

Digitaldruck in Österreich

Wer liefert was?

Im ersten Teil unseres umfangreichen Reports Digitaldruck in Österreich beschäftigen wir uns ausführlich mit der Zulieferindustrie: den Unternehmen, die diese Technologie herstellen und in Österreich vertreiben. Wer sind diese Firmen? Welche Strategien verfolgen sie? Und, welche Systeme haben sie im Programm? Von Rudolf K. Messer. Über Anwender und deren Erfahrungen lesen Sie dann im nächsten Heft.

Die großen Drei: Heidelberg, MAN-Roland, KBA

Im klassischen Druck sind es die drei großen deutschen Druckmaschinenbauer, Heidelberg, MAN Roland und KBA, die sich international einen Großteil des Maschinenkuchens aufteilen. Nach einer über einige Jahre dauernden Schrecksekunde haben sie sich ebenfalls aufgemacht, den digitalen Markt aktiv zu entwickeln.

Der erste klassische Druckmaschinenbauer war Heidelberg, der Überlegungen anstellte, in Computern erzeugte digitale Daten in den Druckprozess zu integrieren. Erstes marktreifes Produkt war die Heidelberg GTO-DI, mit der, ausgestattet mit einer aus den USA kommenden Technologie von Presstek, Druckplatten in einer Druckmaschine direkt bebildert werden konnten. Nun, heute ist Heidelberg führender Anbieter von Offset-Maschinen mit digitalen Bebilderungseinheiten. Robert Plaschko, Geschäftsführer von Heidelberg Austria, sieht im DI-Bereich tatsächlich das Wachstumspotential der kommenden Jahre. Laut Mag. Plaschko sind in Österreich derzeit 16 Quickmaster 46/4 DI installiert. Eine Speedmaster 74 DI kommt demnächst zur Aufstellung. Weitere 74er sind geordert und werden im nächsten Jahr installiert. Plaschko schätzt das Marktpotential für die Speedmaster 74 DI auf zehn bis zwölf Maschinen in den nächsten drei Jahren. Interessanterweise, so meint er gegenüber X-media „aber eher bei Unternehmen,

Heidelberg mit DIs, Digimaster und NexPress

die vorher nicht gedruckt haben“. Grund dafür ist wohl die Tatsache, daß besonders viele Repro-Unternehmen bereits Erfahrung mit der digitalen Herstellung von Druckvorlagen haben und sich intensiv mit den Vorzügen der vielfältigen digitalen Drucksysteme auf Tonerbasis auseinandergesetzt haben (Xerox, Xeikon, Indi-

go). Deren Vorteil liegt ja darin, daß jeder Ausdruck ein Unikat ist, der Nachteil, daß ab einer Auflage von circa 100 Stück die in einen Auftrag einfließenden hohen Materialkosten das Einzelprodukt verteuern. Hier setzt Heidelbergs DI-Strategie an, bereits ab 250 Stück Auflage rechnet sich ein DI-Auftrag. Übrigens – DI ist

aber nicht DI: Verfügt die Quickmaster noch über die Bebilderungseinheit von Presstek, so wird in der Speedmaster schon mit Creo- Scitex bebildert.

Die DI-Technologie ist aber nicht das einzige digitale Standbein Heidelbergs. Mit der Übernahme des Kopierbereichs von Kodak eröffnete sich dem deutschen Maschinenhersteller ein neues Technologiefeld. Kodak begann nämlich bereits Mitte der 90er Jahre professionelle digitale SW-Drucksysteme zu entwickeln und hat kurz vor der Übernahme eine Maschine mit dem Namen Kodak DigiSource 9110 auf den Markt gebracht. Diese Maschine kann in einer Auflösung von 600 dpi bis zu 110 Seiten A4 pro Minute drucken und stellte eine beträchtliche Konkurrenz für die zu diesem Zeitpunkt marktbeherrschenden Xerox DocuTechs dar. Nach der Übernahme 1999 entschloß sich Heidelberg die 9110 nicht selbst zu vermarkten, sondern zumindest in Europa weiter vom Büromaschinenhändler DANKA, der bereits seit 1997 den Kodak-Vertrieb inne hatte, weiter

Heidelbergs Quickmaster DI 46/4





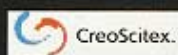
CTP
with creoscitex

CREOSCITEX

CTP für alle...

