



Wandel erfordert Weitblick

Im Laufe der letzten Monate scheint die Wirtschaft in den meisten westlichen Staaten aus Krise und Rezession herauszutreten – doch es scheint so, als vollziehe sich die Erholung dieses Mal allmählicher und weit weniger vorhersagbar als nach den zurückliegenden Abschwüngen.

Von David Preskett



David Preskett ist European Professional Print Director, Canon Europe, und Präsident der Ipex 2014.

Das verleiht der Mahnung von Prof. Frank Romano im Canon Insight Report »The Redefinition of the Digital Printer« um so mehr Glaubwürdigkeit. Er stellt darin fest, dass sich diejenigen Druckdienstleister, die es durch die Rezession geschafft haben, darin einig seien, dass sie der

Digitaldruck gerettet habe. Jedoch gebe es keinen Raum für übertriebene Zuversicht. Druckdienstleister mit digitalen Druckmöglichkeiten seien zwar an einer Informationsbranche beteiligt, in der fast alles digital kommuniziert werden kann, aber »Drucker müssen jeden Aspekt ihres Geschäfts neu überdenken, um den Aufschwung zu überleben«, stellt Frank Romano fest.

Der erste Canon Insight Report, »Digital Print Directions«, zeigte, dass Druckdienstleister dies verstanden haben. 72% erklärten, dass sie nicht länger dieselben Dinge auf dieselbe Art tun könnten. 52% planten, sich zu »Dienstleistern für Unternehmenskommunikation« zu entwickeln und 10% wollten zusätzlich Nicht-Druckdienstleistungen wie Facility-Management, IT, Design und Auftragsabwicklung anbieten.

Wie die Studie weiter feststellte, stehen diese Entscheidungen für einen fundamentalen strategischen Wandel und haben wichtige Auswirkungen für das Management von Druckbetrieben. Heute haben Manager mehr zu tun als nur zu managen. Sie müssen führen, das Geschäft inspirieren, um so die Möglichkeiten neuer Produktionsprozesse, Umsatzquellen, Märkte und Geschäftsmodelle zu entdecken und zu erfassen. Wenn sie dies tun, können beachtliche Ergebnisse erzielt werden.

»WIR SIND KEINE DRUCKEREI – OBWOHL WIR DRUCKEN« Beispiel ist der schwedische Druckdienstleister PSP Notitium. Während der letzten sieben Jahre hat sich die in Ängelholm ansässige Firma rasch von der Offset-basierten Produktion zum Digitaldruckdienstleister entwickelt, der eine Palette von Marketing- und Kommunikations-Dienstleistungen anbietet. Die Richtung und Geschwindigkeit der Entwicklung weist keine Anzeichen der Veränderung auf, obwohl Notitium Geschäftsführer Magnus Bengtsson zugibt, dass er sich noch nicht sicher ist, wo die Reise enden wird. »Wir sind in der Kommunikationsbranche, nicht in der Druckbranche. Während wir versuchen, den Kunden Zeit und Geld zu sparen, ist es wichtiger, dass wir ihnen

helfen, zu entscheiden, wie, was und mit wem sie kommunizieren. Wir sind bestrebt, Zeit zu verkaufen, in Form unseres Fachwissens, nicht nur bedruckte Blätter, E-Mails oder Softwarelizenzen. Wir sind keine Druckerei – obwohl wir drucken. Wir sind keine Agentur – obwohl wir Kommunikationsstrategien entwickeln und verfeinern. Und wir sind keine IT-Berater – obwohl wir Softwareingenieure beschäftigen. Unsere Arbeit umfasst zunehmend integrierte Kommunikationskampagnen, die datengetriebenen Druck mit anderen Medien kombinieren, wie zum Beispiel HTML-E-Mail, soziale Netzwerke und personalisierte URLs.«

In Unternehmen wie Notitium lässt sich vielleicht eine neue Form erkennen, die die Druckindustrie zukünftig annehmen könnte. Die Tage, als es noch ausreichte, ein guter Drucker zu sein, der hochwertige Arbeit pünktlich zum richtigen Preis lieferte, sind längst vorbei. Tatsächlich sagt die Bezeichnung »guter Drucker« sehr wenig aus, denn zahlreiche Unternehmen der Branche definieren sich derzeit auf verschiedene Arten völlig neu.

EIN WANDEL DIESER GRÖSSENORDNUNG mag vielleicht auf den ersten Blick erschrecken, jedoch haben Druckereien Verbündete in den Herstellern, die ihnen durchaus dabei helfen können, neue Positionen einzunehmen. Canon beispielsweise untermauert die Botschaft der »Leap«-Kampagne – dem Appell von Canon an die Industrie, sich zu ändern – mit dem Essential Business Builder Programm, das Workshops und Beratung bietet sowie mit der Serie von Insight Reports, in der wichtige Trends untersucht werden.

