



Automatisierung ist unverzichtbar

Dass der Digitaldruck wächst, ist unbestritten. Was aber sind die Treiber und welche Technologien haben welches Potenzial? Wir haben darüber mit EEF DE RIDDER gesprochen. Dabei lässt er keinen Zweifel daran, dass die aktuellen Herausforderungen der Branche nur durch Automatisierung des gesamten Workflows und auf lange Sicht durch den Digitaldruck zu lösen sind.

Text: Klaus-Peter Nicolay | Foto: Ricoh

Herr de Ridder, Sie sind bei Ricoh für die Lösungen im Produktionsdruck verantwortlich. Was muss man sich darunter vorstellen?

Zu meinen Aufgaben gehört, dass ich einen möglichst engen Kontakt zu unseren Kunden und Länderorganisationen halte, um sicherzustellen, dass unsere Strategie die Anforderungen berücksichtigt. Dazu gehört auch, mit meinem Team Produkteinführungsstrategien zu entwickeln und umzusetzen. Dabei geht es darum, eine hohe Kundenzufriedenheit zu erreichen und dazu beizutragen, dass die Geschäfte unserer Kunden wachsen.

Und was macht dabei am meisten Spass?

Es sind der direkte Kontakt mit den Kunden und die Gespräche über Herausforderungen und Chancen des Marktes sowie darüber, wie wir es unseren Kunden ermöglichen können, darauf zu reagieren und ihr Geschäft auszubauen.

Dann kennen Sie durch die Gespräche mit ihren Kunden natürlich auch die aktuellen Trends und die Dinge, die Druckereien zwicken?

Es sind ja im Grunde genommen ja keine neuen Trends, sie setzen sich aber weiter fort und nehmen in der Praxis einen immer bedeutenderen Platz ein. Da sind einmal die immer kleiner werdenden Auflagen. Um diese auch wirtschaftlich zu bewältigen, ist Automatisierung unverzichtbar. Das schliesst die Software-Automatisierung des gesamten Workflows vom Entwurf über die weitere Bearbeitung des Auftrags bis zu Versand und Rechnungsstellung mit wenig manuellen Eingriffen ein.

Daneben wirkt sich die veränderte Mediennutzung auf das Druckgeschäft aus. Das ist im Extremfall die Verdrängung des Drucks durch digitale Medien. Doch scheint dieser Trend an Tempo zu verlieren, da der Druck weit stärker als bisher in Multimedia-Kampagnen integriert wird. Ein Beispiel dafür ist die Nutzung von Brückentechnologien, die den Leser von Print zu einem Online-Angebot führen, wie es beim *Clickable Paper* der Fall ist.

Darf ich kurz dazwischenfragen, was Clickable Paper ist?

Beim *Ricoh Clickable Paper* handelt es sich um einen unsichtbaren Code im Druckbild oder auf einer Seite, der den Nutzer via Smartphone zu weiterführenden Informationen bringt. Die Bilderkennungssoftware verknüpft Print mit digitalen Inhalten. Dabei können bis zu sechs Verknüpfungen auf einen oder mehrere Hotspots eingerichtet werden und jedem Link Websites, Video- und E-Commerce-Portale zugewiesen werden. Sie können auch Mobilgeräte so einbinden, dass sie Anrufe tätigen, Strassenkarten öffnen oder E-Mails versenden.

Sehen Sie vergleichbare Trends auch bei Buch und Zeitung?

Was die Mediennutzung und eine mögliche Verdrängung durch digitale Lösungen angeht, sind die Print-Märkte sehr unterschiedlich betroffen. Wir glauben nicht, dass es bei Büchern genauso sein wird, wie bei klassischen Drucksachen, da wir bei den E-Books in Europa und Amerika ein nur langsames Wachstum erkennen. Das gedruckte Buch hat also noch

immer einen grossen Stellenwert. Zeitungen dagegen stehen allerdings unter einem viel grösseren Druck.

In praktisch allen Segmenten des Drucks ist der Digitaldruck ein seit Jahren omnipräsenter Trend. Dennoch macht er erst wenige Prozentanteile am gesamten Druckvolumen aus. Welche Entwicklungen sehen Sie?

Europa steht vor grossen Herausforderungen, da die Printauflagen weiter abnehmen werden. So übernimmt der Inkjet-Druck als Non-Impact-Technologie Schritt für Schritt immer mehr Volumen vom Offsetdruck.

