



Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Canon speaks Image

Jubiläums-Gala zum 50. Geburtstag von Canon Europe in Monaco • Neue Digitaldruckmaschine läuft bei Schotte in Krefeld

HINTERGRUND



Generationen von Erfindern und Konstrukteuren haben sich bemüht, unsere Welt mit techni-

schen Mitteln so abzubilden, wie sie uns begegnet – bunt. Ob Farbfotografie oder Farbfernsehen: es dauerte jeweils seine Zeit, bis schwarzweiße Bilder von der farbigen Wiedergabe abgelöst wurden. Aber es gelang und Canon nimmt für sich in Anspruch, an dieser Entwicklung maßgeblich beteiligt zu sein. Mit einer Ausstellung zum 50-jährigen Jubiläum, die im Grimaldi Forum in Monaco stattfand, zeigte das Unternehmen Highlights aus der 50-jährigen Geschichte von Canon in Europa und einige der innovativen Technologien, mit der das Unternehmen seine Zukunft gestalten will. Wir nehmen dies zum Anlass für einen kurzen Rückblick und eine Übersicht über die aktuellen Drucktechniken.

Es gilt nicht nur für Bilder. Auch der Digitaldruck war für das Ausdrucken von Texten und als Ersatz für die Schreibmaschine zunächst schwarzweiß. Farbe war noch den Offsetdruckmaschinen vorbehalten. Das änderte sich ab 1977 allmählich, als die Canon Bubble-Jet-Technologie (Tintenstrahldruck) den Weg der Farbe für breite Anwendungen ebnete. Im Bereich des Drucks sorgte eine andere Canon-Innovation für eine Umwälzung, die bis heute andauert. Mit dem CLC-1, dem legendären ersten Canon Laser Copier von 1987, hielt die Farbe Einzug in den Produktionsalltag. Mit dem CLC-1, dem weltweit ersten Farbkopierer mit Digitaltechnik für Normalpapier war Canon dem Wettbewerb damals um Jahre voraus.

Digitaler Farbdruck erobert unterschiedliche Branchen

Auf den CLC-1 folgte zwei Jahre später mit dem CLC 200 eine erste Farblösung für das Büro, etwas kompakter in den Abmessungen und mit einem auf den Zielmarkt abgestimmten Funktionsumfang. Fast zeitgleich wurde der CLC-1 vom Nachfolger CLC 500 abgelöst, ein System, das damals den Wunsch vieler Anwender erfüllte: eine Schnittstelle zur PC-Welt. Heute selbstverständlich konnten damals erstmals Dokumente aus dem PC direkt auf Normalpapier gedruckt werden. Mit dem CLC 800 kam 1994 eine ganze Serie neuer Technologien wie

digitale Signalprozessoren zum Einsatz. Für die Druckbranche boten sich völlig neue Möglichkeiten: die bislang teuren und zeitraubenden Proofs konnten im Digitaldruck hergestellt werden.

Auch den Weg zur farbigen Multifunktionalität ebneten Systeme von Canon. Mit dem CP660 und dem imageRUNNER C624 hatte Canon 1999 für jede Aufgabenstellung das passende System. Gleichzeitig entschloss sich Canon, die Produktpalette der Business-Lösungen in die Bereiche Professional Print und Office aufzuteilen. Damit wird die Strategie verfolgt, Lösungen für spezielle Zielmärkte zu entwickeln.

So wird einerseits der Trend im Office-Bereich zu multifunktionalen Systemen verfolgt und andererseits an Systemen gearbeitet, die Einsatz in Druckereien finden. Dazu gehören nicht zuletzt auch die Large Format Printer von Canon, die sich in den letzten Jahren einen Namen gemacht haben.

2001 legte der CLC 5000 mit 50 Farbseiten pro Minute die Messlatte in digitalen Produktionsumgebungen höher. Aktuelle Systeme der

CLC-Reihe sind die Modelle 4040 und 5151. Und mit der imagePRESS C1 bietet Canon bei Qualität, Farbbrillanz und hoher Auflösung eine Lösung für Agentur und Druckerei.

Zielsetzung Qualität

Mit der imagePRESS C7000 VP bietet Canon jetzt seine nächste Generation von On-Demand-Drucksystemen. Copyshops, Fotofinisher und Rechenzentren zählen ebenso dazu wie Agenturen, Verlage und Druckereien (siehe auch den Absatz auf der nächsten Seite zur Installation des ersten Systems in Deutschland bei der Krefelder Druckerei Schotte).

Mit dem CLC-1, dem legendären ersten Canon Laser Copier von 1987, hielt die Farbe Einzug in den Produktionsalltag (Bild unten links). 2001 setzte der CLC 5000 mit 50 Farbseiten pro Minute neue Maßstäbe in digitalen Produktionsumgebungen. Die imagePRESS C1 ist wegen ihrer Qualität, Farbbrillanz und Auflösung eine ideale Lösung für Industrie, Werbeagenturen und Druckereien. Mit der imagePRESS C7000 VP (rechts außen) stellt Canon jetzt seine nächste Generation von On-Demand-Drucksystemen vor.



Am 6. und 7. Mai 2007 feierte Canon Europa in Monaco sein 50-jähriges Jubiläum mit der Ausstellung seiner Technologien.



