

Business-

für einen wirtschaftlichen On-

Im Digitaldruckmarkt herrscht derzeit eine Diskrepanz zwischen dem, was der 4-Farb-Druck kostet, und dem, was die meisten Verbraucher von Geschäftsdrukken dafür zu zahlen bereit sind.



Eine ganze Reihe heute in Schwarzweiß gedruckter Geschäftsanwendungen – Gebrauchsanweisungen, Berichte, Promotionsmaterialien, Präsentationen, Protokolle, Handbücher – würde bei günstigeren Preisen in Farbe gedruckt werden.

Und diese Drucksachen wären in Farbe auch effektiver, wirkungsvoller und hätten einen höheren Erinnerungswert.

Die Entwicklung digitaler Farbtechnologien zielt demnach in die richtige Richtung. Die Druckgeschwindigkeiten werden höher, die Druckqualität besser und die Kosten langsam niedriger.

Digitaler Farbdruck heute

Heute ist der digitale Farbdruck einerseits gekennzeichnet durch ein hohes Aufwuchsleistungswachstum, andererseits finden sich zu wenig Nutzung der Druckmöglichkeiten mit variablen Daten durch die Annahme, dass digitale Farbdrucke Luxus sind. Derzeit produziert der US-Markt jährlich 20 Milliarden digitale Farbseiten auf 15 000 digitalen Farbdruckmaschinen. Zwar wird sich diese Auflage in den nächsten 3 Jahren voraussichtlich verdoppeln, aber der Anteil digitaler Farbdrucke an der Gesamtauflage im weltweiten Druck und Publishing liegt immer noch bei unter 5%. Sinkende Auflagen und die wachsende Zahl von Dokumenten in verschiedenen Versionen haben dazu geführt, dass sich immer mehr Druckvolumina vom Offset zum digitalen Farbdruck verschieben. Das Wachstumspotenzial für den digitalen Farbdruck ist enorm. Aber es gibt auch verschiedene Hemmfaktoren.

Befragte Druckeinkäufer weisen darauf hin, dass der größte Hemmfaktor für stärkeres Wachstum die relativ hohen Druckkosten seien. Die meisten Druckbetriebe ziehen einen digitalen Druck für Auflagen von mehr als 1 000 Stück gar nicht erst in Betracht. Wenn die Druckkosten weiter fallen, werden auch längere Druckläufe

machbar und mehr Seiten zum digitalen Farbdruck übergehen. In der Zwischenzeit wird Farbe für die meisten Geschäftsdrukke immer noch als Luxus betrachtet, weshalb die Auflage für digitale Schwarzweißdrucke weiter rasant steigt. Eine digitale Farbseite ist immer noch 6- bis 10-mal teurer als ihr schwarzweißes Gegenstück.

„Eine ganze Reihe der heute in Schwarzweiß gedruckten Anwendungen würden bei günstigeren Preisen in Farbe gedruckt werden.“

Ein 2. bedeutender Hemmfaktor ist die nur schleppende Nachfrage nach personalisierten Drucken mit variablen Daten. Heute wird

der digitale Farbdruck vor allem für die Ausführung von Aufträgen in kleinen Auflagen eingesetzt. Dabei wird der Wert des variablen Datendrucks (noch) gar nicht erkannt. Bisher sehen nur 7% der Druckereien und Servicebüros den variablen Datendruck als eine Vertriebsmöglichkeit und noch weniger sind wirklich darauf vorbereitet, einen derartigen Service anzubieten. In vielen Fällen haben Unternehmen, die eine Kommunikation über variable Datendrucke in Betracht ziehen würden, keine ausreichend robusten Kundendatenbanken, um diese Möglichkeit zu nutzen.

der digitale Farbdruck vor allem für die Ausführung von Aufträgen in kleinen Auflagen eingesetzt. Dabei wird der Wert des variablen Datendrucks (noch) gar nicht erkannt. Bisher sehen nur 7% der Druckereien und Servicebüros den variablen Datendruck als eine Vertriebsmöglichkeit und noch weniger sind wirklich darauf vorbereitet, einen derartigen Service anzubieten. In vielen Fällen haben Unternehmen, die eine Kommunikation über variable Datendrucke in Betracht ziehen würden, keine ausreichend robusten Kundendatenbanken, um diese Möglichkeit zu nutzen.

