

Seit der letzten Veröffentlichung unserer »Druckmarkt Genesis« des Digitaldrucks im Januar 2004 hat sich wieder einiges verändert: bedingt durch die Entscheidung Heidelbergs, sich vom Digitaldruckgeschäft (zumindest dem Bau von Digitaldruckmaschinen) zurückzuziehen, hat nun Kodak eine dominante Stellung in diesem Segment.

sichts der alles dominierenden Automatisierungswelle, vollkommen anders als noch vor einem Jahrzehnt. Galt da noch vielleicht das Zusammenspiel von Bediener und Maschine als unverzichtbar, so sind heute bedienungsfreie oder Lösungen mit nur minimalem Bedienungsaufwand ein absolutes Muss.

Logisch, dass man im Hause Hunkeler von Anfang an intensiv und proaktiv mit anderen Unternehmen an Entwicklungen und Standards wie vor allem UP3i mitwirkte (der UP3i-Standard dient der so genannten End-to-End-Kommunikation zwischen Drucksystem sowie Vor- und Nachbearbeitungsgeräten).

Vom Dünndruck zum Halbkarton

»Der Digitaldruck ist inzwischen bei einer Lösungsbandbreite angekommen, die auch uns vor immer neue Aufgaben stellt,« erläutert Stefan Hunkeler. »Die Materialvielfalt hat extrem zugenommen. Aber gerade bei geringen Grammaturen und hohen Geschwindigkeiten ergeben sich im Bereich der Konstruktion völlig neue Aufgabengebiete.«

Ob Dünndruckpapier oder bis in den Bereich der Halbkartons hinein, ob Spezialpapiere und Kunststoff beziehungsweise Folien, Aufkleber, Lamine: alles soll möglichst ohne Maschinenwechsel und am liebsten per Knopfdruck möglich sein. Und ist es auch in vielen Fällen. Denn Automatisierung und ein offenes Funktionsspektrum gehören zu den Merk-

malen, die Hunkeler als Hersteller und Anbieter forciert.

Einer für alle

Das schweizer Unternehmen agiert weltweit, arbeitet mit fast allen großen Namen wie Xerox, Océ, Heidelberg, HP Indigo, Kodak, IBM, MAN Roland und anderen intensiv und eng im Markt des Digitaldrucks und der konventionellen Printproduktion beziehungsweise Weiterverarbeitung zusammen und hat dennoch einen Markt vor sich, der voller Stolperfallen ist. Die

gewohnte schweizer Qualität der Angebote soll logischerweise als Basis weiterer Entwicklungen dienen. Gleichzeitig müssen die Aggregate in einem knallharten Preiskampf bestehen, der kaum noch durch tradierte Werte, sondern mehr und mehr brachiale Forderungen und Entscheidungen geprägt ist. Nur Geld zählt, die Kosten sind das entscheidende – die Produktionskosten, die im Digitaldruck bis in Nachkommastellen berechnet werden. Die Rentabilität der Anlagen kann daher nur in engen Grenzen weiterentwickelt werden.

Die Quantensprünge, so stellt Franz Hunkeler fest, finden in der Anwen-

dung statt: »Wenn wir mit unseren Systemen möglich machen, was vorher nicht möglich war und insofern neue Anwendungsfelder öffnen, dann liegen wir und damit unsere Kunden genau richtig. Wir sind Teil einer Art ‚technology drift‘, wo ganze Produktionsbereiche mutieren und der Digitaldruck zu einer neuen, effektiveren Art des Druckens wird.«

Und von der Zukunft des Digitaldrucks sind Franz und Stefan Hunkeler fest überzeugt. »Wir sehen nach den gelegentlichen Irrwegen des

ZITIERT

„ Wir glauben fest an den digitalen Druck. Die Auflagen bröckeln – das schreit ja direkt nach Digitaldruck in Kombination mit traditionellen Print-Anwendungen. Aber dabei wird die Logistik der entscheidende Faktor. “



Franz Hunkeler, Hunkeler AG.

