

drupa-Highlights – wo?

Die frühen Ankündigungen der Hersteller machen eine Standortbestimmung relativ einfach, aber spannend bleibt es dennoch

ANALYSE



Große Messen wie die drupa sind immer für Überraschungen gut. Was Veränderungen im Firmengeflecht angeht, hat sich seit Jahresanfang ja bereits einiges getan. Aber Messen sind immer auch für Neuheiten gut. Doch diese drupa wird wohl anders. Schon früh haben viele Hersteller ihre neuen Produkte angekündigt. Und das hat einen ganz simplen Grund: Wurde früh in »drupa-Zyklen« entwickelt, kann sich dies heute keiner mehr leisten. Was fertig ist, muss raus. »Time to Market« nennt man so etwas.

Und damit hat sich der eine oder andere auch das gefürchtete »drupa-Loch« erspart, weil Kunden mit ihren Investitionen auf die Messe warteten. Die Hoffnung ist zumindest da, dass nach der langen Abstinenz nunmehr wieder in neues Equipment investiert wird. Entweder jetzt schon oder spätestens ab Mai. Denn die Themen, die zur diesjährigen drupa auf den Tisch kommen, haben es in sich. Es sind zwar keine Sensationen, aber der Reiz liegt in den vielen kleinen Verbesserungen in Sachen Produktivität und in der Tatsache, dass alle Bereiche der Branche immer näher zusammen rücken. In diesem Zusammenhang ist die vernetzte Druckerei via JDF das absolute Highlight der drupa. Dagegen stehen Weiterentwicklungen bei den CtP-Platten in Richtung prozessfrei oder der Digitaldruck weit zurück, wobei auch diese Ele-

mente Teil der gesamten Vernetzung geworden sind.

Highlight 1: JDF

Inzwischen gibt es genügend praktische Anwendungen, die keinen Zweifel mehr zulassen, dass die vernetzte Druckerei Realität wird. Und dies betrifft alle Bereiche vom Druckereibüro über Vorstufe und Druck bis hin zur Weiterverarbeitung und Logistik. Neben den Praxisinstallationen, die wir in diesem Heft ab Seite 22 zusammengetragen haben, werden wir in den nächsten Ausgaben weiter über dieses Highlight berichten.

Highlight 2: Vorstufe

Davon auszugehen, dass sich im Bereich der Vorstufe nichts mehr tut, nur weil sich CtP etabliert hat, wäre töricht. Im Gegenteil erwarten die Hersteller einen weiteren Schub. Nicht zuletzt auch wegen neuer

Platten (s. auch Seite 6 dieser Ausgabe) und eleganterer Workflows. Und auch im Bereich des Color Managements darf man davon ausgehen, dass es vom reinen Spezialistentum nun auch für »normale Menschen« verständlicher und vor allem beherrschbar wird.

Highlight 3: Digitaldruck

Man könnte fast glauben, der Digitaldruck sei in den letzten Monaten etwas ins Stocken geraten, weil es relativ ruhig um diese Drucktechnik geworden war. Doch der Digitaldruck hat sich etabliert (in- und außerhalb der Druckindustrie). Deshalb ließ Heidelberg auch bereits vor dem Verkauf der Digitaldrucksparte keinen Zweifel daran, dass Digitaldruck-Produkte auf dem drupa-Stand zu sehen sein werden. Auch Agfa hat wieder den Einstieg in den Digitaldruck gewagt. 6 Mio. € Invest-

ment reichten, um Dotrix zu kaufen und sich damit strategisch geschickt in den Markt der Inkjet-Technologie für industrielle Anwendungen einzukaufen. Damit ist Agfa auf den Zug aufgesprungen, mit dem Kodak seit der Übernahme von Scitex Digital Printing (jetzte Kodak Versamark) bereits seit November 2003 unterwegs ist. Doch Kodak hat inzwischen nachgelegt und sich auch im tonerbasierten Digitaldruck mit der Übernahme von Nexpress etabliert. Und Xeikon hat sich mit der Vorstellung seiner neuen Xeikon 5000 eindrucksvoll auf dem Markt zurückgemeldet. Ob man mit dieser neuen Maschine Schritt halten kann mit den neuen Modellen von HP Indigo, bleibt abzuwarten – die Chancen stehen aber gar nicht so schlecht.

>



oft kommt das wichtigste als Randnotiz daher

MARGINALIEN: DER INTERNET-SERVICE DES DRUCKMARKT WÄHLT AUS, WERTET UND KOMMENTIERT.

Obwohl HP als Druckerhersteller gesamt betrachtet inzwischen die volle Palette digitaler Drucker anbieten kann, nimmt HP mit seinen Office-Lösungen jedoch keine Rücksicht darauf, dem Digitaldruck damit einen Teil des Wassers abzugraben. Denn mehr und mehr lassen sich Kleindrucksachen über Drucker/Kopierer abwickeln. Vielleicht wird der Digitaldruck gerade wegen der Konkurrenz durch die büro-nahen Anwendungen und die Anwendungen im Large Format Printing (die massiv Einfluss auf den Siebdruck nehmen) eines der wirklichen Highlights der drupa werden. Zumindest in

diesem Segment sind noch Überraschungen möglich.

