

# Zugewinnungsgemeinschaft

Ein Druckerhersteller, der auf so vielen Hochzeiten tanzt wie HP, muss mehr bieten als nur eine Technologie-Plattform. Oder er muss aus einer Plattform so viele Varianten wie möglich ableiten. Genau das zeigt HP in Barcelona im neuen Experience Center, in dem das ganze Maschinen-Portfolio einschließlich der rund 50 Partner-Produkte Platz findet.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

HP hat mehr als eine Plattform. Abgesehen von den Office-Produkten, die wir hier auslassen wollen, hat HP eben die Indigo, auf der inzwischen sieben Modelle aufbauen (oder vielleicht sogar mehr). Die Maschinen arbeiten nach dem elektrofotografischen Prinzip mit pasteuser Elektro-Ink, bei dem Druck-Ergebnisse durch den Einsatz des Drucktuchs dem Offset sehr nahe kommen. Deshalb wird auch gerne vom digitalen Offset-Prinzip gesprochen. Doch die verschiedenen Modelle (nach Angaben von HP produzieren 7.000 HP Indigos weltweit über 25 Milliarden Seiten jährlich) unterscheiden sich vor allem in ihrer Anwendung. Und die reicht vom Bogen-Akzidenzdruck über Magazine von der Rolle, Labels und flexiblen Verpackungen bis hin zur Faltschachtelmaschine (ebenfalls wieder vom Bogen).

Auf der anderen Seite hat HP seit 2008 eine Serie aufgebaut, die heute in den Highspeed-T-Modellen (von denen 164 Maschinen installiert sind) ebenso verbaut wird, wie in den neuen und weiterentwickelten Modellen, die HP als Pagewide-Technologie zunächst im Markt der CAD- und Ingenieur-Büros vermarktet wird. Basierend auf dieser Druckkopf-Technologie hat HP inzwischen eine Modellserie geformt, die vom Bürodrucker bis zur Zeitungsdruckmaschine reicht.

Das wäre ja noch im Bereich des »normalen«. Diese Druckköpfe sind nunmehr aber auch die Basis für einen 3D-Drucker, den HP in der



HP begrüßt seine Gäste im Experience Center in Barcelona farbenprächtig und präsentiert mit aktueller Medientechnik die Lösungsmöglichkeiten rund um die Bereiche Publishing und Akzidenzen.

zweiten Jahreshälfte 2016 auf den Markt bringen will. Bereits Ende 2014 war in einschlägigen Medien davon zu lesen. Ob wir das hier besonders ausbreiten müssen, ist eine Frage, inwieweit man diese Technologie überhaupt dem grafischen Bereich zuordnen kann oder will. Und neben diesen Maschinen werden ja auch noch die Scitex-Maschinen für den Large- und Wide-Format-Einsatz angeboten.

## HP Experience Center

All diese Drucker finden nun mehr Platz in Barcelona, im HP Experience Center, das HP am 16. März offiziell eröffnete. Und die Mitarbeiter von HP legen größten Wert darauf, dass es eben kein normales Demo-Center mehr ist, sondern ein Ort, an dem Kunden und HP-Experten Erfahrungen austauschen, sich beraten, Geschäftsmodelle diskutieren und in

dem Kunden nach einer getätigten Investition auch im Umgang mit den Maschinen geschult werden.

Diesen Platz hat HP in Barcelona geschaffen, nachdem die Fertigung der Designjets vom spanischen Boden nach Fernost verlegt wurde. Dennoch werden in der katalanischen Metropole noch immer 3.000 Menschen beschäftigt. Und man ist stolz darauf, außerhalb der USA die größte Dependence von HP zu sein.

Ob das alles so bleibt, wenn sich HP erst einmal halbiert hat (was ja Anfang 2016 vollzogen sein soll), ist nicht bekannt. Zumindest wird es nicht öffentlich gemacht. Doch Veränderungen wird es auch ohne diese Trennung geben.

## Den Verpackungsmarkt im Visier

Denn HP hat sich zum Ziel gesetzt, massiv in den Markt der Verpackung einzusteigen. Erst kürzlich wurde die Kooperation mit KBA erneut bestätigt, bei der es um den Bau einer bis 2,80 m breiten Inkjet-Rotation geht, auf der Preprints für den Wellpappenmarkt hergestellt werden sollen (siehe auch Seite 11). Jetzt werden die beiden bisher angebotenen Scitex-Modelle FB 10000 und FB 15000 durch die Nachfolger 11000 Industrial Press und 15500 Corrugated Press abgelöst. Damit und der Freigabe der Indigo 20000 und 30000 für den flexiblen Verpackungsdruck und den Faltschachteldruck ist der Schritt von HP in den Verpackungsmarkt unverkennbar.



