

Interview mit Peter Wolff, Vice President PPP, EMEA Commercial Printing bei Canon

Qualitätsoptimierung im Fokus

Canon hat in den Mittelpunkt der diesjährigen Hunkeler Innovationdays seine Highend-Digitaldrucklösungen und automatisierten End-to-End-Lösungen gerückt. Wir sprachen mit Peter Wolff, Vice President Production Printing Products, EMEA Commercial Printing bei Canon, über neue Geschäftsmodelle und vielfältige automatisierte Anwendungsmöglichkeiten.



Peter Wolff, Vice President Production Printing Products (PPP), EMEA Commercial Printing bei Canon

Welche Trends sehen Sie aktuell am Markt und mit welchen Lösungen möchte Canon seine Kunden dabei unterstützen, erfolgreich im Druckmarkt zu agieren?

Mit Blick auf die jüngsten Entwicklungen unserer Kunden rechnen wir damit, dass wir in den kommenden Jahren eine regelrechte Renaissance des Drucks erleben werden. Natürlich sehen auch wir, dass einige Druckvolumen verloren gehen, die mit einem Mal ausschließlich digital abgewickelt werden, doch wir stellen auch fest, dass es sehr viele Segmente und Kunden gibt, die wieder zum Druck zurückkehren. Die Gründe dafür sind sicherlich vielfältig, doch ich bin überzeugt, dass die verbesserte, offset-ähnliche Qualität, die hohe Wertigkeit des Printprodukts und die damit einhergehende höhere Responsequote maßgeblich zu dieser Entwicklung beitragen. Außerdem haben sich im Zuge der fortschreitenden Automatisierung auch die Reaktionszeiten des Mediums Print deutlich verbessert. Dies trägt sicherlich ebenso zu einer verstärkten Rückbesinnung auf das Drucksegment bei.

Wer als Druckdienstleister in diesem Sektor jedoch mit dem Digitaldruck Erfolg haben möchte, benötigt speziell im Marketing eine bessere Druckqualität als zuvor. Und genau das ist es, was wir in Luzern anhand unserer drei Demo-Maschinen präsentiert haben. Sowohl für die Océ ProStream 1000, die Océ Vario-

Print i300 als auch die Canon imagePRESS C10000VP haben wir wesentliche Elemente zur Qualitätssteigerung ergänzt und verbessert.

So haben wir auf den letzten Hunkeler Innovationdays die ProStream 1000 zwar vorgestellt, hatten zu diesem Zeitpunkt jedoch noch keine im Markt platziert. 2017 wurden die ersten Systeme zunächst an besonders ausgesuchte Kunden ausgeliefert, bei denen wir diejenigen Applikationen, die wir für diese Lösung ausgewählt hatten, auch gezielt abdecken und erproben konnten. Unsere Ambition war es, möglichst nahe an die Offsetqualität heranzureichen, denn dies ist in der Vergangenheit im Inkjetdruck stets ein sehr großes Thema gewesen. Die Inkjet-Systeme haben zwar von ihrer hohen Geschwindigkeit profitiert, doch aufgrund der eingeschränkten Medienauswahl und ihrer geringeren Druckqualität nicht auf breiter Front überzeugt. Daher hatten wir mit der ProStream 1000 die klare Zielsetzung, eine gleichwertige Offsetqualität zu erzielen und unseren Kunden so die Möglichkeit zu bieten, Volumen vom Offset auf unser System zu verlagern, ohne dass ein Qualitätsverlust damit einhergeht, und ihm außerdem gleichzeitig – unabhängig vom Offset – neue Geschäftsfelder zu eröffnen.

