

# Wird in Zukunft nur noch digital gedruckt?

**TRENDS DIGITALDRUCK** Wohin geht die Reise im Digitaldruck? Diese Frage stellte MK Führungspersonen von Druckereien mit Digitaldruckanlagen. Je nach Schwerpunkt des Tätigkeitsfeldes kamen ganz unterschiedliche Antworten heraus. In einem Punkt waren sich alle einig. Den Kunden interessiert es nicht, ob im Offset- oder Digitaldruck produziert wird, Hauptsache schnell und kostengünstig.

VON HEINZ URBEN

■ Als Druckerei mit einem hundertprozentigen digitalen Ausstoss und einem jährlichen Volumen von mehr als 100 Millionen A4-Seiten, nimmt die Edubook AG im aargauischen Merenschwand im Schweizer Markt eine Ausnahmestellung ein. Edubook bezeichnet sich selbst als günstige Druckerei für Bücher, Broschüren, Kataloge und Ordnerinhalte. Für den CEO und Mitgründer von Edubook AG, Nicolas von Mühlener, werden Marktpräsenz und Bedeutung des Digitaldrucks in den nächsten drei bis

tik Druck und Weiterverarbeitung noch stärker verschmelzen.

Für Nicolas von Mühlener ist klar, dass die heutigen Digitaldrucktechnologien eine Druckqualität ermöglichen, die für den grössten Teil der Anwendungen genügt. Für ihn ist es Unsinn, für alle Anwendungen eine Luxusqualität zu produzieren, die nur für Topprodukte notwendig ist und nur für diese bezahlt wird.

Bei Edubook werden mit DigiSpeed by Edubook (Highspeed-Inkjet ab Rolle) Akzidenzaufträge zwischen 50 und 1500 Expl. Auflage gefahren. Die Kunden profitieren dabei von der Kombination von Geschwindigkeit, Flexibilität und

So können kleinste Auflagen und Segmente wie beispielsweise Testauflagen für Direct Mailings kostengünstig und schnell produziert werden. Dies erhöht den erzielbaren Respons für den Kunden und damit den Return on Investment.

Da der Endlos-Farbdigitaldruck für die Baumer AG noch neu ist, können über das Verhältnis zwischen digital und Offset gedruckten Aufträgen noch keine verlässlichen Aussagen gemacht werden.

Es zeichnet sich jedoch eine Verlagerung zugunsten des Farbdigitaldrucks ab. Dies zumindest im Endlosbereich, aber erst seit Kurzem, da die Druckqualität sich stetig verbessert hat und dies für den Bereich Direct Mail ausschlaggebend ist.

## Kunden sind für Digitaldruck sensibilisiert

Seit 2011 ist das Volumen digital gedruckter Erzeugnisse bei der Abächerli Media AG in Sarnen OW um das Dreifache gestiegen. Freddy Fallegger, Leiter Verkauf & Marketing und Mitinhaber der Abächerli Media AG, geht davon aus, dass dieser Trend weiter anhält. Die Abächerli-Kunden kennen Vor- und Nachteile des Digitaldruckes und nutzen besonders die Möglichkeiten der Personalisierung. Für den Druck von grösseren Auflagen liegt die Zukunft im Inkjet-Bogendruck, ist Freddy Fallegger überzeugt. Heute werden bei Abächerli Auflagen

Digital Gedrucktes benötigt keine Trockenzeit und kann sofort in- oder offline weiterverarbeitet werden.



Persönlicher geht es nicht - jeder Empfänger bekommt die Wegbeschreibung von seinem Wohnort zu Swiss Direct Marketing AG in Brugg.

fünf Jahren weiter zunehmen. Die Marktanteile werden kontinuierlich, aber nicht sprunghaft steigen, solange Highspeed-Inkjet-Druckmaschinen den konventionellen Offsetdruck (noch) nicht be- und verdrängen. Das grösste Potenzial sieht er im grossformatigen Bogen-Inkjetdruck und der Trillium-Technologie von Xeikon (siehe Kasten).

