

# »Wer Visionen hat, gehe zum Arzt!«

HP präsentierte Rollen-Digitaldrucksysteme für die Bücher- und Faltschachtelproduktion.

Hewlett-Packard kündigt für die Drupa 2012, mit 5000 qm in Halle 4, den zweitgrößten Stand und gleichzeitig den größten Stand der Digitaldruck-Systemanbieter an. Im Vorfeld warb HP mit praxisorientierten Veranstaltungen für Spezialanwendungen (und spezielle HP-Systeme): für die Hybridproduktion mit Inkjet Webpress und HP Indigo im Bücherdruck, und für die Faltschachtelproduktion mit der HP Indigo WS 6600 Digital Press. Wer beide Veranstaltungen besucht hat, bekam Einblicke in zwei völlig verschiedene Welten – nicht nur Technologien.

## Hybridproduktion

Auf dem Stuttgarter Druckforum ging es um die Hybridproduktion, um die Kombination des »digitalen Offsetdrucks« mit dem Hochleistungs-Farbinkjetdruck. An einer HP Indigo, deren Offsetqualität immer wieder betont wurde (nicht nur von HP, sondern auch von ihren Benutzern), entstehen zum Beispiel individualisierte Buchumschläge in Kleinauflagen bis hinab zum Einzelprodukt, an einem HP-Inkjet-Rollendrucksystem dazu die Inhaltblöcke in hoher Auflage. Laut HP Market Development Mana-

ger Oliver Baar ist das bereits Praxis: »Cicero«, das Magazin für politische Kultur, werde seit 2007 so gedruckt. Einen »Riesenmarkt« für solchen Hybriddruck sieht Baar auch im Bereich der Fachzeitschriften.

Der Herdt-Verlag für Bildungsmedien, Bodenheim bei Mainz, war 2011 der erste Anwender in EMEA (Europa, Mittlerer Osten und Asien) für die HP T 200 Color Inkjet Webpress. Geschäftsführer Johannes Leßmann holte sich damit die Buchproduktion, genauer: die komplette Wertschöpfungskette, ins eigene Haus. Er sieht seinen Verlag als größten IT-Bildungsmedienverlag im deutschsprachigen Raum: An drei Standorten (auch in Zürich und Wien) erstellen 100 Mitarbeiter 1200 Titel mit über 1,2 Mio. Büchern pro Jahr, darunter natürlich auch digitale – von der Marktvorbereitung und Autorensuche über die Stationen Manuskript, Redaktion und Lektorat bis hin zur Produktankündigung, Druckvorbereitung und Produktion für den Markteintritt.

Die Cover der gedruckten Bildungsmedien entstehen in kompletter On-Demand-Produktion, die Buchblöcke in hohen Auflagen. Zur Produktionseffizienz trägt bei, dass der Verlag die Varianten beim Papier, Pa-

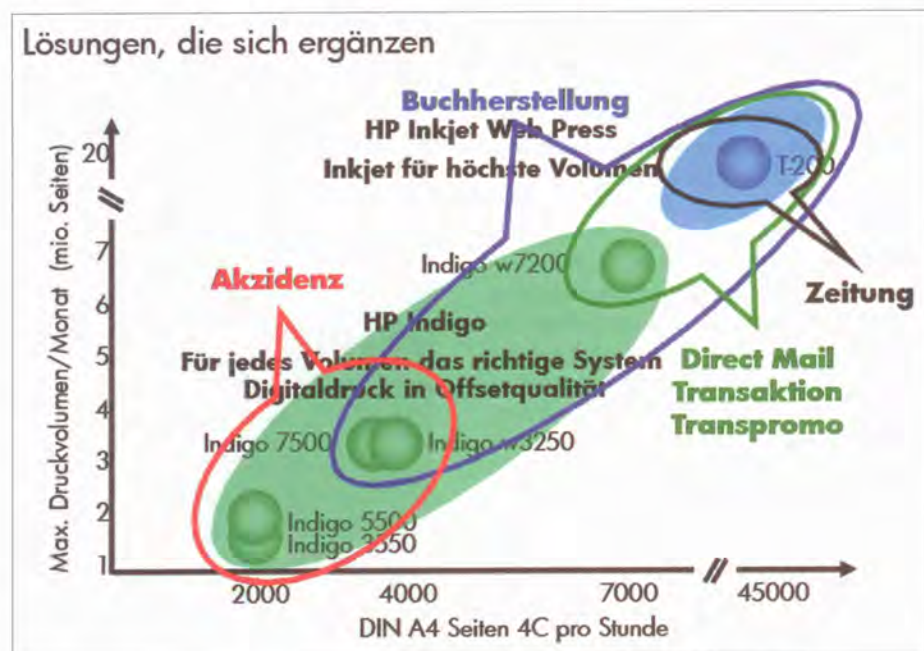
pierformat und in der Bindung auf das Nötigste reduziert hat. So wurde auch die Lagerhaltung von Rohmaterial, Halbfertigerzeugnissen und Fertigerzeugnissen optimiert. Leßmannscher Pragmatismus: »Unsere strategische Grundhaltung: nicht Antworten suchen, sondern antwortfähig sein ... operative Exzellenz: schnell, verlässlich, präzise ... Content: up to date, führend, individualisierbar ... Darreichungsform: vorn dabei im Mainstream ... Wer Visionen hat, gehe zum Arzt!«

