



Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Canon speaks Image

Jubiläums-Gala zum 50. Geburtstag von Canon Europe in Monaco • Neue Digitaldruckmaschine läuft bei Schotte in Krefeld

HINTERGRUND



Generationen von Erfindern und Konstrukteuren haben sich bemüht, unsere Welt mit techni-

schen Mitteln so abzubilden, wie sie uns begegnet – bunt. Ob Farbfotografie oder Farbfernsehen: es dauerte jeweils seine Zeit, bis schwarzweiße Bilder von der farbigen Wiedergabe abgelöst wurden. Aber es gelang und Canon nimmt für sich in Anspruch, an dieser Entwicklung maßgeblich beteiligt zu sein. Mit einer Ausstellung zum 50-jährigen Jubiläum, die im Grimaldi Forum in Monaco stattfand, zeigte das Unternehmen Highlights aus der 50-jährigen Geschichte von Canon in Europa und einige der innovativen Technologien, mit der das Unternehmen seine Zukunft gestalten will. Wir nehmen dies zum Anlass für einen kurzen Rückblick und eine Übersicht über die aktuellen Drucktechniken.

Es gilt nicht nur für Bilder. Auch der Digitaldruck war für das Ausdrucken von Texten und als Ersatz für die Schreibmaschine zunächst schwarzweiß. Farbe war noch den Offsetdruckmaschinen vorbehalten. Das änderte sich ab 1977 allmählich, als die Canon Bubble-Jet-Technologie (Tintenstrahl Druck) den Weg der Farbe für breite Anwendungen ebnete. Im Bereich des Drucks sorgte eine andere Canon-Innovation für eine Umwälzung, die bis heute andauert. Mit dem CLC-1, dem legendären ersten Canon Laser Copier von 1987, hielt die Farbe Einzug in den Produktionsalltag. Mit dem CLC-1, dem weltweit ersten Farbkopierer mit Digitaltechnik für Normalpapier war Canon dem Wettbewerb damals um Jahre voraus.

Digitale Farbdruck erobert unterschiedliche Branchen

Auf den CLC-1 folgte zwei Jahre später mit dem CLC 200 eine erste Farblösung für das Büro, etwas kompakter in den Abmessungen und mit einem auf den Zielmarkt abgestimmten Funktionsumfang. Fast zeitgleich wurde der CLC-1 vom Nachfolger CLC 500 abgelöst, ein System, das damals den Wunsch vieler Anwender erfüllte: eine Schnittstelle zur PC-Welt. Heute selbstverständlich konnten damals erstmals Dokumente aus dem PC direkt auf Normalpapier gedruckt werden. Mit dem CLC 800 kam 1994 eine ganze Serie neuer Technologien wie



digitale Signalprozessoren zum Einsatz. Für die Druckbranche boten sich völlig neue Möglichkeiten: die bislang teuren und zeitraubenden Proofs konnten im Digitaldruck hergestellt werden.

Auch den Weg zur farbigen Multifunktionalität ebneten Systeme von Canon. Mit dem CP660 und dem imageRUNNER C624 hatte Canon 1999 für jede Aufgabenstellung das passende System. Gleichzeitig entschloss sich Canon, die Produktpalette der Business-Lösungen in die Bereiche Professional Print und Office aufzuteilen. Damit wird die Strategie verfolgt, Lösungen für spezielle Zielmärkte zu entwickeln.

So wird einerseits der Trend im Office-Bereich zu multifunktionalen Systemen verfolgt und andererseits an Systemen gearbeitet, die Einsatz in Druckereien finden. Dazu gehören nicht zuletzt auch die Large Format Printer von Canon, die sich in den letzten Jahren einen Namen gemacht haben.

2001 legte der CLC 5000 mit 50 Farbseiten pro Minute die Messlatte in digitalen Produktionsumgebungen höher. Aktuelle Systeme der

Mit dem CLC-1, dem legendären ersten Canon Laser Copier von 1987, hielt die Farbe Einzug in den Produktionsalltag (Bild unten links). 2001 setzte der CLC 5000 mit 50 Farbseiten pro Minute neue Maßstäbe in digitalen Produktionsumgebungen. Die imagePRESS C1 ist wegen ihrer Qualität, Farbbrillanz und Auflösung eine ideale Lösung für Industrie, Werbeagenturen und Druckereien. Mit der imagePRESS C7000 VP (rechts außen) stellt Canon jetzt seine nächste Generation von On-Demand-Drucksystemen vor.

CLC-Reihe sind die Modelle 4040 und 5151. Und mit der imagePRESS C1 bietet Canon bei Qualität, Farbbrillanz und hoher Auflösung eine Lösung für Agentur und Druckerei.

