

DIGITALDRUCK PRINT – ÜBERALL UND AUF JEDER OBERFLÄCHE

Wer sich einmal mit wachen Augen umschaute, wird bald feststellen, dass wir von Gedrucktem umgeben sind. Auf dem Boden, an der Wand und auf dem Tisch, in Küchen, Büros und Bädern. Dabei sind wir nur ein kleiner Teil des grossen Ganzen. Wir drucken zwar sehr gut, aber das ist in der Regel alles, was wir tun. Wir entwerfen oder gestalten nicht, wir installieren nicht einmal.

Von Mike Horsten, Global Business Manager, InterioJet bei Agfa

Wir verkaufen uns als grafischen Branche und Grossformatdrucker in Form von Plakaten, Postern, Pop-ups, Displays und anderen mehr oder weniger ansprechenden Werbeabbildungen. Und gerade wegen meiner Erfahrung im Druck denke ich in Kategorien wie Farbe, Auflösung oder Bedruckstoff und vergesse dabei die Bedeutung des Designs und der dahinter stehenden Botschaft.

Natürlich dürfen wir die Technologie und ihre bestmöglichen Lösungen nicht aus den Augen verlieren, aber wenn es um Dekors geht, ist ein Umdenken angesagt. Ich bin zu der Überzeugung gelangt, dass der Name des Spiels «Oberflächen» sein sollte. Wir sollten in diesen Begriffen denken, nicht in Begriffen wie Druck, CMYK oder Web-to-Print. Oberflächen umgeben uns und haben einen grossen Einfluss auf unser Leben. Die Haptik, die Gefühle und die Emotionen beim Betrachten von Dingen sind es, die das Leben der Menschen beeinflussen. Das gilt auch für Gedrucktes.

Und so können wir auch am besten verkaufen, was Druck zu bieten hat.

Oberflächen? Was ist gemeint?

Der Begriff bezieht sich im Grunde auf alle Anwendungen wie

Fussböden, Möbel, Innen- und Aussenverkleidungen, Küchen und Badezimmereinrichtungen. Die Möglichkeiten sind endlos. Aber wir müssen beachten, dass dies alles komplexer ist als nur der Druck eines grafischen Bildes. Um das Dekor, die Wirkung und das Gefühl zu verkaufen, müssen wir die natürlichen Farben von Holz und Stein wiedergeben und verstehen, wie Menschen mit den verschiedenen Oberflächen interagieren und wie sie ihre Umgebung erleben.

Der Markt, den ich meine, wird von analogen Druckverfahren wie dem Tiefdruck beherrscht. Dieses Druckverfahren hat den Vorteil, aufgrund der riesigen Mengen preiswert zu sein und eine gleichbleibend gute Qualität zu liefern. Diese Vorteile haben jedoch auch Nachteile. Für jedes Design werden mehrere Tiefdruckzylinder benötigt, die Separationen für diese Druckzylinder sind komplex und teuer, die Einrichtungskosten fallen pro Dekor an und die Änderung eines Designs ist zeitaufwendig und teuer.

Dies bietet für die digitale Technik zumindest die Chance, einen grösseren Marktanteil für sich zu erobern. Denn die Verbraucher haben damit begonnen, massgeschneiderte Designs für alle möglichen Produkte zu verlangen – von Tischplatten über Möbel bis hin zu Bodenbelägen und Wandverkleidungen. Hotels, Restau-



Mike Horsten hat gut 30 Jahre Erfahrung in Marketing und Absatzentwicklung. So war er unter anderem bei HP verantwortlich für das grossformatige Grafikproduktionsgeschäft in Europa und die Entwicklung im Textildruck. Davor steuerte er fünfzehn Jahre lang das Marketing von Mimaki Europe. Horsten ist Co-Gründer des Software-Unternehmens Colorgate, führte 15 Jahre lang seine eigene Grossformatdruckerei und war zuletzt als selbstständiger Berater aktiv.

rantketten und alle Unternehmen, die ihre eigene Marke und Identität stärker vermitteln wollen, sind auf der Suche nach neuen Wegen, ihre Marke beim Kunden bekannter zu machen.

