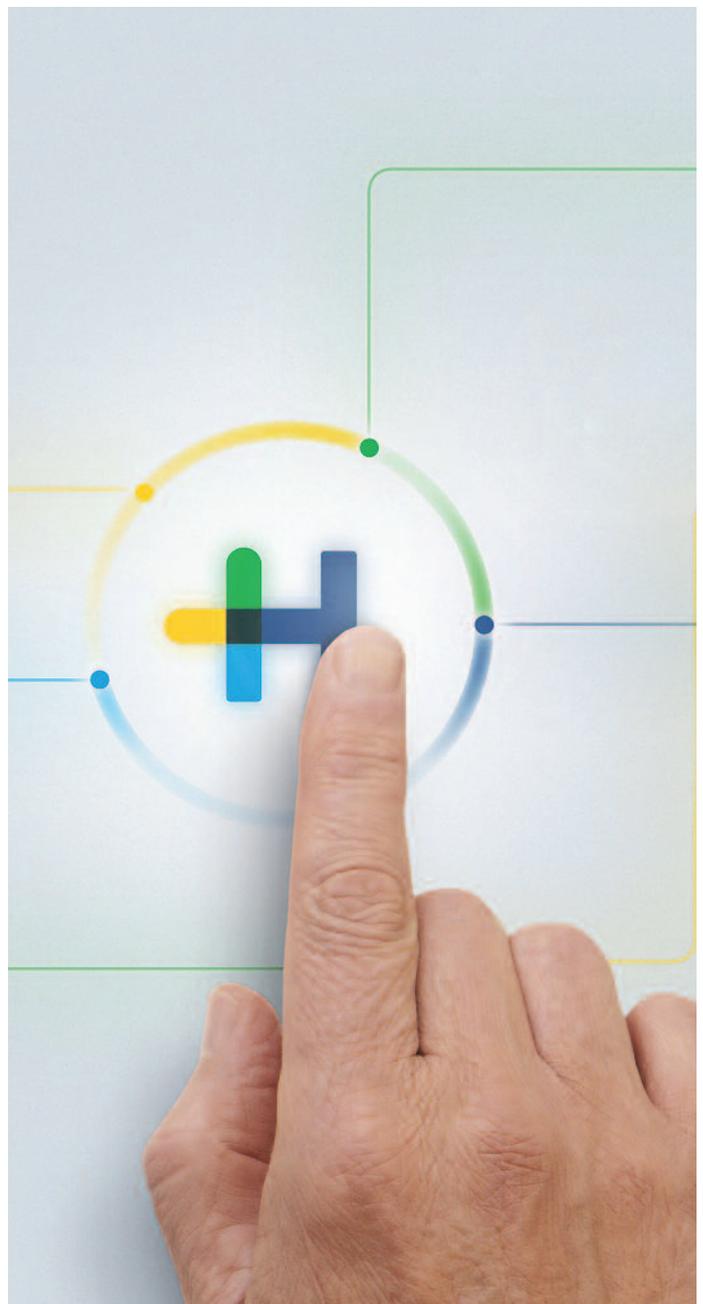


DIE ZUKUNFT DES DRUCKS SIMPLY SMART

Heidelberg hat seine Antworten auf die Fragen zur Druck-Industrie 4.0 unter die Leitidee ›Simply Smart‹ gestellt. Im Kern geht es dabei um die Notwendigkeit von Druckereien, ihre Effizienz weiter zu steigern und flexibler auf die Anforderungen der Kunden reagieren zu können. Dazu müssen Druckereien ihre Kunden künftig noch enger in den Produktionsprozess einbeziehen als bisher. Dabei könnten individualisierte Printprodukte über kurz oder lang zum Standard werden – in jedem Fall werden Druckereien noch stärker in eine digitale Lieferkette mit Kunden und Lieferanten eingebettet sein. Zudem werden Zusatzdienstleistungen wie etwa Versand oder Multimedia-Vermarktung erwartet. Das wird gravierende Folgen für die Organisation in den Druckbetrieben haben.



Von KLAUS-PETER NICOLAY

Heidelberg will auf der drupa in Düsseldorf mit ›Simply Smart‹ die digitalisierte und industriell aufgestellte Druckerei als Voraussetzung für künftig erfolgreiche Geschäftsmodelle präsentieren. »Dabei wollen wir zusammen mit unseren Partnern zukunftsfähige Produkte und Dienst-



leistungen anbieten«, sagte **Harald Weimer**, Vorstand Services von Heidelberg bei seiner Präsentation im Dezember 2015. »Wir sehen die integrierte und vernetzte Druckerei als richtungsweisenden Entwicklungsschritt unserer Branche.«

Bereits heute seien die meisten Heidelberg-Produkte für die Integration

und Automatisierung der Abläufe in einer Druckerei geeignet. Die Grundlage für die integrierte Kommunikation zwischen Systemen und Maschinen bilde der Druck- und Medien-Workflow Prinect. Dabei stünden die ›Smarte Integration‹ von Offset- und Digitaldruck, die weitere Automatisierung aller Produktionsabläufe, die Integration der kaufmännischen Prozesse und die Einbindung von Kunden in den Produktionsprozess im Vordergrund.

Inkjet-Bogenmaschine bis B1

Heidelberg bietet dabei das parallele und integrierte Betreiben von Offset- und Digitalmaschinen an. Dazu baut das Unternehmen sein Digitaldruckangebot aus und stellt zur drupa mit Fujifilm die gemeinsame Entwick-

lung eines neuen Inkjet-Digitaldrucksystems für den industriellen Akzidenz- und Verpackungsdruck bis zum Format B1 vor. Diese Neuheiten sollen Mitte Februar in Wiesloch-Walldorf offiziell vorgestellt werden.



Ohne auf weitere Details einzugehen, erklärte **Stephan Plenz**, Vorstand Equipment, gegenüber dem ›Druckmarkt‹, dass sich Heidelberg mit dem B1-Format vor allem Chancen im Verpackungsbereich ausrechnet. Auf einem seiner Charts war der Leistungsbereich mit etwa 1.500 Bogen angegeben – darüber hinaus sind offensichtlich die konventionellen Offsetmaschinen wirtschaftlicher. Zumal die aktuellen Speedmaster-Systeme durchaus die Kriterien erfüllten, die der angedachte ›Smart Print Shop‹

und die integrierte Automatisierung mit sich bringe. Hinsichtlich des Zeitplans für die Inkjet-Maschinen sagte Plenz, dass man unmittelbar nach der drupa in den Betatest gehen werde und die Maschinen im ersten Quartal 2017 kommerziell verfügbar sein sollen.

Doch auch für Stephan Plenz ist Prinect die Basis der integrierten Kommunikation in der Druckerei, zu Kunden und Lieferanten. Neben neuen Software-Bausteinen soll vor allem das Digital Front End, mit dem sich Digitaldrucksysteme in den Workflow einer Druckerei integrieren lassen, die digitalisierte und vernetzte Druckerei Wirklichkeit werden lassen. Konkret heißt das, dass im ›Smart Printshop‹ der Produktionsablauf automatisiert und kostenoptimiert festgelegt wird und sich die

Maschinen dazu selbstständig einrichten, indem sie auf produktionsrelevante Daten aus den vorgelagerten Prozessen zugreifen.

Alles smart

Bis hier her liest sich Heidelberg's Idee vom ›Smart Print Shop‹ visionär, aber nicht utopisch. Doch mit Visionen alleine lässt sich kein Geld verdienen. Deshalb haben die Strategen bei Heidelberg auch gleich ihre Services, Verbrauchsmaterialien und beratenden Dienstleistungen in das Konzept mit einbezogen, was an dieser Stelle nur gestreift werden soll, weil weitestgehend bekannt (wenn jetzt auch unter trendigeren Bezeichnungen).

So sollen die Serviceangebote und Verbrauchsmaterialien den reibungslosen Ablauf einer Druckerei sicherstellen. Und da Druckereien durch Remote-Angebote über Schnittstellen verfügen, ergeben sich auch im Service-Umfeld Anknüpfungspunkte an die smarte Heidelberg-Welt.

