

Interview mit Barbara McManus, VP und GM von HP PageWide

Die Zukunft des digitalen Buchdrucks

HP hat auf der Dscoop Europe gezeigt, wie das Unternehmen sein vernetztes Nonstop-Digitaldruck-Ökosystem stärkt und Druckdienstleister bei der Skalierung und ihrem Wachstum unterstützt. Wir sprachen mit Barbara McManus, VP und GM von HP PageWide, über die Entwicklungsstadien der PageWide-Systeme sowie die Vorzüge der jüngsten Konfiguration für Verlagsanwendungen, die Kunden aus diesem Segment dabei unterstützen soll, die digitale Transformation noch schneller zu meistern.

Seit der Vorstellung der ersten PageWide Maschine sind mittlerweile 18 Jahre vergangen. Seither hat sie sich erfolgreich im Markt etabliert. Worauf gründet dieser Erfolg, der mittlerweile erwachsen gewordenen Technologie? HP hat 2008 den Prototypen auf der drupa erstmalig vorgestellt und 2009 seine erste Maschine an O'Neill Data Systems verkauft. Sie wurde im Dezember ausgeliefert, und bereits im Januar 2009 wurde sie erfolgreich in Betrieb genommen. Sie hat sich bei O'Neill Data Systems mehr als bewährt, und das Unternehmen zählt nach wie vor zu unseren Kunden. Sie haben unsere ersten beiden PageWide-Systeme gekauft und eine davon wurde erst letztes Jahr außer Betrieb genommen, die zweite läuft nach wie vor reibungslos.

17 Betriebsjahre und darüber hinaus untermauern eindrucksvoll, wie solide und robust die PageWide-Systeme konzipiert sind und belegen, über welchen langen Zeitraum sie absolut zuverlässig die Produktion sichern. Die Langlebigkeit unserer Druckmaschinen ist eine Besonderheit in unserer Branche. Wir haben bei ihrer Entwicklung dar-



Barbara McManus, VP und GM von HP PageWide

auf geachtet, sie so zu konstruieren, dass sie für einen langen Produktionsbetrieb ausgelegt sind – durchaus eine Herausforderung, denn die Offsetmaschinenhersteller verfügten uns gegenüber über eine Jahrzehnte längere Erfahrung. Doch wer einen Ersatz für den Offsetdruck offerieren möchte, muss nicht nur hinsichtlich der Qualität und Produktivität überzeugen, sondern diese Investition auch auf lange Zeit absichern.

Dies ist uns eindrucksvoll gelungen, und so kann ich mit Stolz sagen: 95 % der Druckmaschinen, die wir in den letzten 18 Jahren installiert haben, befinden sich nach wie vor im Einsatz. Der Grund dafür besteht in einem unserer wichtigsten Leitbilder, das wir bereits sehr früh definiert haben: Unsere Maschinen müssen konsequent aufrüstbar sein, um unseren Kunden die größtmögliche Investitionssicherheit zu garantieren und flexibel auf sich ändernde Anforderungen des Marktes zu reagieren. Diese Devise markiert einen der Grundpfeiler des Erfolgs unserer PageWide-Systeme.

Wir wollten unter allen Umständen vermeiden, dass Kunden – ähnlich wie beim Kauf eines neuen Handys – überlegen, ob sie jetzt kaufen oder auf ein neues Release warten, das vielleicht interessantere Funktionen mit sich

bringt. Bei einer Investitionsgröße im Wert von mehreren Millionen Dollar können wir es uns als Maschinenhersteller nicht erlauben, dass der Kunde seine Investition bereut, weil die nächste Generation über für ihn attraktivere Funktionen verfügt, die er aber nicht nutzen kann. Daher sind unsere Systeme so konzipiert, dass sie mit den Bedürfnissen unserer Kunden mitwachsen. Indem wir dafür Sorge tragen, dass neue Technologien mit den bereits installierten Systemen kompatibel und nachrüstbar sind, sorgen wir dafür, dass unsere Kunden flexibel agieren können. Diese Philosophie ist wesentlicher Teil unserer 18-jährigen Erfolgsgeschichte und hat sich sowohl für uns als auch unsere Kunden bewährt.

