



Die Lösungen beginnen im Kopf

Gedrucktes hat seine Zukunft.
Aber die drupa 2004 wird zeigen: gedruckt wird anders

ANALYSE

Spätestens zur drupa 2004 werden die Fachleute aus den Printmedien, aus der Druck- und Verlagsindustrie sowie die Drucker aus der Office-welt eine fast unüberschaubare Zahl an Drucksystemen vorfinden. Druckvorbereitung, Farbdruck in allen möglichen Technologien und Weiterverarbeitung werden als integrierte Lösungen auf vielen Ständen zeigen, wie einfach, schnell und hochwertig der Farbdruck in allen Verfahren geworden ist. Zugleich wird man feststellen, dass Drucken eine höchst vitale Entwicklung durchläuft und dass Gedrucktes mehr als je zuvor eine Zukunft hat. Denn gedruckt wird auch in Zukunft – und wahrscheinlich mehr denn je.

Drucksachen – in ihrer ganzen Vielfalt – entsprechen Grundbedürfnissen und tief sitzenden Verhaltensgewohnheiten der Menschen. Das Haptische, Drucksachen anfassen und sammeln zu können, hat hohe Attraktivität. Damit lassen sich Informationen buchstäblich greifbar machen. So banal es klingt, so wichtig ist es: Gedrucktes kann Botschaften und Informationen immer und überall präsentieren und verbreiten. Es bedarf keines Strom- oder Netzanschlusses.

Verschiebungen

Freilich gibt es Aufgaben, die sich mit Computern, Netzen, digitaler Elektronik und Informationstechniken (IT) anders oder zuweilen besser als mit Gedrucktem lösen lassen. Doch IT ist keine substantielle Bedrohung für die Druckindustrie, sondern die Basis für moderne Lösungen der grafischen Industrie. Die Resultate der Symbiose von Elektronik und Druck sind nachhaltiger und überwiegen die Verdrängungsvolumina.



Planen Sie schon heute Ihren drupa-Besuch

Jeder macht das: Nach einem Messebesuch wird sich vorgenommen, den nächsten Besuch einer solchen Veranstaltung besser vorzubereiten, um effizienter zu sein und das Potenzial an Informationen und Chancen für wichtige Kontakte optimal ausschöpfen zu können. Macht man es dann wirklich? Man sollte!

Wer zur drupa will, kann damit sofort beginnen. Denn die wichtigsten Informationen rund um die drupa 2004 sind bereits verfügbar. Wollen Sie zum Beispiel wissen, welche Aussteller Sie auf der drupa besuchen können und in welchen Hallen welche Themenschwerpunkte zu finden sind?



Gehen Sie einfach auf die Website www.drupa.com. Hier finden Sie z.B. das Ausstellerverzeichnis, den Hallenplan und sehr viel mehr hilfreiche Informationen.

»Und planen Sie ausreichend Zeit für das umfangreichste Rahmenprogramm aller Zeiten ein«, rät Bernd Zipper vom Essener Beratungsunternehmen Zipcon Consulting, das im Auftrag der Düsseldorfer Messegesellschaft Special Events konzipiert. Sonderschauen wie »drupa innovation arena« oder der »software innovation park«, Compass Sessions des Bundesverbands Druck und Medien und themenbezogene Highlights-Touren – Investitionsentscheider werden sich auf der nächsten Leitmesse der grafischen Industrie noch gezielter informieren können, was beispielsweise in Sachen Workflow-Management, Belichtertechnik, Proofing, Large Format Digital Printing oder Weiterverarbeitung state-of-the-art ist. »Besucher finden durch die Sonderschauen eine erste Orientierung über die aktuellen Innovationen und Entwicklungen für die Druckindustrie, die auf der drupa vorgestellt werden«, verspricht Zipper. Auf ihrer Website aktualisiert die Messegesellschaft permanent die Übersicht, wann welche Events stattfinden werden.