Mit der CREOSCITEX CTP-Familie deckt CREOSCITEX die komplette Formatpalette vom Format GTO bis zu 32-Seiten ab. „RIP ONCE“ Konzept für PDF und PostScript in Kombination mit dem bewährten Workflowsystemen BRISQUE und PRINERGY ermöglicht Ihnen eine Flexibilität, welche Sie in der täglichen Produktion benötigen.

Rufen Sie uns an unter 01/485 35 01 oder 0512/22 4 89



druma

DRUMA, Posner GmbH & Co. KG, Kranebitter Allee 16, A-6020 Innsbruck und Wilhelminenstraße 80, A-1160 Wien
www.druma.at

verkaufen zu lassen. Nun wurden von Heidelberg weitere Vertriebsvereinbarungen geschlossen, Seit Sommer vertreiben auch Canon und IBM diese Maschine unter eigenem Produktnamen. Plaschko: „Heidelberg Austria hat somit diese Toner-Technologie derzeit nicht im Vertriebsprogramm“. Konzernintern gehört die 9110 aber zum Bereich Heidelberg Digital, in dem die gesamte Vorstufe und die Computer to Plate-Anwendungen vereint sind. Die Quickmaster und Speedmaster DIs gehören übrigens nicht zu Digital sondern zum Bereich Bogenoffset.

Sehr wohl zum Bereich Digital gehört jedoch die geheimnisumwitterte und auf der Drupa erstmals vorgestellte Heidelberg NexPress, eine noch von Kodak und Heidelberg gemeinsam entwickelte digitale elektrofotografische Farbdruckmaschine. Mit ihr sollen bis zu 2100 vierfärbige A3-Seiten in der Stunde gedruckt werden können. Dies entspricht einer umgerechneten Minutenleistung von 70 A4-Seiten. Im Vergleich: die neue Canon CLC 5000 kommt auf 50 Seiten pro Minute. Leider, Geschwindigkeit ist teuer; Kostenpunkt – rund fünf Millionen Schilling. Die Vertriebswege für die NexPress stehen noch nicht fest, wie wir aber in Heidelberg gehört haben wird derzeit im Hintergrund heftig darum gefeilscht. Verfügbar soll die NexPress aber ohnehin nicht vor Herbst 2001 sein.



Die DICOweb, Eigenentwicklung von MAN Roland, im Bild unten die DICOpack

MAN Roland Digital mit Dico-Serie

Der zweite große deutsche Druckmaschinenbauer ist MAN Roland, hier in Österreich mit der Firma Brüder Henn vertreten, nunmehr eine 90 prozentige Tochterfirma der MAN Roland-Konzernmutter in Offenbach.

MAN Roland stellte im Mai auf der Drupa, mit der Eigenentwicklung DICOweb ein Maschinenkonzept vor, das, so MAN Roland-Vertreter, im Auflagenbereich zwischen 1.000 und 20.000 Exemplaren deutlich günstiger ist als alle anderen bisher verfügbaren Drucksysteme seien. Sie ist die erste digitale Offsetmaschine, die eine geschlossene Workflow-Kette von Vorstufe bis

Weiterverarbeitung realisiert. Die DICOweb entpuppte sich als Glanzlicht der Drupa, acht Maschinen wurden noch auf der Messe bestellt.

Nach den Erfolgen auf der Drupa hat MAN Roland auch seine Digitaldruckaktivitäten neu geordnet und am Standort Augsburg zum 1. Juli 2000 ein eigenes Geschäftsfeld „Digitaldrucksysteme“ installiert. Unter der Leitung von Dr. Josef Schneider stehen Entwicklung, Bau, Verkauf und Service der DICOweb im Mittelpunkt der Aktivitäten. Ebenso Bestandteile der Geschäftsaktivitäten sind DICOpress, DICOpage und DICOpack, drei Drucksysteme, die seit Mai 2000 im Rah-

men eines Original-Equipment- Manufacturer- Vertrags (OEM) mit Xeikon unter dem Label von MAN Roland vermarktet werden.

Das neue Geschäftsfeld wird von über 100 versierten Vertriebs- und Service-Mitarbeitern unterstützt, die nach der Übernahme von Agfa Digital Printing Systems (DPS) – Agfa verkaufte eine unter der Bezeichnung Chromapress laufende Variante der Xeikon – durch Xeikon und MAN Roland zum Unternehmen stießen. Sie kümmern sich weltweit um den Vertrieb und Service der Digitaldrucksysteme und arbeiten vor Ort bei den internationalen Vertriebs- und Serviceniederlassungen von MAN Roland. „Diese Investition ermöglicht uns den schnellen Aufbau einer starken Vertriebs- und Service-Organisation im Markt für Digitaldruck“, erläutert Paul Steidle, Vorstandsmitglied von MAN Roland, dessen Ressort das Geschäftsfeld Digitaldruck zugeordnet wurde.