In den vergangenen 18 Monaten haben wir sehr viel von und mit unseren

Kunden gelernt. Diese Erfahrungen und Erkenntnisse fließen natürlich in die Weiterentwicklung unserer Lösungen mit ein. So haben wir in diesem Jahr in Luzern beispielsweise ein Update für eine Qualitätsverbesserung bei der ProStream 1000 präsentiert. Unter der Prämisse vor allem eine Qualitätssteigerung und eine Erweiterung der bedruckbaren Medienauswahl zu verwirklichen, haben wir die Océ ProStream u.a. um eine neue optionale In-line-Qualitätskontrolle erweitert. Eine im System installierte Hochgeschwindigkeitskamera liefert auf Basis festgelegter Erkennungsmuster Rückmeldungen über die Druckqualität inklusive einer Überwachung der Düsenfunktion, die eine gleichbleibend hohe Druckqualität gewährleistet. Neben der Handhabung dynamischer variabler Formatlängen bietet die Océ ProStream durch ihre verbesserte Papiertransport- und Trockenstation nun auch die Möglichkeit, mit einer noch breiteren Materialvielfalt zu arbeiten, die Papiere bis zu 300 g/qm unterstützt. Durch diese zusätzlichen Features versetzen wir unsere Kunden in die Lage, eine größere Bandbreite unterschiedlicher Anwendungen wie Postkarten, Kataloge oder Zeitschriften zu produzieren.

Neben unserer Zielsetzung, den Kunden ein Maximum an Druckqualität anzubieten, geben wir ihnen zusätzlich umfangreiche Hilfestellungen bei der Weiterentwicklung ihrer Geschäftsmodelle.

Ich weiß, dass sich mit dieser Aussage viele Hersteller profilieren, doch bei uns sind dies keine leeren Worthülsen. Wir veranstalten zu diesem Zweck zahlreiche Workshops, Business Builder Programme und offerieren viele verschiedene Plattformen für den gegenseitigen Austausch. Ein besonders erfolgreiches Beispiel verkörpert unser Future Book Forum, das sich auf breiter Front etabliert hat und mittlerweile einen wesentlich höheren Zuspruch erhält, als wir es je erwartet hätten. Spannend ist für mich in diesem Zusammenhang, dass wir nicht nur die Druckereien erreichen, sondern auch diejenigen, die für uns auf einer anderen Ebene ebenso existenziell sind: nämlich die Entscheider der großen Unternehmen und Marken, die sich bei uns darüber informieren, was technologisch heute überhaupt alles möglich ist.

Welche Anwendungen fokussieren Sie konkret?

Zum einen sind dies natürlich Bücher, doch wir können mit unseren Systemen auch ganze Kampagnen abwickeln. Wir haben auf den Innovationdays am Beispiel des hochwertigen Bildbandes „Speed“ gezeigt, was für eine beeindruckende Qualität mit unserer ProStream 1000 zu erzielen ist. Abgerundet wurde dies durch entsprechend begleitende Promotions- und Merchandisingmaterialien, die allesamt auf unseren hier ausgestellten Lösungen produziert worden sind. Anhand dieses Fotobuchs wollen wir aufzeigen, wie eine erfolgreiche Kommunikationskampagne im Printsegment aussehen kann. Hierzu gehören beispielsweise auch Kalender, Zeitschriften, Broschüren, Hefte, Flyer, Postkarten, Premium-Direct-Mailings sowie Poster und Rechnungen – kurz gesagt, ein Komplettpaket zur Vermarktung des hochwertigen Fotobandes. Wir wollen aufzeigen, dass man sich in diesem Bereich als Druckdienstleister nicht nur auf das eine Hauptprodukt konzentrieren sollte, sondern vielmehr den Versuch starten muss, passende Spin-off-Produkte wie beispielsweise Magalogs oder Collectables zu generieren.

Und obgleich zum Ausklang des vergangenen Jahres noch die Einstellung des Otto-Katalogs von sich reden machte, glaube ich persönlich durchaus an gute Chancen im Katalogdruck, wenn man ihn personalisiert oder zumindest individualisiert. Ein gelungenes Beispiel bildet hier die Eversfrank-Gruppe. Dieser Kunde

hat eine ProStream 1000 installiert, um damit den Umschlag des bonprix-Katalogs zu individualisieren. Der Katalog an sich wird zwar nach wie vor im Offsetverfahren produziert, doch die Individualisierung des Umschlags sorgt bei bonprix für einen spürbar höheren Umsatz. Gleichzeitig bescheinigt uns dieses erfolgreiche Hybridprodukt, dass die Druckqualität unserer ProStream 1000 der des Offsetdrucks in nichts nachsteht, denn ein qualitativer Unterschied zwischen Umschlag und Inhalt ist nicht auszumachen.

Wie stark konkurrieren in diesem Bereich Online-Marketingstrategien mit gezielten Mailingaktionen?

