

Sind diese Investitionen erst einmal gemacht und auch ein entsprechender Workflow unter Dach und Fach, bietet der Digitaldruck eine bedarfsorientierte Auflagenplanung bei minimalen Lagerbeständen. Das bedeutet auch, dass eine unerwartet hohe Nachfrage wirtschaftlich sinnvoll und mit geringem Risiko bedient werden kann. Denn Verlage stehen bei einer überraschend großen Nachfrage erneut vor der Frage, wie hoch die zweite Auflage sein soll. Wird die tatsächliche Nachfrage überschätzt, besteht die Gefahr, dass Gewinne aus der bereits verkauften Auflage durch die Druck- und Lagerkosten der Zweitaufgabe aufgezehrt werden.

Trotz des sicherlich höheren Stückpreises pro Buch im Vergleich zu einer Offsetproduktion kann bei der digitalen Produktion mit einer festen Gewinnspanne für jedes verkaufte Buch kalkuliert werden.

### Inkjet erschließt neue Märkte

Doch womit lassen sich solche Projekte realisieren? Der Digitaldruck bietet zahlreiche Techniken und Möglichkeiten, doch hat sich in jüngster Zeit vor allem der Inkjet-Druck als das am ehesten geeignete Verfahren herauskristallisiert.

Grundsätzlich existieren Inkjet-Farbsysteme, die von Rolle auf Rolle arbeiten, seit Beginn der 2000er Jahre. Doch erst die »Drop on Demand«-Technologie ermöglichte Auflösungen jenseits von 600 x 600 dpi. Nach 2008 schafften Inkjet-Digitaldruckmaschinen als Rollensysteme dann den Durchbruch und arbeiten heute mit deutlich gesteigerter Druckqualität kostengünstiger und produktiver als Tonersysteme in Schwarz-Weiß und Farbe.

»Durch die Zusammenarbeit mit Papierherstellern, die an Qualitätssteigerungen ihrer Papiere und weiter verbesserter Verdruckbarkeit arbeiten, werden nicht nur Verlage, sondern auch klassische Druckereien immer mehr für Inkjet-Systeme sensibilisiert«, sagt Michael Krebs, Commercial Printing Director bei

INTERVIEW

### Es geht um intelligente Lösungen

Canon hatte Ende November in das Customer Experience Center in Poing bei München zur Publisher & Book Printing Conference 2013 eingeladen. Dabei konnten sich die Besucher aus der Verlags- und Buchdruck-Szene bei Live-Demonstrationen über die Möglichkeiten des digitalen Bücherdrucks informieren und über die Herausforderungen diskutieren, mit



denen die Druck- und Verlagsbranche konfrontiert ist. Am Rande der Konferenz hatten wir Gelegenheit mit **Michael Krebs** zu sprechen. Er ist Commercial Printing Director bei Canon Deutschland und zog eine positive Bilanz: »Diese Konferenz war für unsere Besucher genauso wertvoll wie für uns. Wir konnten den Interessenten die Informationen bieten, die sie für ihre Überlegungen und strategischen Entscheidungen benötigen, und wir haben wieder sehr viel über deren Anforderungen erfahren können.« Das gegenseitige Vertrauen sei auch das wirklich Interessante an den aktuellen Gesprächen, sagt Krebs.

Denn viele Verlage erkennen, dass bestimmte Anwendungen konventionell nicht mehr zu lösen sind. Dabei geht es noch nicht einmal um Personalisierungen, Buchaufgabe 1 oder andere technische Details, sondern generell um neue Möglichkeiten im Verlagsgeschäft. »Wir sprechen mit den Kunden weniger über das Drucken, sondern über deren Geschäft«, sagt Michael Krebs. Und diese Kunden kämen zunehmend aus der Druckindustrie. Diese ist für Michael Krebs ein eindeutiger Wachstumsmarkt. Zwar macht Canon mit den Océ-Maschinen noch die höchsten Umsätze im Mail- und Transaktionsdruck (wobei der Transaktionsdruck leicht rückläufig ist), doch habe der Umsatz in der Druckindustrie bereits einen Umsatzanteil von 25% erreicht. »Hier sind auch die Volumina gigantisch«, stellt Michael Krebs fest. Gegenüber den letzten Jahren sind nach seinen Worten zudem auch Schranken gefallen. »Die Fragen drehen sich heute um die Implementierung neuer Business-Modelle und nicht um das Ersetzen des Off-

