



Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Wie man eine Massendrucksache digital veredelt

Fujifilm liegt mit seinem Digitaldruckangebot voll im Trend

REPORTAGE



Das Gespenst, der Digitaldruck sei der Feind des Offsetdrucks, ist inzwischen so zahm geworden wie ein Lamm. Denn die Realität hat längst gezeigt: Offset- und Digitaldruck nähern sich zunehmend in Form von Kooperationen und hybriden Anwendungen. Denn beide Verfahren haben ihre eigenen Stärken und können sich deshalb so perfekt ergänzen, dass man kaum noch den Unterschied zwischen den einzelnen Druckverfahren erkennt – vorausgesetzt, man setzt die richtigen Techniken ein.

»Wenn wir einen Blick in die Zukunft der Druckindustrie werfen, sind zwei Dinge ganz offensichtlich. Erstens wird die papiergestützte Kommunikation weiterhin eine bedeutende Rolle spielen. Und zweitens wird die Art und Weise, wie wir Informationen zu Papier bringen, nach wie vor aus unterschiedlichen Technologien und Prozessen bestehen, die durch einen gemeinsamen Workflow miteinander verbunden sind,« erläutert Masahiro Kosaka, Geschäftsführer der Fujifilm Europe GmbH, Düsseldorf. »Die aktuelle Entwicklung im Markt deutet daraufhin, dass Digital- und Offsetdruck aufeinander abgestimmt arbeiten und einander ergänzen werden.«

Deshalb setzt auch Fujifilm auf die langfristige Koexistenz der beiden Technologien und arbeitet an Workflow-Lösungen, mit denen Druckereien Digital- und Offsetdruck integrieren und mischen können. »Fujifilm misst dem Workflow eine zentrale Bedeutung zu, der Administration und Produktion für den konventionellen und den digitalen Druck integriert. Fujifilm ist daher nicht nur im angestammten Bereich



des Imaging aktiv, sondern hat sein Augenmerk auch auf Märkte wie den Digitaldruck gerichtet«, so Masahiro Kosaka in seinem Vorwort zur jüngsten Ausgabe des Fujifilm-Kundenmagazins. Schließlich bietet das Unternehmen seinen Kunden sowohl Systeme und

Verbrauchsmaterialien für den professionellen und klassischen Offsetdruck, als auch hochmoderne Digitaldrucklösungen an: tonerbasierte Xerox-Drucker oder HP Indigo-Maschinen mit Electro Ink (flüssiger Druckfarbe).

Zwei Motoren für ein Produkt

Das Thema der hybriden Anwendungen zieht sich zurzeit wie ein roter Faden durch die Diskussionen in der Druckindustrie. Und offenbar sind gemischte Produktionsumgebungen nicht nur notwendig, sondern gewünscht oder werden sich künftig neu und verstärkt etablieren.

Aber stehen die Zeichen wirklich auf friedliche Koexistenz der beiden Druckverfahren? Schließlich jagen alle Digitaldrucksysteme, ganz gleich welcher Couleur und welchen Herstellers, dem Offset Produktionsanteile ab. »Ja, die Koexistenz beider Verfahren ist so deutlich wie nie«, sagt Nicholas Peterson, Solution Architect bei HP Indigo, Böblingen.

»Moderne Drucksachenproduktion ist vergleichbar mit einem hybriden Auto, das je einen Benzin- und einen Elektromotor für den Zweck der Fortbewegung einsetzt. Im Druck entstehen analog dazu außer interessanten Drucksachen auch völlig neue Anwendungen.« Des Weiteren werden »neue Märkte durch den Einsatz von Personalisierung und

Individualisierung aufgebaut, die der Offsetdruck alleine nie hätte bedienen können«, so Petersen. Es lassen sich Produkte herstellen, die ohne die Kombination der beiden Verfahren nicht wirtschaftlich zu produzieren wären. »Denken Sie bei der gemischten Produktion nur einmal an Vor- und Nachauflagen in geringen Stückzahlen, der Hauptauflage jedoch in hoher Auflage und im Offset.« Und Peterson führt weiter aus: »Oder denken Sie an Sprachvarianten, die bei kleinen Auflagen im Digitaldruck laufen und die sich von der großen Auflage im Offset nicht oder nur geringfügig unterscheiden. Besonders erfolgreich sind jedoch die Drucker, die eine einzige Drucksache hybrid produzieren. Zum Beispiel den Umschlag im Digitaldruck personalisieren und den Inhalt in Großauflage im Offsetdruck produzieren.«

Die aktuelle Ausgabe des Fujifilm Kundenmagazins Newline ist übrigens auf diese Weise entstanden.

»Schlichtes Handwerk« statt Sensation

Es ist weder eine Weltpremiere noch eine Sensation – es ist heute schlicht und einfach »Handwerk«. Wer hybride Druckprodukte konzipiert und herstellt, hat mehr Aufwand als bei der »glatten« Offset- oder Digitaldruckproduktion. Aber er hält am Ende eine Drucksache in der Hand, die einmalig ist. Exemplar für Exemplar.



Die Bildpersonalisierung erfolgt durch Eingabe beispielsweise eines Names in einer Maske (manuell oder automatisch). DirectSmile berechnet nun anhand vorgegebener »Buchstabenbildern« das neue und individualisierte Bild.



Der Umschlag der 18. Newsline-Ausgabe wurde bei Fujifilm im Technology Center Düsseldorf auf einer HP Indigo press 3050 personalisiert gedruckt.



Die Digitaldruckmaschine produziert im Druckformat 308 mm x 450 mm (Papierformat 320 mm x 470 mm) 4.000 A4-Vierfarbdrucke im Doppelnutzen. Beim Druck des personalisierten Umschlags (vier Seiten A4) ergibt sich demnach eine

Produktionsgeschwindigkeit von 1.000 Bogen im Schön- und Widerdruck.

Die ersten Exemplare im Ausleger der HP Indigo 3050. Durch den Druck mit speziellen HP Indigo Flüssigfarben erhalten die



Drucke eine Anmutung wie beim konventionellen Offsetdruck. So lassen sich kombinierte Drucksachen im Offset- und Digitaldruck erstellen, die aussehen »wie aus einem Guss«.

Seit März 2000 veröffentlicht Fujifilm mehrmals im Jahr seine Informationsschrift »Newsline«. Was zunächst noch ein einfacher Newsletter mit vier Seiten Inhalt war, ist inzwischen ein stattliches Magazin geworden. Mit 24 Seiten ist die aktuelle Ausgabe nicht nur die umfangreichste, sondern auch die erste personalisierte Ausgabe.

Zum ersten Mal hybrid

Alle zurückliegenden Ausgaben waren im klassischen Offsetdruck hergestellt und erhielten für den Versand ein per Laserprinter ausgedrucktes Selbstklebe-Etikett mit Name und Anschrift des Empfängers – eben die konventionelle Art und Weise, größere Mengen an Zeitschriften als Massendrucksache zu versenden.

Die aktuelle »Newsline 18« sollte aber personalisiert werden. Die Auf-

gabenstellung dabei: Die Adresse auf der letzten Seite wird digital eingedruckt, der Leser soll im Editorial auf Seite 2 individuell angesprochen werden und das Titelbild wird per Bildpersonalisierung mit dem Lesernamen versehen.

Das bedeutete konzeptionell zunächst einmal, sich bei der Personalisierung auf die äußeren vier Seiten zu konzentrieren und den Inhalt im Offsetdruck herzustellen. Da beim Titelbild zudem die Bildpersonalisierung eingesetzt werden sollte, die im Offset nicht möglich ist, mussten die vier Umschlagseiten komplett digital hergestellt werden.

Was einfach klingt, muss ja nicht immer genauso einfach sein. So waren auch bei der Herstellung der personalisierten »Newsline« einige Dinge zu beachten, die bei der klassischen Produktion (nur konventionell oder nur digital) sonst nicht notwendig gewesen wären.

Individuelles Bildset

Das Bildpersonalisierungsprogramm von DirectSmile arbeitet auf einer PC-Plattform mit Adobe InDesign. Für die Personalisierung musste der Titel in diesem Layoutprogramm erstellt werden, während der Rest des Heftes mit Quark XPress layoutet wurde. DirectSmile übernimmt zudem die Text-Individualisierung. Dazu werden an den gewünschten Stellen Textrahmen aufgezo-gen, in die die Daten aus der Datenbank einlaufen.

Für die Titelseite stellte DirectSmile ein Bildset zur Verfügung, das sich aus dem eigentlichen Bildmotiv, angepassten Schriftfonts und Flächen zusammensetzt, die den Rahmen für den personalisierten Text darstellen. Nach dem Laden der Datenbank (es können Formate wie MS Excel, Access, XML oder Textdateien eingesetzt werden) berechnet der Direct-


Smile Generator die nunmehr individuellen Bilder und sendet sie zusammen mit den Layoutdaten an den RIP der Digitaldruckmaschine.

Von wegen Kleinauflage

Digitaldruck wird gerne mit Kleinauflagen in Zusammenhang gebracht. Dies ist zwar nicht falsch und trifft auf viele Produktionen zu, und ganz sicher auf die viel genannte Auflage 1. Doch wenn – wie beispielsweise bei dieser Ausgabe – rund 7.100 Exemplare einzeln personalisiert werden, lässt sich eigentlich nicht mehr von Kleinauflage, sondern eher von einer echten Auflage reden, die entsprechende professionelle Geräte erforderlich macht.

► www.fujifilm.de






Rillen, nuten und perforieren in neuen Dimensionen:

- Ohne Stanzform in Buchdruckqualität
- Bis 110 cm Breite, bis 600 g/qm
- 99 Rillen pro Bogen, 8.000 Takte pro Stunde
- Rüstzeit etwa 1 Minute

Binderhaus GmbH & Co. KG
 Fabrikstrasse 17 · 70794 Filzbergstadt · Tel. 0711 - 35845 - 45 - Fax 0711 - 35845 - 46
 Email: info@binderhaus.com · www.binderhaus.com



binderhaus