Es gibt gewaltige Unterschiede

Für solche Anforderungen ist der Digitaldruck gut aufgestellt. Unsere Farbsysteme können 16 Millionen verschiedene Farben in der CMYK-Farbskala anbieten, wir

können jedes beliebige Design drucken und wir können die Designs im Handumdrehen wechseln.

So weit, so gut. Aber die Welt des Dekordrucks unterscheidet sich erheblich von der des Grossformatdrucks. CMYK hat zum Beispiel einen zu geringen Farbumfang bei Holzmaserungen. Das könnte zu Metamerie führen, ein Phänomen, bei dem die Farbe zweier Objekte unter der einen Lichtquelle gleich erscheint, in anderem Licht jedoch andere spektrale Energieverteilungen sichtbar werden. Ein Farbunterschied, der gerade bei Dekors vermieden werden muss.

Wenn wir sicherstellen, dass wir Pigmentfarben richtig verwenden, die Tinten und die Art und Weise, wie wir drucken, ändern, können wir die gleichen Ergeb-

nisse wie im Tiefdruck erzielen und den in dieser Branche erwarteten Standards entsprechen. Es gibt jedoch noch weitere Hürden zu überwinden. Ein Beispiel: Die Hersteller von Bodenbelägen sind nicht wirklich daran interessiert, direkt auf eine Spanplatte oder ein anderes rigide Material zu drucken. Denn sie drucken auf ein spezielles Papier, das später mit einem Melaminharz imprägniert und dann zu einem HPL (High Pressure Laminate) zusammengepresst wird. Bei der Herstellung von HPLs darf die Tinte während der Imprägnierung kein Bindemittel enthalten. Das Melamin würde nicht in das Papier eindringen und könnte nicht richtig gepresst werden, was zu Blasenbildung führen würde. Die Komplexität des Prozesses ist also deutlich grösser als beim Druck eines Posters. Bei solchen Betrachtungen, die notwendig sind, andere Märkte und Prozesse zu verstehen, muss der Druck mit UV-Tinten verworfen werden. Auch Sublimations-tinten sind nicht zufriedenstellend, da sie zu langsam sind und in Kombination mit teuren Polyester-materialien verwendet werden müssen.

Industrieller Druck ist die Lösung

Fazit: Die grafische Branche muss ihren Horizont erweitern, sie muss anders denken und den Druck, wie wir ihn bisher betrachteten und verstehen, neu definieren. Der industrielle Druck ist die Lösung. Agfa hat sich in diesem Zusammenhang einen Vorsprung erarbeitet. Noch bevor die Branche begann, Tinten und Drucker zu entwickeln, die auf Dekore zugeschnitten waren, arbeitete Agfa mit Unternehmen wie Unilin zusammen, einem weltweit aktiven Hersteller von Bodenbelägen, Paneelen und Dämmungen, der Teil der Mohawk-Gruppe ist.

Partnerschaften wie diese führten zu dem Know-how, das benötigt wird, um den Markt zu verstehen und Probleme zu lösen, bevor sie überhaupt auftreten. Tests bei der Entwicklung von Spezialfarben für Bodenbeläge und Oberflächen bestätigten, dass Agfa durch die Verwendung derselben Pigmentfarben wie im Tiefdruck dieselben oder sogar bessere Ergebnisse erzielen konnte als mit dem herkömmlichen Verfahren. Die Einführung einer patentierten roten und einer neuen schwarzen Tinte brachten den Durchbruch.

Nach diesen Vorarbeiten stellte Agfa Ende 2020 den *InterioJet* vor, der mit den beschriebenen Pigment-Tinten arbeitet. Die Maschine ist kein Single-Pass-System, das ganze Tiefdrucklinien ersetzen kann, aber eine gute Option für industrielles Drucken. Aber wir müssen, wenn wir vorankommen wollen, beweisen, dass sowohl Druckqualität und Farben als auch die Zuverlässigkeit dem entsprechen, was die jeweiligen Märkte fordern.