Seiner Meinung nach wird durch die verstärkte Segmentierung und Industrialisierung der Begriff «Digitaldruck» den unterschiedlichen Lösungen nicht mehr gerecht. So werden aus seiner Op-

der Möglichkeit der Personalisierung. Wobei der Anteil personalisierter Drucksachen im Akzidenzbereich auch bei Edubook noch kleiner als fünf Prozent ist.

## Gute Qualität zu einem vernünftigen Preis

Für den Geschäftsführer der Baumer AG in Islikon TG, Daniel Jud, zählt alleine das Kundenbedürfnis. Die Möglichkeit der zielgerichteten Ansprache mittels individueller Text- oder Bildinhalte sind für ihn entscheidende Vorteile der Digitaldrucktechnik.

von einem Exemplar bis hin zu 80000 Expl. produziert, wobei Auflagen ab 1000 Expl. als Hybridaufträge (Kombination von Offset- und Digitaldruck) durch den Betrieb laufen. Das Verhältnis beträgt im Moment 80 Prozent Offsetdruck gegenüber 20 Prozent Digitaldruck. In der digitalen Mailingproduktion sind jedoch 60 Prozent aller Aufträge personalisiert.

Der Digitaldruck ermöglicht es, Kleinauflagen ab einem Exemplar kostengünstig herzustellen und damit auch den Print-on-Demand-Gedanken bei den Kunden zu verankern. Die Personalisierungsmöglichkeit mit variablen Text-, Bild- und Strichcode-Informationen sowie QR-Codes in Kombination mit kurzen Lieferzeiten sind aus Kundensicht die herausragenden Merkmale des Digitaldruckes.

## Auch Grossformatiges wird digital bedruckt

Für Karlheinz Kaiser, CEO und Mitinhaber der Christinger Partner AG in Schlieren ZH, den Spezialisten für visuelle Kommunikation und Aussenwerbung, ist die Unterscheidung zwischen Plakatdruck und Werbetechnik wichtig.

Da Plakatkampagnen in zahlreichen Sujets, meist in drei Sprachen und in bis zu vier Plakatformaten erscheinen, drängt sich der Digitaldruck meistens auf. Christinger druckt die digitalen Pla-

kate nach dem Prozess Standard Offset (PSO ISO 12647-2), sodass bei Plakatkampagnen problemlos digital und Offset gedruckte Plakate gemischt eingesetzt werden können.

Dank digitalem Diadruck können nun auch Leuchtkastenplakate mit starker Leuchtkraft gedruckt werden, die vorher im normalen Digitaldruck eher flau wirkten. Handelt es sich aber um grosse Kampagnen ohne grosse Sortenvielfalt, werden Plakate im Offsetdruck immer noch kostengünstiger hergestellt.

## Xeikon-Trillium-Technologie

Das Flüssigtonerverfahren arbeitet mit sehr kleinen, gerade mal zwei Mikrometer grossen Partikeln und ermöglicht damit den hochauflösenden Druck von 1200 x 1200 dpi bei einer Geschwindigkeit von 120 Metern/Minute. Die Bedruckstoffe müssen nicht vorbehandelt werden und die Farbe kann im Recyclingprozess aus dem Bedruckstoff gelöst (deinkt) werden. Der Tonerverbrauch wird durch die kleineren Tonerpartikel reduziert und für die Fixierung muss weniger Hitze (Energie) eingesetzt werden.

## Anteil des Digitaldrucks wird zunehmen

Im Bereich Werbetechnik können dank dem Digitaldruck erstmals grossformatige Bilddekorationen mit vernünftigem Aufwand für verschiedenste Anwendungen wie Flottenbeschriftungen, vollflächige Tram-, Bus- oder Zugsdekorationen und Tapeten realisiert werden. Für Karlheinz Kaiser ist klar, dass der Anteil des Digitaldrucks zunehmen wird, und dass dank der stetigen Entwicklung noch grössere Formate mit noch besser beständigen Farben bedruckt werden können.