Als Anbieter haben wir längst erkannt, dass die Bereitstellung von Basistechnologien – beispielsweise eine Auswahl von Digitaldrucksystemen zusammen mit Workflow-Lösungen – lediglich das absolute Minimum darstellt, das von uns erwartet wird. Daneben müssen wir unsere Kunden ermutigen, sich neuen Geschäftsideen gegenüber zu öffnen. Schließlich liefert uns unsere weltweite Kundenbasis Erkenntnisse darüber, wie Druckdienstleister Veränderungen implementieren und welche Fähigkeiten das Management zur Umsetzung benötigt. Eines ist sicher – der Markt bietet spannende Chancen, aber niemand weiß, wohin sie führen.

» www.canon.ch

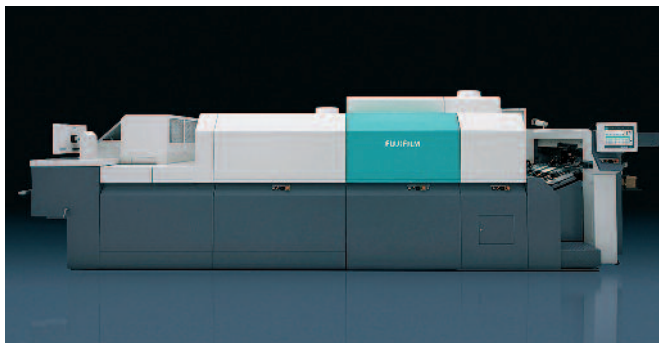


Digitale Inkjet-Bogendruckmaschine

FUJIFILM INSTALLIERT ERSTE JET PRESS 720 IN EUROPA

Im neuen europäischen Demo-Center in Brüssel hat Fujifilm jetzt die erste Jet Press 720 zu Vorführzwecken installiert. Der Aufbau wurde Ende Juni 2011 abgeschlossen. Dies ist gleichzeitig das Ende der Beta-Testphase in Japan, die nach Informationen von Fujifilm erfolgreich abgeschlossen worden sei. Die europäische Beta-Testphase ist für die nächsten Monate vorgesehen und der offizielle Vertriebsstart in Europa ist für das vierte Quartal 2011 geplant.

»Die kommerzielle Verfügbarkeit des Jet Press 720 markiert den Beginn einer neuen Ära für den Bogen-Digitaldruck. Wir sind stolz darauf, dass



Fujifilm dabei die Vorreiterrolle einnimmt. Seit der Ankündigung auf der drupa 2008 und den Live-Demonstrationen während der Ipex 2010 hat Fujifilm die Technologien innerhalb der neuen Druckmaschine perfektioniert, sodass die Jet Press 720 die Geschäftsmodelle der Druckereien vom



ersten Tag an revolutionieren wird«, kommentiert **Ryuta Masui**, Senior Vice President, Fujifilm Europe GmbH. »Daher sind wir zuversichtlich, dass die Jet Press 720 für traditionelle Akzidenzdruckereien und die Generation der Digitaldrucker neue Möglichkeiten bei der kostengünstigen Produktion kleiner Auflagen in hoher Qualität schafft. Das Interesse an dieser Digitaldruckmaschine war schon auf der drupa und der Ipex unglaublich groß. Die Gespräche, die wir seitdem mit vielen Druckern in Europa geführt haben, haben diesen Eindruck noch verstärkt«, sagt Masui.

Die Jet Press 720 ist eine Vierfarben-Digitaldruckmaschine im B2-Format, die bei maximaler Produktionsgeschwindigkeit bis zu 2.700 Bogen/Stunde einseitig bedrucken kann. Sie nutzt die sogenannte Samba-Druckkopf-Technologie mit einer Auflösung von 1.200 dpi x 1.200 dpi bei variablen Punktgrößen. Durch das vorherige Aufbringen eines Primers vor dem Druck lassen sich mit der Jet Press 720 beschichtete Standard-Offsetpapiere einsetzen und auch gewisse unbeschichtete Papiere. Nach dem Druck können die B2-Bogen nach den Aussagen von Fujifilm genauso wie Offsetdrucke behandelt und weiterverarbeitet werden.

➤ www.fujifilm.de



KOMPAKT UND LÖSUNGSORIENTIERT

Druck+Form



Die Fachmesse
für die grafische
Industrie



12. - 15. Okt. 2011 MESSE SINSHEIM

... mit umfangreichem Ausstellungsangebot
aus den Bereichen:

Druck- und Mediovorstufe
Software + Systeme
Druck- und
Papierweiterverarbeitung

Materialien und Verbrauchsmittel
Dienstleistungen
Gebrauchsmaschinen
Verpackungsdruck

Öffnungszeiten:

Mittwoch bis Freitag 10 – 18 Uhr, Samstag 10 – 16 Uhr

www.druckform-messe.de



Veranstalter:

MESSE SINSHEIM
IHR VERANSTALTUNGSPARTNER.

Messe Sinsheim GmbH
Neulandstraße 27 · D – 74889 Sinsheim
Fon +49(0)7261.689 - 0 · Fax +49(0)7261.689 - 220
druckform@messe-sinsheim.de

VIRTUELLE
MESSE
www.schall-virtuell.de