setdrucks«, sagt er. »Denn den Verlegern geht es ja gar nicht ums Drucken, sondern um intelligente Lösungen und Potenziale zur Prozessoptimierung bei der Publikation von Inhalten. Dabei liegt die Herausforderung vor allem in der Informationstechnik. Und gerade da haben wir traditionell große Erfahrung und Kompetenzen.«

Die Vernetzung im Alltag, die geänderten Kommunikations- und Konsumgewohnheiten haben natürlich Einfluss auf die Buchproduktion. Dabei werden zum Teil hybride Dokumente und künftig auch crossmediale Komponenten notwendig. Doch schon für die aktuellen Herausforderungen bietet Canon mit dem Workflow- und Output-Management-System Prisma Lösungen für Anwendungen wie den Bücherdruck oder Mailings. In der aktuellen Version bietet der Workflow Batch-, Barcode- und Scan-Prozesse, um die digitale Buchproduktion zu automatisieren und Bücher in kleinen Auflagen rentabel herzustellen.

»Angesichts kürzer werdender Durchlaufzeiten und der Notwendigkeit, Produktionskosten senken zu müssen, muss der Ablauf in der Produktion noch effizienter werden. Dafür sorgt unsere Software, dafür sorgen aber auch unsere Drucksysteme. Canon bietet mit den Océ-Maschinen das mit Abstand breiteste Angebot an modernen Inkjet-Systemen im Markt. Dazu gehören die JetStream-Familie und die ColorStream-Serie, die seit ihrer Einführung 2011 weltweit mehr als 350 Mal bei Kunden installiert wurde.«

Damit bietet sich der digitale Rollendruck zunehmend auch für kommerzielle Druckumgebungen an. Michael Krebs ist überzeugt, dass der Digitaldruck global weiter an Bedeutung gewinnt und sich in allen Industrien ein dynamischer Trend in Richtung Farbe abzeichnet. »Im Transaktions- und Direct-Mail-Markt ist der Rollen-Digitaldruck schon seit Jahren etabliert. Die immer leistungsfähiger werdenden Inkjet-Drucksysteme ermöglichen heute aber auch in Volumensegmenten wie der Druckindustrie offsetähnliche Qualität und sind äußerst flexibel bei kleinen und mittelvolumigen Druckproduktionen.«

Canon Deutschland (siehe auch Interview oben).

Neben dem Buchsegment etablieren sich zunehmend auch andere Märkte, in denen der Digitaldruck eine Schlüsselrolle spielen könnte. Nachgefragt werden längst auch personalisierte Druckschriften oder Schulungsmaterialien, die auf eine be-

stimmte Nutzergruppe zugeschnitten sind. Die Möglichkeit, individuelle Bücher in Auflage 1 professionell herstellen zu können, wird damit wohl weiter an Akzeptanz gewinnen. Technische Dokumentationen und Fachbücher könnten den Trend zum Individualbuch verstärken. Wie hoch die Nachfrage nach individuel-

len Büchern schon jetzt ist, wird beim Boom für Fotobücher sichtbar. 6,7 Millionen Exemplare dieser Gattung wurden alleine in Deutschland 2012 verkauft und für 2013 ist weiteres Wachstum abzusehen.

Weitere Fortschritte bei der Produktionsgeschwindigkeit werden dafür sorgen, dass Bücher im Digitaldruck