Ich bin zuversichtlich, dass die Umstellung auf den Digitaldruck in ähnlicher Weise erfolgen wird wie im Sieb- und Textildruck sowie im Akzidenzdruck.

Und schon jetzt erfüllt mich der Gedanke mit Stolz, dass Oberflächen, die mich umgeben, eines Tages digital bedruckt sein werden.

Ich beginne meinen Tag mit einer Dusche, umgeben von Druck-Erzeugnissen, setze mich an meinen Schreibtisch im Büro, umgeben von Druck-Erzeugnissen und gehe auf schönen Laminaten durch Büros und die Flure des Unternehmens. Und am Abend sitze ich auf den neuen Holzdekor-Möbeln, die ich mir gekauft habe. Dann ist unsere Welt im wahrsten Sinne des Wortes eine Welt des Oberflächendrucks geworden.

> www.agfa.com

Zusammenarbeit im Digitaldruck
AGFA-TINTEN FÜR ROTAJET

Interprint, Veredler von Holzwerkstoffen, hat kürzlich eine dritte RotaJET von Koenig & Bauer mit einer Bahnbreite von 2.250 mm installiert, das zweite System der neuesten Generation. Beide laufen mit einem Agfa Tintenset.

Die Zusammenarbeit der drei Parteien ermöglicht es *Interprint*, Pionier der Branche im Inkjet-Druck auf Dekorpapier, sein Angebot um hochwertige Dekore zu erweitern. Aufgrund der konsistenten Drucke auf beiden Linien kann *Interprint* von der Bemusterungsphase bis zur Produktion eine grosse Vielfalt an Designs anbieten.

«Wir bieten mit dem digitalen Dekordruck volle Designflexibilität», erläutert ROBERT BIERFREUND, Geschäftsführer der *Interprint GmbH*:

ben eine lange Tradition im Umgang mit Pigmenten und verfügen über fundierte Kenntnisse darüber, wie man sie in einem wasserbasierten Träger dispergiert.» Die pigmentierten Tinten liefern konsistente Drucke mit einem grossen Farbraum und geringen Metamerie-Effekten. Da die Tinten auf die bestehenden Laminier-Prozesse abgestimmt sind, ermöglichen sie den Ersatz des Tiefdrucks durch den Digitaldruck.

Mit der *RotaJET*-Reihe hat *Koenig & Bauer* ein Single-Pass-Drucksystem mit verschiedenen Druckbreiten und Druckgeschwindigkeiten bis zu 135 m/Min. entwickelt. Mit einer Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi können sowohl Aufträge produziert werden, die bisher im Tiefdruck liefen, als auch sehr kurze aufeinanderfolgende kleinere Auflagen.



«Die Zusammenarbeit mit Agfa und Koenig & Bauer hat zu einem einheitlichen Druckprozess geführt, der unseren Kunden grosse Gestaltungsfreiheit und hervorragende Druckqualität bietet.»

Agfa hat intensiv in die Entwicklung wasserbasierter Tinten für die Herstellung von Laminaten für Fussböden und Möbeldekore investiert und vor Kurzem eine spezielle Tintenproduktionsanlage gebaut, sagt TOM CLOOTS, Director Industrial Inkjet bei Agfa. «Wir ha-

«Wir haben die Agfa-Tintensets im Technologiezentrum in Würzburg ausgiebig getestet, um sie für den Einsatz auf der *RotaJET* zu validieren», sagt CHRISTOPH MÜLLER, Mitglied des Vorstandes der *Koenig & Bauer AG*. «Die Feinabstimmung der Tinte wurde von Agfa und uns sorgfältig gesteuert, sodass die *RotaJET* stabil läuft und eine sehr gute Bildqualität und Gesamtperformance liefert.»