



Von Knud Wassermann

# Geplantes Comeback

Canon arbeitet mit Nachdruck an einem Comeback im Bereich des hochvolumigen digitalen Farbdrucks

## HINTERGRUND



Der Canon CLC 200 und später der CLC 500 galten Anfang der 90er Jahre in Kombination mit dem Fiery-RIP von EFI als Wegbereiter für den farbigen Digitaldruck. Vor allem der CLC 500 war ein Synonym für den digitalen Farbdruck und in vielen Agenturen, Druckereien und Verlagen anzutreffen. Canon hatte zum damaligen Zeitpunkt in punkto Farbe eindeutig die Nase vorn. Über die Jahre hinweg hat sich der Focus des Unternehmens allerdings immer stärker auf den Bereich der Bürokommunikation verlagert und der Produktionsbereich geriet etwas ins Hintertreffen. Vor allem das Segment der digitalen Farbdrucksysteme mit einer Leistungsfähigkeit von über 50 Seiten pro Minute hat Canon weitgehend dem Wettbewerb überlassen.

Mit dem CLC 5100 hat man zwar versucht, Boden gut zu machen, doch konnte man die Position von Xerox damit nicht ernsthaft gefährden. Anders sieht es im Segment »Light Production« aus, das Systeme mit einer Leistungsfähigkeit von 30 bis 49 farbige A4-Seiten pro Minute abdeckt. Hier hat Canon eine durchaus starke Position.

## Zeit für eine Alternative

Zwar ist schon seit längerer Zeit davon die Rede, dass Canon an der Entwicklung einer Lösung für den hochvolumigen digitalen Farbdruck arbeitet, eine offizielle Bestätigung dafür gab es aber bis dato keine. Auf der drupa konnten ausgewählte Kunden hinter dem schwarzen Vorhang einen ersten Blick auf die Maschine werfen, aber erst im Oktober letzten Jahres ging Canon in die Offensive und erläuterte am Rande der Digital Printing World in London seine Strategie, wie man in den kommenden Jahren im Segment Digitaldruck ernsthaft Fuß fassen will. Dazu hat der Konzern ein 500 Mio. \$ schweres Investitionspaket aufgelegt. Wie Per Klavsen, bei Canon



Europe für das Marketing im Bereich Business Solutions verantwortlich, erklärte, sei es Zeit für eine Alternative. Und die will Canon spätestens 2006 auf Basis einer neuen Technologie-Plattform auf den Markt bringen.



## Neue Technologie-Plattform

Das erste Produkt soll eine digitale Farbdruckmaschine sein, die bis zu 70 A4-Seiten in der Minute druckt. »Die Plattform wird eine neue Imaging- und Toner-Technologie beinhalten, die einen deutlich geringeren Wartungsaufwand verspricht«, betonte Per Klavsen. Darüber hinaus soll die 70-Seiten-Maschine der Ausgangspunkt für eine umfassende Produktreihe darstellen, die sich nach oben und unten ausdehnt. Mit der Technologie alleine ist es aber keineswegs getan. Canon arbeitet an einer neuen organisatorischen Struktur, um professionelle Anwender besser zu erreichen. Dazu sei es notwendig, innerhalb der Organisation einen Mentalitätswechsel herbeizuführen, so ist bei Canon zu hören, da der Focus zur Zeit zu sehr auf den Office-Bereich ausgerichtet sei.

Die neuen Lösungen sollen über Canon Business Center vertrieben werden. In Deutschland wird Canon die ersten Business Center bereits 2005 eröffnen.

Zudem setzt Canon große Erwartungen in die Partnerschaft mit Kodak Polychrome Graphics (KPG), um einen besseren Zugang zur grafischen Industrie zu erhalten. Das Unternehmen verkauft bereits in einigen europäischen Ländern die Canon-Produkte CLC 1100 und der CLC 5100. KPG steht vor der Herausforderung, die Angebotspalette im grafischen Bereich auszuweiten und dabei kommen die Digitaldrucklösungen von Canon gerade recht.

## Professional Solutions

Im Schwarzweiß-Bereich konzentriert sich Canon neben den Modellen bis etwa 90 Seiten/Minute mit den 2004 zur Digital Print World in

London vorgestellten Image-Runner-Modellen iR 105 II, iR125 VP und iR150 VP auf den Produktions-Bereich bis 150 Seiten/Minute. Diese Modelle sind jetzt auch für den Vertrieb in der Schweiz frei gegeben. Vor allem die beiden Schwarzweiß-Maschinen iR125 und iR150 mit den umfangreichen Möglichkeiten bei der Papierbeschickung und der Weiterverarbeitung dürften für professionelle Anwender interessant sein, die Formate bis 364 mm x 470 mm und Bedruckstoffe bis 266 g/m<sup>2</sup> zu bedrucken haben.

Damit bietet Canon eine stabile Basis für weitere Entwicklungen und den Schritt zum ernst zu nehmenden Digitaldruckanbieter.



Alles andere als Spielzeug, was Canon zur Concerto-Veranstaltung in London Anfang März aufgebaut hatte. Neben eleganten Farblösungen verblüfften insbesondere die Software-Lösungen, die jedoch zum Teil stark Office-lastig sind. Dennoch wird Canon – damit ist zu rechnen – sein Know-how von der professionellen Fotografie und Bildeingabe bis hin zum Druck voll ausspielen, um Lösungen anzubieten, die der effektiven Kommunikation dienen.



#### KOMMENTAR: UND TROTZDEM EIN SONDERWEG



Keine Frage, die High-Volume-Maschinen von Canon sind professionelle Schwarzweiß-Druckmaschinen. Und die Hardware, die Software, die Möglichkeiten, wie sie Canon aktuell präsentiert, verfügen über eine – wie man es heute ausdrückt – hohe Performance und haben – so nannte man es früher – ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Und die Qualität stimmt. Wo Automatismen Sinn machen, sind sie eingebaut. Und verblüffend effektiv. So lässt der iw-Publishing-Manager das Mixen und Aufbereiten von Jobs zu, die sich aus Word, PowerPoint- und Internet-Seiten sowie PDFs zusammensetzen, sie lassen sich automatisch auf ein Seitenformat anpassen, gegebenenfalls drehen und farbig ausdrucken. Auch als Booklet fertig geheftet. Aber wie? Mit dem iw-Publishing-Manager, Uniflow, MEAP und anderen Software-Lösungen geht Canon eigene Wege der Einbettung von Geräten in zweifellos unkomplizierte und automatisierte Workflows. Aber von JDF keine Spur! Und PDF nur als sehr rudimentäre Möglichkeit des Inputs und des Outputs. Jedoch ohne Tiefgang. Wird im oben beschriebenen Vorgang ein Certified PDF in die Kette der zu druckenden Datenfiles einbezogen, wird es in das Canon-eigene Format gewandelt. Speichert man den kompletten Job (wie es die Software erlaubt) wiederum als PDF ab, gehen die spezifischen Informationen verloren. Und das zeigt, dass Canon (und viele andere Hersteller aus diesem Marktsegment übrigens ähnlich) trotz aller Bemühungen um die Integration in professionelle Umgebungen noch zu wenig Feeling für die wirklichen Bedürfnisse der Drucker entwickelt hat.

nico

# DIE DRUCKER-SPRACHE



## DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE DER SCHWARZEN KUNST

Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache (Aushängebogen, Schnellschuss, Spieß, Jungfrau, Hochzeit, Ausschlachten, Speck, Schimmelbogen, Zwiebfisch, Blockade, Cicero und Schweizerdegen) umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und Texten von Hans-Georg Wenke.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt  
oder 12 Blätter im Set für 150,00 €.

arcus design & verlag oHG,  
Ahornweg 20, 56814 Fankel/Mosel  
Telefon: 0 26 71 - 38 36,  
Telefax: 0 26 71 - 38 50  
oder im Druckmarkt-Shop im Internet:  
[www.druckmarkt.de](http://www.druckmarkt.de)