Heute werden Plakate in Auflagen bis zu 200 Exemplaren im Digitaldruck hergestellt. Entscheidend für die Wahl des Druckverfahrens ist dabei der Mix aus Sorten, Sprachen und Formaten. Ob Offset- oder Digitaldruck, das Druckverfahren wird durch die Wirtschaftlichkeit definiert und nicht durch die Qualität. Im Allgemeinen interessiert die Kunden die Art der Produktion nicht. Bei Christinger Partner AG werden heute bereits 75 Prozent der Aufträge digital gefertigt, der Rest im Offsetdruck. Kurze Herstellzeiten, auflagengenaue Produktion, hohe Leuchtkraft und die Möglichkeit, variable Daten zu drucken – und wenn alles stimmt, günstigere Produktionskosten, haben den Trend zum Digitaldruck beschleunigt.

## Der Digitaldruck als Chance

Jürg Hürlimann Geschäftsbereichsleiter FO-Smartprint AG in Egg bei Zürich, sieht den Digitaldruck als Ergänzung und nicht als Konkurrenz zum Offsetdruck. Dank der Möglichkeit, Digitaldruck anbieten zu können, wurden neue Kunden gewonnen. Bestimmte Produkte können nun als Hybridprodukte kostengünstiger als im reinen Offsetdruck angeboten werden. Zudem können dem Kunden ein Zusatznutzen in Form von Personalisierung, Veredelung und der Druck von Sonderfarben angeboten werden, und dies zu attraktiven Bedingungen. Heute werden bei FO-Smartprint ca. zehn Prozent aller Aufträge personalisiert gedruckt – mit steigender Tendenz.

Für den Digitaldruck spricht auch der Umstand, dass ein Gut zum Druck auf Auflagenpapier innert kürzester Zeit realisiert werden kann. Dies gibt dem Kunden und dem Drucker Sicherheit für den Auflagendruck.

## Die Vorteile für die Kunden sind bestechend

Der Digitaldruck hat sich in zahlreichen Druckereien als sehr flexible und effiziente Ergänzung zu den bestehenden Druckverfahren entwickelt. Als USP

(Alleinstellungsmerkmal) gilt die Möglichkeit der Personalisierung und Individualisierung von Drucksachen, die mit den klassischen Druckverfahren nicht möglich sind. Für Markus Schär, Key Account Management und Projekte der W. Gassmann AG in Biel, sind die Kundenvorteile vor allem:

- Hohe Aktualität der Inhalte
- Kurze Time to Market
- Flexibilität (Möglichkeit der Individualisierung)
- Zielgenauigkeit dank persönlicher Ansprache (Personalisierung)
- Möglichkeit des Lagerabbaus
- Möglichkeit von neuen Publikationsformen
- Tiefere Kapitalbindung
- Bedarfsgerechte Stückelung
- Transparente, automatisierte Abläufe
- Ökologische Produktion, nur wenn Bedarf vorhanden ist

Markus Schär ist überzeugt, dass der Digitaldruck weiter zulegen wird, da die Segmentierung der Druckaufträge weiter fortschreitet und dem Digitaldruck entgegenkommt. Heute werden bei W. Gassmann AG, resp. deren Tochtergesellschaft Publikation Digital AG, Auflagen von ein bis 2000 Expl. digital produziert. Man kann sich aber gut vorstellen, dass sich die Auflagenobergrenze Richtung 5000 Exemplare verschiebt, immer abhängig davon, welche Ansprüche an Druck und Veredelung gestellt werden. Heute werden ca. 20 Prozent der digital gedruckten Aufträge personalisiert.

#### Personalisierte Direct-Mail-Produkte in einem Durchgang

In der Vergangenheit erlaubten es die technischen Möglichkeiten nicht, dass personalisierte Mailings in einem Rutsch hergestellt werden konnten. So wurden Laservordrucke personalisiert und anschliessend weiterverarbeitet, mit dem Risiko, dass bei Störungen auf der Weiterverarbeitungsanlage Adressen verloren gingen oder teuer nachproduziert werden mussten. Die günstigere Variante bestand darin, fertig konfektionierte Mailingprodukte anschliessend auf der Vorderseite zu adressieren, ohne eigentliche Personalisierung.

