

## Die Karat ist OK für den Markt: Wirtschaftliches Drucken ab 150 Exemplare

1995 gründeten Scitex und KBA ein Joint Venture zum Bau einer digital bedienbaren Offsetmaschine, ein Vorhaben, das seit der letzten Drupa unter dem Namen Karat 74 bekannt geworden ist. 1997 wurde zur Print in Chicago erstmals der Prototyp gezeigt, eine weitere Ausbaustufe präsentierte der Sprössling der zwei Weltfirmen auf der Ipex 98 in Birmingham. Inzwischen ist die Maschine nach Angaben der Karat Digital Press GmbH mit Sitz in Radebeul ausgereift. Gebaut wird die Maschine im sächsischen Radebeul, der Marketing- und Forschungsbereich befindet sich in Herzlia am Standort von Scitex.



Derzeit wird die Karat bei verschiedenen Beta-Kunden in unterschiedlichen Ländern getestet. Nach dem Urteil der Anwender kann die Karat im Wettbewerb durchaus bestehen. Marc Binnemanns, Inhaber der belgischen Druckerei Antilope und weltweit erster Anwender der Maschine: „Der alfa-Test war hart. Nach-

dem etwa 250 Verbesserungen in die Beta-Maschine eingeflossen sind, hat Karat den technologischen Durchbruch geschafft. Die Maschine ist jetzt OK für den Markt.“

Dabei ist das Konzept der Karat mehr als interessant. Mit der digitalen Offsetmaschine wurden Automatismen eingeführt, die eine völlige Abkehr von der bisherigen Druckmentalität bedeuten. Da Digitaldruck dem industriellen Trend des Computer Integrated Manufacturing entspricht, laufen die Prozesse automatisch und ohne die Möglichkeiten manueller Eingriffe ab. Digitaler Offset bedeutet, dass der Druck nicht bedienerabhängig sein darf. Der Mensch hat nur noch die Funktion der Überwachung. Marc Binnemanns: „Die Karat rechnet sich. Wir haben bei der Karat 15 Minuten Rüstzeit mit einer Person und drucken dann 8.000 bis 10.000 Bogen 4/4c pro Stunde. Bei einer konventionellen Offsetmaschine haben wir 20 bis 25 Minuten Einrichtezeit mit zwei Personen und drucken dann 15.000 Exemplare 4/0-farbig je Stunde. Damit ist die Karat vor allem bei kleinen Auflagen und bei Schnellschüssen extrem wirtschaftlich.“ Die rentable Auflagenhöhe wird vom Hersteller ab 150, in jedem Fall aber zwischen 500 und 10.000 Drucken taxiert, wobei ein Platensatz auch 100.000 Drucke überstehen würde. nico

**Kürzere Produktionszeiten** • Während die Kosten für Farbdrucke, insbesondere auch im Offsetdruck, sinken, drängt der Markt auf kürzere Produktionszeiten und mehr Individualisierung. Nach einer Xerox-Studie sind die Herstellungskosten für eine 4-seitige, 4-Farbbroschüre in den letzten 4 Jahren um 66% gesunken. Gleichzeitig erwarten die Kunden, dass die Herstellung von Farbdrukken schneller erfolgt als je zuvor. 1995 erwartete man nur bei 2% der Farbdruk-Produktionen die Fertigstellung am nächsten Tag oder früher. Im Gegensatz dazu werden nach der Xerox-Studie im Jahr 2005 mehr als 40% der Unternehmen eine derart schnelle Abwicklung erwarten.

**NexPress kommt** • NexPress, das 1998 gegründete Joint Venture der Heidelberger Druckmaschinen AG und der Eastman Kodak Company, wird zur Drupa erstmals seine digitale Farbdrukklösung zeigen. „Die neue Lösung wird Maßstäbe für die nächste Generation des digitalen Farbdrukks setzen.“ sagt Venkat Purushotham, CEO von NexPress. „Wir sind überzeugt, dass NexPress zum Wachstum des Marktes für digitale Drucklösungen beitragen wird.“



**Vertriebs-Abkommen mit Heidelberg** • Mit einem Abkommen zum Vertrieb digitaler Druck- und Kopiersysteme haben **Danka** und die **Heidelberger Druckmaschinen AG** ihre Partnerschaft ausgebaut. Danka wird weltweit Schwarzweiß-Systeme von Heidelberg installieren und betreuen. Die ehemals von **Kodak** produzierten Ektaprint- und ImageSource-Systeme hat Danka weiterhin im Exklusiv-Vertrieb. Heidelberg ist seit 30. April 1999 Eigentümer der Produktions-Kapazitäten für Kopier- und Drucksysteme in Rochester/USA. Heidelberg produziert die Digimaster 9110, die auch von **Canon** und **IBM** als OEM-Produkt vertrieben wird. Damit ergänzt Heidelberg sein Portfolio um den S/W-Druck für Kleinauflagen und personalisierten Druck. Die volldigitale S/W-Druckmaschine für die Netzwerkeinbindung ist der erste Vertreter einer neuen Systemgeneration, die sich durch eine hohe Flexibilität auszeichnet. Dabei sind verschiedene Möglichkeiten der Weiterverarbeitung bereits vollintegriert. (Siehe auch Interview mit Heidelberg-Vorstand Wolfgang Pfizenmaier auf Seite .)

**Xerox DocuColor 2060** • Im März 2000 präsentierte Xerox sein digitales Farbdrucksystem DocuColor 2060, das neue Maßstäbe bei Geschwindigkeit und Druckkosten setzen soll. Die DocuColor 2060 erstellt 60 Farbdrucke pro Minute bei Kosten pro Seite, die laut Xerox weit unter den bisherigen liegen. Das Farbsystem wendet sich an Schnelldrucker, Hausdruckereien und kommerzielle Druckunternehmen. Die Hauptanwendungen der DC 2060 liegen bei Angeboten, Broschüren, Flyern, Handbüchern, Flugblättern, Präsentationen, Berichten etc., die bisher auf Schwarzweiß-Systemen oder farbigen Offsetmaschinen erstellt wurden. Ein erheblicher Teil der Einsatzmöglichkeiten der DocuColor soll jedoch aus neuen Anwendungen wie dem Druck von variablen Daten und Internet-Technologien basieren. Als Beispiel nennt Xerox den Versand von personalisierten Rechnungen und persönlichen Angeboten an kleine Verteiler.

Als völlig neu entwickeltes Produkt birgt die DC 2060 einige Innovationen wie das sogenannte „Digital Blanket“, ein digitales Drucktuch, das vergleichbar mit dem Drucktuch beim Offset zur Farbübertragung der von den vier Druckstationen aufgenommenen Images auf das Druckmaterial dient. Dadurch können Papierqualitäten von 64 bis 280 g/m<sup>2</sup> und gestrichene Papiere eingesetzt werden. Der Druckbereich von 315 x 480 mm ermöglicht den Druck von DIN- A3+ bei einer Druckauflösung von 600 dpi bei 8 Bit Farbtiefe. Ab Herbst wird eine Großraumbogenauslage mit integriertem Hefter und ein Scanner die Optionen erweitern. Mit dem integrierten Scanner können bis zu 300



Die Xerox DocuColor 2060

A3-Dokumente mit bis zu 40 Seiten je Minute erfasst und gespeichert werden: auch während der gleichzeitigen Produktion eines parallel dazu laufenden Druckjobs.

**Xerox übernimmt Tektronix-Drucker** • Die **Xerox Corporation** hat ein Abkommen zur Übernahme des Farbdruck- und Imaging-Bereichs der **Tektronix Inc.** für 950 Millionen US-Dollar bekanntgegeben. Die Akquisition ist die größte ihrer Art in der Geschichte von Xerox. Mit der Produktfamilie der Phaser Farblaser- und Solid-Ink-Festtintendrucker von Tektronix, mit denen im vergangenen Jahr ein Umsatz von 725 Millionen US-Dollar erzielt wurde, kann Xerox seinen Anteil im Markt für den digitalen Farbdruck ausbauen. Das neu gegründete Xerox Office Printing Business wird die Farbdrucktechnologie von Tektronix mit der bestehenden Produktlinie von Schwarzweiß-Druckern von Xerox vereinen.

„Der hat aber auch wirklich auf alles eine Antwort.“

**DRUCKMARKT**  
Glossar

login

USER.no

REFUND

PURCHASE EXCHANGE

**19,80 DM**

**Glossar:**  
Erläuterung der Fachbegriffe aus Medien, Vorstufe und Druck

**Lexikon:**  
Englischsprachige Fachbegriffe in der Übersetzung

So schnell sich Techniken, Systeme und Funktionen verändern, so schnell entstehen neue Begriffe. **Hier ist ein Nachschlagewerk, das kurz und knapp das Wesentliche erläutert.** Englische Grundbegriffe ebenso wie die endlose Litanei spezifischer Bezeichnungen und Abkürzungen aus **digitaler Fotografie, Publishing, Multimedia, Neuen Medien, Druck, der Computer- und Internetwelt.** Ein idealer Begleiter am Arbeitsplatz, bei der Ausbildung, in Schule und Beruf. Kompetent und knackig-kurz, umfassend in der Wortauswahl und branchenübergreifend zugleich. Ein ideales Geschenk übrigens – für Firmen wie für Privatpersonen.

144 Seiten, Format 10,5 x 29,5 cm. 19,80 DM plus Versandkostenpauschale. Bei Bestellung ab 10 Exemplaren Sonderkonditionen!

Leicht bestellt im Internet: <http://www.druckmarkt.com> oder direkt beim Druckmarkt-Vertrieb (Fax: 0 26 71-38 50).

Ja, ich will den Glossar! Senden Sie mir \_\_\_\_\_ Exemplare.

Name \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ, Ort \_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift \_\_\_\_\_

## Scitex Wide Format Printing: Jumbo-Drucke für eine Zeit-Reise

Der Jahrtausendwechsel wurde überall mit großem Aufwand gefeiert. Eine Fülle kreativer Ideen sorgte für unvergessliche Momente. Für Aufsehen sorgte in Brüssel eine szenische Ausstellung, deren Gegenstand das Rätsel der Zeit ist. Einer der Hauptsponsoren dieser außergewöhnlichen Schau war die Scitex-Division Wide Format Printing, die in Zusammenarbeit mit Partnern mehr als 5.000 m<sup>2</sup> Kulissenbildern geschaffen hat.



In der Basilika von Koekelberg, die als fünfgrößter Kirchenbau der Welt ein angemessenes Ambiente für die „Zeitreise“ bot, wurden auf über 3.000 m<sup>2</sup> interaktive und animierte Darstellungen mit Techniken des Theaters, des Films, spezieller visueller Effekte und des Druckens geboten. Der Zuschauer begab sich in dieser multimedialen Show der „Zeit-Fabrik“ auf eine bewegende Odyssee und erlebte den Verlauf der Zeit, von der vorgeschichtlichen Ära bis in eine visionäre Zukunft.

**Faszinierende Anwendung Großformatdruck:** Die Dekoration, großformatige Wandbilder, zumeist bedruckte Trevira-Textilien, wurden mit dem Inkjet-Digitaldrucksystem Scitex Grandjet V5, hergestellt. Der Bedruckstoff weist exzellente Bedruckbarkeitseigenschaften auf, wird in 5 Metern Breite geliefert, ist feuerfest und sowohl für den Innen- wie Aussenbereich geeignet. Andere Motive wurden mit der Idanit-162 Ad auf selbstklebendes Vinyl gedruckt. Um die überwältigende „Galerie der Apokalypse“ zu schaffen, wurden tiefrote und purpurne Farben auf lange Vorhänge gedruckt, deren Flattern dem Züngeln echter Flammen täuschend nahe kommt. Und der schimmernde Effekt von Wasser in der Utopia-Zone wurden ebenfalls mit großflächig bedruckten Textilien in bemerkenswert wirklichkeitsgetreuer Darstellung erzielt. Die Ausstellung bot ein perfektes Beispiel dafür, wie Großflächendrucke die Eindrücke und Perspektiven einer Ausstellung tiefgreifend verbessern können. Darüber hinaus machte die Expo ein breites Publikum mit dem digitalen Großbildruck à la Scitex bekannt. Die Besucher

erlebten dabei die Vielfalt von Anwendungsmöglichkeiten, die die Scitex-Drucksysteme Grandjet V5 und Idanit-162 bieten.