In welchen Märkten gelangen die PageWide-Systeme heute in erster Linie zum Einsatz?

Während unsere Wettbewerber früh in den Transaktionsmarkt eingestiegen sind, war HP früh im Verlagsmarkt mit Fach- und Lehrbüchern vertreten. Mein erstes Projekt bestand darin, codierte Bücher für den Bildungssektor zu ermöglichen. Flexibilität und schnelle Reaktionszeiten sind heute entscheidend in diesem Markt. Daher haben die Verlage ihre Strategien über-

dacht, um besser auf steigende Lager- und Versandkosten sowie wachsende Nachhaltigkeitsvorschriften reagieren zu können. Mittlerweile sind wir führend im digitalen Buchdruck. Diesen Markt adressieren wir mit der PageWide T490 Mono und der PageWide T500 MHD. Wir haben damit erhebliche Erfolge erzielt, wobei der Schwerpunkt auf „Book of One“ bzw. „Books on Demand“ liegt.

Ein Kunde möchte ein Buch, das schon lange nicht mehr gedruckt wird. Doch eine Lagerhaltung gibt es kaum noch. Es wird vielmehr gedruckt, was man braucht, wenn man es braucht. In den Distributionszentren der großen Online-Händler stehen heute Digitaldrucklösungen, die die Nachfrage gezielt bedienen und Bücher auf Abruf anbieten, indem sie dort unmittelbar vor Ort produziert werden.

HP war mit der 42 Zoll PageWide T490 Mono sehr erfolgreich, doch mit der 54-Zoll-Breite der PageWide T500 MHD können wir beim Formatieren wesentlich produktiver arbeiten. Die ersten beiden Mono-Systeme mit einer Breite von 1,38 m sind installiert. Die Druckmaschine arbeitet im Roll-to-Finish-Verfahren, d.h., die Rollen werden eingezogen und am anderen Ende kommen die fertigen Buchblöcke heraus. Bei den Weiterverarbeitungslinien arbeiten wir mit Magnum und manroland zusammen.

Wir sind mit unseren Fortschritten im Buchsektor und unserer Fähigkeit, Bücher sowohl in großen Auflagen als auch als Einzelexemplare zu drucken sehr zufrieden. Die Technologie hat sich so weit entwickelt, dass es heute möglich ist, rentabel ein Einzelexemplar zu drucken. Mit der HP PageWide T4250 HDR, die wir im vergangenen Jahr eingeführt haben, steht ein hochproduktives System bereit, das mit Produktionsgeschwindigkeiten von bis zu 244 m/min in Offset-Qualität und durch seine hohe Anwendungsvielfalt überzeugt. Mit ihr können wir uns erfolg-

reich auf die digitale Produktion kommerzieller Bücher in Farbe konzentrieren. Und wir sind überzeugt, dass dies langfristig ein lukratives Geschäft darstellt.

Mit der auf der Dscoop neu vorgestellten Konfiguration für Verlagsanwendungen, die dieselbe beispiellose Leistung bei noch geringerem Energieverbrauch, kleinerem Platzbedarf und geringeren Investitionskosten bietet, haben wir unser Portfolio nun strategisch erweitert. Mit ihr lässt sich die volle Leistung bei den Papiergewichten der kommerziellen Buchdruckmaschinen ausschöpfen.

Wie sieht es in punkto Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit mit Blick auf den digitalen Buchdruck aus?

Der wesentliche Aspekt ist meiner Ansicht nach folgender: Als die PageWide an den Start ging, wurden rund 40 % der gedruckten Bücher nie gelesen. Der Überschuss wurde entsorgt. Die Einbände wurden abgerissen, und die Bücher wieder zu Zellstoff verarbeitet. Dies ist so unwirtschaftlich und unökologisch wie nur möglich und macht schlichtweg unternehmerisch keinen Sinn. Dies ist weder nachhaltig noch ein gutes Geschäft. Doch ohne die Möglichkeiten des Digitaldrucks machte diese Vorgehensweise in soweit Sinn, weil die Kosten für Nachdrucke extrem hoch waren.

Angesichts der Marktverschiebung hin zu geringeren Auflagen, weniger Druck und mehr Vertrieb – insbesondere in Europa mit seinen vielen Sprachen – macht der Digitaldruck unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten in vielen Fällen weit mehr Sinn. Die Buchvorlieben fragmentieren sich immer weiter. Ich glaube also, dass viele dieser kleineren Unternehmen erkennen: Wenn wir nicht digitalisieren, werden wir nicht überleben. Vielleicht fangen sie nicht gleich mit einer PageWide an, sondern starten mit einer Indigo im kleineren Rahmen.

Wir erleben, dass sich eine neue Denkweise durchsetzt: Unsere Kunden kommen zu uns, weil sie erkennen, dass sie mit ihrer bisherigen Vorgehensweise nicht weitermachen und profitabel bleiben können. Das ist ein großer Schritt.

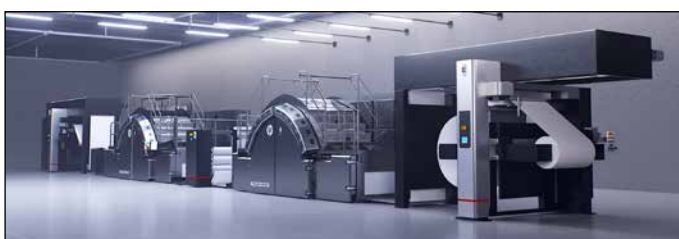
HP möchte seine Kunden dort abholen, wo sie gerade stehen. Wenn es sich bei dem Kunden um ein milliardenschweres Unternehmen mit umfangreichem IT-Software-Team handelt, schauen wir, wie sich unsere Druckmaschine an das anpassen lässt, was es an Workflow und Produktion bereits hat. Wenn es sich um ein kleines Familienunternehmen handelt, das noch komplett analog arbeitet und auf den Digitaldruck umsteigt – was eine enorme Investition und einen riesigen Sprung bedeutet –, dann helfen wir ihnen beim gezielten Aufbau eines neuen Workflows. HP hilft ihnen bei der digitalen Transformation nicht nur mit dem passenden Digitaldrucksystem, sondern mit einer durchgängigen Produktionslösung.

Gibt es darüber hinaus weitere Vorteile, die im Verlagswesen für den Digitaldruck sprechen?

Man ist erheblich flexibler aufgestellt. So ist es deutlich leichter, einen digitalen Druckauftrag regional zu verteilen. Wenn man für einen Offset-Auftrag 15 Sätze Druckplatten quer durch Europa schicken muss, um ihn vor Ort zu drucken und zudem die Farben abstimmen muss, ist dies alles andere als komfortabel. Beim Inkjetdruck mit unseren Systemen hat man hingegen den Vorteil, dass man das gleiche Druckergebnis erhält, wenn man die gleichen Einstellungen auswählt. Man erhält heute das gleiche Druckergebnis wie im nächsten Jahr, in den USA ebenso wie in Frankreich. Das ist ein wesentlicher Vorteil des Inkjetdrucks.

Dies zu verdeutlichen und bei Dienstleistern, die künftig auf den Digitaldruck setzen wollen, bewusst zu machen, ist ein wichtiger Aspekt, den es zu kommunizieren gilt. Beim traditionellen Offsetdruck müssen alle Dateien aufbewahrt und die Farben genau gemessen werden. Beim Inkjetdruck reicht es, die gleichen Einstellungen zu verwenden.

Frau McManus, wir danken Ihnen vielmals für das interessante Gespräch!



Die HP PageWide T4250 HDR ermöglicht die Produktion anspruchsvoller Aufträge mit höherer Geschwindigkeit in weniger Schichten.