



Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

Print yourself

Digitaldruck und Enterprise Publishing sind trotz aller Outsourcing-Bemühungen ein globaler Trend

ANALYSE



Lange ist es noch nicht her, da höhnten sie hämisch: Was, bitteschön, hat denn der Digital-

druck, was man im Offset nicht besser könnte? Vom Personalisieren vielleicht einmal abgesehen. Und die Digitaldrucker argumentierten (mehr oder weniger kleinlaut), dass sich der Digitaldruck vielleicht oder bald oder teilweise am Offset messen lasse. So ist vom Offset-Look-and-Feel des Digitaldrucks die Rede, als wäre der Offsetdruck das Maß aller Dinge. Denn der digitale Druck muss sich längst nicht mehr hinter dem Offsetdruck verstecken. Im Gegenteil hat er eine eigene Qualität erreicht, die mit dem Fadenzähler ohnehin nicht mehr erkennbar ist.

Eine Offsetdruckmaschine kann nur in einer Offsetdruckerei aufgestellt werden, da sie schon allein wegen ihrer Größe in vielfacher Hinsicht entsprechende Infrastruktur benötigt: sowohl Zuarbeit als auch nachgelagerte Verarbeitungsstrecken. Sie hat rein physikalische Bedingungen, denen sich Gebäude und Räume unterordnen müssen. Und es sind Fachleute in Vorstufe, Druck und Verarbeitung notwendig, um die Arbeit im Team bewältigen zu können.

Mannlos drucken

Anders der Digitaldruck. Er hat das »mannlose Drucken« schon weitestgehend realisiert. Es bleiben noch Hilfsarbeiten wie Papier nachlegen oder herausnehmen, was sich binnen Minuten erlernen lässt. Aber es bleibt auch ein teils komplexer Umgang mit der automatisierten Bedienung. Dies lässt sich in Stunden oder Tagen erlernen.

Was nichts anderes bedeutet: Digitaldruck lässt sich völlig anders organisieren als Offsetdruck. Und das ist eine Tatsache, die von vielen Jüngern Gutenbergs noch immer hemmungslos unterschätzt und unterbewertet wird.

Purist beim Drucken

Digitaldruck hat und will seine Grenzen da haben, wo beim Offsetdruck all die Mühen und die Fehler anfangen. In der extrem hohen Geschwindigkeit, den großen bis riesigen For-



maten, im Umgang mit exotischen Farben, die Glanz versprechen und oft Ärger garantieren, mit Materialien, die sich so eigenwillig verhalten wie eine Diva. Und mit einer Bandbreite der Möglichkeiten, die an Werbeslogans erinnern: Nichts ist unmöglich.

Dagegen ist der Digitaldruck ein Purist: gedruckt wird, was für zuverlässig erklärt wird. Die physikalischen Bedingungen werden ohne Knurren akzeptiert. Keiner gibt Geld für etwas aus, was er später nie oder nur höchst selten brauchen wird. Kurzum. Man konzentriert sich auf das Machbare.

Enterprise Publishing

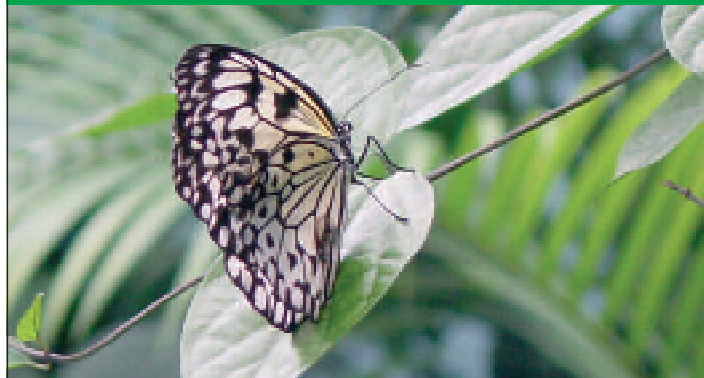
Die Konzentration auf das Machbare ist offensichtlich die Leitlinie, nach der heute im Digitaldruck gearbeitet wird. Und mehr denn je sind es nicht

die rein »grafischen« Anwendungen, um die es im Digitaldruck geht. Es sind die Lösungen im IT-, Office- und Daten-nahen Drucken, Lösungen, die auf der Stelle nutz- und einsetzbar sind, ohne dass es weiterer Vorbereitungen bedarf.

Vorausgesetzt, man hat die Jobs und die Daten. Die haben die Datacenter und IT-Abteilungen großer Unternehmen, Organisationen, Institutionen und Verwaltungen (und wollen diese Daten auch behalten). Denn sie entdecken immer mehr, dass Drucken um so einfacher, preiswerter, sinnvoller und vor allem zweckmäßiger wird, je mehr man es selbst tut. Digital natürlich und mit professionellen Ergebnissen. Enterprise Publishing nennt man dies.