Der digitale Farbdruck morgen

Im Druckmarkt von morgen wird der digitale Farbdruck durch kürzere Druckläufe mit zunehmend schnelleren Lieferzeiten, einer Verschmelzung von Datenzentren und Grafikmarkt und einem neuen Preis-Leistungs-Verhältnis für den wachsenden Bereich Personalisierung gekennzeichnet sein. Von den großen kommerziellen Druckbetrieben wird in vielen Punkten erwartet, dass sie wie kleinere, reaktionsfähige Schnelldruckereien handeln, was zu stärkerer Konkurrenz zwischen diesen beiden führt. Die alten Definitionen der Druckbetriebe werden nicht mehr gültig sein, denn die jetzigen Drucksachenanbieter werden zu Anbietern von Dienstleistungen rund um Inhalte, zu denen auch der Druck gehört.

Die immer schnellere Bereitstellung von Informationen wird Druckanbieter zwingen, immer kürzere Produktionszeiten für Druckeinkäufer anzubieten. In der vernetzten Welt von morgen veralten Informationen schneller und verlieren damit rasant an Bedeutung. Die stetig wachsende E-Infrastruktur wird die weitgehende Automatisierung einiger Geschäftsprozesse mit sich bringen und damit einige Druckkategorien überflüssig machen. Die verbleibenden Druckanwendungen werden wahrscheinlich in kleineren Auflagen und nach Bedarf (On-Demand) für bestimmte Zielgruppen produziert, denn auch die Abfallvermeidung spielt eine größere Rolle.

Man stelle sich das Beispiel vor, dass wir elektronisch Milliarden von Dokumenten aussenden, die vielleicht niemals gedruckt werden. Die Zeit zwischen der Datenaufbereitung und deren Konsumierung ist auf einen Bruchteil reduziert. Oder man denke an die Möglichkeit, ein Datenpaket während der Übertragung in Echtzeit über eine Online-Benutzeroberfläche verfolgen zu können. Bald wird es möglich sein, praktisch schon während der Datenaufbereitung auf Informationen zuzugreifen. Die Konsequenz daraus ist, dass Druckeinkäufer ihre Dokumente immer häufiger überarbeiten und in letzter Minute verändern werden wollen. Während der Druckeinkäufer heute mit der Wirtschaftlichkeit der Bestellmengen kämpft und verschiedene Versionen seiner Dokumente verwalten muss, wird der Druckeinkäufer von morgen auf On-Demand-Druck und variable Daten setzen. Die Modelle für die Veröffentlichung und Verteilung von Marketingmaterialien, Direkt-Mailings, Zeitschriften, Büchern und anderen Druckanwendungen werden sich verändern. Im Markt von morgen wird das Distribute-and-Print-Modell weit verbreitet sein.

Die Revolution im Bereich Customer-Relationship-Management (CRM) wird letztendlich umfangreiche Kundendatenbanken und das für einen effektiven 1:1-Druck erforderliche Daten-Mining mit sich bringen.

Color

-Demand-Digitaldruck in Farbe

gen. Die Grundlagen der Personalisierung funktionieren bereits und wir warten nur noch darauf, dass die Datenbanken mithalten können. Die Investitionsrentabilität pro gedrucktem Produkt macht dann einen großen Wertsprung, wenn die Relevanz für den Kunden oder Endverbraucher erhöht werden kann. Die Print-on-Demand-Initiative hat in den letzten 2 Jahren 89 erfolgreiche Fälle stu-

diert (zugegeben, nicht alle Fälle sind gleich gut gestaltet) und festgestellt, dass die Rücklaufquoten bei personalisierten Promotionsdrucken um 54 bis 100% höher, die Reaktionszeiten geringer und die

„Langfristig wird der Preis für eine digital gedruckte Farbseite unter 10 Cent fallen, was die Druckindustrie verändern wird.“

Charles A. Pesko,
Managing Director, CAP Ventures

durchschnittlichen Bestellmengen größer sind. In absehbarer Zeit wird der effektive Einsatz variabler Daten den Druckmarkt und die Druckeinkäufer zum Mithalten

zwingen. Je eher die Kosten pro Farbseite sinken, umso eher werden Druckeinkäufer bereit sein mitzumachen. Es wird erwartet, dass die durchschnittlichen Einkaufskosten in den nächsten Jahren auf breiter Front zunächst unter

25 Cent und dann unter 10 Cent fallen.

Im Markt von morgen wird sich der Wert einer Drucksache verstärkt von der Druckproduktion auf die vorher notwendige Datenhandhabung und auf Content-Management verschieben. Mit dieser Verschiebung wird es zu einer Verschmelzung von Daten- und Druckzentren kommen. Im Bericht Xplor 2000 – 2001 Technology Directions ist zu lesen, dass 44% der befragten Unternehmen Datenzentren und unternehmensinterne Druckproduktionen zusammengelegt haben – ein starker Anstieg im Vergleich zu den Vorjahren.