Die Analyse *«The Future of Inkjet Printing to 2023»* stellt fest, dass der weltweite Inkjet-Druckmarkt in den nächsten fünf Jahren um 9,4 Prozent jährlich wachsen und bis 2023 ein Volumen von fast 110 Milliarden US-Dollar erreichen wird. 2018 hatte der Gesamtwert des Inkjet-Drucks bei Druck- und Verpackungsanwendungen erst ein Volumen von 69,6 Milliarden Dollar. Das gesamte Druckvolumen lag bei 749 Milliarden A4-Bögen und soll auf 1,4 Billionen anwachsen. Der Digitaldruck wird sich also zur führenden Technologie entwickeln. Dabei profitiert er von zwei Haupttreibern: vom variablen Datendruck und von der besseren Wirtschaftlichkeit.

Über Prognosen könnten wir jetzt sehr ausführlich und lange diskutieren: Welche Segmente sind gemeint, welche Produkte, ab welcher Auflage und so weiter. Aber lassen wir das. Prognosen lagen in den letzten Jahrzehnten immer daneben.

Unbestritten ist jedoch, dass der Digitaldruck immer relevanter wird. Deshalb interessiert mich sehr viel mehr, welche Rolle Ricoh in diesem Wachstumsmarkt spielen will?

Ricoh kann auf eine intensive Forschung und Entwicklung verweisen, die Ausdruck unseres Engagements ist, Druckdienstleistungen eine rentable Produktion zu ermöglichen. Da unser F&E-Geschäftsbereich stets die kommenden Trends im Blick hat, ist es uns gelungen, erschwingliche Druckmaschinen zu entwickeln.

Ausserdem haben wir unsere *TotalFlow*-Softwarelösungen weiterentwickelt, um den Workflow nahtlos zu automatisieren, die digitale Produktion in den Offsetdruck zu integrieren und die tägli-

chen Betriebsabläufe zu optimieren.

In ihrer Gesamtheit haben diese Bemühungen zu sehr konkreten Geschäftsvorteilen geführt, die Druckereien helfen, ihre Produktivität zu maximieren.

Dennoch hat man gelegentlich den Eindruck, dass sich im digitalen Druck nur wenig bewegt. Woran liegt das?

Der Eindruck mag täuschen. Denn *Ricoh* ist unablässig auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, sein Portfolio zu optimieren.

So druckt die neue *Pro C9200 Series* mit verbesserter Bildqualität und herausragender Registerhaltigkeit bei niedrigeren Betriebskosten noch profitabler.

>



Lust auf Print.

Ihr zuverlässiger Partner für Geschäfts- und Werbedrucksachen, die sich von der Masse abheben.

Wir beraten Sie gerne für Ihr nächstes Projekt.



kasimir meyer

Kapellstrasse 5 5610 Wohlen T 056 618 58 00 www.kasi.ch

Die automatische Farbdiagnose ACD gewährleistet dabei eine hohe Farbbeständigkeit und Stabilität, da selbst kleine Farbveränderungen während des Drucks erkannt und kompensiert werden.

Auch das neue Fünffarbdrucksystem Pro C7200x bietet aufgrund der automatischen Kalibrierung mit Inline-Sensoren eine verbesserte Farbstabilität und mithilfe der automatischen Registereinstellung eine exaktere Passergenauigkeit. Zudem erweitert die fünfte Farbstation das Spektrum an wertschöpfenden Druckanwendungen, da Weiss plus CMYK in einem einzigen Durchlauf gedruckt werden können.

Ich denke, dass beim Bogen- digitaldruck im Format A3+ am Markt nur wenig Überzeugungsarbeit zu leisten ist. Wie sieht es aber mit den Rollensystemen aus?

Auch hier verfolgt Ricoh das Ziel, mit einem wachsenden Inkjet-Portfolio bei den zweifellos höchst unterschiedlichen Print-Anwendungen und Anforderungen zu punkten. Aus diesem Angebot ist der Pro VC60000 wohl am bekanntesten. Des Weiteren haben wir den Ricoh Pro VC40000, das Schwarz-Weiss-System Pro V20000 und als jüngsten Neuzugang das Spitzensystem Ricoh Pro VC70000 vorgestellt. Die neue Trocknungstechnologie sowie die ebenfalls eigenentwickelten Tinten für den Pro VC70000 sorgen für eine Qualität und



Produktivität, die seinesgleichen sucht.