Wenn die Anbieter der Digitaldrucksysteme und deren Weiterverarbeitungsaggregate nicht lügen (und warum sollten sie das tun?), ist

7.–8. September 2005 auf dem Gurten bei Bern



Zwei Tage InDesign pur!

Adobe InDesign in allen Facetten erleben und tüchtig Know-how tanken; Am 7. und 8. September an der ersten deutschsprachigen InDesign-Konferenz mit rund 40 Seminaren, Präsentationen und Workshops.

Seminare und Workshops

Die besten Referenten aus jeder Sparte garantieren für ein hochkarätiges Seminarprogramm. Zu jedem grösseren Themenblock folgen auf die Seminare vertiefende Workshops mit einem offenen Informationsaustausch zwischen Referenten und Teilnehmern.

Die Themenschwerpunkte sind:

- Strategien beim Umstieg auf InDesign
- Kreativ-Funktionen in der Praxis
- Undokumentierte Tricks
- Typografie mit InDesign
- Redaktionssysteme
- Datenbank-Publishing
- Farbmanagement- und Ausgabe-Workflow
- InDesign-Server
- Scripting mit InDesign

Ausstellung

Im Rahmen einer kleinen und fokussierten Ausstellung präsentieren führende Anbieter ihre Lösungen rund um Adobe InDesign. Zusammen mit den Seminaren und Präsentationen kann sich der Besucher damit in kurzer Zeit eine umfassende Marktübersicht verschaffen und seine Investitionsentscheide entsprechend abstützen.

Vom Halbtages- bis zum Zweitagespass

Insgesamt stehen den Besuchern an der InDesign-Konferenz rund 40 Seminare und Workshops zum Besuch offen. Neben Pässen für einen oder zwei Tage können auch Halbtages-Pässe für einzelne Themenschwerpunkte gebucht werden.

Weitere Infos und Anmeldung:

www.indesign-konferenz.ch

»Print-yourself« trotz aller Outsourcing-Bemühungen der zur Zeit vorherrschende, globale Trend.

Boom im Digitaldruck

Denn die etablierten Anbieter sehen alles andere als saturierte Märkte vor sich oder gar den Boom hinter sich. Ganz im Gegenteil. Von den 15% bis 20% Wachstum in den jeweiligen Märkten geht man auch weiterhin aus. Der Trend scheint ungebrochen nach oben zu gehen, mal mehr, mal weniger, tendenziell aber mehr.

Und technisch haben sie einiges im Köcher: Simplizität der Bedienung, Universalität der Systeme und Wirtschaftlichkeit der Produktion sind keine Gegensätze, sondern exakt die Troika der Ziele, die nicht nur versprochen und angestrebt, sondern die seit Jahren verwirklicht werden. Und wenn man NexPress, Xerox, HP Indigo oder Océ sagt, muss man auch die anderen wie Canon, HP, KonicaMinolta und OKI nennen: Jeder hat auf seinem Gebiet Erfolge zu melden und gewinnt im deutlichen Maße Kunden hinzu.

Und dies trifft auf die Farbdruck- und Kopiersysteme im Format A4 oder A3 genau so zu wie für die Hochleistungs-Schwarzweiß- und Farbmaschinen.

Das kann nur heißen, dass es sich um Druckvolumina handelt, die dem traditionellen Druck mindestens teilweise verloren gehen. Jahr für Jahr, Job für Job.

Weshalb sich – im Jahre 12 nach dem Durchbruch des professionellen 4c-Digitaldrucks – die Mahnung zwar abgenutzt anhört, andererseits als Aufforderung immer noch wiederholt werden muss: Akzidenzdrucker tun gut daran, dieses Geschäftsfeld für sich zu erschließen. »Wer in Zukunft nicht digital druckt, verschenkt Märkte« ist sich die Phalanx der Anbieter absolut einig. Also sollte man hinschauen, was angeboten wird.

Vier Themen überall

Dabei sind vier wesentliche Themen auszumachen – entsprechend den technisch-funktionellen Feldern, auf denen der Digitaldruck seine Stärke auslebt:

1. Das Datenhandling.
2. Der Automatisierungsgrad und die Qualität der Drucksysteme.
3. Die bedruckbaren Materialien.
4. Die Bandbreite und Raffinesse der Weiterverarbeitung.

Die Komplexität dieser Materie lässt sich nur schwer in Marktübersichten beschreiben. Die ab Seite 25 folgenden Übersichten zeigen lediglich das Angebot der Druckmaschinen. In kommenden Ausgaben werden wir jedoch auch auf die Finishing-Systeme eingehen, auf die Materialien und die die intelligenten PrePress-Systeme.