Seit Mitte September laufen über den drupa Online-Nachrichten-Ticker aktuelle Aussteller-Nachrichten, beispielsweise Ankündigungen von neuen Produkten oder von Firmenvorträgen. Mit jedem Tag, den die drupa näher rückt, wird die Attraktivität dieses Nachrichten-Dienstes zunehmen. Außerdem sollten Sie den elektronischen drupa-Newsletter abonnieren. Anschließend erhalten Sie automatisch alle wichtigen und aktuellen Nachrichten rund um die drupa 2004 frei Haus – optimiert nach Ihren individuellen Interessengebieten.

Und bestellen Sie frühzeitig ihre Messe-Tickets und -Kataloge. Die gibt es ab März 2004 im drupa-Online-Shop. Also: Beginnen Sie am besten gleich heute mit der Vorbereitung Ihres Besuchs der drupa 2004.

Die Beweise für die Attraktivität des »Gesamtsystems Drucken« sind offensichtlich. Trotz aller Verschiebungen von Märkten und Nutzungsgewohnheiten sind Bücher nach wie vor unverzichtbarer Bestandteil von Kultur und Wissenschaft, Beruf und Freizeit. Oder Verpackungen: Sie steigen in Wert und Bedeutung. Einst nur »stumme Verkäufer«, werden sie immer aktiver, »sprechender«. Die Wertigkeit kann durch Veredelung, Vielfalt, Funktionalität, Stabilität und Schutzfunktionen durch »individuelle Massenfertigung« optimiert werden.

Der Digitaldruck wächst auf breiter Front. Mit der explodierenden Fülle seiner Möglichkeiten gibt es aber auch Verschiebungen und impulsive Entwicklungen – oft kurzfristig und drastisch. Dies kennzeichnet generell die Märkte. Alles ist in Bewegung, doch die Tendenz zeigt nach oben.

Drucken neu erfinden

An der drupa 2004 wird das Drucken gewissermaßen neu erfunden. Gedruckt wird in Zukunft viel mehr als heute. Doch anders, möglicherweise auch von anderen Berufen und Unternehmen. Es werden ganz andere Dinge gedruckt. Zu anderen Konditionen und nach anderen Prioritäten. Es ist müßig darüber zu spekulieren, wer bei diesem

»Henne-Ei-Effekt« jeweils erst aktiv wird, die Märkte macht oder Nachfrage generiert: Ist es die Technik oder sind es die Verbraucher- beziehungsweise Besteller-Gewohnheiten? Eher sollte man sich das Ganze wie ein Tennisspiel vorstellen: Die Bälle sind die Entwicklungen, der Aufschlag wechselt (mal die Technik, mal der Markt), Tempo und Richtung können sich in kurzen Takten ändern. Kurze Innovationszyklen sind also kein Nachteil, sondern eine konkrete Chance und zeigen die Lebendigkeit des Marktes.

Dabei kennt die Technik der Printmedien-Produktion im Jahr 2004 eigentlich »nur« ein Thema: Prozessoptimierung und -automatisierung. Das »nur« wird sich als nützliche Vielfalt zeigen. Denn hinter dem Gesamtbegriff verbergen sich globale, vielleicht sogar epochale Entwicklungen in der Software, vor allem für den Gesamtbereich Workflow und Management-Informationssysteme. Und eine signifikante Leistungs- und Qualitätsstabilisierung und -steigerung in der Technik. Da regelt Steuerungselektronik das Erreichen und Einhalten voraussagbarer Qualität und verlässlicher Wiederholbarkeit. Vereinfacht: Der Mensch denkt, der Computer lenkt. Hier sind also die Anwender geradezu zwingend gefordert, die internen Prozesse und Anwendungen zu vernetzen, wollen sie weiter wirtschaftlich bleiben.

Drucken ist High-Tech

Messen und Prüfen, Prozesskontrolle und -optimierung oder die Verknüpfung von »Bürosoftware« mit Printtechnologien werden zu zentralen Themen. Und vieles, was von wichtiger Bedeutung ist, wird auf den ersten Blick unspektakulär erscheinen. Der hyperflinke Servomotor in einer gewaltigen Druckmaschine erscheint winzig, ist aber Fortschritt pur, und die raffinierte, »mitdenkende« Software wird man auf ganz gewöhnlichen Bildschirmen sehen.

Das Spektakuläre spielt sich im Kopf ab. In der Mentalität und Bereitschaft, auch in Bezug auf manche Vorurteile und Gewohnheiten im eigenen Gehirn auf den »Reset«-Knopf zu drücken. Die »Dinge hinter den Dingen« werden für die Besucher der drupa zur Knowledge-Goldgrube. Elektronik und Print sind keine Kontrahenten, sie sind eine Symbiose. Drucken ist Hightech, kaum eine andere über Jahrhundert so erfolgreiche, vielfältige Branche ist dermaßen computerisiert wie die Druckindustrie. Dabei sind die brancheninternen »digitalen Schübe« nur die eine Seite der Münze. Die Druckprozesse zu optimieren, wird ein großer Schwerpunkt der drupa sein. Ein weiterer Schwerpunkt wird die Vernetzung zwischen Druckproduzenten, ihren Kunden, Lieferanten und Dienstleistern sein.

>



Die Verzahnung auf der Ebene des Just-in-time-Informationsaustausches und die Verlagerung von Organisation und Administration auf schnelle Netze schreitet voran.

Papier: Wichtiger denn je

Papier, das hier als Synonym für die ganze Welt der Bedruckstoffe steht, ist lebendiger denn je. Papier ist ein Werkstoff wie kein anderer. Hochleistungsfähig bis ins Extreme, dennoch Massware. Vielfalt mit extremer Präzision und Zuverlässigkeit. Und mehr denn je ein emotionales Erlebnis. Nur vom Papier geht jener Flair des Individuellen aus, nur auf Papier kann man Informationen, Präsentationen und Suggestionen individuellen Charakter geben. Neu aufgeschlagen wird zudem das Kapitel der Integration von Papier und Elektronik. Nur eins von etlichen Beispielen: der in die Drucksache eingebettete elektronische Chip. Als Responder ermöglicht er die Identifizierung oder Registrierung. So lassen sich Eintrittskarten ebenso zu intelligenten Datensendern ausbauen wie auch Kartons und Verpackungen. Papier kommuniziert mit Computern. Auch die Bildverarbeitung kann mehr als nur hübsche Motive reproduzieren. Es lassen sich in Bildern und Grafiken Codierungen einbauen, die für Organisa-

tion und Identifizierung geeignet sind und ganz neue Anwendungsfelder öffnen.

Längst nicht ausgereizt

Eine Druckerei ist auch nicht mehr unbedingt eine Örtlichkeit im bisherigen Sinne. Sie ist vielmehr eine Funktionalität, die überall dort installiert werden kann, wo es Netzanschlüsse gibt. Datenbanken für Texte und Bilder sind innerhalb der Druckvorstufe längst etablierter Standard. Doch die Verknüpfung von grafischen Seitenproduktionswerkzeugen und Datenbanken der Kunden, dynamisch »on the fly« und über Netze, Standard-Datenformate generiert und damit an beliebigen Orten druckbar, sind Lösungen, die von sich Reden machen werden.

Entwicklungen nutzen

All das und mehr gehört zu den Zukunftspotenzialen, die so substanzvoll sind, dass die »Schwarze Kunst« keineswegs schwarz sehen muss, wenn sie die drastischen Veränderungen als Wesensmerkmal der Jetztzeit akzeptiert. Drucken hat Zukunft. Aber es wäre übertrieben, von einer Euphorie zu sprechen. Die Entwicklungen, die nun konkret werden, waren zu erwarten, bewegen sich in prognostizierten Rahmen, haben eine zeitgemäße Dynamik und Intensität. Es gilt das Prinzip der Evolution: Anpassung ist Überleben. Verändern ist Fortbestand.

Re-Engineering ist Pflicht. Nicht »Was kann die Entwicklung für mich tun?«, sondern »Wie kann ich die Entwicklungen für meine Weiterentwicklung nutzen?« ist die richtige Frage, mit der sich Besucher für die drupa konditionieren sollten. »Wie kann ich die Neuerungen nutzen, um die Wirtschaftlichkeit zu optimieren, Märkte zu sichern oder neue zu erschließen?«, das ist die unternehmerische Sichtweise.

Nur der eigene Weg

Die Exponate – ganz gleich, welcher Art – stellen eine neue Dimension dar. Sie ermöglichen in ihrer Vielfalt den Unternehmern und Investitionsentscheidern, Entscheidungen zu treffen, um sich zu differenzieren. Es gilt nicht mehr, blind einer Massentechnologie hinterherzulaufen.

Nur der eigene Weg ist der richtige. Was dem eigenen, selbstgewählten Unternehmensziel, der eigenen Unternehmenskultur, den Markt- und sonstigen Bedingungen entspricht, muss man sich aus vielen Komponenten wie ein Mosaik zusammensetzen. »The big deal«, die große Maschine oder Lösung, die »alles erschlägt«, wird man auf der drupa vielleicht erwarten, aber nicht unbedingt finden. Zwar hätten oft manche Angebote und Exponate die Eigenschaft der »eierlegenden Wollmilchsau«, wie solche Universallösungen gerne genannt werden.

Doch kaum eine Implementierung wird der anderen gleichen. Bei aller Standardisierung von Daten- und Druckformaten, Materialien und Maschinen, Produkten und Professionen, mehr als jemals zuvor wird es Unterschiede geben, was Anwender aus den Systemen herausrausholen.

Inspirieren lassen

Die drupa 2004 ist, wie ihre Vorgängerinnen, auch eine Produkt-Messe. Sie ist aber

mehr als jemals auch ein »Marktplatz der Informationen«. Die Exponate machen sichtbar, präsentieren und demonstrieren, um was es geht. Doch die zu erwartende explosive Innovationskraft der Branchenolympiade wird sich auf Bildschirmen und in Besprechungskabinen, bei zufälligen Begegnungen und durch die Offenheit des Denkens abspielen. Hingehen ist also Pflicht. Wer nicht dort ist, kann sich nicht inspirieren lassen.

drupa countdown

Viel lieber nach Düsseldorf.



Bis zum letzten Jahr stand ein CeBIT-Besuch bei uns fest im Terminkalender. Und wir haben in den zurückliegenden Jahren immer wieder aufgefordert, zur CeBIT zu gehen: Weil dort die IT-Techniken und Office-Lösungen Maßstäbe gesetzt haben für Internet, e-Business und auch digitale Drucklösungen. Dieses Jahr werden wir nicht mehr zur CeBIT gehen und auch nicht mehr darüber berichten. Ganz einfach, weil die Messe Hannover zunächst die für unsere Branche relevanten Hersteller aus dem Bereich der Weiterverarbeitung und des Finishing ausgeschlossen hat und die verbliebenen interessanten Unternehmen wie Canon HP, Océ, OKI oder Xerox dieses Jahr (und zum Teil seit letztem Jahr) nicht mehr präsent sind. Nur nach Hannover fahren, um sich eine Show für ein neues Handy anzusehen? Und hallenweise und hundertfach USB-Speichersticks oder Monitore zu besichtigen, ist auch nicht viel attraktiver. Nein, dafür ist uns die Zeit nun doch zu schade. Also konzentrieren wir uns dieses Jahr doch lieber auf das Rheinland. Düsseldorf bietet immerhin die drupa und im September dürfte es im benachbarten Köln auf der photokina auch interessant werden. Die drupa wird ohnehin das Branchenereignis des Jahres, vielleicht sogar des Jahrzehnts, denn dieses Jahr werden die Weichen für die Zukunft der Branche gestellt. Und zwar für die Drucker und genauso für ihre Lieferanten. nico