Wie MAN Roland Vorstandschef Gerd Finkbeiner ankündigte, wolle man „im ersten Schritt mit dem neuen Geschäftsfeld einen Umsatz von 200 Millionen DM in zwei Jahren erreichen. Längerfristig soll das Geschäftsfeld Digitaldruck aber zehn Prozent des Umsatzes erwirtschaften.“



KBA erfolgreich mit 74 Karat

Wenn schon Heidelberg und MAN Roland digital aktiv werden, darf der dritte große deutsche Druckmaschinenanbieter nicht tatenlos zusehen. Bei KBA wählte man eine Kooperation mit Scitex und entwickelte in den vergangenen Jahren im israelischen Herzlia – dem Hauptsitz von Scitex – eine Maschine namens 74 Karat. Mittlerweile hat KBA sämtliche Aktivitäten für die Karat bei KBA Planeta in Radebeul bei Dresden kanalisiert. Dort ist der Sitz der Karat Digital Press GmbH, über die nun sämtliche Aktivitäten laufen. Die Produktion befindet sich ebenfalls in einer eigenen Halle auf dem

wählten die KBA- und Scitex-Entwickler einen anderen Weg. Sie konstruierten eine vollkommen neue Maschine, die von der Anmutung eher einem zu viel zu groß ausgefallenen Kopierer ähnlich sieht, als einer Druckmaschine. Für Kurt Hochenjec, Vertriebsleiter von KBA in Mödling, liegt in der kompakten Bauweise aber auch der große Vorteil. „Erstmals haben wir eine Offsetmaschine, die als ein Stück mit einer Palette angeliefert wird und innerhalb kürzester Zeit einsatzbereit ist.“ Auf der Drupa sorgte die Karat jedenfalls für entsprechendes Interesse und momentan verfügt KBA über einen bereits beachtlichen Auftragsstand.



Die 74 Karat: Schon zwei Installationen in Österreich

dortigen KBA-Gelände und auch die zentralen Marketing- und Werbeaktivitäten werden ab sofort von Radebeul aus koordiniert. Auch vertrieben wird die 74 Karat über die angestammten KBA Kanäle. Für Österreich und das Gebiet des ehemaligen Jugoslawiens ist die KBA Mödling AG zuständig.

Die 74 Karat basiert, so wie die Heidelberg DIs auch, auf den mechanischen Qualitäten des klassischen Offsetdrucks mit einer maschineninternen Bebilderungseinheit auf Aluminiumplatten. Das Bebilderungssystem der Karat kann Rasterweiten von über 200 lpi erzeugen und die Druckgeschwindigkeit beträgt 10.000 Bogen im Format 52 x 74 cm pro Stunde. Während man bei Heidelberg den Weg ging, eine bereits vorhandene klassische Druckmaschine mit digitalen Bebilderungseinheiten zu versehen,


Auch in Österreich wurden mittlerweile zwei Maschinen installiert; eine bei PPZ, die andere bei Schreier & Braune, beide Unternehmen in Wien. Auf der Drupa wurden noch weitere Vorvereinbarungen mit österreichischen Druckern geschlossen, auf weitere Installationen kann man also gespannt sein. Kurt Hochenjec in Mödling ist jedenfalls von den Marktchancen seiner Maschine überzeugt. „An die zehn Maschinen“ so seine eigenen Vorgaben, seien nach einer gewissen Anlaufphase das jährliche Marktpotential. Anlaufphase deshalb, weil, so meint auch Hochenjec, seine 74 Karat eine eigene Zielgruppe hätte, nämlich Firmen, die mit Druck bisher nichts am Hut gehabt hätten „und da müssen wir uns erst neu orientieren“. KBA Verkaufsprofi Leopold Ramming hat derzeit wohl jede Menge zu tun, um die neue Kundenschaft kennenzulernen.

monitor-direkt.at



- Kauf direkt beim Hersteller
- Lieferung frei Haus
- 36 Monate Garantie inkl. On-Site-Service
- SPAREN 



- SPAREN 



- SPAREN 