digitalen Druckens eine echte Renaissance des Digitaldrucks,« stellt Stefan Hunkeler fest. Und Franz Hunkeler ergänzt: »Die Metamorphose zwischen Print und Digitaldruck wird stattfinden. Es wird, wie man so schön sagt, zur Zeit neu aufgegleist.«

Dass er dies nicht nur zum Selbstzweck sagt, sondern aufgrund seiner

langjährigen Erfahrung, macht diese Aussage noch relevanter. Denn kaum jemand kennt die doch sehr unterschiedlichen Bereiche des professionellen Drucks und des Drucks im Rechenzentrum besser als er.

› www.hunkeler.ch

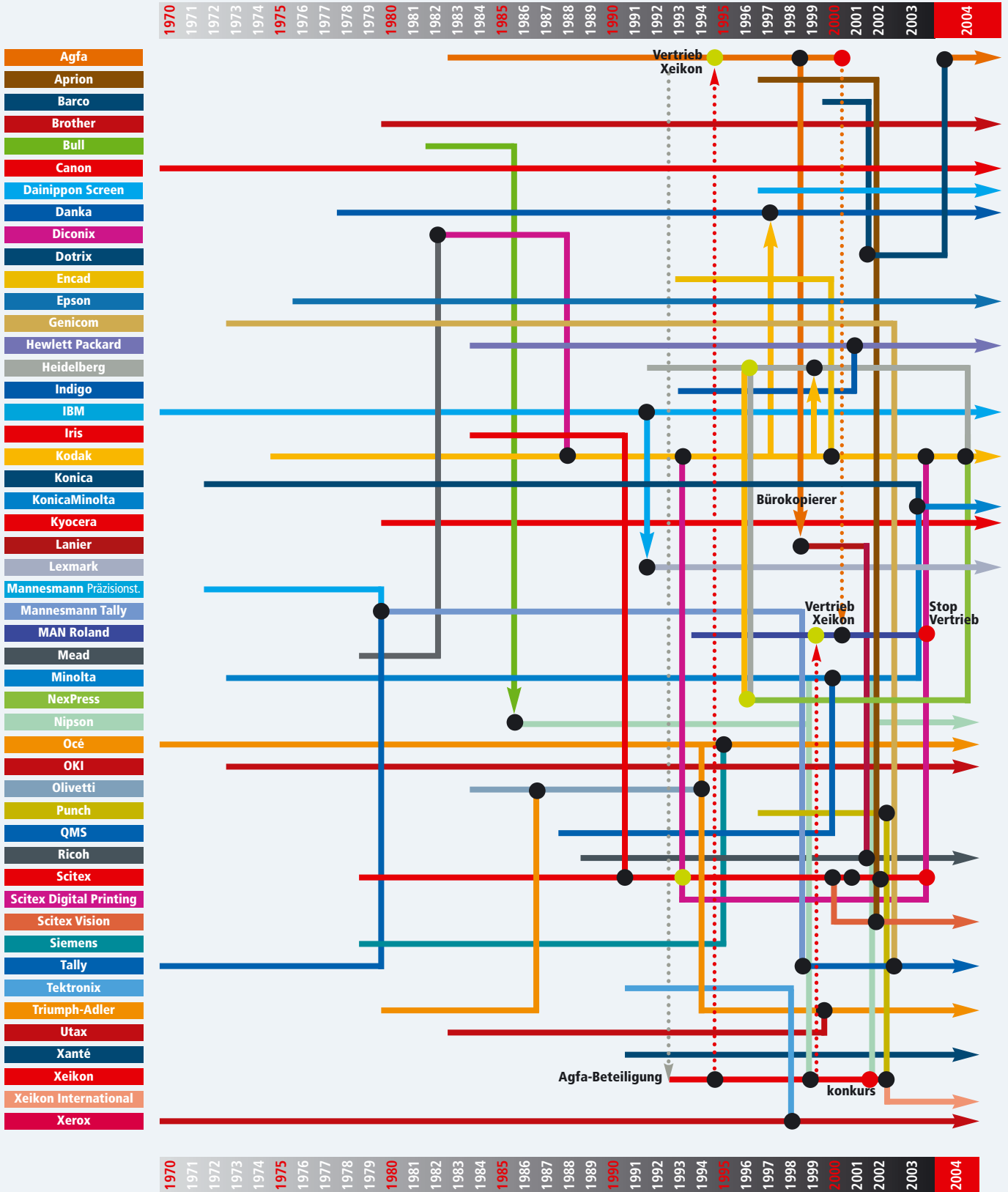
Druckmarkt-Genesis Digitaldruck

In den letzten Monaten ist wieder viel Bewegung in den Bereich der digitalen Drucksysteme gekommen. So kam der Kauf von Dotrix durch Agfa Anfang des Jahres ebenso überraschend wie geradezu spektakulär die Rolle von Kodak im Digitaldruckmarkt geworden ist: Zunächst verkaufte man vor einigen Jahren Bereiche wie Druck und Imaging, jetzt kauft man sie wieder zurück. So geschehen mit Scitex Digital Printing (jetzt Kodak Versamark) und aktuell der Rückkauf des Schwarzweiß-Digitaldruckbereichs von Heidelberg. Im gleichen Zug übernahm man NexPress, das Joint-Venture mit Heidelberg. Und schließlich ist MAN Roland seit Ende 2003 nicht mehr Anbieter von tonerbasierten Systemen, nachdem man den OEM-Vertrag mit Xeikon nicht weiter verlängert hat.

Indessen bauen die Hersteller von Drucksystemen aus dem Office-Bereich (beispielsweise Konica Minolta oder OKI) ihre Marktpositionen aus und bieten Drucker, die sich hinter den klassischen Digitaldruckmaschinen nicht verstecken müssen. Dabei ist besonders spannend zu beobachten, wie HP eine Produktstrecke