

Alles eine Dimension größer

Während die drupa vielfach zur Inkjet-drupa hochstilisiert wird, zeigt sich, dass auch die Elektrofotografie ihr Pulver noch nicht verschossen hat. Die Hersteller drehen weiter an der Produktivitätsschraube, erobern größere Formate und schnüren Anwendungspakete.

Von Knud Wassermann

Der Digitaldruck bringt alles mit, was eine sogenannte disruptive, eine ersetzende Technologie ausmacht. Typischerweise besetzen solche Technologien anfangs nur Nischen und erobern dann Schritt für Schritt weitere Anwendungen. Genau das ist es, was den Digitaldruck seit fast 20 Jahren ausmacht. Heute gibt es die Fotobuchproduktion, die ganz vom Digitaldruck dominiert wird und auch der Druck von Mailings und Transaktionsdokumenten wird nach Einschätzungen von HP bereits zu einem Viertel digital abgewickelt. Insgesamt werden inzwischen etwa 10% des gesamten Druckvolumens digital gedruckt, wobei davon auszugehen ist, dass in den nächsten Jahren weiteres Volumen vom Offset- zum Digitaldruck wandern wird. Hierbei ist jedoch schlussendlich das Geschäftsmodell entscheidend und nicht die Technologie. Internetdruckereien produzieren beispielsweise sehr erfolgreich im Offsetdruck Aufträge, die man eigentlich im Digitaldruck vermuten würde.

Volumen notwendig

Während die drupa 2012 von vielen Seiten zur Inkjet-drupa hochstilisiert wird, zeigt sich im Vorfeld, dass auch

die Elektrofotografie ihr Pulver noch nicht verschossen hat. Der Highspeed-Inkjetdruck in seiner jetzigen Form und mit seinen durchwegs beachtlichen Investitionsvolumen ist noch immer auf gewisse Anwendungen beschränkt und benötigt große Auftragsvolumen. Zwei Parameter, die sich in kleiner werdenden Märkten nicht so leicht unter einen Hut bringen lassen. Doch das Segment ist in Bewegung und traditionelle Druckmaschinenhersteller wie KBA, Komori oder Ryobi betreten zur drupa 2012 die Inkjet-Arena (im Bogenwie im Rollendruck).

An der Produktivitätsschraube drehen

Aufgrund der Ankündigungen der Hersteller lassen sich die Strategien in zwei Gruppen einteilen. Da wären zum einen Anbieter wie HP Indigo

und Xeikon, die weiter kräftig an der Produktivitätsschraube drehen, und zum anderen Hersteller, die sich auf die Verbesserung ihrer bestehenden Lösungen konzentrieren oder mit sogenannten Light-Production-Systemen ihre Produktpalette nach unten abrunden, um den Anwendern den Digitaldruck auch preislich schmackhaft zu machen.

Ein starkes Lebenszeichen kommt dabei vom Digitaldruck-Pionier Xeikon. Zur Messe kommt das Unternehmen mit einer runderneuten Produktpalette, deren Spitzenmodell Xeikon 8800 für einen Durchsatz von 260 A4-Seiten pro Minute ausgelegt ist. Zusätzlich hat das Unternehmen einen Toneroptimierungsmodus entwickelt, mit dem es möglich sein soll, den Tonerverbrauch um 50% zu reduzieren. Daneben ließ Xeikon mit der Ankündigung aufhören, man werde eine Technologiestudie mit dem Namen ›Quantum‹ präsentieren. Dabei sei es gelungen, die Qualität und die Verwendung von Standardpapieren der Elektrofotografie mit der Geschwindigkeit des Inkjetdrucks zu kombinieren. Interessant ist auch, dass einige Hersteller immer stärker dazu übergehen, für Anwendungsgebiete wie Faltschachteln oder Etiketten integrierte Produktionslinien zu bauen. So bietet Xeikon Pakete an, bei denen Maschine, Pre- und Post-Equip-

ment, Substrate, Toner und Software auf das jeweilige Anwendungsgebiet zugeschnitten sind. Zwei Suites wurden für den Etikettenmarkt (Selbstklebeetiketten und Transferlabel) definiert, eine neue Suite für den Verpackungsmarkt und hier besonders für Faltschachtel-Produktionen mit Materialien bis 350 g/m² kommt zur drupa.

Digitaldruck im B2-Format

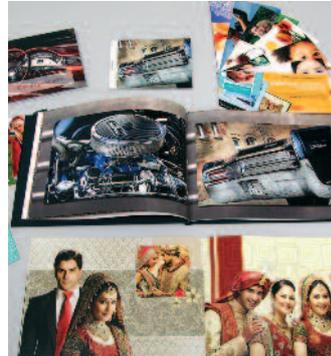
Auch HP Indigo verfolgt eine ähnliche Strategie und hat seine neue B2-Plattform auf drei verschiedene Anwendungsgebiete abgestimmt. Die Indigo 10000 ist mit sieben Farbwerken und der Möglichkeit des beidseitigen Drucks auf den Akzidenzmarkt ausgerichtet. Die Indigo 20000 ist eine Rollenmaschine für den Druck von Etiketten und flexiblen Verpackungen und mit der Indigo 30000 hat man eine Lösung für den Faltschachtelmarkt entwickelt. Mit dem B2-Format erschließen sich dem Digitaldruck sicherlich neue Anwendungsgebiete, doch wird man sehr genau rechnen müssen, ob das Modell passt. Denn mit 1,5 Millionen US-Dollar kosten die digitalen B2-Maschinen deutlich mehr als Offsetmaschinen im gleichen Formatbereich. Die Produktivität der Indigo 10000 liegt beim einseitigen, vier-



Lesen Sie zum Thema Highspeed-Inkjet auch den Beitrag ›Immer mit der Ruhe‹ in der Druckmarkt-Ausgabe März, Heft 76.



Digitaldrucksysteme für kleinere bis mittlere Volumen wie die von Ricoh (bei Heidelberg unter dem Namen Linoprint C751 im Vertrieb) oder Canon haben längst Einzug in Druckereien gehalten.



Viel Potenzial verspricht man sich auch von der Veredlung von Digitaldrucken. Zudem schnüren die Hersteller Anwendungspakete für spezielle Anwendungen wie die Etikettenproduktion.



farbigen Druck bei rund 3.450 Bg/h, was nicht einmal einem Viertel einer Offsetmaschine entspricht. Da wird man abwägen müssen, ob dieser Nachteil durch das Personalisieren (max. 10% aller Digitaldruckaufträ-

ge) oder den Druck mit sieben Farben aufgewogen wird. Eines der wichtigsten Features ist sicherlich der beidseitige Druck, denn erst dadurch ist eine effiziente Personalisierung möglich. Dabei hat

HP Indigo einen interessanten Ansatz gefunden, nicht nur die Druckkosten pro Seite zu senken. Mit dem sogenannten Enhanced Productivity Mode wird im Dreifarbendruck ohne Schwarz produziert. Indigo gibt an,

dass etwa 90% aller Sujets auf diese Weise produziert werden könnten. Die Druckergebnisse sind beeindruckend und neben den geringeren Druckkosten wird eine 33% höhere Druckgeschwindigkeit erzielt. ▶

RICOH

Discover the future of print and beyond

Sie möchten Ihr Unternehmen weiterentwickeln und zukunftsfähig machen? Dann sprechen Sie mit den Experten von Ricoh. Wir unterstützen Sie bei der Entwicklung innovativer Ideen und Geschäftsmodelle. Gleichzeitig können Sie von der Erfahrung und dem Wissen von Ricoh profitieren, wenn es um eine optimale Druckqualität und exzellenten Service geht. Unsere Kombination aus innovativen Technologien und umfassenden Beratungsdienstleistungen wird Sie inspirieren, Ihr Angebot um neue, multimediale Anwendungen zu erweitern.

Nutzen Sie die Chance –
Ihr Unternehmen wird von den Veränderungen profitieren.

Besuchen Sie Ricoh auf der drupa 2012!
Melden Sie sich jetzt an: <http://drupa2012.ricoh.de>

Ricoh auf der drupa 2012 (Halle 8a) • 3. bis 16. Mai 2012 in Düsseldorf

Ohnehin scheint das B2-Format zur drupa ein interessanter Schauplatz zu werden. Neben HP Indigo kommen Fujifilm, Screen, Ryobi, Komori und Konica Minolta und MGI mit entsprechenden Maschinen.

Es geht auch kleiner

Aber nicht jeder benötigt ein Digitaldrucksystem, das auf Produktivität und ein hohes monatliches Volumen ausgelegt ist. Für viele Anwender reicht eine Lösung, die den Offsetdruck ergänzt und Kleinstauflagen bis etwa 200 Exemplare effizient produziert. Für diesen Zweck haben nahezu alle Hersteller sogenannte Light-Production-Systeme mit einer Druckgeschwindigkeit von 50 bis 65 A4-Seiten/Minute im Angebot. Zur drupa wird es zahlreiche Maschinen in dieser Leistungsklasse geben, die die Qualität erhöhen und gleichzeitig ein breiteres Spektrum an Bedruckstoffen verarbeiten.

Veredelung im Digitaldruck

Bei der Veredelung hat sich Kodak beispielsweise mit dem Nexpress Dimensional Printing hervorgetan, mit dem eine Prägung simuliert wird. Zur drupa zeigt Kodak eine Lösung für den Gold-Druck sowie Optionen für Perlmutter und Neonpink. Auch HP Indigo hat Features für die Veredelung wie das partielle Lackieren oder das Simulieren von Wasserzeichen und Prägungen angekündigt. Canon hatte zwar 2010 auf seiner Expo in Paris eine Imagepress 7000 mit einem fünften Druckwerk für Klarlack vorgestellt, ob es die Technologiestudie ins Portfolio schafft, wollte Canon jedoch nicht bestätigen.

Gut für eine Überraschung

Ohnehin halten sich einige Hersteller wie Xerox mit Produktankündigungen zur drupa sehr bedeckt. Bis

auf eine Ankündigung über eine neue Serie an Schwarz-Weiß-Systemen sind noch keine Informationen an die Öffentlichkeit gelangt. Hinter vorgehaltener Hand heißt es, dass man sich bei Xerox auf die Optimierung der bestehenden Produktpalette konzentrieren wird. Dies könnten etwa weitere Optionen für die 800/1000 Colour Press sein. Sicherlich aber wird Xerox die CiPress ins Rampenlicht stellen. Das wasserlose Inkjetdrucksystem erreicht 150 m/Min. und kann ein breites Spektrum an Offsetdruckpapieren verarbeiten. Aber auch Konica Minolta und Ricoh sind sicherlich noch gut für eine Überraschung.

Benny Landa mit Comeback?

Benny Landa, der charismatische Gründer von Indigo, hat es mit einem nanografischen Digitaldruckverfahren in die Schlagzeilen geschafft. Viel ist über das Verfahren aber noch nicht bekannt. Auf einer israelischen Website war zu lesen: »... das Verfahren von Landa wird dieselbe Auswirkung auf den Druck haben wie die HD-Technologie für das Fernsehen. Das Verfahren liefert auf praktisch jedem Material Bilder in einer bisher nicht bekannten Schärfe.« Dies ist zwar reine Spekulation, aber Benny Landa ist ein Visionär, der bereits vor 20 Jahre mit Indigo gezeigt hat, was er auf den Weg bringen kann. Deshalb wird man an dem Stand von Landa sicherlich nicht vorbei kommen.

Digitaldruck-Lösungen, die Sie sich nach Meinung unserer Redaktion auf der drupa unbedingt ansehen sollten, haben wir auf den nächsten Seiten zusammengestellt.