**Scitex Jumbo-Angebot:** Die Scitex Wide Format Printing Division deckt mit ihren zwei Produktlinien an großformatigen Digitaldruckmaschinen Anwendungen von Wandverkleidungen, über Großplakate, Reklametafeln und die Fahrzeugwerbung bis hin zu Displays im Verkaufsbereichen ab. Im August 1999 brachte Scitex das großformatige Digitaldrucksystem Scitex Grandjet V2 auf den Markt, im Oktober folgte die Idanit Novo. Die Produktfamilien bestehen einerseits aus Idanit Novo und Scitex Pressjet, andererseits aus den superbreiten Scitex Grandjet V-Drucksystemen mit den Modellen V5, V3 und V2. Idanit Novo und Scitex Pressjet sind eine Alternative zu klassischen Siebdruckanwendungen. Die Idanit Novo (Abb. unten) hat auf dem Markt für mittlere Auflagen schon bemerkenswert Terrain erobert. Der Scitex Pressjet absolviert gegenwärtig verschiedene Betatests in Europa und den USA. Die Marktverfügbarkeit ist für das zweite Quartal 2000 geplant.



„Der Auftragsbestand lässt den Schluss zu, dass der Markt auf dieses Produkt geradezu gewartet hat.“

sagt David Reis, Präsident der Scitex Wide Format Printing Division. „Wir sind stolz, dass wir schon im ersten Verkaufsjahr den hundertsten Scitex Grandjet V ausliefern konnten. Die Scitex Wide Format Printing Division bietet eine umfassende Produktlinie an, die den Kunden erlaubt, sich für das Produkt zu entscheiden, das ihre Anforderungen am besten erfüllt. Die Anwender müssen sich damit hinsichtlich ihren Anforderungen nicht den Möglichkeiten einer bestimmten Druckmaschine beugen.“

### Marktübersicht Large Format Printing •

In der nächsten Ausgabe des „Druckmarkt“ zur Drupa wird eine Marktübersicht über die Maschinen und Materialien im Bereich Large Format Printing LFP veröffentlicht. Über spezielle LFP-Anwendungen berichtet Druckmarkt in seiner Ausgabe zur photokina.

## Indigo über den Einsatz und die Möglichkeiten des Digitaldrucks

In einem Workshop über die Einsatzmöglichkeiten des Digitaldrucks informierte Indigo Deutschland am 6. April Kunden und Interessenten. In seinem Referat „Von der Technik zum Business“ analysierte Indigo-Marketing-Manager Bertram Störch die Wertschöpfungskette digitaler Druckproduktionen. Dabei stellte er fest, dass die Charakteristiken der Druckerzeugnisse neben den Eigenschaften von Bedruckstoff und Farbqualität zunehmend vom Bedarfsanspruch der Kunden geprägt sind. Kleine Auflagen, schnellstens verfügbar, stets aktualisiert, auf den jeweiligen Bedarf der Zielgruppe zugeschnitten und mit variablem Inhalt versehen, sind Merkmale, die typischerweise nur vom Digitaldruck geboten werden.

Dr. Jürgen Schönhut von der Fraunhofer Gesellschaft, Darmstadt, sieht im Digitaldruck einen wesentlichen Baustein für individuelle, flexible und schnelle Kommunikation. Dies kommt dem Trend entgegen, der seit einigen Jahren in der Druckindustrie festzustellen ist und unter dem Begriff „Short Run Colour“ bekannt wurde. Mehr Farbe bei immer kleineren Auflagen wird durch den Digitaldruck idealerweise erfüllt. Dr. Schönhut machte auf die negativen Auswirkungen für Druckereibetriebe aufmerksam, die diesem Trend nicht folgen können.