Ursprünglich wurden Druckbetriebe aufgrund ihrer installierten Geräte kategorisiert. Ihre Markenzeichen waren eher die Art der Geräte als die hergestellten Druckanwendungen oder -produkte. Aber mit den vielen Zusammenlegungen in der Industrie werden weniger Druckereien auf dem Markt tätig sein, die mehrere Produkte und Dienste anbieten. Die Druckbetriebe, die in der Zukunft überleben und wachsen wollen, werden zusätzlich zur eigentlichen Druckproduktion auch Daten- und Inhaltsdienste anbieten. Sie werden neue Technologien einsetzen. Sie werden neben Print-on-Demand auch Content-on-Demand bereitstellen. Je stärker die Druckhardware zur Gebrauchsware wird, umso kunden- und inhaltsorientierter werden Druckbetriebe sein. ■

The Next Generation Digital Color On Demand Printing Opportunity, Studie mit mehreren Kunden von CAP Ventures, März 2002, S. 13. Digital Printing Market Potential 2001-2005 von InterQuest geht davon aus, dass im US-Markt die jährlich produzierten Seitenaufgaben auf digitalen Farbdrucksystemen von 2,6 Milliarden im Jahr 2000 auf 44 Milliarden im Jahr 2005 wachsen und jetzt installierte 40+ ppm-Systeme im gleichen Zeitraum von 7200 auf 35 000 steigen werden (S. 22). Eine Umfrage von CAP Ventures für The Next Generation Digital Color On Demand Printing Opportunity erbrachte, dass 53% der Befragten glauben, dass der größte Hemmfaktor für den digitalen Farbdruck die hohen Kosten für Auflagen über 1000 Stück sind (S. 65).

Scitex Digital Printing mit aktiver Vorwärts-Strategie:

Business-Color

Im Druckmarkt der Zukunft wird sich die Druckindustrie überwiegend konzentrieren auf

- ▶ digitale Farbtechnologien für den variablen Datendruck und eine effektive persönliche Kommunikation,
- ▶ den Druck in hohen Geschwindigkeiten, der einen hohen Durchsatz mit sich bringt und
- ▶ niedrige Kosten pro Seite, mit denen Druckläufe von mehr als 1000 Stück und ein variabler Datendruck möglich werden.

Scitex Digital Printing sieht sich mit seiner Business-Color-Strategie in der Lage, die Lücke im digitalen Farbdruckmarkt zu schließen. Business-Color bezeichnet die Schnittstelle, an der sich hohe Druckgeschwindigkeit, niedrige Seitenkosten und eine für Geschäftsdrucke geeignete Druckqualität treffen. Die Druckmöglichkeiten mit Business-Color basieren auf der VersaMark-Technologie von Scitex Digital Printing.

Geschäftsdrucke wie Gebrauchsanweisungen, Berichte, Promotionsmaterialien, Präsentationen, Protokolle, Handbücher und mehr, die derzeit noch als günstige Schwarzweißdrucke oder im Offsetverfahren auf Vorrat gedruckt werden und im Lager schnell veralten, können nach Bedarf in Farbe gedruckt werden. Und die Kosten pro Seite liegen 2- bis 3-mal niedriger als aktuelle Alternativen. Die Lücke zwischen dem, was Farbe heute kostet und was die meisten Kunden zu zahlen bereit sind, kann damit geschlossen werden. Und gemischte Geschäftsdrucke (schwarzweiß mit einigen Farbseiten) können kostengünstig und effizient auf dem gleichen System ohne manuelles Eingreifen gedruckt werden.

Druckanbieter in der ganzen Welt setzen heute auf diese Technik, um ihren Kunden einen Mehrwert für verschiedenste Anwendungen in den Bereichen Grafik und Datenzentren zu schaffen. Einer dieser Druckanbieter bot ursprünglich nur für Topkunden farbige Berichte und Auszüge an. Dann beschloss er, zu den gleichen Kosten wie für einen traditionellen digitalen Farbdruck auf Business-Color zu setzen und allen Kunden eine Kommunikation in Farbe zu ermöglichen. Was ist der Nettoeffekt? Mehrwert in der Druckkommunikation, während der Markt von heute die Trends von morgen annimmt.

Auflagen werden kleiner, da Jobs oft in mehreren Versionen und nach Bedarf gedruckt werden. Die VersaMark-Technologie erfüllt alle Anforderungen an kleine Auflagen und ist schnell genug, um enorme Kapazitäten zu bieten. Der Mehrwert heute ist eine effektive Kommunikation, überzeugende Aussagen, besseres Leserverständnis, reduzierte Reaktionszeiten, höhere Rücklaufquoten und letztendlich eine höhere Loyalität und Zufriedenheit unter den Druckkonsumenten.