den Druck. **Gesundheitsschonende Produkte** und das **zertifizierte**

Entsorgungsangebot bezeugen unsere Verpflichtung gegenüber Mensch und Natur. Mit **innovativen Technologien** und **umfassendem Service** tragen wir dazu bei, dass Ihre Druckerei **perfekte Ergebnisse** erzielt.

DC DruckChemie Schweiz AG
Schöneich
6265 Roggliswil
Tel. 062-747 30 30
Fax 062-754 17 39
dc-schweiz@druckchemie.com
www.druckchemie.com

DRUCK CHEMIE
Print Liquids Technology



Auf keinem anderen Messestand wurde so viel «Digitaldruck-Geschütz» aufgeföhren wie bei HP.



Auch wenn KBA im Digitaldruck noch viel Potenzial sieht, standen die Offsetmaschinen im Interesse der Kunden.

um die Wirtschaftlichkeit auch bei kleineren Auflagen zu steigern. Dabei verringert jeder einzelne automatisierte Arbeitsschritt die Kosten in der Produktion von Drucksachen aller Art – ein wesentlicher Faktor angesichts knapper Margen und der Notwendigkeit, Print als rentables Medium zu positionieren.

Automatisierungen führen schon so weit, dass es fast ohne Bediener geht. Beispiele sind nicht nur bei manroland web systems zu finden, die den «Autoprint»-Gedanken laut Verkaufschef Peter Kuisle auf eine neue Entwicklungsstufe heben wollen. Eine Rotationsmaschine soll danach vollautomatisch produzieren und sich selbst steuern. Der Drucker überwacht nur noch die Produktion und kontrolliert die Qualität, so die Idee von manroland.

Auch im Bogenoffset zielen neue Techniken in diese Richtung. Inline-Messungen perfektionieren und beschleunigen den Prozess der Farbmessung und -regelung und durch das Scannen des Bogens und dem Abgleich mit dem Original-PDF können geringste Fehler erkannt werden. Dies macht den Offsetdruck sicherer und bereits ab wenigen Hundert Bogen rentabel. Damit behauptet sich der Offsetdruck im bisher für den Digitaldruck typischen

Terrain des «Print on Demand» auch bei geringen Auflagenhöhen. Allerdings bleibt der Nutzen kürzerer Einricht-, Umrüst- und Produktionszeiten begrenzt, wenn zwischen Druck und Weiterverarbeitung lange Trocknungszeiten liegen. Daher werden neue Trocknungssysteme, UV-Lampen und neue Farben zu viel diskutierten Themen.

Inkjet: vom Konzept zur Realisierung?

Sollte die drupa 2008 im Zeichen des Inkjet-Drucks gestanden haben, wie es vielfach artikuliert wird, dann war es auch 2012 wieder der Inkjet. Graham Leeson, Marketingkommunikationsleiter bei Fujifilm Europe, glaubt jedoch einen Unterschied gegenüber der Vorgängermesse gesehen zu haben: «2008 war die drupa der Inkjet-Konzepte, 2012 die der Inkjet-Realisierung.»

Angesichts der vielen Ankündigungen auf der drupa 2012 dürfte sich dieses Spiel jedoch fortsetzen (siehe auch den Beitrag auf Seite 18). Der zweifellos beachtliche Weg, den der Inkjet seit der vergangenen drupa gegangen ist, ist also noch längst nicht zu Ende.

Dazu eine kleine Statistik. 2008 hatten geschwindigkeitsorientierte Inkjetdrucksysteme weltweit einen Anteil von gerade einmal 10% am

farbigen Digitaldruck. Diese Zahl ist seither in die Höhe geschneilt und lag zur drupa 2012 bereits bei etwa 25%. Bis 2014 wird über ein Drittel prognostiziert. Dahinter steht die Entwicklung im Rollen-Inkjet-Druck, wo die Hersteller nicht mehr nur eine Maschine anbieten, sondern Produktfamilien mit unterschiedlichen Leistungsmerkmalen, Druckbreiten und Geschwindigkeiten.

Digitaldruck im B2-Format

Der Rollendruck kam nach der vergangenen drupa auch deshalb relativ schnell aus den Startlöchern, weil die technologischen und qualitativen Anforderungen nicht ganz so hoch sind wie im Bogendruck. Deshalb stellte sich vor der drupa die Frage, wer neben Screen und Fujifilm mit weiteren Inkjet-Bogendruckmaschinen im B2-Format antreten wird. Hier kam einiges in Bewegung und es zeichnet sich ab, dass diese neue Generation von Digitaldruckmaschinen auf das Kerngebiet der Druckbranche schlechthin zielt: Akzidenzdruck im Format 50 x 70 cm. Wobei dies noch längst nicht heisst, dass die «Arbeitspferde» der Druckbranche im Offset wirklich gefährdet sind. Denn die Frage, welche Lösung die richtige ist, wird sich wohl erst beim Kalkulieren beantworten lassen.

Hybride Druckumgebungen

Digitale und analoge Druckverfahren konkurrieren also weiterhin. Dabei stehen Druckereien jedoch keineswegs vor einer «Entweder-oder»-Alternative. Vielmehr können die beiden Verfahrenstechniken ein leistungsfähiges Doppel bilden. Eben Sowohl-als-auch.

Möglich sind hybride Produktionen, bei denen variable Daten in vorproduzierte Offset-Seiten eingedruckt oder im separaten Betrieb parallel eingesetzt werden. Aufträge oder Auftragsteile (zum Beispiel der Umschlag im Offset, der Inhalt digital) können vom jeweils geeigneteren System produziert werden.

«Wer solche Anwendungen realisieren möchte, muss nicht einen einzigen grossen Schritt machen, sondern kann dies schrittweise angehen», erläutert Reginald Rettig, Vorsitzender der Geschäftsführung der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland. «Immer mehr bewähren sich kombinierte Umgebungen. Auch in Fällen, in denen eine vollständige Digitalisierung nicht in Betracht kommt, lässt sich der Wert der Offset-Produktion durch digitale Individualisierung steigern.»

Daneben werden Hybrid-Lösungen in Form integrierter Inkjet-Druck-

1972 – drupa des Kleinoffsetdrucks
 1977 – drupa der elektronischen Druckvorstufe
 1982 – drupa des Fotosatzes
 1986 – drupa der Text-Bild-Integration
 1990 – digitale drupa
 1995 – CtP-drupa (CtP, DI-Druckmaschinen, Digitaldruck)
 2000 – drupa der Druckmaschinen- und Workflow-Automatisierung
 2004 – JDF-drupa
 2008 – Inkjet-drupa (Grossformatmaschinen)
 2012 – Hybrid-drupa (Digital- und Offsetdruck)

Für alle, die die Trends der Branche an einer drupa festmachen wollen: hier die «Etiketten» der zurückliegenden zehn Veranstaltungen.

köpfe in Offsetmaschinen von praktisch allen namhaften Herstellern angeboten. So scheint abzusehen, dass es in Zukunft immer mehr Maschinen geben wird, die Druckwerke verschiedener Verfahrenstechniken einsetzen – diese Entwicklung kennt man ja bereits seit Jahren aus dem schmalbahnigen Etiketten- und Verpackungsdruck.

Und nicht zuletzt können entsprechende Eindruckköpfe auch in der Weiterverarbeitung eingesetzt werden – eine Variante, die ebenfalls durchaus attraktiv sein kann.

So dürfte der Konkurrenzkampf der Druckverfahren in Teilbereichen anhalten, doch mehr und mehr hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass jedes Verfahren seine eigenen Stärken hat. Wer Digital- und Offsetdruck kombiniert, ist daher sicherlich nicht schlecht beraten.

Automation und Integration

Derart gemischte Produktionsumgebungen verlangen jedoch nach übergreifenden Workflows, mit dem die Systeme gesteuert werden können. Doch welches Verfahren auch immer im Spiel ist: Nur wer alle Prozesse von der Auftragsakquise über die Produktion bis hin zur Distribution integriert, kann kostengünstig, wirkungsvoll und schnell produzieren – zumal sich integrierte Prozesse

auch leichter automatisieren lassen. Dabei kommen Automation und Integration nicht nur der Produktion zugute. Angesichts schrumpfender Auflagen und steigender Auftragszahlen wächst der Verwaltungsaufwand und der des Kundendienstes. Entsprechend wichtig sind Einsparungen in diesen Bereichen. Dazu sagt Thomas Häuptli, Marketing-Manager bei Agfa Graphics: «Die Automatisierung des Workflows und die Integration der Systeme über Unternehmensgrenzen hinweg hin zum Kunden sowie zwischen Content-Systemen und Geschäftsprozessen wird sich fortsetzen.»

Polarisierend

Eine Mega-Messe wie die drupa hat immer auch etwas Polarisierendes. Für den einen sind die Technologie-Ankündigungen die Highlights, dem anderen geht es um einsetzbare Technik und für den nächsten ist die Stimmungslage das Wichtigste. Dabei wird meist erst nach einigen Wochen deutlich, was wirklich relevant ist – und das müssen nicht unbedingt die Dinge sein, die auf der Messe für Furore sorgten. Bleiben wir also dabei: Es war die «Sowohl-auch»-drupa.



low chem – ein Ansatz Chemiefrei – die Lösung!



:Azura TS

Die chemiefreie Druckplatte von Agfa Graphics für den umweltschonenden Akzidenzdruck – leistungsstark bei niedrigen Betriebskosten.

- Kein Wasserverbrauch
- Kein Gefahrgut im Produktionsprozess
- Einleitung ins Abwassernetz möglich *
- pH-neutrale Substanzen
- minimaler Reinigungsaufwand
- stabile, vereinfachte Prozesse
- Wegfall kritischer Einflussgrößen
- Auflagenstabilität bis 100.000

* in Absprache mit der lokalen unteren Wasserbehörde

Für mehr Informationen, schauen Sie einfach unter www.agfagraphics.ch

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Agfa Graphics Switzerland AG
 Stettbachstrasse 7
 8600 Dübendorf
www.agfagraphics.ch