Die „Einbindung des Digitaldrucks in die betrieblichen Abläufe“ stellt für Eckhard Bölke, IRD, ein wesentliches Kriterium dar, wenn Druckbetriebe den Digitaldruck realisieren wollen. Wesentlich sei dabei der Marketingansatz, Kundenbedürfnisse herauszufinden, um Dienstleistungspakete für die jeweiligen Kundengruppen anbieten zu können. Klassische Prinzipien ließen sich dabei immer weniger anwenden, so dass der Erfolg fast direkt und ausschließlich von der konsequenten Umsetzung abhängt.

Peter Schleider stellte als Praktiker die Zielsetzung der Haußmann Reprotechnik in Darmstadt dar, die den Digitaldruck bereits integriert hat. Mehrfachnutzung digitaler Daten, Kompletter-

**Vertriebskooperation** Teilaufgaben der im Jahr 2000 erscheinenden Ausgaben des **Druckmarkt** werden zusammen mit den Heften des **Druck-Medien-Magazin** versendet. Mit dieser Kooperation wollen der **arcus-Verlag** als Herausgeber des **Druckmarkt** und der **Druck-Medien-Verlag** ihre Leser mit den sich ergänzenden Heften vielfältiger, umfassender und besser informieren.

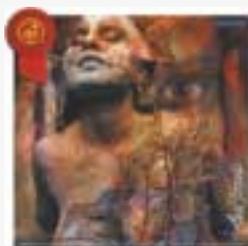
service, zielgruppenorientierte Volldienstleistungen, Projekt- und Produktionsmanagement etc. sind die Kundenwünsche, die es zu erfüllen gilt und zusammen mit den Kunden umgesetzt werden. Die Implementierung verlief nach einem ähnlichen Schema, wie es von Bölke vorher

aufgezeigt wurde. Nach einer Forumdiskussion mit intensivem Gedankenaustausch demonstrierte Indigo im Democenter Mainz-Kastel seine Digitaldruck-Lösungen live.

**Papierhändler im LFP-Markt aktiv** • Als Senkrechtstarter erwies sich das jüngste Kind der **Papier Union**. Der Papiergroßhändler bietet ein breites Sortiment an Materialien für den Large Format Druck im Bereich CAD und Graphic Art. Auch andere Papierhändler und Papierfabriken haben den wachsenden Markt erkannt und bieten Materialien an, die als Bogen oder Rollen in den verschiedensten Formaten geliefert werden. **Druckmarkt** veröffentlicht in seiner Ausgabe premedia (Mai 2000) eine Übersicht über LFP-Drucker und Materialien.

**Agfa-Proofs mit LFP** • Die neuen Großformat-Tintenstrahldrucker von Agfa werden als digitale Proofsysteme in PostScript- und PDF-Workflows eingesetzt. Dabei setzt Agfa bis zu sechs Druckfarben ein: CMYK plus helles Magenta und helles Cyan. Die beiden zusätzlichen Farben erlauben hellere Lichter, weshalb auch schwierige Farben wie etwa Hauttöne exakter erzeugt werden können.

**ColorGATE mit Auszeichnung** • Die ColorGATE Digital Output Solutions GmbH, ein Joint Venture europäischer Unternehmen, hat sich als Softwarehaus den Bedürfnissen des digitalen Großformatdrucks verschrieben. ColorGATE ist



durch die Digital Printing und Imaging Association (DPI) mit dem Andre-Schellenberg-Preis für ihren Beitrag in der Inkjet-Kategorie des Wettbewerbs 2000 ausgezeichnet worden. Der Beitrag von ColorGATE war eine Kombination aus Fotos vom holländischen Fotografen Theo Berends und anderen Kunststilen.

**Marktchance Digitaldruck** • Am 26. September und am 4. Oktober 2000 finden in Wien bzw. Balsthal/Schweiz die **IRD-Seminare** „Marktchance Digitaldruck“ statt. Im Mittelpunkt der Seminare stehen die technischen und organisatorischen Voraussetzungen des Digitaldrucks. Dabei werden die Highlights der Drupa reflektiert und der Markt für einen erfolgreichen Einsatz analysiert.

Nähere Informationen und Anmeldungen beim **IRD, Institut für rationale Unternehmensführung in der Druckindustrie e.V.**, Fasaneriestraße 14, D-63456 Hanau, Telefon 0 61 81-96 40 60, Fax 0 61 81 - 96 40 619.