## Inkjet ja, aber ...

Zurück auf den Druckereiboden führte Felix Walter, geschäftsführender Gesellschafter bei Walter Digital, Korntal-Münchingen. Als Digitaldruck- (HP Indigo seit 2006), Offsetdruck- und Web-to-Print-Anwender gehört sein Dienstleistungsunternehmen heute zur Pforzheimer Stark-Gruppe (Rollenoffset). Sein Bonmot über die Situation am Druckmarkt: »Nicht schneller oder besser, sondern anders drucken!« Für definierte Zielgruppen, mit Angeboten der Personalisierung. Geht deshalb der Trend zum Inkjetdruck?

Kalkulationen für hochvolumige Drucksachen sprechen für den Inkjet. Aber: »Die Papierauswahl ist noch sehr eingeschränkt. Ist die Qualität marktreif? Haben die Kunden Kenntnisse über die Inkjet-Technologien, akzeptieren sie sie? Die Kapazität für ein System wie die HP Inkjet Webpress ist riesig. Bedenken Sie aber gut, ob Sie die Kunden- und Produktstruktur dafür haben.« Trotz dieser eher abwehrenden Worte meint Walter: »Inkjet macht bestehende und neue Ideen umsetzbar.«

Zur HP Inkjet Webpress: Von ihr gibt es vier Versionen, die sich vor allem in der Bahnbreite und Druckgeschwindigkeit unterscheiden. Als Plattform-Demo wurde sie auf der Drupa 2008 vorgestellt, die T 200 auf der IpeX 2010 und die T 400 im Lauf des Jahres 2011. Die T 200, beim Herdt-Verlag installiert, bedruckt eine Bahnbreite von 55,9 cm mit 122 m/min (1/1) bzw. 61 m/min (4/4). Weitere Daten: 70 Thermo-Ink-



Marktpositionierung der T 200(blau).

### Märkte Anwendungen – heute – warum?

Offset	HP-Indigo	HP-Inkjet
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohe Druckqualität</li> <li>• Effizient bei höheren Auflagen</li> <li>• Hohe Bedruckstoffauswahl</li> <li>• Flächendeckung spielt fast keine Rolle</li> <li>• Veredelung</li> <li>• Geringere Flexibilität</li> <li>• Prozessnachteile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digital Offset</li> <li>• Effizient bei kleinen Auflagen</li> <li>• On Demand Produktion</li> <li>• Personalisierung</li> <li>• Flächendeckung spielt keine Rolle</li> <li>• Veredelung</li> <li>• Hohe Flexibilität</li> <li>• Format</li> <li>• Linearer Kostenverlauf</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Effizient bis mittlere statische Auflagen</li> <li>• Prozessoptimierung</li> <li>• Personalisierung</li> <li>• On Demand Produktion</li> <li>• Kompromisse in der Druckqualität</li> <li>• Kompromisse bei gestrichenen Papieren</li> <li>• Flächendeckung</li> </ul>

Wofür eignen sich, nach HP, der Offsetdruck, eine HP Indigo mit Flüssigtoner und ein Hochleistungs-Inkjetdrucksystem wie die HP Inkjet Webpress?

jet-Köpfe mit HP-Pigmenttinte, Auflösung 1200 x 600 dpi, Substrate von 60 g bis 215 g/m<sup>2</sup>. Steuerung durch den HP Smartstream Ultra Print Server, der auch variablen Datendruck gewährleistet, und zwar »in maximaler Maschinenperformance« (HP).

#### »Wir hauchen Karton Leben ein«

»Die HP Indigo WS 6600 bei Leupold, einem der führenden Hersteller von Verpackungen und Displays für Markenartikel, liefert bewährte Offsetqualität und hohe Produktivität in unterschiedlichen Produktionsumgebungen«. So stand es in der Einladung zu einem Tag der offenen Tür mit Präsentation der ersten europaweiten WS 6600 in Schwabach bei Nürnberg. Gastgeber waren das Faltschachtelwerk Joh. Leupold GmbH & Co. KG – Motto: »Wir hauchen Karton Leben ein« – und HP.

Nach einem Referat von Wolfgang Kochan, Country Business Manager Digital Production Press, über HPs Verpackungsaktivitäten ging es in die Praxis. Von der Offsetproduktion abgetrennt, druckte eine HP Indigo WS 6600 Digital Press mit Inline-Weiterverarbeitung. Ergebnis: fertig gestanzte Faltschachteln. Drei Lieferanten hatten ihre Maschinen zu dieser Inline-Produktionsstraße zusammengespant: HP Indigo, ABG International und Kama. Aus der WS 6600, die in Grundausstattung von Rolle zu Rolle arbeitet, wurde die bedruckte Kartonbahn von einem Digicon-System Series 2 (ABG) übernommen und durch die weitere Verarbeitung geführt, bis am Ende eine Kama-Stanze eine Faltschachtel nach der anderen ausschnitt und ablegte. Der Clou: In einem separaten Durchlauf war jeder Teilnehmer fotografiert worden, zum Digitaldruck wurden Fotos und Namen beigemischt, und am Ende kam eine personalisierte Pralinenfaltschachtel heraus.