Die Feierlichkeiten zum 50-jährigen Jubiläum umfassten Ansprachen des Präsidenten und COO von Canon Inc., Tsuneji Uchida, der seit 2006 dieses Amt innehat. Hajime Tsuruoka, Präsident und CEO Canon Europa blickte auf 50 Jahre Canon Europe zurück:



»Die Veranstaltung spiegelt das bisher Erreichte wider. Aber was noch wichtiger ist: die Strategie, mit der wir über die nächsten 50 Jahre auf diesem Erfolg aufbauen wollen. Die Veranstaltung gibt uns eine Plattform, um die Unternehmensphilosophie von Canon in den Vordergrund zu stellen: das Zusammenleben und Arbeiten für das Allgemeinwohl.« Die Veranstaltung diente so auch als Plattform für die Vorstellung eines Naturschutzprojekts in Kooperation mit dem World Wildlife Fund (WWF). Als Teil des Engagements von Canon zur Erfüllung seiner sozialen Verantwortung war die Veranstaltung durch die Climate Neutral Group als »CO2-neutral« zertifiziert.

»Dank der systematischen Auffächerung unserer Lösungen können wir unsere Zielmärkte sehr effektiv bedienen«, stellt Ralf Dahmen, Marketing Manager Professional Solutions Canon Deutschland, fest. »Die Innovationskraft von Canon steuert mit der imagePRESS C7000 VP ihren nächsten Höhepunkt an. Das Feedback unserer Kunden beweist uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind – und dieser Weg heißt Qualität.«

Lösungskompetenz ergänzt Systemportfolio

Wer anspruchsvolle digitale Farbdrucksysteme kauft, will heute mehr als nur die reine Hardware. Seit 2001 bietet Canon Komplettlösungen rund um das Drucken an. So sind heute im Bereich Professional Print Lösungen für das Farbmanagement ebenso im Angebot wie für den Workflow, den variablen Datendruck und das Finishing. Nicht nur im professionellen Druckbereich ist beste Qualität bei Wiedergabe und Farbe gefordert. Seit den ersten Farbdruckern wird Farbe auch in Büroumgebungen immer

bedeutsamer und vor allem erschwinglicher. Der Anteil der farbigen Ausdrücke in Unternehmen wächst kontinuierlich und ist nicht länger nur den Marketingabteilungen und Führungsebenen vorbehalten. Nach einer aktuellen IDC-Studie werden im Jahr 2009 die Druckerhersteller bereits eine halbe Million Farbdrucker europaweit ausliefern. Die Zahl der weltweit ausgelieferten Canon Farbdrucksysteme hat 2007 die Marke von 1 Million erreicht. Seit der Vorstellung des ersten Farbkopierers vor 30 Jahren hat Canon permanent technologische Innovationen marktreif gemacht und steht als Marke inzwischen als Synonym für Farbe.

Launch der Canon imagePRESS C7000VP in Deutschland

Das Flaggschiff der Canon High-End-Farbdrucksysteme, die imagePRESS C7000VP, wurde jetzt erstmals in Deutschland installiert. Das System befindet sich beim Druckdienstleister Schotte GmbH in Krefeld und dient der Hybridproduktion, also der Herstellung von Kom-

binationsprodukten aus Offset- und Digitaldruck. So werden Geschäftsberichte und Kundenmagazine mit beispielsweise 90% Offsetanteil und 10% Digitaldruckanteil hergestellt. Darüber hinaus wird bei Schotte auf der imagePRESS C7000VP das Fotobuch »schobuk« produziert. Damit kann jeder kostengünstig Bücher und Broschüren mit eigenen Texten und Bildern in einer Auflage von 1 bis 1.000 Exemplaren über eine kostenlose Software produzieren lassen. Der eigenen Kreativität sind dabei (fast) keine Grenzen gesetzt – selbst ein Album-Umschlag aus rotem Plüsch oder Kunstrasen ist möglich.

Der offizielle Launch der imagePRESS fand am 21. Juni 2007 statt. Canon Deutschland Geschäftsführer Jeppe Frandsen überreichte dabei symbolisch das Produktionssystem an Geschäftsführer Klaus Schotte.

- > www.schobuk.com
- > www.canon.de

»WE SPEAK IMAGE«

Canon stellte im Rahmen der Feierlichkeiten zum 50-jährigen Jubiläum eine neue europaweite Werbekampagne vor. »We Speak Image« steht für die konzentrierte neue Ausrichtung von Canon und soll die Positionierung des Unternehmens als erste Wahl für diejenigen unterstreichen, die von der Kraft des Bildes profitieren wollen. Die neue Kampagne thematisiert die Rolle der Bilder als starkes Medium der Kommunikation und spiegelt die Erfahrung wieder, dass Bilder überall schneller verstanden werden als Worte.

Die Kampagne verwendet eine Bildsprache als visuelle Metapher für den Nutzen der Produkte und Technologien von Canon. Die fünf Motive decken die Bereiche ab, in denen Canon im Leben der Menschen eine Rolle spielt: Zuhause (HD-Video), bei der Arbeit (Sicherheit und Produktivität), beim professionellen Einsatz (Telearbeit/ Medizin) und in der Umwelt.



Ob Canon dies als Gag verstanden wissen wollte, ist uns nicht bekannt: Nach Ankündigung der Kampagne, die zu intensiverem Einsatz von Bildern auffordert, durfte während der Keynotes des Canon-Managements nicht fotografiert werden. Dennoch sagte James Leipnik, Leiter Communication bei Canon Europa: »We Speak Image umfasst jeden Geschäftsbereich von Canon. Wir verstärken so unsere Position als führendes Unternehmen in der Bildtechnologie in einer Gesellschaft, die zunehmend digitale Bilder als Mittel für die globale Kommunikation einsetzt. Canon stellt die Werkzeuge bereit, die sie benötigen, um ihre kreativen Visionen Wirklichkeit werden zu lassen.«