Dies ist ein spannendes Thema, besonders mit Blick auf die neuen Ansatzweisen und Geschäftsmodelle für den Umgang mit abgebrochenen Warenkörben. Wenn man heute eine Online-Kampagne startet und in ihrer gesamten Struktur durchexerziert, benötigt man dafür 48 Stunden. Dies entspricht exakt dem gleichen Zeitfenster, das wir heute auch im Druck benötigen. D.h. durch eine umfassende Automatisierung des Workflows und der Produktion können Druckdienstleister heute innerhalb von ein paar Stunden nach Abbruch des Warenkorbs den Druck und den anschließenden Versand anstoßen, sodass die entsprechenden Mailings ein bis zwei Tage später beim Kunden sind. Durch einen entsprechenden Automatisierungsgrad hat man heute die Chance, mit dem Druck so zu arbeiten, wie man es bis dato nur online konnte. Konkret bedeutet dies: Alles, was online möglich war, ist heute auch im Druck möglich. Dies ist natürlich mit anderen Kosten verbunden, aber auch mit einer anderen Wertigkeit. Und diese gesteigerte Wertigkeit erzielt einen höheren Wirkungsgrad, der – gezielt eingesetzt – die zusätzlichen Kosten kompensieren kann. Eine gezieltere und cleverere Kundenansprache gegenüber einem ungefilterten Anschreiben von Bestandskunden kann zu einer deutlich höheren Responserate führen.

Viele Marken haben Schwierigkeiten, ihre Kunden allein über digitale Kanäle anzusprechen. Dank der Digitaldrucktechnologie steht Print digitalen Angeboten in puncto Distribution personalisierter Inhalte in Echtzeit in nichts nach. Marketingspezialisten können so dynamische Markenkampagnen durchführen, Buchproduzenten können mit ihren Kun-

daten maßgeschneiderte Inhalte entwickeln. Wir arbeiten eng mit unseren Kunden zusammen und zeigen, wie Print einen Mehrwert bietet und neue Wachstumsmöglichkeiten eröffnet. In Summe bedeutet dies: Werbekampagnen, die Print und bestehende Daten in Echtzeit nutzen, erhöhen dank maßgeschneiderter Kommunikationsangebote erheblich ihre Resonanz.

Automatisierung war das große, vorherrschende Thema auf den diesjährigen Hunkeler Innovationdays. Welche Lösungen hält Canon für seine Kunden diesbezüglich bereit?

Automatisierung ist ein entscheidender Beitrag zum Geschäftserfolg. In enger Zusammenarbeit mit starken Partnern wie Hunkeler entwickeln wir intelligente End-to-End-Lösungen, die in Hinblick auf Effizienz und Rentabilität vorbildlich sind. Die Marktdynamik ändert sich, zeitgemäßes Direktmarketing muss deshalb immer einen Schritt voraus denken. Egal ob ein einziges Buch oder innovative Mailings: Automatisierung ermöglicht neue Geschäftsmodelle, dank derer unsere Kunden kreativer sein können und spannende neue Produkte und Dienstleistungen anbieten können.

Sämtlichen in Luzern vorgeführten Live-Demonstrationen lagen daher die PRISMA-Workflow-Lösungen zugrunde, die von der Dateneingabe und Druckvorstufe über das Produktionsmanagement bis hin zum Workflowdesign alle Anforderungen abdecken, die Industriekunden an die Druckherstellung haben. Mit Hilfe der PRISMA-Workflow-Lösungen lassen sich die Vorteile der Automatisierung über den gesamten Produktionsprozess hinweg voll ausschöpfen.

Wie autonome Prozessabläufe aussehen können, haben wir u.a. anhand der Océ VarioPrint i300 mit dem neu eingeführten Bogenverarbeitungssystem Hunkeler DocuTrim vorgeführt. Der multifunktionale Workflow ermöglicht das automatische Schneiden, Perforieren und anschließende Stapeln der Materialien. Ebenfalls eindrucksvoll war die Leistung unserer Océ ProStream in Verbindung mit der Hunkeler Generation 8. Die Finishing-Linie für die Cut-to-Stack-Produktion liefert Anwendungen wie Poster und Zeitschriften in Echtzeit.

Herr Wolff, wir danken Ihnen vielmals für das interessante Gespräch!