

Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

Canon's Anspruch auf einen Spitzenplatz

Canon bietet leistungsfähige Drucksysteme auf der Grenzlinie von Office- und Service-Printing

REPORTAGE



»Genauso individuell, wie sich Musik aus vielen einzelnen Tönen und Instrumenten immer wieder neu zusammensetzt, so individuell sind auch Business-Lösungen von Canon.« Dass unter der Leitung eines Dirigenten daraus ein »Stück« wird, das wollte Canon auf der Concerto genannten Messe für Fachhandels- und Direktvertriebskunden beweisen. Nicht mehr das einzelne System stand dabei im Vordergrund, sondern der Workflow und dessen Effektivität. Schwerpunktthemen der Präsentation: Print-Prozesse in Office-Umgebungen und im Dienstleistungssektor Druck, ein Hybrid-System, das eigentlich ein leistungsstarker Schwarzweiß-Drucker ist, der automatisch auf Farbe umschalten und drucken kann (Spot-Color) sowie Neuheiten im Large-Format-Bereich. Kurzum: Canon will endgültig weg vom Gerätekäufer und in die Riege der sogenannten »Solution-Provider«.

Mit den inzwischen schon legendären CLC-Systemen war Canon vor anderthalb Jahrzehnten einer der wichtigsten Pioniere im Farb-Digitaldruck auf der Grenzlinie zwischen hochwertigen Office-Anwendungen, dem Einsatz in Werbeagenturen und Service-Druckereien. Auch die Nachfolgemodelle, aktuell die CLC 5000-Reihe, machen Furore. Mit dem CLC 5100 und dem CLC 4000 sind nun zwei Nachfolgemodelle verfügbar: der CLC 4000 für Produktionsaufgaben in mittleren Auflagen, während der CLC 5100 auch hochvolumige Ansprüche bewältigen kann. Die beiden neuen Modelle unterstützen die Rolle, die Canon seit bereits 16 Jahren im Markt für Farbkopier- und Farbdrucklösungen spielt.

Midrange-Digitaldruck

Der CLC 5100 ist konzipiert »für mehr Profitabilität in anspruchsvollen On-Demand-Druckumgebungen wie Hausdruckereien, Druckereien und Grafikbetrieben«, so Canons Positionierung des Gerätes. Drei Eigenschaften der neuen CLC-Modelle hebt der Anbieter besonders heraus: Geschwindigkeit, Flexibilität bei den Grammatoren und das variable Papiermanagement. Im Vergleich zu den Vorgängermodellen haben beide neuen Systeme eine etwa doppelte Druckgeschwindigkeit bei schweren Papieren: Druckmedien bis 253 g/m² werden mit einer Geschwindigkeiten von bis zu 22 Seiten/Minute verarbeitet. Hinzu



kommt ein kosten- und qualitätsoptimierendes Toner-Management. Der Maschine darf man nach Werksangaben ein Volumen von bis zu 100.000 Seiten/Monat zumuten und mit drei optionalen Controllern kann die Druckeinheit in die jeweilige Umgebung eingebunden werden.

Schöner »Wiederdruck«

Dokumente oder gedruckte Seiten einzuscannen ist eine immer häufigere Standardaufgabe. Sei es für das klassische Dokumentenmanagement in Büro und Organisation, Forschung und Lehre oder für den Reprint von



CeBIT: zu deutsch

Auch Canon blieb dieses Jahr, 2004, wie viele andere etablierte Unternehmen auch, der CeBIT fern oder ist mit einzelnen Produkten allenfalls auf anderen Ständen vertreten. Den Grund nannte James Leipnik, Chief of Communication & Corporate Relations Canon Europe, in der stark gesunkenen Internationalität der Messe – er vermied es gerade noch, die Messe als »nationale Messe« zu deklarieren. Fazit aber für Canon (und andere): der Aufwand entspricht nicht mehr dem Nutzen. Die CeBIT in Europa, einst wirklich der Star unter den Office-Computer-Messen, hat endgültig in dieser Funktion abgedankt. Um so mehr werden potenzielle Investoren in Zukunft zu reisen haben. Zu den sogenannten Hausmessen, den groß aufgezogenen Präsentationen der einzelnen Hersteller. Was viele Vorteile hat. Nicht nur, dass die Aussteller oft die Reisekosten sponsern, schönere Werbegeschenke verteilen und das Essen und Trinken kostenlos ist (im Gegensatz zu Horror-Preisen auf der Messe), die Informationsdichte, und darauf kommt es ja wohl an, ist ungleich höher. Hier hat man viel Zeit, ins Detail zu gehen und Angebot mit Anspruch oder Anliegen zu koordinieren. Ein geldwerter Vorteil für beide Seiten.

