



KYOCERA TASKalfa PRO 55000c INKJET MACHT SICH IM FORMAT A3+ BREIT

Kyocera Document Solutions präsentiert auf der drupa 2024 sein neues Produktionsdrucksystem *Kyocera TASKalfa Pro 55000c*. Damit stellt das Unternehmen sein erweitertes Portfolio für die grafische Industrie in den Mittelpunkt und will an den Erfolg des Vorgängermodells anknüpfen.

Damit will *Kyocera* an die erfolgreiche Premiere seines ersten Produktionsdrucksystems auf der *virtual.drupa* im Jahr 2021 anknüpfen. Das seit 2019 auf dem Markt befindliche Inkjet-Digitaldrucksystem *Kyocera TASKalfa Pro 15000c* profitiert von den technologischen Stärken der *Kyocera*-Unternehmensgruppe und hat sich nach Angaben des Herstellers durch seine Zuverlässigkeit im Markt etabliert.

»Die *drupa* zählt zu den wichtigsten Veranstaltungen unserer Branche und bietet die perfekte Plattform, um unsere Vision für den Inkjet-Druck einem inter-

nationalen Publikum zu präsentieren«, erklärt DIETMAR NICK, CEO von *Kyocera Document Solutions Deutschland*. »Mit unserem Einstieg in den professionellen Druck im Jahr 2019 haben wir Bewegung in den Markt gebracht und seitdem wertvolle Erfahrung gesammelt. Das System *TASKalfa Pro 55000c* baut auf dieser Erfahrung auf und eröffnet für uns ein neues Kapitel.«

Das neue System unterstützt gestrichenes Offsetpapier und eignet sich damit ideal für Broschüren, Bildbände, Mailings und andere Drucksachen, die eine hohe Bildauflösung erfor-

dern. Darüber hinaus zeichne sich das *TASKalfa Pro 55000c* durch hohe Zuverlässigkeit und niedrige Anschaffungs- sowie Betriebskosten aus, teilt *Kyocera* mit.

Das neue Inkjet-System erreiche eine mit dem Offsetdruck vergleichbare Druckqualität und hohe Druckbeständigkeit. Darüber hinaus biete es eine satte Farbwiedergabe sowie hochauflösenden Druck mit 1.200-dpi-Tintenstrahlköpfen. *TASKalfa Pro 55000c* biete Langlebigkeit, kompaktes Design und niedrige Gesamtbetriebskosten (TCO).

> www.kyocera.de



Denn er ist im Vergleich zu anderen Druckverfahren oftmals kosteneffektiver aufgrund der günstigen Set-up-Kosten – und dies bei geringen bis hohen Auflagen.

Natürlich könnte man nun fragen, ob es in einer Welt des Konsumverzichts, der Klima- und Energieprobleme überhaupt noch hohe Auflagen geben wird (von Magazinproduktionen vielleicht einmal abgesehen)? Und genauso könnte man darauf antworten, dass es die natürlich

auch in Zukunft noch geben wird, vor allem in der Verpackung oder in der Etikettenproduktion. Doch es wäre falsch, bei diesen Überlegungen den Akzidenz- und Publishingmarkt zu vernachlässigen, denn auch hier findet eine Transformation statt, in der gerade digitale Technologien gefragt sind.

Und da der Digitaldruck- und Inkjet-Markt durch seine Anwendungen segmentiert ist, werden einige der Anwendungsbereiche wie Bücher, Zeitschriften, Akzidenzen, Kataloge, Mailings, der

Transaktions-, Etiketten- und Verpackungsdruck und so weiter entsprechende Auflagen vorweisen können.

Markttrends der nächsten Jahre

Die Trends für die nächsten Jahre sind genauso differenziert zu beurteilen, wie die Märkte verschieden sind.

Beginnend mit dem Großformatdruck könnten die Point-of-Sales-Aktivitäten und Displays dominieren und das am stärksten wachsende Segment des LFP-Marktes sein.

Nicht weniger wichtig ist der Markt der digital bedruckten Textilien, der aufgrund seiner nachhaltigen Herstellungsverfahren und seiner Geschwindigkeit gegenüber der konventionellen Produktion punktet. Hier spielen auch neue Materialien für funktionelle Kleidung eine Rolle.

Eng damit verknüpft ist das Thema Produkt-Personalisierung.

Das gilt zwar nicht mehr als die herausragende Innovation in der Kommunikation, doch hat Personalisierung inzwischen ein riesiges Volumen unter dem Begriff Mass Customization angenommen. Es sind die Konsumenten, die diesen Markt antreiben und sich personalisierte und individuelle Produkte wie T-Shirts wünschen.

Dieser Trend ist längst auch jenseits des Großformatdrucks spürbar und macht sich in zunehmender Personalisierung und Individualisierung bemerkbar. Dabei ist bei der gedruckten Kundenkommunikation der Transaktionsdruck das einzige Segment, das stagniert. Der Druck von persönlichen Transaktionsdokumenten (Kontoauszüge etc.) über Rollen-Inkjet-Drucker wird aufgrund von PDF-Rechnungen via E-Mail zwar weniger, dafür steigt gleichzeitig der Markt für Direct Mails, personalisierte Mails und Programmatic Print (automatisiertes One-to-One-Marketing). Dieses Marktsegment soll jenseits des Großformatdrucks einen Anteil von 40% am Produktionsvolumen des Inkjets haben.

Ein weiterer typischer Wachstumsmarkt für den Digitaldruck ist übrigens die Bücherproduktion (mit einem Marktanteil von 37%), das Drucken bei Bedarf (Print-on-Demand) bis hin zur Auflage 1 (Book-of-One). Gedruckte klassische Kundenkommunikation wie Flyer und Prospekte sowie sonstige im Ink-