

# Tinte oder Toner?

Beim Vollfarb-Rollendruck feiert die Inkjet-Technik ein Comeback.

Von den Büroanwendungen aus betrachtet schien die Sache schon seit Jahren geklärt: Inkjet ist etwas für Privatleute, und Laserdrucker gehören ins Büro. Die Situation in den großen Output-Zentren schien diese Weichenstellung zu bestätigen: Ob Mailings auf der Rolle personalisiert und adressiert wurden oder es um Endlos-Rechnungsdruck ging: Bei den Platzhirschen Océ, Xerox und Xeikon wurde elektrofotografisch gedruckt, also mit Toner.

Jetzt kommt der Vollfarb-Rollendruck und revolutioniert unter dem Schlagwort Transpromo sowohl die Mailing- als auch die Transaktionsdokumenten-Produktion. HP und Screen, Infoprint Solutions und Océ präsentieren ein Hochleistungsaggregat für den kontinuierlichen Vollfarb-Datendruck nach dem nächsten – mit der Inkjet-Technik als schnelle, preiswerte Alternative.

## Vom Digitaldruck zum Digitaldruck 2.0

Der Schwarzweiß-Digitaldruck, also die Technik, eine Drucktrommel auf Basis

von Computerdaten elektrostatisch aufzuladen, bestimmte Areale elektrostatisch zu pudern und das Ergebnis auf Papier abzudrucken, ist ein über dreißig Jahre alter Hut. Die Technologie sorgte dafür, dass zigtausende von rasselnden Nadel- und Kettendruckern in Büros und Rechenzentren unter dem Jubel gequälter Anwender auf den Müll landete. Rund zehn Jahre später kamen die ersten Rollen-Laserdrucker, deren Nachfahren bis heute für die Produktion der meisten Transaktions-Dokumente verantwortlich sind.

Wer bis heute von Digitaldruck spricht, meint damit eigentlich die direkte Umsetzung von digitalen Printfiles in vollfarbige, fotorealistiche Drucke. Hier konkurrieren Tinte und Toner von Anfang an miteinander. Wo der Large-Format-Digitaldruck das klassische Großfoto für Werbung und Präsentation ersetzt hat, da dominiert die Tinte, wo er im unteren Auflagenbereich dem Offsetdruck Umsätze wegnimmt, wird meist der elektrofotografische Druck angewendet.

Digitalfarbdruck in höchster Qualität gilt bis heute als teuer. Bei Kleinauflagen kam und kommt er zum Einsatz, weil die Offset-Rüstkosten (Druckplatten-Erstellung und Maschinen-Einrichtung) noch höher sind. Auf der anderen Seite wurde der kontinuierliche variable Datendruck fast nur in Schwarzweiß umgesetzt. Jetzt kommt der variable Vollfarb-Datendruck: Jedem seine individuelle, farbige Botschaft – als Werbeangebot oder als Transaktionsdokument: Digitaldruck 2.0 ist da. Und wieder konkurrieren Tinte und Toner miteinander.

## Neue Anwendungen – neue Drucksachen

Wenn man die Drucksachen und auch die Briefprodukte untersucht, die im Geschäftsverkehr eine Rolle spielen, dann gibt es eine ganz klare Trennung: Hier sind die Materialien zur Geschäftsanbahnung und dort die Unterlagen zur Geschäftsabwicklung. Vor dem Geschäft muss man sein Angebot möglichst schön darstellen und sich bei der Präsentationsqualität mächtig anstrengen. Wer das nicht persönlich im schönen eigenen Laden tun kann, der braucht auch schicke Broschüren, Kataloge und Werbemailings. Wenn das Geschäft erledigt ist, dann muss es nur noch ordentlich dokumentiert werden – mit einem fitzeln kleinen Kassenbono oder mit schwarzweiß gedruckten Auftragsbestätigungen, Lieferscheinen und Rechnungen. So war das bisher.

Natürlich wissen kluge Verkäufer, dass nach dem Geschäft gleichzeitig vor dem nächsten Geschäft ist. Deshalb halten sie dem Kunden beim Hinausgehen die Ladentür auf, und deshalb liegt heute fast jeder zweiten Rechnung ein hübscher Faltprospekt mit den neuesten Angeboten bei.

Die Chance der Output-, Lettershop- und Postprofis liegt heute darin, dass die Marketing- und Vertriebsabteilungen mehr wollen: Jeder Kunde, von dessen



POSTMASTERMagazin

In puncto Qualität steht der elektrofotografische Digitaldruck dem Offsetdruck in nichts nach.