aufbaut, die vom kleinsten Inkjet-Drucker bis zum ausgewachsenen Digitaldrucksystem der Marke HP Indigo reicht. Und auch Xerox sowie Xeikon sind nach ihren jeweiligen Schwächephasen wieder kräftig mit im Rennen: selbstbewusst wie nie und mit Produkten, die absolut wettbewerbsfähig, wenn nicht gar im Spitzenfeld anzusiedeln sind. Insgesamt aber bleibt die Frage offen, wie lange sich die tonerbasierten Systeme halten werden, ob und wann sich im Digitaldruck ein Technologiewechsel beispielsweise Richtung Inkjet anbahnen wird.



DRUCKMARKT-GENESIS: DIGITALDRUCK UND OFFICE-PRINTER



Die jeweiligen Jahreszahlen bzw. Startpunkte der Linien in unserer Grafik zeigen nicht das Gründungsjahr der Unternehmen, sondern deren jeweiligen Einstieg in den Bau von Kopierern, Druckern oder Digitaldruckmaschinen. Das Ende der Linien belegt den Ausstieg aus

dem Digitaldruckgeschäft. Nicht berücksichtigt sind in der Grafik die Hersteller von RIPs oder Hersteller von ausschließlich Large Format Printern sowie die klassischen Druckmaschinenhersteller, die digital bebilderte Offsetmaschinen bauen. So wird deutlich, dass die Unternehmen

aus dem klassischen Office-Markt heute im Digitaldruckmarkt ein erhebliches Wort mitreden. Und ebenso interessant auch, dass namhafte Computerhersteller mit dem Bau von Druckern nie wirklich glücklich waren: So haben beispielsweise Bull (Nipson), IBM (Lexmark

Bürodrucker) oder Siemens ihre Druckeraktivitäten bereits vor einiger Zeit ausgegliedert oder (Verkauf an Océ) veräußert. Die Präsenz der meisten oben aufgeführten Unternehmen werden auf der drupa sein und damit ihren Anspruch im Digitaldruckmarkt dokumentieren.