Zielsetzung Qualität

Mit der imagePRESS C7000 VP hat Canon jetzt seine längst erwartete Generation von HighEnd-Drucksystemen offiziell für den Verkauf freigegeben. Copyshops, Fotofinisher und Rechenzentren zählen nach Angaben des Herstellers ebenso zu der Zielgruppe wie Agenturen, Verlage und Druckereien.

Am 6. und 7. Mai 2007 feierte Canon Europa in Monaco sein 50-jähriges Jubiläum mit der Ausstellung seiner Technologien.



Zum 50-jährigen Jubiläum sprachen der Präsident und COO von Canon Inc., Tsuneji Uchida, der seit 2006 dieses Amt innehat. Hajime Tsuruoka, Präsident und CEO Canon Europa blickte auf 50 Jahre Canon Europa zurück: »Die Veranstaltung spiegelt das bisher Erreichte wider. Aber was noch wichtiger ist: die Strategie, mit der wir über die nächsten 50 Jahre auf diesem Erfolg aufbauen wollen.« Die Veranstaltung diente auch als Plattform für die Vorstellung eines Naturschutzprojekts in Kooperation mit dem World Wildlife Fund (WWF). Als Teil des Engagements von Canon zur Erfüllung seiner sozialen Verantwortung war die Veranstaltung durch die Climate Neutral Group als »CO2-neutral« zertifiziert.



»WE SPEAK IMAGE«

Canon stellte im Rahmen der Feierlichkeiten zum 50-jährigen Jubiläum eine neue Werbekampagne vor. »We Speak Image« stehe für die konzentrierte neue Ausrichtung von Canon und soll die Positionierung des Unternehmens für diejenigen unterstreichen, die von der Kraft des Bildes profitieren wollen. Die neue Kampagne thematisiert die Rolle der Bilder als starkes Medium der Kommunikation und spiegelt wider, dass Bilder überall schnell verstanden werden. Die Kampagne verwendet eine Bildsprache als visuelle Metapher für den Nutzen der Produkte und Technologien von Canon. Fünf Motive decken die Bereiche ab, in denen



Dank der Auffächerung der Lösungen kann Canon nach eigenen Angaben seine Zielmärkte sehr effektiv bedienen. Doch wer anspruchsvolle digitale Farbdrucksysteme kauft, will heute mehr als nur die reine Hardware. Deshalb bietet das Unternehmen seit 2001 Komplettlösungen rund um das Drucken an. So sind heute im Bereich Professional Print Lösungen für das Farbmanagement ebenso im Angebot wie für den Workflow, den variablen Datendruck und das Finishing.

Farbdruck legt permanent zu

Nicht nur im professionellen Druckbereich ist beste Qualität bei Wie-

dergabe und Farbe gefordert. Seit den ersten Farbdruckern wird Farbe auch in Officeumgebungen immer bedeutsamer und vor allem auch erschwinglicher.

Der Anteil der farbigen Ausdrücke in Unternehmen wächst kontinuierlich und ist nicht länger nur den Marketingabteilungen und Führungsebenen vorbehalten. Nach einer aktuellen IDC-Studie werden die Druckerhersteller im Jahr 2009 bereits jährlich eine halbe Million Farbdrucker europaweit ausliefern.

Übrigens (eine Zahl aus der Canon-Chronik): Die Zahl der weltweit ausgelieferten Canon Farbdrucksysteme hat 2007 die Marke von 1 Million erreicht.

Launch der imagePRESS C7000VP in Deutschland

Die Canon imagePRESS C7000VP wurde jetzt erstmals in Deutschland installiert. Das System wird bei der Druckerei Schotte in Krefeld eingesetzt und dient der Hybridproduktion, also der Herstellung von Kombinationsprodukten aus Offset- und Digitaldruck. So werden Geschäftsberichte und Kundenmagazine mit beispielsweise 90% Offsetanteil und 10% Digitaldruckanteil hergestellt. Darüber hinaus wird bei Schotte auf der imagePRESS C7000VP das Fotobuch »schobuk« produziert.

> www.canon.ch



Canon aus eigener Sicht eine wesentliche Rolle spielt.

Ob Canon dies als Gag verstanden wissen wollte, ist uns nicht bekannt: Nach Ankündigung der Kampagne, die zu intensiverem Einsatz von Bildern auffordert, durfte während der Keynotes des Canon-Managements nicht fotografiert werden. Dennoch sagte James Leipnik, Leiter Communication bei Canon Europa: »We Speak Image umfasst jeden Geschäftsbereich von Canon. Wir verstärken so unsere Position als führendes Unternehmen in der Bildtechnologie in einer Gesellschaft, die zunehmend digitale Bilder als Mittel für die globale Kommunikation einsetzt.«

Wer nicht lesen will, kann hören!

Ergänzend zu den Informationen in der gedruckten Version des Druckmarkt sowie den Druckmarkt-Websites informiert das deutschsprachige Webradio/Podcast über Events, Printmedien, Publishing, Document Processing, Werbung, Kommunikation und Management.

www.printradio.info

