

# HP INDIGO

## DAS POTENZIAL IST NOCH GEWALTIG

Seit Jahrzehnten befindet sich die Druckindustrie in einem permanenten Wandel. Druckereien müssen sich samt ihrer aktuellen Geschäftsmodelle und -prozesse an eine sich ständig ändernde Umgebung anpassen. Und die digitale Evolution wird sich wohl noch weiter beschleunigen. Jürgen Freier lässt keinen Zweifel daran, dass der Digitaldruck dabei eine entscheidende Rolle spielen wird.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

**D**och es ist nicht der digitale Druckprozess an sich, der die Unternehmen herausfordert, es sind die veränderten Rahmenbedingungen und die Tatsache, dass sich die Drucksachen selbst verändert haben, ist Jürgen Freier, Regional Business Manager bei HP für die D/A/CH-Region, überzeugt. »Ob klassische Akzidenzen, Mailings, Etiketten, Faltschachteln oder auch Wellpappenverpackungen – sie alle haben eine Gemeinsamkeit: die Tendenz zu kleiner werdenden Auflagen pro Druckauftrag. Das stete Schrumpfen der Auflagen und die gleichzeitig immer enger werdenden Zeitfenster für immer mehr kleine Jobs spielen dem Digitaldruck eindeutig in die Karten. Und das bedeutet schlicht und einfach, dass das Potenzial für den digitalen Druck noch gewaltig ist. Da wird noch viel passieren«, führt Freier aus.

Richtig ist: Der Digitaldruck hat sich nach über 20 Jahren fest etabliert, ist in der Branchendiskussion omnipräsent, im Druckalltag längst eine feste Größe und dominiert inzwischen auch Teilmärkte der Druckindustrie. Trotzdem kann von einem Durchbruch auf breiter Front bis heute noch keine Rede sein. Aber wie lässt sich dieser scheinbare Widerspruch erklären?

Nach Angaben verschiedener Hersteller werden weltweit erst etwa



Jürgen Freier, Regional Business Manager bei HP für die D/A/CH-Region, erwartet vom Digitaldruck noch weitere Anwendungen und viel Wachstum.

5% bis 7% aller Drucksachen digital gedruckt. Das ist zunächst einmal ernüchternd. Rechnet man noch den Anteil des Transaktionsdrucks ab, wo der Löwenanteil digitaler Druckvolumen produziert wird, bleibt für klassische Anwendungen der Druckindustrie nur noch wenig. Für rein grafische Anwendungen ist der Anteil des digitalen Drucks höchstens ein Tropfen auf den heißen Stein.

Noch. »Denn das Wachstum des digitalen Drucks ist in allen Segmenten signifikant«, sagt Jürgen Freier. Während dem Offsetdruck für die nächsten Jahre gerade noch Stagnation zugetraut wird, gehen Marktforscher davon aus, dass der Digitaldruck in

den kommenden Jahren noch erheblich wachsen wird – national und regional jedoch genauso unterschiedlich wie bei den Anwendungen.

### Viele Facetten im Markt

Nun gibt es bekanntlich nicht den einen und einzigen Digitaldruck. Und der ist auch nicht nur auf den grafischen Druck beschränkt – längst wird digitales Drucken in anderen Branchen und Industrien schon wie selbstverständlich eingesetzt. Typisches Beispiel dafür ist der Inkjet-Druck in seiner Ausprägung Large-Format-Printing, wo ohne Digitaldruck gar nichts geht.

Auch in der herstellenden Industrie und generell bei industriellen Anwendungen hat digitales Drucken längst Fuß gefasst. Das Volumen der hier hergestellten Drucke lässt sich allerdings nicht in Seiten A4 messen und ist in die oben aufgestellte Rechnung folglich auch nur schwer einzuordnen.

In all diesen Märkten hat sich HP bereits mit Lösungen zu Wort gemeldet und zeigt im Bereich der Faltschachteln und Wellpappenproduktion deutliche Präsenz. Bei den Corrugated boards ist HP mit den Maschinen von Scitex unterwegs und auch die Kooperation bei der weltgrößten Inkjet-Rotation T1100, bei der die Mechanik von Koenig & Bauer kommt und die Inkjet-Drucktechnik samt Ansteuerung von HP, ist ein Beleg dafür.

Von dieser Maschine sind bereits einige verkauft – überwiegend nach Deutschland.

Für den Verantwortungsbereich von Jürgen Freier sind aber andere Märkte weitaus relevanter. »Gerade im Faltschachteldruck haben wir das Wachstum noch vor uns. Die Frage ist nicht mehr, ob sich der Faltschachtelmarkt dem Digitaldruck zuwendet, sondern der Zeitpunkt, wann«, erläutert Freier. »Die Nachfrage und das Bewusstsein für kleinere Auflagen sind bereits vorhanden. Was noch etwas Zeit in Anspruch nimmt, sind die Geschäftsmodelle, wie sich die Faltschachteldrucker im Markt positionieren wollen und können.« Auch flexible Verpackungen sieht Freier als interessanten Markt mit zunehmender Investitionstätigkeit.

Und im Etikettendruck, der ebenfalls der Verpackung zuzuordnen ist, ist HP Indigo seit Jahren mit einer breiten Palette an Maschinen aktiv und beherrscht den Markt des digitalen Drucks von Selbstklebetiketten. »Wir sehen uns in diesem Segment mit einem Marktanteil von über 50 Prozent«, erklärt Freier. Weltweit soll der Anteil des Digitaldrucks an den Labels bei immerhin schon knapp 10% liegen. Auch hier wird noch weiteres Wachstum erwartet.