Durch eCall kann sich eine Druckmaschine im Störfall automatisch beim Heidelberg-Service melden. Remote ermöglicht, dass sich Servicetechniker in die Kunden-Systeme einloggen und Hilfe anbieten. Remote Monitoring kündigt Probleme an, bevor es zum Maschinenstillstand kommt. So können Teile im Rahmen eines geplanten Serviceeinsatzes getauscht werden.

Zudem will Heidelberg mit ›Smart Collaboration‹ neue Wege der Zusammenarbeit mit seinen Kunden einschlagen. Zum Beispiel im eCommerce durch den Online-Shop. In einem weiteren Schritt sollen sich die Kunden auf der Webseite von Heidelberg einloggen können und dort einen Überblick über die eigene Maschinenperformance erhalten. Durch Performance Benchmarks will Heidelberg Kunden den Zugriff auf eine Datenbank von Leistungsdaten ermöglichen, in denen sie ihre eigenen Werte auf anonymer Basis mit anderen Druckereien vergleichen können und so Rückschlüssen über die eigene Effizienz erhalten.

Aufbruch in eine neue Welt

Eigentlich lieferte Heidelberg gleich drei Botschaften zum Jahresende ab. Erstens wird ein integrierter Workflow zum Dreh- und Angelpunkt der modernen Druckerei. Zweitens: Der Bogenoffset wird durch digitale Inkjet-Bogenmaschinen bis zum Format B1 erweitert oder ergänzt. Ersetzt sicherlich nicht, dafür sind die Geschäftsmodelle in der Branche noch zu sehr auf den Offsetdruck fixiert, der noch lange nicht am Ende ist. Drittens: Heidelberg war noch nie so offen gegenüber Kooperationen.

Was vor gut zweieinhalb Jahren angekündigt wurde, wird Realität oder ist zumindest zum Greifen nahe. Wenn dieses Heft Mitte Februar erscheint, soll der Schleier über der Gemeinschaftsentwicklung ›Digitaldruck‹ endgültig gelüftet werden. Bekannt sind die Partner: Heidelberg und Fujifilm. Andere Fragen, wie viele Modelle »bis zum Format B1« bedeutet, welche Formate sie abdecken, ob sie nicht doch kleinere Maschinen ablösen und ob eine Wendemaschine dabei ist, bleiben bis dahin offen.

Nahezu verblüffend war, dass es Heidelberg nicht mehr um reine Technik-Shows geht. Man spricht zwar auch noch, aber nicht mehr ausschließlich von Produkten, sondern von Anwendungen, die dahinter stehen und was Kunden damit anfangen können. Dabei ließ Heidelberg keinen Zweifel daran, dass alle Pläne in Beziehung mit den Veränderungen durch die um sich greifende Industrie 4.0 stehen. In dieser vernetzten, integrierten und Partner einbeziehenden Welt hat Heidelberg die angestaubte Druck- und Medienbranche offensichtlich abgeschüttelt, um sie in ein neues Zeitalter zu führen. Heidelberg hat dabei gute Karten, da erst wenige in diese neue Welt aufgebrochen sind.

Da dies nur mit einer Mannschaft realisierbar ist, die einen klaren Blick für die Zukunft hat, dürften aus Wiesloch noch mehr Impulse zu erwarten sein.

➤ www.heidelberg.com



Austria | Belgium | Czech Republic | Denmark | Finland | France | Germany | Greece | Hungary | Ireland | Italy | Liechtenstein | Luxembourg | Netherlands | Norway | Poland | Romania | Slovakia | Spain | Sweden | Switzerland | Turkey | United Kingdom | Ukraine



DIESE MAGAZINE UND DER EDP AWARD WERBEN FÜR SIE.

Die 20 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association zusammengeschlossen haben, zeichnen jährlich die besten Lösungen und Produkte aus den Kategorien Software, Digitaldruck, Finishing, Substrate, Tinten und Toner mit den begehrten EDP Awards aus. So unterstützen die Magazine mehr als eine halbe Million Leser in 25 Ländern bei ihren Kaufentscheidungen – und die EDP Awards werten die Produkte auf.

Reichen Sie jetzt Ihre Bewerbung ein. Und nehmen Sie Ihren EDP Award 2015/2016 auf der drupa 2016 am 1. Juni im drupa cube (Halle 6) entgegen.
www.edp-awards.org



www.edp-net.org