Das werden wir uns noch genauer ansehen. Aber eine andere Frage: Welchen Einfluss haben eigentlich die von Ihnen genannten Trends bei Ihren Gesprächen mit den Kunden?

Das grösste Problem ist der Preisdruck auf dem Markt, der sowohl die Druckereien als auch die Maschinenbauer und Zulieferer vor grosse Herausforderungen stellt. Ricoh legt Wert auf die Entwicklung von Systemen, die eine höhere Qualität, Produktivität und Funktionalität ermöglichen, um Druckereien zu helfen, auf diesem anspruchsvollen Markt einen reaktionsschnellen Service zu gewährleisten. Dabei konzentrieren wir uns auf die Qualität der Leistung und wie diese den Druckereien zugute kommt.

Das bezieht sich auf die etablierten und existierenden Märkte. Die haben Sie als kritisch beschrieben. Wie steht es also mit neuen Geschäftsmodellen?

Natürlich möchten unsere Kunden auch zeitgemässe und profitable Geschäftsmodelle entwickeln, sie möchten zudem neue Einnahmequellen erschliessen, um ihr Geschäft zu erweitern und die Risiken weitestgehend zu minimieren. Ricoh kann dabei helfen, da wir den Schwerpunkt darauf legen, gemeinsam eine rentable Zukunft aufzubauen und eine Neuausrichtung des Geschäfts zu fördern. Es gibt noch viele Chancen mit neuen Anwendungen, neuen Dienstleistungen und dies auch in neuen Marktsegmenten.

Welche Rolle spielen dabei die neuen Software-Angebote, die Sie erst kürzlich angekündigt haben? Sind Cloud-Lösungen wirklich das Allheilmittel der Zukunft?

Die neuen IoT-Softwarelösungen vernetzen Smartphones und PCs mit den Betriebsdaten der Drucksysteme. Mithilfe des Ricoh Supervisors können Druckereien Entscheidungen anhand ausgewerteter Unternehmensdaten treffen. Mithilfe von Business-Intelligence-Tools wird aus den gesammelten Daten anschliessend ein analytisches Dashboard erstellt, das Trends, Ineffizienzen, Materialverbrauch und Vertriebszyklen anzeigen kann.

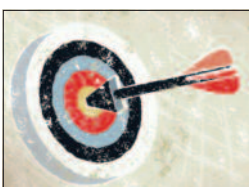
Der Ricoh Communications Manager unterstützt Druckdienstleister beim Wechsel von Einzellösungen zu einer integrierten Kommunikationsplattform. Er liefert vollständige Informationen zum Kampagnenmanagement, von den Auftragsdetails über die Abrechnung und Fakturierung und bietet eine Plattform für die Erstellung, Verwaltung und das Tracking von Print- und Onlinekommunikation. Daneben kann durch die schnelle Entwicklung neuer Services zur Verbesserung des Kundenerlebnisses der Umsatz gesteigert werden. Beide Lösungen helfen, smartere Entscheidungen zu treffen. Und dass sie cloudbasiert sind, schadet dem nicht, sondern folgt dem Trend, der in der Industrie überall erkennbar ist und einen weiteren Schritt Richtung Industrie 4.0 darstellt.

Wenn Sie Ihren Kunden schon eine gewisse Beratung bieten: Was ist der wichtigste unternehmerische Ratschlag, den Sie erhalten haben?

Halte immer einen möglichst engen Kontakt zu deinen Kunden, um deren Geschäft und deren Herausforderungen zu verstehen, anstatt zu versuchen, aus der Perspektive einer Firmenzentrale heraus Anweisungen zu geben.

Herr de Ridder, vielen Dank für das Gespräch.

> www.ricoh-europe.com



Die cleveren Jobplattformen für Kommunikation & ICT:

- reichweitenstark und trotzdem zielgruppenfokussiert inserieren
- CV-Datenbank mit Matchingtool «QualiProfil»
- Social Media-, Partnernetzwerk- und Fachpresse-Präsenz

VON FACHLEUTEN FÜR FACHLEUTE: Die Jobplattformen für Medien, Kommunikation, Marketing, Informatik & Telekommunikation

medienjobs.ch
ictjobs.ch

DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spiess und Zwiebfisch umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carl-fritz Nicolay und passenden, zeitgemässen Texten.

Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm. Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.