Ein Blick in die Räumlichkeiten, in denen HP praktisch sein ganzes Drucker-Portfolio live demonstrieren kann.



Der Bereich Verpackung nimmt bereits einen erheblichen Teil der Ausstellungsfläche ein.

Die HP Scitex 11000 soll die Flexibilität erhöhen und Oberflächenbeständigkeit verbessern. Die HP Scitex 15500 ermöglicht jetzt auch die Medienhandhabung stark gewölbter Wellpappe und ist für Wellpappe-Veredler konzipiert. Eine neue Technologie mit dem Namen Smart Coat soll Oberflächenbeständigkeit ohne zusätzliche Lackierung ermöglichen. Dabei wird eine dünne, unsichtbare Schicht auf das Bild aufgetragen, um Blasen zu verhindern. Das Drucksystem bietet zudem einen automatisierten Stapel-zu-Stapel-Betrieb. Für die HP Scitex 15500 sind spezielle Tinten für Wellpappe, Karton und Papier verfügbar.

Auch für den Sign- und Display-Markt wurden neue Modelle vorgestellt: HP Scitex FB550 und FB750. Die Drucker sollen bis zu 12% produktiver sein als die Vorgängermodelle und bieten nach Angaben von HP eine höhere Bildqualität sowie Full-Bleed auf maximaler Breite für

starre oder flexible Medien. Zudem haben sie einen neuen Rollenhalter für flexible Substrate. Die Drucker ermöglichen nach Angaben von HP auch die Produktion mit weißer Tinte, matten sowie glänzenden und texturierten Effekten.

#### Thementage für Kunden

Doch es wäre nicht konsequent, hätte HP für das neue Experience Center nur eine Eröffnungszeremonie für wenige geladene Gäste durchgeführt. Über 800 Kunden und Interessenten aus Europa waren vom 17. bis 20. März nach Barcelona geladen. An spezifischen Thementagen wurden die verschiedenen Märkte Label, Verpackung, Akzidenzdruck, Foto oder Direct Marketing akzentuiert beleuchtet.

Dazu gehörten auch Vorführungen der für die einzelnen Segmente relevanten Drucksysteme und Finishing-Lösungen von Partnerunternehmen.

So etwa im Etikettendruck die HP Indigo ws6800, die ebenso wie die beiden Modelle 20000 für flexible Verpackungen und die HP Indigo 30000 für den Faltschachteldruck im Herbst 2014 vorgestellt wurden und sich offenbar reger Nachfrage erfreuen.

Auch die Akzidenzmaschine HP Indigo 10000, von der seit der drupa 2012 nach Angaben von HP 180 Maschinen weltweit installiert sind, stand einen Tag im Fokus des Akzidenz- und Fotobuchdrucks. Für beide Anwendungen steigere das B2-Format einerseits die Produktivität, es könnten nunmehr aber auch völlig neue Applikationen im Digitaldruck produziert werden, machten die Spezialisten von HP deutlich.

#### Über 50 Partnerschaften

Dass HP den Weg in die doch sehr unterschiedlichen Märkte nicht alleine gehen kann, ist nicht nur nahe-

liegend, sondern von HP auch so gewollt. Um die 50 Partner (von Image Solutions für die Flat-Book-Bindung über Kama mit Stanz- und Klebelösungen bis zu Horizon oder Müller Martini) in nahezu allen Bereichen von der Broschürenherstellung über das Stanzen und Kleben von Faltschachteln bis zum Versandraum für Zeitungen reicht das Partnerprogramm. Die Kompetenzen für diese äußerst umfangreichen und speziellen Finishing-Optionen könnte HP in so kurzer Zeit, wie sich Märkte und neue Produkte entwickeln, gar nicht aufbauen. Es werden also im Idealfall einige weitere Hersteller von der HP-Marktmacht profitieren. Eine echte »Zugewinngemeinschaft« also, von der auch die Anwender profitieren können.

› [www.hp.com](http://www.hp.com)



»Wer aufhört zu werben,  
um Geld zu sparen,  
kann ebenso seine Uhr anhalten,  
um Zeit zu sparen.«

Henry Ford



Verbraucher vergessen schnell. Auch Marken. Und Kunden vergessen Ihre Produkte, wenn die Impulse fehlen. Deshalb ist das Unterbrechen der Werbe-Kommunikation bewiesenermaßen mit hohen Risiken verbunden. Druckmarkt bietet auch in Zeiten schmaler Etats budgetfreundliche Anzeigenpreise. Fordern Sie unsere Mediaunterlagen an oder informieren Sie sich auf unserer Internetseite. [www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

**DRUCKMARKT**  
Printmediamagazin