Wünschen man irgendetwas weiß, soll sein ganz persönliches schriftliches und bebildertes Angebot per Post bekommen. Und weil man am meisten von den Kunden weiß, die schon regelmäßig gekauft und eine Rechnung erhalten haben, soll in Zukunft schon auf dieser



**Günstiger Vollfarbrollendruck mit Tinte beflügelt die Entwicklung von Transpromo.**

unten der nächste Produktvorschlag gedruckt werden, den das Unternehmen aufgrund der guten Geschäftsbeziehung am wärmsten empfehlen kann. Für die Erstellung des Briefprodukts bedeutet das: Es muss persönlich sein, auch farbig (denn sonst schaut niemand hin) aber preiswert und schnell. Und auch in hoher Auflage realisierbar, wenn sich das Unternehmen an ein breites Millionenpublikum wendet.

Die Technik, um so etwas zu realisieren, ist der kontinuierliche vollfarbige Datendruck. Grundsätzlich gibt es die Maschinen dafür seit einigen Jahren, aber erst jetzt werden sie in großem Stil eingeführt.

### Entweder Toner oder Tinte?

Klassischer elektrofotografischer Digitaldruck bietet heute enorme Druckqualität auf den unterschiedlichsten Materialien. Die Farben sind licht- und dokumentenecht, und zum Offsetdruck gibt es fast keinen Unterschied mehr. Nach wie vor gilt aber: Toner ist teuer. Außerdem gibt es für die Druckgeschwindigkeit physikalische Grenzen, die heute fast erreicht sind. Die schnellsten Maschinen schaffen 175 Zentimeter pro Sekunde;

weil mit jedem Druckvorgang die Vorlage statisch geladen, mit Toner versehen, abgedruckt, entladen und wieder neu aufgebaut werden muss, ist eine kaum noch überwindbare Grenze absehbar. Bei der Inkjet-Technologie ist man beim Bedruckstoff erheblich eingeschränkt, und das Druckergebnis hängt sehr stark von der Oberfläche des gewählten Materials ab. Dafür ist schon heute das Drucktempo fast doppelt so hoch wie bei der Toner-Technologie. Außerdem sind sich die Fachleute einig, dass der Hochleistungs-Tintendruck in seiner Entwicklung noch am Anfang steht. Schon heute sind die Druckkosten geringer, jedenfalls dann, wenn man Tinten auf Wasserbasis benutzt. Das schränkt natürlich die Druckqualität ein, außerdem die Wasserbeständigkeit und Lichtechtheit.

### Eine Technik mit Zukunft

Bei der neuen Kundenkommunikation per Post kommt es aber auf Individualität, Tempo und Kosten an, jedenfalls meistens. Das bedeutet, dass es für ordentliche, aber nicht überragend gute Farbdrucke beim Dokumenten- und Mar-

sondern auch Digitaldruck-Klassiker wie HP und Océ. Der US-Ressortleiter für Produktionsmaschinen von Océ, Mal Baboyian, fasst die Position seines Unternehmens zum neuen Technologie-Mix im Digitaldruck-Markt so zusammen: „Inkjet ist das richtige Verfahren für längere Läufe und die Alternative zum Offsetdruck bei Dokumentationen und Büchern, Zeitungen, Katalogen und vielen Arten von direkten Mailings. Der Toner, ob vom Blatt oder von der Rolle, bedient im niedrigeren Auflagenbereich denselben Markt. Hochleistungs-Inkjet im Produktionsdruck ist noch eine ziemlich neue Technologie, und je besser die Kunden sie kennen lernen, desto wahrscheinlicher wird es, dass erfolgreiche Drucker sowohl Inkjet- als auch Elektrofotografie-Maschinen nutzen werden, um die Kunden zu bedienen.“

Mit neuen Techniken hat sich der Digitaldruck auf den Weg gemacht. Individuelle Vollfarb-Kommunikation und großtechnische Realisierung sind jetzt miteinander vereinbart. Die Konsequenzen für die Briefkommunikation sind überhaupt noch nicht absehbar. Digitaldruck 2.0 führt zu Brief 2.0: Der



**InfoPrint 5000: schneller Hochleistungsdrucker mit Inkjet-Technologie**

ketingbotschaften-Output einen großen Markt gibt. Kein Wunder, dass nicht nur Neueinsteiger wie Infoprint Solutions/Screen auf die neue Technik setzen,

vollfarbige Inkjet-Rollendruck ist offenbar ein wichtiger Schlüssel zum Brief-Medium der Zukunft.

*bdw*