Für die beiden Geschäftsführer des Faltschachtelwerks Leupold, Bernd Aßmann und Reiner Kamphausen, ist die Digitaldruck-Produktionsstraße, die im Oktober 2011 installiert wurde, eine Investition in die Zukunft. »Mit Hilfe des Digitaldrucks

und seiner vielfältigen Weiterverarbeitungsmöglichkeiten sind heute Kleinaufträge wirtschaftlich umsetzbar. Die Nachfrage ist vorhanden.« Gearbeitet wird, je nach Zweckmäßigkeit, in- oder offline. Geschätzt wird auch die integrierte Kaltfolienprägung. Für personalisierte Faltschachteln laufen erste nationale und internationale Testprojekte.

#### Warum HP Indigo?

Was spricht für die HP-Indigo-Lösung, wo es doch auch andere, ähnliche Projekte gibt, wie z.B. bei DCC Kästl auf Basis Xerox iGen 4? (siehe »Der Druckspiegel« 6/2010) Geschäftsführer Aßmann nimmt kein Blatt vor den Mund: »Unser System eignet sich im Vergleich zum Offset umso mehr, je kleiner die Auflage, je kleiner die Faltschachtelgröße, je mehr Sonderfarben (nahezu alle Sonderfarben sind möglich, das kann nur HP Indigo!), und je höher die Veredelung.« Er hebt die kurzen Rüst- und Umrüstzeiten der WS 6600 hervor, »aber wir waren auch schon im Offsetdruck immer führend in kurzen Rüstzeiten.«

Vorträge des HP-Marketingmanagers Klaus Lammersiek und des Unternehmens-

#### Rollen-Digitaldruck für Faltschachteln bei Leupold.



beraters Dr.-Ing. Jürgen Rautert unterstrichen das hohe Potenzial des Digitaldrucks im Faltschachtel- und auch sonstigen Verpackungsbereich. Tobias Theurer, Geschäftsführer Theurer.com, erklärte sein ERP-System C 3, das die Microsoft-IT-Infrastruktur und -Servertechnik nutzt und bei Leupold ebenfalls im Herbst 2011 installiert wurde in der Variante Packaging & Display. Frage an Theurer: Wo liegen die Unterschiede zwischen einem MIS für Akzidenz- und einem für Verpackungsdruckereien?

Theurer: »Verpackungsdruckereien arbeiten artikelbasierend, Akzidenzdruckereien auftragsbasierend – das ist ein ganz zentraler Unterschied. Eine weitere zentrale Anforderung ist das cleverere Sorten-Management. Man hat es meist mit Verpackungen zu tun, die es in verschiedenen Sorten gibt; diese Sorten müssen im Verkauf und in der Logistik komplett getrennt sein, in Kalkulation und Produktion aber gemeinsam behandelt werden, z.B. weil sie auf einem Plattensatz oder Klischees produziert werden sollen. Zudem haben Verpackungsdrucker einfach höhere Anforderungen an kaufmännische Basisprozesse, wie Rückverfolgbarkeit, Qualitätssicherung oder Logistik. Das bietet eine normale Druckerei-Software meist nicht.«

#### Mein Fazit

HP hat sich seit Übernahme des israelischen Digitaldruckpioniers Indigo zu einem ernstzunehmenden Druckmaschinenanbieter gemausert. Meiner Meinung nach auf Augenhöhe mit Heidelberger Druck, Manroland und KBA, aber vielleicht zukunftsorientierter als diese. Die beiden Auftritte mit einer Hochleistungs-Inkjet-Druckmaschine für Bücher und einer HP-Indigo-Produktionsstraße für Faltschachteln legten eine solche Zuteilung nahe. Und sie demonstrierten: Hochleistung im Digitaldruck heißt Rollendruck. Aber: Wo spielt Inkjet, und wo der Toner seine Trümpfe aus? HP findet für beide »Welten« Argumente. Mehr dazu auf der Drupa.

So eindrucksvoll die beiden Veranstaltungen in Stuttgart und Schwabach waren, so deprimierend erwies sich meine Suche nach deutschsprachigen Systembeschreibungen. Prospekte und Produktblätter lagen nur in Englisch vor. Ein HP-Vertriebsmanager, dem ich mein Leid klagte: »Ich bin sicher, daß die Broschüren noch übersetzt werden und bald, spätestens zur Drupa, verfügbar sind.« Sein Wort in der HP-Oberen Ohr! **Dipl.-Ing. Erich Fritz**