Die heutigen Möglichkeiten des Digitaldrucks im Direct-Mail-Geschäft beschreibt Thomas Ziegler, Geschäftsführung COO der Swiss Direct Marketing AG in Brugg, wie folgt: »Die Qualität des Digitaldrucks hat sich in den vergangenen Jahren markant verbessert. Der Digitaldruck gibt uns die Möglichkeit, hoch-



Bedienungsanleitungen, Ersatzteilkataloge, Preislisten – der Digitaldruck ist perfekt geeignet für Drucksachen, die ständigen Änderungen unterworfen sind.

gradig zu personalisieren und zu individualisieren und dies in Bild, Text und Perforation in allen Auflagenbereichen. Der Produktionsprozess wird durch den Wegfall von Vordrucken stark vereinfacht und dank der hohen Produktivität erreichen wir sehr kurze Durchlaufzeiten.»

Um möglichst alle Auflagenbereiche abdecken zu können, liegt für Thomas Ziegler die Zukunft im Highspeed-Rollen-Inkjetdruck in Kombination mit dem Bogendigitaldruck. Die Variabilität des Digitaldrucks ist dabei für Swiss Direct Marketing entscheidend, da mehr als 90 Prozent der Digitaldruckerzeugnisse personalisiert werden.

#### Kommt nach dem Digitaldruck die digitale Veredelung?

Die Entwicklung der Digitaldrucksysteme geht in Richtung höhere Geschwindigkeit, grössere Formate und dem Einsatz von verfahrensunabhängigen Bedruckstoffen. Nun wird der Wunsch nach digitaler Veredelung laut. Martin Lerchmüller, Leiter Print und stv. Geschäftsführer der Effingerhof AG in Brugg, wünscht sich für die Zukunft deckende Farben, Glanzlacke, Prägungen und Folien, die individuell, das heisst personalisiert aufgebracht werden können. Teillösungen sind bereits auf dem Markt und so steht dem Druckerzeugnis, das in Text, Bild, Lackauftrag und Weiterverarbeitungsart personalisiert ist, nichts mehr im Weg.

Die Effingerhof AG geht davon aus, dass sich bis in 2020 eine jährliche Steigerungsrate von zwölf bis 15 Prozent im Digitaldruck realisieren lässt. Der digital gedruckte Anteil am Umsatz beträgt mo-

mentan fünf bis acht Prozent. Daraus entstehen ca. 15 Prozent personalisierte und 85 Prozent unpersonalisierte Druckerzeugnisse.

#### Digitaldruck im Trend

Alle Befragten waren sich einig, dass dem Digitaldruck die Zukunft gehört. Dies wundert nicht, denn befragt wurden Unternehmen, die in den Digitaldruck investiert haben. Für diejenigen, die weiterhin konventionell drucken, stellt sich daher die Frage nicht, ob sie ebenfalls in Digitaldrucktechnologie investieren sollen oder wollen – sondern wann. Denn die Druckaufträge der Zukunft werden noch stärker segmentiert und die Produkte noch stärker individualisiert sein, um im Markt Wirkung erzielen zu können.

Daher wird sich die heutige Druckerei eher in Richtung Datenverarbeiter und Problemlöser entwickeln und die Kernkompetenz «Drucken» wird zum Prozess Drucken und Weiterverarbeiten/Veredeln verschmelzen.

Ein Problem löst auch der Digitaldruck nicht – die Überkapazitäten im Druckbereich. Im Gegenteil, mit dem Aufkommen von Hochgeschwindigkeits-Inkjet-Drucksystemen wird die am Markt angebotene Druckkapazität noch einmal steigen und damit eine weitere Preisrunde auslösen. Gut gerüstet sind die Anbieter, die automatisierte Abläufe implementiert haben und diese im Griff haben. Denn der Digitaldruck ist nicht die Lösung aller Probleme der Druckereien – aber eine Chance, um auch in Zukunft attraktive, gedruckte Kommunikationslösungen anbieten zu können. ■