

Es geht um Know-how

Gerade erst so richtig in Fahrt gekommen, befindet sich der Grossformat-Druck schon im Wandel. Die Dynamik der permanenten technischen Weiterentwicklung und die Beziehungen zwischen den Kunden und Druckern haben aus der ursprünglich technikverliebten Branche ein äusserst seriöses Geschäftsfeld des digitalen Drucks werden lassen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Es ist vergleichbar mit allen anderen Drucktechniken: Es geht nicht mehr nur um blosser Leistung, gemessen in Bogen, Formen oder Quadratmetern, es geht um die Fertigungszeit pro Auftrag – von der Idee bis zur funktionsfähigen Lösung. Und zwischen diesen beiden Polen beschäftigt man sich eben auch mit dem Drucken.

Links und rechts daneben befassen sich Drucker und deren Kunden mit dem Aufbau langfristiger, partnerschaftlicher Beziehungen. Hier geht es nicht darum, was die Technik kann – das erwarten die Kunden von ihren Druckereien ohnehin, ebenso wie Qualität, Termintreue und geringere Umweltbelastung. Was Kunden heute erwarten, ist echte Beratung. Sie sind auf der Suche nach möglichst intelligenten und kreativen Lösungen, um ihre zum Teil äusserst ausgefallenen Wünsche umzusetzen. Denn die Kunden stehen ja auch unter dem Druck, Herausforderungen zu bewältigen, denen sie selbst gegenüberstehen.

Deshalb sollten Grossformat-Druckereien ihren Auftraggebern die Möglichkeit geben, die Rentabilität und Effektivität ihrer Print-Aktivitäten nachweisen zu können. Das heisst im Idealfall: Bereits bei der Planung

von Kampagnen oder Aktionen bereitzustehen und das eigene Material- und Prozess-Know-how beratend in die Waagschale zu werfen. Denn nur die wenigsten Kunden werden sich mit all den unterschiedlichen Materialien, Techniken und möglichen Kombinationen auskennen, die im Large- und Wide-Format-Printing heute machbar sind.

Der Druck ist also nur ein Schritt innerhalb eines Herstellungsprozesses, bei dem das Produkt weit wertvoller ist als die Summe seiner einzelnen Bestandteile. Der Lösung an sich kommt längst eine grössere Bedeutung zu als dem Druck. Und diese Lösungen reichen nicht mehr nur bis zur Auslieferung: Manche Produkte müssen im wahrsten Sinne des Wortes installiert werden. Deshalb gehören Sattler, Schreiner, Elektriker, Mechaniker und Monteure längst zu den Mannschaften von Grossformatdruckereien.

Neue Konstellationen

Large-Format-Druckereien unterliegen also nicht ausschliesslich dem Druck zur Individualisierung. Zweifellos fördern immer kleinere Auflagen und die On-Demand-Produktion auch den Trend zur Personalisierung,

was sich etwa bei massgeschneiderten Anwendungen im Dekor- und Textildruck oder bei Fahrzeuggrafiken bemerkbar macht.

Doch auch hier sind Markenartikel, Klein- und Grossunternehmen aus Industrie, Handel und der Kreativszene auf der Suche nach Partnern, die ihnen neue Lösungen nicht nur empfehlen, sondern sie auch umsetzen können. Die Kombination von konventionellem und digitalem Druck sowie Lösungen des Grossformatdrucks inklusive aller Spezialeffekte kommt hierbei zum Tragen. Dadurch entstehen neue Konstellationen und Möglichkeiten.

Gewaltiges Potenzial

Und genau das war es auch, was die Fespa 2015 in Köln im Mai so interessant machte. Natürlich war es auch eine Technik-Show. Es wurden aber auch erfreulich viele Anwendungen vorgestellt, die deutlich machten, dass die Reise in immer weitere Felder des täglichen Lebens geht – und das nicht mehr nur auf bekannten Substraten wie Papier, Karton oder Kunststoffen. Das Bedrucken von Stoff, Glas oder Kunststoff ist zwar nicht mehr neu, aber die Möglichkeiten erweitern

sich permanent. Nach Fahnen, Planen, Schildern oder Roll-Ups verlagert sich die Nachfrage nunmehr auf Innen-Anwendungen und hier besonders auf Textilien. In der Eventbranche, bei Messen etc. wird schon länger auf bedruckte Textilien zurückgegriffen, weil sie elegant aussehen, leicht, faltbar und bei Versand oder Wiederverwendung praktisch sind. Auch komplette Möbel zählen zu beliebten Bedruckstoffen, wenn sie nicht gleich selbst via Large-Format-Druck und Schneideplotter hergestellt werden.

So zeigte beispielsweise Canon auf der Fespa eine beeindruckende Application Gallery zeigte – mit allen denkbaren Anwendungen, die mit LFP möglich sind. Und während andere Hersteller stundenlang über ihr Unternehmen und die Produkte redeten, brachte es Robert Zinser von Canon fertig, eine halbe Stunde nur über Anwendungen zu sprechen und mit keinem einzigen Wort die Maschinen zu erwähnen.

Wie gross das Interesse an solchen Anwendungen und gangbaren Lösungen ist, die die Technik dafür bereitstellt, bewiesen die 43.775 Besucher an fünf Messetagen.



Die cleveren Jobplattformen für Kommunikation & ICT:

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

medienjobs.ch
ictjobs.ch

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

DRUCKEN OHNE GRENZEN

**2 JAHRE
GARANTIE**
INKLUSIVE
DRUCKKOPF

GRENZENLOSE KREATIVITÄT
10 FARBEN: INKLUSIVE ORANGE
PLUS- UND LIGHT BLACK SOWIE
WEIß UND METALLIC-SILBER FÜR
GROßARTIGE SCHMUCKFARBEN

**UMWELTFREUNDLICHER
BETRIEB**
KEINE SPEZIELLE BELÜFTUNG
NÖTIG DANK EPSON
ULTRACHROME GSX-TINTE

**KOSTENLOSES
ONYX RIP**
IM WERT VON
1.495 €

Epson SureColor SC-S70600 Der vielseitige 64-Zoll-Werbetechnik-Drucker für grenzenloses Drucken in Fotoqualität

Mit der zusätzlichen Wahlmöglichkeit von Weiß- und Metallic-Silber Tinten produzieren Sie qualitativ hochwertige Werbepлакate für den Innen- und Außenbereich. Erweitern Sie Ihr Produktangebot um verschiedenste Beschilderungen, Fahrzeugbeschriftung, POS- und Deko-Materialien: schnell, zuverlässig und mit minimalen Auswirkungen auf die Umwelt.

Kreativer sein mit Epson: Besuchen Sie www.epson.eu/signbyepon



EPSON®
EXCEED YOUR VISION