NUR UNZUREICHEND INFORMIERT

Eine von Canon durchgeführte Studie zeigt, dass Druckereien Chancen durch eine nachlässige Kundenkommunikation versäumen. Die Studie wird im Insight Report »The Bigger Picture« zur der drupa veröffentlicht.

Basierend auf 420 Telefon-Interviews mit Entscheidern in Unternehmen, Organisationen, Marketingabteilungen und Kreativ-Agenturen in Europa untermauert das Ergebnis der Studie, dass Druck-Erzeugnisse nach wie vor geschätzter Bestandteil des Marketing-Mix sind. Fast 90% der Befragten halten den professionellen Druck für ihr Unternehmen wichtig, 15% definieren Print als wesentlichen Bestandteil ihrer Kommunikation und mehr als 70% sehen einen Zuwachs oder eine kontinuierliche Bedeutung von Print. Die Befragten äußerten sich zudem positiv über die Wirksamkeit von Druckmedien: 71% von ihnen halten sie für wirksamer als die übrigen Medien im Kommunikationsmix. Print wird dabei als zentraler Bestandteil der Multi-Channel-Kommunikation gesehen, um Reichweite und Marktdurchdringung zu steigern. Allerdings zeigt die Studie auch, dass Druckereien die Möglichkeiten ungenutzt lassen, das Bewusstsein ihrer Kunden für die Fähigkeiten des Digitaldrucks zu schärfen. Drucksachen-Einkäufer sind sich nicht bewusst, welche Vorteile der Digitaldruck bieten kann. So wussten zum Beispiel mehr als ein Drittel der Befragten nichts über Print-on-Demand, auch wenn die schnelle Umsetzung von Marketingaktionen ein wesentliches Kriterium bei der Auswahl von Kommunikationskanälen ist. Einem Drittel der Befragten waren die Möglichkeiten für kurzfristige Publikationen unbekannt und fast die Hälfte nutzt gezielte personalisierte Direktwerbung nicht. Mehr als die Hälfte der Teilnehmer gaben an, von ihren Dienstleistern generell nichts über neue Entwicklungen beim Druck oder bei möglichen Alternativen zu erfahren.

Die Studie bestätigt auch eine Tatsache, die bei den Diskussionen der jüngsten Zeit eher untergegangen ist: Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist der wichtigste Faktor bei der Auswahl eines Druckdienstleisters. Nur 10% der Befragten nennen den niedrigsten Preis als wichtigstes Auswahlkriterium, 20% priorisieren die Druckqualität. In Bezug auf Servicequalität berichteten 97% der Befragten, dass die Druckereien ihrem Bedarf gerecht werden, und ein ähnlich hoher Prozentsatz bestätigt, dass Druckereien, mit denen sie zusammenarbeiten, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten.

Nun sind 420 Befragte kein repräsentativer Querschnitt, doch zeigt die Befragung tendenziell, dass Potenzial brachliegt. Offenbar sind Kunden auf der Suche nach mehr kreativem Input und Einblick in technische Innovationen. Selbstbewusste und beratende Dienstleister könnten ihr Geschäft also deutlich stärken und Kunden an sich binden.

➔ www.canon.de | HALLE 8A, STAND C06





UND AUF EINMAL SIND IHRE
IT-KOSTEN SO **klein!**

Finger weg von teuren IT-Lösungen: HP Hiflex bietet seine mehrfach ausgezeichneten Softwarelösungen zur Automatisierung kaufmännischer und technischer Geschäftsprozesse jetzt im Internet an. Sie benötigen keine eigenen Server, Administratoren oder Speicherplatten mehr, sondern mieten bei Bedarf entsprechende Kapazitäten in der ›Wolke‹ an. Keine Investitionen in teure Infrastruktur, keine Lizenzen, sondern Miete: Software as a Service. HP Hiflex Enterprise Cloud Computing ermöglicht von überall und zu jeder Zeit den vollen Zugriff auf das Management Information System über das Internet. **Flexibler. Günstiger. Sicherer.**

www.hiflex.com

 **Hiflex**