

Editorial

Die Japaner zeigens: Hier geht die Post ab!

Die beiden Umschläge dieses Heftes sind mit einer imagePRESS C7000VP gedruckt. Mit diesem System will Canon in den bis anhin von den Amerikanern dominierten Markt der digitalen Farbproduktionssysteme eindringen. Wie stark diese Dominanz bisher war, demonstrieren auch die Publisher-Covers, welche seit Anfang 2005 digital produziert werden. Bis Ende 2006 war diese anspruchsvolle Aufgabe – es geht immerhin um Auflagen zwischen 8000 und 10000 Exemplaren – den grossen Produktionssystemen HP indigo, Kodak Nexpress und Xerox iGen3 vorbehalten.

Im letzten Jahr brachte dann Konica Minolta mit dem bizhub PRO C6500 von unten, das heisst mit einem Einstiegsproduktionssystem, Bewegung in den Markt.



Und jetzt, wo mit Canon das zweite japanische Unternehmen kräftig mitmischet, meldet mit Ricoh schon der nächste Nippon-Grosskonzern seine Ansprüche an: Nicht weniger als 30% Marktanteil will Ricoh im Jahr 2010 bei den Einstiegsproduktionssystemen für sich beanspruchen. An der Drupa soll das

erste entsprechende System, die Ricoh Pro 900 mit einer Druckleistung von 90 Seiten pro Minute, erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt werden (siehe Seite 18).

Das Engagement der Japaner ist ein deutliches Indiz dafür, dass sich mit dem digitalen Produktionsdruck ein sehr lukrativer Markt öffnet. Denn anders als die Amerikaner, die schnell einmal in neue Märkte vorstossen – und sich ebenso schnell davon zurückziehen, wenn es nicht so läuft –, agieren die Japaner sehr überlegt und mit akribischer Planung über einen Zeithorizont von bis zu zehn Jahren. Dass die japanischen Konzerne Canon, Konica Minolta und jetzt auch Ricoh hier mit vollen Händen investieren, heisst deutsch und deutlich: Hier geht künftig die Post ab!

Das wachsende Digitaldruckvolumen ist also der Futtertopf, welcher immer mehr Systemanbieter anlockt und die technologische Entwicklung vorantreibt. Die Drupa 2008 wird eine Digitaldruck-Drupa sein in dem Sinn, als es in keinem anderen Bereich auch nur annähernd so viele Innovationen geben dürfte. Da ist es absehbar, dass wir mit unseren sechs Publisher-Ausgaben pro Jahr Mühe haben werden, alle kommenden Digitaldrucksysteme zum Zug kommen zu lassen. So müssen wir das mit dem doppelten Umschlag vielleicht beibehalten ...

Martin Spaar