Canon wird unter dem Namen »Concerto« fortan jährlich einmal im großen Stil die Produktpalette der Druck- und Bürokommunikations-Lösungen für professionelle Anwendungen präsentieren. Frankfurt machte den Auftakt, Stockholm und Mailand werden noch dieses Jahr folgen, im nächsten Jahr werden drei andere Städte die Canon-Messe zu Gast haben.



Seit mehr als einem Jahrzehnt schon im Einsatz im Büro Office, bei Agenturen und bei Druckereien: die Maschinen der CLC-Reihe. Jetzt hat Canon mit dem CLC 4000 und 5100 zwei Modelle für den hochvolumigen Druckbereich vorgestellt.

Unterlagen, von denen man keine digitalen Daten hat oder hatte.

Ein neuer Scanner, DR-7080C kombiniert einen Flachbettscanner mit automatischer Einzugsinheit mit einem verbesserten Separations-Mechanismus. Dieser Separations-Mechanismus sorgt für eine schnelle und zuverlässige Dokumentenzufuhr für Format bis DIN A3. Eine Bildoptimierungstechnologie, die Canon auch bei digitalen Druck- und Kopiersystemen einsetzt, machen ihn zu einem der schnellsten Farbscanner seiner Klasse und sollen eine optimale Bildqualität auch im Halbtonbereich gewährleisten. Funktionen des ISIS/ Twain Treibers und der Capture Perfect Software umfassen unter anderem die Speicherung im PDF-Format sowie OCR-Text, »Scan-to-Mail«, »Scan-to-PC« und »Scan-to-Print« Funktionalitäten.

Leere Seiten werden automatisch gelöscht, Seitengrößen erkannt, das Bild ausgerichtet, Farben und dünne Linien werden verbessert. Multi-stream sorgt für umfangreiche Ablagemöglichkeiten gescannter Dokumente. Mit 8.700 € ist dies ein Gerät, das im Bereich der Copyshops, Hausdruckereien und Service-druckereien eine überaus sinnvolle Investition darstellt.

Ein bisschen Farbe wirkt oft Wunder

Immer mehr ist es üblich, dass aus Office-Programmen erzeugte Seiten unmittelbar auch als »Drucksache«

verteilt werden. Handouts oder aufwändig gestalteten Flyers werden immer üblicher. Und auch Word-Seiten sind längst als »Prospekt-Ersatz« salonfähig geworden.

Mit dem iR 3100C/CN präsentiert Canon das erste Modell einer neuen Produktlinie von s/w-Multifunktionsystemen, die über die so genannte Smart Colour-Funktion verfügen. Farbe wird dann gedruckt, wenn dies vom Benutzer gewünscht wird. Falls keine Farbe verwendet werden soll, arbeitet der iR 3100C im Standard-s/w-Modus. Das Gerät hat eine so genannte Smart Colour-Funktion mit einer voll steuerbaren automatischen Farberkennung, die automatisch erkennt, welche Seiten in einem Dokument Farbelemente wie Diagramme oder Grafiken oder Texte enthalten und stellt automatisch von s/w-Ausgabe auf Farbe um, ohne dass der Benutzer eingreifen muss.

Die neue Produktlinie umfasst Multifunktions-Lösungen wie Drucken, Scannen, Kopieren, Fax (optional) und Intelligent Send (optional – erlaubt das direkte Scannen von Dokumenten und das anschließende Versenden per e-Mail). Weiterhin wird eine komplette Auswahl von Finishing-Optionen für das Sortieren, Heften, Lochen und Falzen der gedruckten oder kopierten Dokumente angeboten.

Durch die optionale Software iW Publishing Manager lassen sich mehrere Dokumente aus einer Vielzahl von Windows-basierten An-

wendungen zu einem einzigen Dokument verbinden und anschließend bearbeiten. So können die erwähnten Finishing-Optionen für dieses kombinierte Dokument effektiv genutzt werden. Die Finishing-Einstellungen lassen sich im iWPM-Dokument speichern und für einen späteren Neudruck wieder aufrufen. Anwender können damit vom PC aus das einheitliche, professionelle Aussehen der Druckergebnisse sicherstellen.

Koordination statt Chaos

iW Publishing Manager ist das neueste Modul der Intelligent Software Suite von Canon. Dateien aus unterschiedlichen Anwendungen wie MS Word, Excel, PowerPoint, Acrobat, und anderen können in nur einem iW-Dokument komfortabel zusammengetragen und miteinander kombiniert werden. Danach können dem Dokument mit dem Annotation-Editor Anmerkungen in Form von Texten, Bildern, Linien, Umrissen oder auch Wasserzeichen hinzugefügt werden. Es lassen sich Seiten verschieben und bei variablem Datendruck Objekte dynamisch aktualisieren. Sämtliche Finishing-Funktionen für das Dokument wie Falzen, Sortieren und Einfügen von Trennblättern, können gespeichert werden.

iW Publishing Manager-Dokumente können lokal oder im Netzwerk gespeichert und für einen späteren Nachdruck abgerufen werden. Mit dem Variable Printing Editor können

Wieder mal ein Sonderweg

Warum sich Office-Geräte-Anbieter im Druckmarkt so schwer tun



Die Hardware, die Geräte, die Qualitäten, die Möglichkeiten, wie sie Canon präsentiert, haben – wie man es heute ausdrückt – eine hohe Performance, haben – so nannte man es früher auf deutsch – ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Und die Qualität stimmt. Wo Automatismen möglich sind, sind sie weitgehend eingebaut. Aber eben: wie? Mit MEAP und anderen Software-Lösungen geht Canon einen eigenen Weg der Ansteuerung komplexer Drucker-Netzwerke bzw. der Einbettung von Geräten in weitgehend bedienungsseitig unkomplizierter und automatisierter Workflows. Von JDF keine Spur. Und an dieser Stelle zeigt sich, dass Canon trotz aller Bemühungen um die Integration in professionelle Umgebungen des »pay for print«, des »job printing«, gemeinhin und bislang Akzidenzdruckerei oder Servicedruckerei genannt, noch kein Feeling für die Bedürfnisse entwickelt hat.

Während der Pressekonferenz und Präsentationen auf der Concerto Hausmesse von Canon hatte ich mehrfach intensive déjà-vu-Gefühle, dieses sprichwörtliche Bewusstsein, das alles hast Du doch schon einmal früher erlebt. Als wäre man von einer Sekunde zur anderen in einem anderen, alten Film. Und der lässt sich sogar zeitlich ziemlich genau eingrenzen: 1995 präsentierte Xerox zum Teil inhaltsidentische Charts, nutzte die gleichen Argumente, beschrieb auf frappierend ähnliche Art und Weise die Szenarien, in denen ihre Lösungen Sinn machen oder gar die Welt revolutionieren würden. Xerox geriet danach, das muss nicht, kann aber einen Zusammenhang haben, intensiv in die Krise. Und musste sich intensiv verändern und den »Market approach«, die Betrachtung der und die Kommunikation mit den Märkten neu formulieren. Andere Unternehmen, Konica ist eines von etlichen Beispielen, gingen ähnliche Wege und mussten hinnehmen, dass die Märkte nicht reagierten wie prognostiziert. Und haben durch Ausweichstrategien zuweilen noch »die Kurve gekriegt«. Wenn auch, wie im letzten Fall, durch die Fusion mit Minolta.

Das ganze Dilemma, so scheint es mir, liegt immer und immer wieder an der völlig unnütz starren Klassifizierung von Angeboten und Vertriebswegen, in Kriterien, die mit dem Markt nichts zu tun haben. Vertriebsmanager lassen die Excel-Sheets heiß laufen, nur um herauszufinden, ob sie in einem bestimmten Gerätesegment (es bemisst sich nach der Größe, Farbigkeit und Funktionalität der Geräte) im Absatzgebiet soundso nun Nummer eins oder zwei sind (darunter muss man dem Chef erst gar nicht unter die Augen treten). Produktmanager wiederum vergleichen nach wie vor Kisten, sprich Geräte auf der funktionellen Basis, nur sehr selten im Workflow des realen Lebens. Und die Software-Lösungen, ob man sie Firmware, Orgware, Middleware nennt, ob sie sich den Namen Workflow zutrauen oder der Qualitätsverbesserung dienen, diese Software-Lösungen werden meist so behandelt, als wären sie nette Add-ons, zusätzliche »nice to have«-Komponenten, aber eben keine »must to have«. Sie werden selten als fester Part einer Lösung integriert. Was aber oft an Peinlichkeit grenzt, sind die schön gemalten Szenarien fernab der Realität, mit denen die eigenen Lösungen als die Lösung allen Unheils schöngeredet werden sollen.

Und deshalb empfinden Kunden oft intensiv den Widerspruch, wenn einerseits die Gesamtlösung propagandiert wird, andererseits aber die Firmen selbst bei der optischen und verbalen Präsentation wieder alles in Einzelteile zerpfücken, nur weil es so in ihre eigene Organisation nach Produkten, Märkte und Zuständigkeitsbereichen passt.

Und wenn, wie im Falle Canon, dann die Kommunikation im Workflow nicht JDF-basiert, sondern nach eigenen Standards geschieht, dann muss man die Lösungen leider »nur« als eine Alternative zu irgendeinem anderen Anbieter sehen und kann sie nicht unbedingt bedenkenlos als integrativen Bestandteil einer »Branchenfamilie« ansehen. Schade, denn technisch hat Canon gute Dinge zu bieten. hgw

Statt zur CeBIT hatte Canon dieses Jahr nach Frankfurt eingeladen. Die »Hausmesse« wird noch in anderen europäischen Städten stattfinden und sich in den nächsten Jahren in anderen Metropolen wiederholen. In Frankfurt stellte Canon neben bewährten Systemen auch zahlreiche Neuheiten vor. So beispielsweise den LFP-Drucker W6200 (siehe Abbildung ganz rechts) oder den iR 3010 (nebenstehende Abbildung) samt umfangreicher Software.



dem Dokument statische und/oder dynamische Felder aus einer Datenbank hinzugefügt werden.

Geschäftsberichte, Angebote, Ausschreibungsunterlagen oder Marketingmaterialien lassen sich mit Hilfe der grafischen Benutzeroberfläche einfach personalisieren. Der iW PM ist einfach und intuitiv in der Bedienung – Anwender benötigen keine besondere Schulung und sind direkt in der Lage, selbst komplexe Dokumente wesentlich effizienter zu erstellen. Die Funktionen zur Endverarbeitung entsprechen denen der PCL-Druckertreiber für die unterstützten Drucksysteme wie Sortieren, Broschüreneinstellung, Falzen, Heften oder das Einfügen von Trennblättern. Der iW Publishing Manager unterstützt die Anwender, indem er von vornherein nur die Finishing-Funktionen anbietet, die auf dem jeweiligen Drucksystem auch zur Verfügung stehen.

Online-Auftragsabwicklung

Mit der Software-Lösung Print Job Manager stellt Canon eine Online-Auftragsverwaltung für professionelle Druckdienstleister vor, die ein Kostenrechnungs-Modul sowie die Möglichkeit der Datenübermittlung und Auftragsverfolgung über das Internet enthält.

Auf gut deutsch ein e-Procurement-Tool ist. Im Unterschied zu anderen Lösungen kann beispielsweise das Firmenlogo eines Druckdienstleisters in den Print Job Manager einge-

bunden werden. Der Print Job Manager unterstützt wirksam die geschäftsentscheidende Beziehung zwischen Druckdienstleister und Kunden, ohne dass Canon selbst gegenüber dem Endkunden in Erscheinung tritt. Die Druckerei hat 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche einen intelligenten elektronischen Briefkasten.

Der Print Job Manager bietet folgende Funktionen:

- Job Ticketing (Bestellungsaufnahme) ermöglicht dem Kunden die präzise Definition der Auftragsdetails wie die gewünschten Druckmaterialien, Finishing Optionen und Lieferbedingungen.
- Job Estimation ermöglicht einen sofortigen Kostenvorschlag, basierend auf den vom Kunden gewählten Spezifikationen.
- Job Submission (Auftragsübermittlung) ermöglicht die zu druckenden Dokumente vom Computer des Kunden direkt auf die Internetseite des Druckdienstleisters heraufzuladen. Dort werden sie zusammen mit einer Kopie des Job Tickets gespeichert. Zusätzlich verfügbar ist eine Funktion, die vor dem Heraufladen ein PDF Dokument inklusive Voransicht erstellt.
- Job Tracking (Auftragsverfolgung) ermöglicht das Abrufen oder Versenden von Informationen über den Status der Auftragsbearbeitung entweder per e-Mail oder Onlineabruf. So ist für den Kunden und den Druckdienstleister der Auftragsstatus jederzeit klar erkennbar.



Arbeitspferd im Display-Druck

Neu ist der LFP-Printer W6200 für Drucke bis zum Format A1+ randlos auf einem breiten Spektrum von Medien. Wie das größere Modell W8200P verwendet er dabei Pigmenttinten für sechs Druckfarben, die neben den Standard-CMYK-Farben zusätzliche Cyan- und Magenta-Varianten umfassen. Damit wird im Vergleich zu farbstoffbasierten Tinten die Lichtbeständigkeit der Ausdrucke noch einmal deutlich erhöht. Der W6200 passt mit seinen kompakten Abmessungen auf einen Schreibtisch.

Der W6200 besitzt einen 1-Zoll-Druckkopf mit 7.680 winzigen Druckdüsen (1.280 für jede Farbe). Im High-Speed Modus erzielt er Druckgeschwindigkeiten von bis zu 1,5 Seiten /Minute im Format A1 auf Normalpapier oder beschichtetem Papier. Die »Microfine Droplet Technology« ermöglicht dabei die präzise Platzierung mikroskopisch kleiner Tintentropfen. Deren Form, Größe und Dichte sorgt für eine detaillierte Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi. Gleichzeitig wird mit den 1/6-Dichte Photo Cyan und Photo Magenta Tinten eine weiche Gradation und ein hoher Farbumfang erzielt.

Neu auch »Canon Digital Photo Color«, eine Bildverarbeitungs-Technologie für »farbtreue Reproduktion digitaler Bilder«. Die neue Technologie berücksichtigt die Besonderheiten der menschlichen Farbwahrnehmung und ermöglicht die Ausgabe

von brillanten Bildern, besonders bei Landschafts- und Personenaufnahmen.

Summa summarum: ein Brückenschlag

Mit den vorgestellten neuen und den etablierten bewährten Lösungen baut Canon deutlicher als konkurrenzierende Anbieter die Brücke zwischen Office Printing und Hochleistungs-Drucken. Etliche der Angebote sind sicherlich ebenso für Akzidenzdruckereien interessant, wie sie es für Copyshops allemal sind. Und für die Büroumgebung, dort, wo man keine Angst hat, sich an neue, anspruchsvollere Aufgaben zu wagen, sind die Lösungen ein guter Einstieg in eine entsprechend neue Leistungsklasse.

Dass Canon gute Technologie zu liefern weiß, hat der Konzern über Jahrzehnte bewiesen. Ob die Vermarktung der Angebote jedoch so glückt, wie es sich das Finanzmanagement im Hause erhofft, bleibt abzuwarten. Die Attitude des Anbieters mit den vielen Produktlinien und Vertriebswegen macht es vor allem dem Kern der grafischen und Werbeindustrie nicht unbedingt leicht, anders zueinander zu finden als bisher. Der Weg zum Solution-Provider ist begonnen. Allein, er wird für Canon noch weit sein (siehe auch unseren Kommentar »Wieder mal ein Sonderweg«).

➤ www.canon.de



DRUCKMARKT

Investitionskompass

2004

Noch vor der drupa erscheint die aktuelle Ausgabe des »Druckmarkt Investitionskompass«, der wie in den letzten Jahren als Einkaufs- und Marktführer durch Pre-Press, Print und Finishing das ideale Nachschlagewerk vor und nach der drupa sein wird.

In umfangreichen Marktübersichten werden wir das aktuelle Marktangebot zeigen und die zu diesem Zeitpunkt bekannten neuen Produkte vorstellen. Begleitet werden die Übersichten durch Analysen, Kommentare, Statements und News aus allen Bereichen der grafischen Industrie und verwandter Bereiche.

Sichern Sie sich schon jetzt Ihren persönlichen »Investitionskompass« für 17,50 €.

Rufen Sie an, faxen Sie oder surfen Sie auf der Druckmarkt-Seite im Internet unter www.druckmarkt.com.

Druckmarkt
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel
Telefon: (+49) 0 26 71 - 38 36
Telefax: (+49) 0 26 71 - 38 50
www.druckmarkt.com