**Highlight 4:
Print & Finishing**

Auch wenn die Hersteller von Druckmaschinen zur diesjährigen drupa nicht alle Geschütze auffahren (es wird vermutlich keine laufende Zeitungsrotation geben), werden die Verbesserungen und zum Teil ganz neuen Konzepte an Druckmaschinen sowie deren Peripherie und Aggregaten die Anwender in Atem halten. Neben Themen wie erhöhter Wirtschaftlichkeit, Prozesssicherheit, Rüstzeit- und Makulaturreduzierung sowie der Vernetzung wird

vor allem die Veredelung eine große Rolle spielen (siehe auch Seite 30 in dieser Ausgabe). Und der Bereich Finishing wird, nachdem über Jahre keine wirklichen Highlights gesetzt wurden, völlig neue Maßstäbe setzen was Rationalisierung, Automatisierung und Vernetzbarkeit angeht.

In unserer nächsten Ausgabe, dem »Druckmarkt Investitionskompass«, der kurz vor der drupa erscheint, werden wir alle neuen und bisher bekannten drupa-Produkte in Tabellen und Beiträgen ausführlich darstellen.

Historische Druckmaschinen ▶ Die drupa steht seit Jahrzehnten für Innovationen und neue Technologien innerhalb der Druckindustrie. Dies wird auch dieses Jahr so sein. Allerdings soll die Historie des Druckens in Düsseldorf nicht zu kurz kommen. Zur drupa 2004 kommen die Experten des Museums für Druckkunst in Leipzig an den Rhein und bringen neben einem Ensemble historischer Druckmaschinen die Atmosphäre der handwerklich ausgerichteten Arbeitswelt mit in die Messehallen: den Geruch von Öl, Papier und Druckerschwärze. Die Exponate (und der Nasenduft) sind auf einem 200 m² großen Stand in Halle 4 zu bewundern. Und daneben können die Besucher selbst drucken oder das breite Spektrum des Schriftschaffens genießen.

50. Type Directors Show ▶ Die diesjährige Type Directors Show (TDC) findet im Rahmen der drupa statt und ist in zweierlei Hinsicht ganz besonders: Die preisgekrönten Arbeiten des aktuellen Wettbewerbs erleben in Düsseldorf ihre Weltpremiere und werden erstmals öffentlich ausgestellt. Zum zweiten feiert die TDC-Show ihren 50. Geburtstag. (Druckmarkt wird darüber noch gesondert berichten.)

Märkte im Umbruch ▶ Am 11. Mai veranstalten der Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm) und die IKB Deutsche Industriebank AG ein Branchenforum zum Thema »Märkte im Umbruch«. Ab 18.15 Uhr findet diese Veranstaltung im Congress Center Süd auf dem Messegelände statt. Die Veranstaltung, zu der hochkarätige Referenten auch in Diskussionsrunden zur Verfügung stehen, wird von der regionalen Tageszeitung »Rheinischen Post« und der Messe Düsseldorf unterstützt.

TERMINE 2004

Datum	Veranstaltung, Messe, Event	Ort	Informationen
06. 05. - 19. 05. 04	drupa 2004 Internationale Fachmesse für Druck und Papier	Düsseldorf	www.drupa.de
20. 09. - 24. 09. 04	DIMA	Düsseldorf	
28. 09. - 03. 10. 04	photokina Weltmesse des Bildes	Köln	www.photokina.de
06. 10. - 11. 10. 04	Buchmesse Weltmesse des Buches	Frankfurt	www.buchmesse.de
11. 10. - 14. 10. 04	Ifra Messe für Medientechnologie	Amsterdam	www.ifra.com
18. 10. - 22. 10. 04	Systems Fachmesse für Informationstechnik, Telekommunikation, Medien	München	www.systems.de
21. 10. - 23. 10. 04	Pro Sign Fachmesse für Werbetechnik und Digitaldruck	Frankfurt	www.prodign.de
03. 11. - 06. 11. 04	Druck+Form Fachmesse für die grafische Industrie	Sinsheim	www.druckform-messe.de

TERMINE 2005 - 2006

31. 05. - 04. 06. 05	Fespa 2005 Internationale Ausstellung für Siebdruck	München	www.fespa.com
08. 09. - 15. 09. 05	Print 2005 Fachmesse für die grafische Industrie	Chicago	www.gasc.org
17. 10. - 20. 10. 05	Ifra Messe für Medientechnologie	Leipzig	www.ifra.com
20. 02. - 25. 02. 06	Imprinta 2006 Fachmesse für Premedia mit print & media Congress	Düsseldorf	www.imprinta.de

IMPRESSUM

»Druckmarkt« ist eine unabhängige Fachzeitschrift, Compendium und Marktführer durch Prepress, Print und Publishing. Druckmarkt erscheint 6 mal pro Jahr (etwa alle zwei Monate). Eine dieser Ausgaben erscheint als Markt- und Einkaufsführer »Druckmarkt Investitionskompass«.

Alle Angaben in unseren Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig

aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit wird keine Gewähr übernommen. Die Redaktion bittet jedoch, Irrtümer oder Fehler zu melden. Herzlichen Dank.

Druckmarkt-Jahres-Abo: (6 Ausgaben pro Jahr: 60 € (Inland) und 76 € (Ausland) inkl. Porto und Versandkosten.
Einzelverkauf: 12 € plus Versandkosten.

Redaktion und Anzeigen:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay (Chefredakteur, Herausgeber)
e-Mail: nico@druckmarkt.com
Petra Nicolay (Redaktion Marktübersichten)
e-Mail: petra@druckmarkt.com
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36
Telefax: 0 26 71 - 38 50
e-Mail: info@druckmarkt.com

Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke (Chefredakteur)
Hasselstraße 182
D-42651 Solingen
Telefon: 02 12 - 25 40 110
Telefax: 02 12 - 5 60 65
e-Mail: wenke@druckmarkt.com

Druckmarkt ist eine Zeitschrift der
arcus design & verlag oHG



www.druckmarkt.com

© by Druckmarkt 2004