

# PRINT 4.0 FOLLOWS ONLINE-PRINT

## INHALTSVERZEICHNIS

### Markt & Zahlen

- 02 Portal
- 04 Nachrichten
- 04 Auch Xerox spaltet sich auf
- 06 Leichte Verluste für Print
- 07 Heidelberg: Deutliche Steigerung beim Umsatz
- 08 Print 4.0 – Schöne, neue Arbeitswelten
- 20 Die Zukunft druckt online
- 26 Milliarden-Business Online-Print
- 30 Treiber des individuellen Drucks

### drupa-Countdown

- 12 Intelligenter drucken

### Print & Finishing

- 16 Die Zukunft des Drucks: Simply Smart
- 18 Es geht um mehr als Maschinen
- 34 Automatisch zum verkaufsfertigen Produkt
- 36 Zusammentragen: Es geht um Tonnagen
- 40 Software als Schlüsselkomponente
- 42 Meilensteine aus dem Rheintal
- 44 Der Mensch entscheidet

### Technik News

- 46 Stoffe on Demand
- 46 Inkjet-Riese für Wellpappe
- 47 Online-Druck komplett von der Rolle
- 48 Recycling und Papierherstellung im Büro
- 49 Business to Business
- 49 Impressum

Die Zeiten haben sich geändert. Was vor einigen Jahren noch als zerstörerisch galt und als Untergangs-Szenario angeprangert wurde, gilt heute als Messlatte für die Zukunft der Branche und wird zusehends zum Mainstream: Online-Print. Und das zurecht.

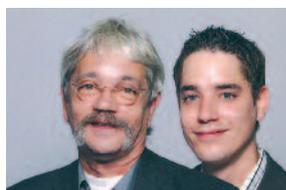
Denn was anderes haben die cleveren Unternehmer bei Cimpress, Flyeralarm oder Onlineprinters anderes getan, als Print 4.0 vorherzusehen und vorwegzunehmen? Ihnen ging es darum, den Bestellprozess von Drucksachen zu vereinfachen und beim Produktionsprozess möglichst nicht mehr eingreifen zu müssen, um ihre Produkte auch möglichst preiswert anbieten zu können. Beides konnte nur durch das Optimieren der Prozesse und das Digitalisieren von der Bestellung bis zur Logistik realisiert werden. Dass dabei auch Sammelformen eine Rolle spielten, ist richtig, aber nicht der einzige Grund, warum die Online-Drucker erfolgreich wurden. Sie haben schlicht und einfach all das getan, was Industrie 4.0 nun anstrebt. Und dabei ganz besonders: die Kunden in den Gesamtprozess mit einbezogen.

Inzwischen gibt es kaum noch eine neue Software-Version, kaum eine Produktankündigung oder generell eine Unternehmensverlautbarung, in der nicht Begriffe wie Prozessoptimierung, Automatisierung, Digitalisierung oder auch Industrie 4.0 beschworen werden. Denn darauf bauen nicht nur moderne Workflows auf, darauf fußen ganze Geschäftsmodelle.

Wir sind fest davon überzeugt, dass sich das Prinzip Druckfabrik, wie es von professionell ausgerichteten Online-Druckereien betrieben wird, zum Standard entwickelt und zum Branchen-Thema weit über die drupa 2016 hinaus werden wird. Dass die Düsseldorfer Messe das Geschäftsmodell Online-Print und alle damit im Zusammenhang stehenden Techniken und Technologien, die Richtung Industrie 4.0 weisen, nicht aufgreift, ist deshalb kaum verständlich. Stattdessen werden unter dem Slogan ›Touch the future‹ einige Themen in den Mittelpunkt gestellt, mit denen sich Druckereien höchstens am Rande beschäftigen werden.

Was also im Rahmen der drupa nicht stattfindet, haben zumindest Hersteller wie Heidelberg, Horizon oder Müller Martini als Themen für ihre aktuellen und künftigen Entwicklungen definiert. Und andere Anbieter werden ganz sicher nachziehen, weil Geschäftsmodelle, die die Kunden integrieren, ein brennendes Thema für die Branche sind.

Und ob es nun Print 4.0, Druckerei 4.0, Finishing 4.0 oder Smart Print Shop heißt: All diese Bezeichnungen sind uns weitaus sympathischer als das abgedroschene Gerede vom Druck- und Mediendienstleister. Denn ›Print Shop‹ sagt endlich wieder, um was es geht: um Print!



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay