

Was für eine Messe!

Fujifilm zieht für die drupa 2012 eine positive Bilanz. Der größte drupa-Stand aller Zeiten und ein wahres Innovationsfeuerwerk für den Verpackungs-, Akzidenz-, Großformat- und den Zeitungsdruck.



Inmitten des Messe-Geschehens überraschte die Fujifilm City die Besucher mit einem Marktplatz, umgeben von der Kaffee-Bar ›Impresso‹, der Kunstgalerie ›Infinity‹ und dem Kosmetikladen ›Astalift‹. Überall zeigte Fujifilm Anwendungen seiner Inkjet-Druckmaschinen von der Broschüre über Banner und Displays.

»Neben unseren Lösungen für das Wide-Format-Printing, der XMF-Workflow-Suite und unseren Druckplattenlösungen sind wir vor allem von der Zahl konkreter Projekte für unsere Digitaldrucklösungen begeistert. Sie werden zunehmend die Basis unseres Geschäfts bilden«, prognostizierte Ryuta Masui, Senior Vice President Graphic Systems bei Fujifilm Europe. Tatsächlich haben digitale Drucktechnologien auf einem Messestand von Fujifilm noch nie so viel Raum eingenommen, wie in diesem Jahr in Düsseldorf. Und noch nie war das Interesse der Besucher so konkret. Die Kunden honorierten das Engagement mit Rekordumsätzen. Zum Abschluss der Messe hieß es in allen Produktbereichen bei Fujifilm: »Was für eine drupa!«

MESSE-HIGHLIGHT JET PRESS 720 Davon profitierte auch die Jet Press 720. Sie war wohl die einzige tatsächlich lieferbare digitale Vierfarb-Druckmaschine im B2-Format, die auf der drupa produziert: 2.700 Bogen im B2-Format pro Stunde. Für die Demos hatte Fujifilm eine Reihe anspruchsvoller Jobs ausgewählt. Ein im Offsetdruck gedruckter Flyer wurde mit der Jet Press 720 personalisiert, ein Vierendeiler mit schwarzer Fläche zeigte eine feine negative Haarlinie und eine 2-Punkt-Negativschrift und für die Astalift-Kosmetika von Fujifilm wiederum lief ein Werbeposter aus der Digitaldruckmaschine. Mit den Samba-Druckköpfen, der Auflösung von 1.200 dpi x 1.200 dpi, der variablen Tröpfchengröße und der High-End-Tinte könnte die Jet Press 720 überall dort das ideale System sein, wo qualitativ hochwertige Druck-Erzeugnisse in kleinen bis mittelgroßen Auflagen kostengünstig hergestellt werden sollen. Das gilt erst recht, wenn diese mit variablen Daten zu personalisieren sind.

»Die Zahl der Messebesucher mag rückläufig gewesen sein. Die Qualität der Leads, die wir in den zwei drupa-Wochen gesammelt haben, macht aber deutlich: Vor allem die Entscheider sind nach Düsseldorf gekommen. Auch deshalb haben wir die Erwartungen mehr als übertroffen, die wir mit unserer Präsenz auf dieser Messe im Vorfeld verknüpft hatten. Wir sind vom Erfolg begeistert.«



Ryuta Masui, Senior Vice President Graphic Systems bei Fujifilm Europe

ROLLEN- UND VERPACKUNGSDRUCK Zur drupa überraschte Fujifilm zudem mit Prototypen digitaler Druckmaschinen für den Rollen- und den Verpackungsdruck. Beide Maschinen basieren auf Kerntechnologien der Jet Press 720, wurden aber speziell für ihre jeweiligen Einsatzgebiete ausgelegt. Während die kompakt gebaute Rollendruckmaschine Jet Press W Schön- und Widerdruck in hoher Qualität erlaubt, produziert die Bogendruckmaschine Jet Press F kleinere und mittlere Auflagen von Faltschachteln aus Bedruckstoffen mit Grammaturen zwischen 300 g/m² und 600 g/m².

Wie bei der Jet Press 720 spielt die Tintentechnologie von Fujifilm auch bei diesen beiden Systemen eine Schlüsselrolle. Dank spezieller Fertigungsverfahren bieten Tinten des Unternehmens eine besondere Brillanz und Lebendigkeit. Zudem decken sie einen extrem breiten Farbraum ab. Ihr Finish zeichnet sich durch derart glatte Oberflächen mit einer Haptik aus, bei der man keinen Unterschied zum Offsetdruck spürt. Die Jet Press F wird mit wasserbasierten, die Jet Press W sowohl mit Pigment- als auch mit wasserbasierten Vivida-Tinten arbeiten. Die Vertriebsfreigabe für beide Systeme ist für Anfang 2013 geplant.

VOLL Treffer

SCHLÜSSELTECHNOLOGIEN Doch neben einzelnen Maschinen bot Fujifilm über das gesamte Spektrum seiner Lösungen Schlüsseltechnologien an. Digitale Drucklösungen und Tinten für den Inkjet-Druck, Workflow- und Software-Lösungen mit cloudbasierten Technologien für effizientere Produktionen und eine Farbmanagement-Lösung, die über verschiedene Druckverfahren wie Offset-, Digital- und Siebdruck hinweg eine hohe Farbkonsistenz einhält, waren weitere Highlights. Schließlich bilden die Lösungen für Plattenproduktion und Drucksaal die Plattform für Offsetdrucker, ihre Effizienz sowie Produktivität zu steigern. Dazu stellte Fujifilm weitere Druckplatten seiner ›lo-chem‹-Reihe vor. Auch das Angebot an Drucksaal-Chemikalien fehlte nicht. Hier wurden Themen behandelt, bei denen der Schuh am meisten drückt: reduzierte Produktionskosten, optimierte Produktivität, ausgezeichnete Druckqualität und reduzierte Umweltbelastungen.

➤ www.fujifilm.de



Zu Publikumsmagneten entwickelten sich die Digitaldrucksysteme von Fujifilm. Neben der Jet Press 720 kam Fujifilm zudem mit dem Prototypen einer digitaler Druckmaschine für den Verpackungsdruck auf Basis der Akzidenzmaschine Jet Press 720 zur drupa. Die Jet Press F (unteres Bild) ist für die Produktion von Faltschachteln konzipiert.

Wahrlich breiten Raum nahmen auch die Neuheiten für das Wide Format Printing ein, in dem ebenfalls digitale Drucktechnologien dominieren. Die Moskauer Druckerei Glav Print orderte den weltweit ersten Großformatdrucker Uvistar Pro8 von Fujifilm (Abbildung oben). Ebenfalls vom Stand weg verkauft wurde die neue Onset 40i.

Immer öfter hört und liest man, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing bemühen müssen. Das ist leichter gesagt als getan – denn wo fängt man an und wie weit muss man gehen? Da Marketing ein extrem weites Feld ist, hat der



›Druckmarkt‹ gemeinsam mit dem Schweizer Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser das ›Marketing-Glossar‹ konzipiert. Das Glossar innerhalb der Reihe ›Druckmarkt College‹ beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.

Druckmarkt College **Marketing-Glossar**

Alles wichtige zum Thema Marketing: kompakt und kompetent.

180 Seiten, 11,5 x 21 cm.
Preis:
29,00 € / 39,00 CHF

Zu bestellen im Internet
im Druckmarkt-Shop.
www.druckmarkt.com