### Ausgefallene Drucksachen

Bei Labels, im Verpackungs- und Akzidenzdruck spielt das Veredeln inzwischen eine große Rolle. ▶

KNOW-HOW AKTUELL



Die »Druckmarkt COLLECTION« ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und permanent aktualisiert. Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Dossiers zu speziellen Themen und künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als »Investitionskompass« bündelt die Fachschriftenreihe »Druckmarkt COLLECTION« ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht. Mehr kann eine Messe auch nicht bieten.



Ausgaben 16 bis 18 bereits erschienen, weitere Ausgaben in Vorbereitung.

DRUCKMARKT  
**COLLECTION**  
 DIE FACHTHEMEN-BIBLIOTHEK DES DRUCKMARKT

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)



HP Indigo konzentriert sich derzeit darauf, bestehende Lösungen zu verbessern. Dazu tragen auch Automatisierungs-Tools wie HP Print OS bei.

»Schon jetzt gibt es bei HP Indigo neben den Prozess- und Sonderfarben zusätzliche Schmuck- oder Neonfarben – und die Entwicklung geht weiter. Das Drucken von Weiß, Lack und Strukturen sind nur einige Beispiele, die wir anbieten. Viele Veredelungen können inline und zudem mit einer Vielzahl von Partnern aus Finishing und Veredelung realisiert werden. Vor allem Kunden, die mit mehreren Digitaldruckmaschinen arbeiten, fertigen nearline. Das bleibt jedoch dem jeweiligen Arbeitsablauf der Anwender überlassen.«  
Dennoch sind die typischen Anwendungen im Digitaldruck klassische Druckproduktionen, bei denen heute

niemand mehr die Qualität infrage stellt. »Im Digitaldruck werden üblicherweise zielgerichtete Kampagnen in kleinen Auflagen gedruckt. Das ergibt zwar weit weniger Volumen als bei Massendrucksachen, doch dadurch ist der Digitaldruck auch effizienter«, sagt Jürgen Freier: »Und dabei ist der Break-even-Point permanent gestiegen.«  
Das gelte für Fotobücher als typisch individualisierte Drucksache in Auflage 1 ebenso wie für kleine Auflagen verschiedenster Drucksachen auf ebenso unterschiedlichen Bedruckstoffen und reiche bis zu Mailings, die als personalisierte Drucksachen durchaus hohe Auflagen errei-

chen. »Denn 10.000 mal Auflage 1 ist auch eine Großauflage«, sagt Freier. Und genau das gelte auch für Magazine und Bücher. »Berücksichtigt man, dass sich die Remissionsquote bei konventionell hergestellten Zeitschriften und Büchern um die 30% bewegt, darf der Digitaldruck durchaus auch etwas teurer sein.«  
Dass Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit für genannte Produktionen wesentliche Voraussetzungen sind, versteht sich von selbst. »Wir stellen uns ständig dieser Frage und sind selbst unsere größten Kritiker. Denn schließlich wollen wir, dass auch hohe Auflagen bedient werden können. Die Verfügbarkeit ist längst auf einem Niveau angelangt, mit der Geld verdient werden kann.«  
Die Tatsache, dass Online-Druckereien in den letzten Monaten massiv in den Digitaldruck investiert haben – vor allem in Maschinen der B2-Formatklasse – bestätigt diese Aussage.  
**Optimierung der Produktion**  
Doch Hunderte von Aufträgen in kleinen Stückzahlen oder Auflage 1, höchste Flexibilität bei Formaten und Bedruckstoffen verlangen den Bedienern auch ordentlich etwas ab. »Die Anforderungen an den Operator ei-

ner Digitaldruckmaschine sind permanent gestiegen und entsprechend hoch. Was immer wieder die Frage aufwirft, wer als Operator besser geeignet ist: ein Drucker oder ein IT-Spezialist? IT-Leute sind tendenziell geeigneter beim Datenhandling. Den Umgang mit Papier beherrschen gelernte Offsetdrucker möglicherweise besser. Doch das jeweilige Manko gleichen die Bediener schnell aus«, sagt Jürgen Freier. »Denn wir unterstützen unsere Kunden mit Automatisierungstools wie etwa HP PrintOS mehrere Druckmaschinen zentral zu steuern, die Produktion damit zu optimieren oder neu zu strukturieren und selbst komplexeste Drucksachen zu produzieren.«  
Dabei konzentrierte sich HP Indigo derzeit darauf, bestehende Lösungen weiter zu verbessern und die Möglichkeiten rund um die Maschinen auszubauen. So sollen die Digitaldrucksysteme noch umfassender einsetzbar gemacht werden (lesen Sie dazu auch den Beitrag zu ausgefallenen Anwendungen auf Seite 48 dieser Ausgabe).

» [www.hp.com](http://www.hp.com)



Die HP Indigo Digitaldruckmaschinen nutzen allesamt die Electrolink-Technologie, eine pastöse Farbe mit Offset-Farbpigmenten, die hervorragende Bildproduktionen bieten. Dabei ermöglicht der Druck mit bis zu sieben Farben einen erweiterten Farbraum und stellt die präzise Wiedergabe von Sonderfarben sicher. Genutzt werden die Maschinen daher sowohl im kommerziellen Druck als auch beim Etikettendruck und in der Faltschachtelproduktion (Bildquelle: HP Indigo).



## TAGE DER MEDIENPRODUKTION

24. und 25. April 2018  
CCD Congress Center Düsseldorf



# Digitaldruck im Zeichen von Crossmedia und digitaler Transformation

## Trends, Chancen und Potenziale



## Das erwartet Sie:

