

Ofszet és digitális – az erős csapat

Andrew Tribute

Fordította: Keresztes Tamás

Ma már egyre gyakrabban találunk olyan nyomdát, ahol nem csak egy nyomtatási eljárást használnak. Legtöbb esetben a meghatározó ofszetnyomtatást egészítik ki íves digitális nyomtatással. Ez nyereségesebbé teszi kis példányszámok előállítását, és olyan új piacokat nyithat meg, ahol az ofszetnyomtatás nem versenyképes. Ilyen például a fotókönyvek, a „one to one” marketing változó tartalmú adatnyomtatási piaca, a reklámlevél, sőt az internet alapú szolgáltatások.

A hagyományos nyomdákban megszokott dolog, hogy az ofszet- és a digitális technológiához más-más workflow-t használnak, és hogy az alkalmazandó technológiát már az ajánlatkészítéskor eldöntik, és nem a gyártás elindításakor határozzák el. A jövőben, mint ahogy a drupa 2012 kiállításon láttuk, az lesz a trend, hogy a munkákat egy közös munkafolyamatban készítik elő, és a nyomtatási technológiát csak a gyártás időpontjában határozzák meg. Ahhoz, hogy ez megvalósulhasson, a két technológia végeredményének mind képminőségben, mind színben meg kell egyeznie.

A Heidelberg és a Ricoh partneri együttműködésének nyitányán, a düsseldorfi digi:media esemény vezértémája a HEI Flexibility márkanévre elkeresztelt közös workflow és a színegyezés volt. Ezt a mottót termékbemutatóval demonstrálták: egy golfesemény marketingcsomagjának egyes elemeit ofszet-, más részeit digitális nyomtatással készítették, külső megjelenésük mégis közel azonos volt.

A munkafolyamatok a közös színkezelésű Heidelberg workflow-ban készültek. A munka elkészítéséhez a workflow-ba integrálták a Heidelberg digitális inkjet csomagoló-nyomógépét és egyéb kikészítő gépeit. A Heidelberg Nagy-Britanniában azt is megmutatta, hogyan lehet kibővíteni a workflow értéknövelő lánc képességét: az online megrendelésekhez és a kommunikációhoz



*Az integrált Golf csomag
– Heidelberg/Ricoh Golf meghívó*

bekapcsolták a munkafolyamatba a Red Tie felhő alapú web to print szolgáltatót.

HOL HASZNÁLHATÓ LEGINKÁBB A DIGITÁLIS NYOMTATÁS?

A Heidelberg fenti példája a legjobb bizonyíték arra, hogy mit lehet tenni. Már sok nyomdánál láthatunk hasonló megoldásokat a legkülönbözőbb berendezésekkel. Különösen a kis példányszámú munkákat gazdaságosabb digitális eljárással elkészíteni, mint az ofszetnyomtatással. Ez jól példázza, miként jelentkezett a nyomda számára szükségszerűségként a digitális nyomtatás bevezetése a megrendelői igények teljesebb kielégítése és a nyereségesség érdekében. Itt az indokolja a technológiaváltást, hogy a kis példányszámú munkát nem gazdaságos ofszetnyomtatással kivitelezni. A digitális nyomtatás ma már mind minőségében, mind színvisszaadásában felveszi a versenyt a négyszínű ofszetnyomtatással.

Miközben a legutóbbi drupa-események központi témája a digitális nyomtatás volt, az ofszetnyomtatás is folyamatosan fejlődött; egyre hatékonyabb lett, és egyre inkább alkalmas kis példányszámú munkák elkészítésére. Néhány digitális nyomda felismerte, hogy érdemes be-

ruházni az ofszettechnológiába, ha ki akarja bővíteni a termékpalettáját. Ilyen esetben gyakran tapasztaljuk, hogy a digitális nyomda digitális ofszetgépet vásárol, például Presstek-berendezést. Ennek az az oka, hogy a digitálisnyomda-üzemek még nem rendelkeznek ofszetnyomatási ismeretekkel, és a Presstek D. I. gépeket majdnem úgy lehet értelmezni, mint egy digitális nyomtatót ofszetköltségekkel. Jeff Jacobsen, a Presstek elnök-vezérigazgatója ezt így magyarázza: „Van egy kifejezés, amit úgy hívunk, hogy a rések betömése. A vevők számára komoly gondot jelent, hogy a négyzsinés munkák 80%-ának példányszáma 5000 alatt van, és ezt elektrografófia eljárással nem lehet gazdaságosan előállítani, az inkjet pedig még nem áll rendelkezésre. 500 és 20 000 példányszám között a DI nyújtja az abszolút legjobb minőséget a legalacsonyabb, egy példányra jutó költség mellett.”

Hatalmas mértékben fejlődött az íves digitális nyomtatás az elmúlt évtizedben. Miközben a legnagyobb figyelem a nagyteljesítményű HP Indigo digitális nyomógépét kísérte, addig a Kodak és a Xerox a közepes és kis példányszámok területén hajtott végre fejlesztéseket. A kis példányszámú gyártás területének legújabb bejelentése a Canon és az Océ jól bevált technológiájára épülő, közösen fejlesztett újgenerációs nyomtatója. Új funkciók is megjelentek a nyomtatókban. Ilyen például az ötödik nyomómű, amellyel bevonatot vagy lakkot lehet felvinni a hordozóra. Erre mutat példát a Xerox 1000 Color Press, amely transzparens száraz festékkel képes formalakkozásra vagy különleges hatások elérésére. Hasonló funkcióval rendelkezik a Kodak Nexpress is. Nagyobb ívméretekre is találunk példát. A Xerox iGen4 EXP akár 66 cm hosszú íveket is képes nyomtatni, ami jelentősen szélesítheti a géppel elkészíthető munkák választékát. A Kodak Nexpress SX hasonló ívméretet használ.

Ez csak egy a sok lehetőség közül, amivel a digitális nyomtatás kiegészítheti az ofszettechnológiát, és kibővíti a nyomdák kínálati képességeit. A nyomdák üzletfejlesztésének záloga már inkább a széles körű integrált szolgáltatások és termékek kínálata a vevők felé, mint csupán a magas minőségű nyomtatás. Ennek egyik megvalósítási módja a workflow szolgáltatásainak kibővítése, amivel több vevőt lehet szerezni a egyszerűbb munkavégzés. A kibővített workflow egyszerűbbé teszi a vevő és a nyomda kapcsolatát. A bevásárlóutcák gyorsnyomdáitól eltekint-

ve a nyomtatás döntő részben business to business (B2B) kapcsolatban működik. Az internetes megrendelések, a workflow és a digitális nyomtatás business to customer (B2C) kapcsolattá alakítja át nyomtatást. (B2B = a termékeket vállalatok vásárolják meg további értékesítés, illetve más jellegű felhasználás céljára; B2C = a vevő végfelhasználója a terméknek – a ford.)

A PRECISION PRINTING ÚJ ÜZLETI MODELLJE

Nagyon jó példa az új üzleti modellre a nagybritanniai Precision Printing nyomda. A nyomda tipikus, közepes méretű vállalkozás, amely 2005-ben vásárolt először digitális nyomdagépet, egy HP Indigo berendezést. Néhány éven keresztül a digitális üzlet csak kiegészítette kis példányszámú munkákkal az ofszettermelést. 2008-ban, a drupát követően a Precision megváltoztatta üzleti munkamódszerét, és a gyártási műveletek automatizálása céljából kifejlesztett egy saját workflow-t, amit kiegészített egy nagyon fejlett, az olasz Pixelartprinting specialista-val közösen kialakított, web to print (internetes) megrendelési rendszerrel. Ezzel a megoldással a Precision öt év alatt megduplázta a forgalmát úgy, hogy a munkaerőlétszám csak csekély mértékben növekedett. Ez idő alatt az ofszetnyomtatás forgalma alig változott, annak ellenére, hogy a nyomtatási kapacitás egy tízszorosított Heidelberg géppel bővült. A növekedés a B2C üzleti modellnek köszönhető, mivel a workflow az online rendeléssel és az automatikus gyártással hatalmas mennyiségű kis példányszámú munkát biztosított a négy HP Indigo gépnek. Ezzel egy időben a változó tartalmú adatnyomtatással a Precision jóval szélesebb körű B2B szolgáltatást tudott ajánlani az ügyfeleinek.

AZ OPTIMALIZÁLT KILÖVÉSI MEGOLDÁSOK ÚJ ÜZLETI LEHETŐSÉGEKET SZEREZNEK

Az újabb, web to print célú workflow szoftverek egyike a nyomógép kihasználását és ütemezését optimalizálja. Az elmúlt néhány évben, különösen Németországban, nőtt a web to print megoldások száma, ahol a nyomdák speciális szoftvereket használnak arra, hogy ugyanarra a gépre egyszerre több munkát tudjanak összekombinálni. Ezt a szoftvert inkább használják a nagy méretű négyzsinés ofszetgépekhez, mint a digi-

tális gépekhez. Az egyik legismertebb cég ezen a területen a Vistaprint, de véleményem szerint, a lehetőségek illusztrálására a legjobb példa a Flyeralarm, ahol számos nagyformátumú KBA és Heidelberg nyomógép üzemel, valamint digitális nyomógépek, és az összes megrendelést weblapon keresztül és online üzletekből fogadják Európa minden tájáról. Jelenleg naponta átlagosan 10 000 megrendelést dolgoznak fel, és ennek 99 százaléka online érkezik. Ezt a hatékonyságot a korszerű, nagyformátumú ofsetgépek rendkívül gyors beigazítási ideje és a kezelőszemélyzet alacsony száma teszi lehetővé.

Az olyan cégek, mint a Flyeralarm, saját workflow- és munka-összeállító szoftvert fejlesztettek ki a nagy volumenű üzleti szegmens kiszolgálásához. Azok a nyomdák, amelyek be akarnak lépni a web to print piacára, ma már beszerezhetnek ilyen szoftvereket bizonyos szoftverforgalmazóktól. A Litho Technics olyan megoldást

kínál, amely automatikusan generál komplex kiadványterveket, több munka egy íven belüli összekombinálásához. Az egyik felhasználó a vezető nagy-britanniai könyvnyomda, az MPG Books, havi 400 címről 600-ra akarta növelni a kapacitást, és úgy látta, hogy a gyűjtőformás nyomtatás jelenti a megoldást. Ezt el is érték, miközben az előkészítő terület létszámát is csökkentették. Colin Gammon, az MPG Books műszaki, kutatási és fejlesztési igazgatójának megállapítása szerint: „A szoftver a munkabérlétszámra csökkentésével nagymértékben segítette megőrizni a versenyképességünket. Az AutoLayout funkcióknak köszönhetően egyetlen ívre több munkát is össze tudunk állítani, ami csökkenti a hulladékot, és felgyorsítja az átfutási időt.” Más szállítók workflow-csomagjaiban is láthatunk hasonló integrált megoldásokat. Ilyen a Fujifilm XMF workflow-megoldása és az EFI is alkalmaz néhány részletmegoldást a saját MIS rendsze-

Flyeralarm – A Flyeralarm weblapja az online rendeléshez

rében. Az egyesült-királysági MIS-szállító (MIS, Management Information Sytem = menedzsment információs rendszer – *a ford.*), a Tharstern is fejleszt gyűjtőforma-készítő kiegészítést a saját rendszeréhez.

A TRADICIONÁLIS NYOMDÁK A DIGITÁLIS FELÉ NYITNAK

Az idei drupa fontosabb trendjei között láttuk, hogy vezető ofszetgépgyártók beszállnak a digitális piacba. A Heidelberg és a Ricoh már bejelentették az együttműködést, és üzembe is helyezték az első rendszereket. A manroland megállapodott a Canon-tulajdonú Océval nagy sebességű inkjet nyomógép forgalmazásáról a saját piacán. A KBA is belép a piacra a világ legnagyobb nyomdájával, az R.R. Donelleyvel együttműködve. Az R.R. Donnelley saját inkjet nyomógépet fejlesztett ki, amelynek licencét átadja a KBA-nak egy saját nyomógép építéséhez. A manroland és a KBA az inkjet nyomógépekkel a nagypéldányszámú könyvnyomdákat, a direct mail-magazin- és újságnymdákat célozza meg azzal a szándékkal, hogy megváltoztassa a nyomdák üzleti modelljét ezen a piacon.

Eddig a tranzakciós nyomdáknak adták el a nagysebességű inkjet nyomógépek többségét, csak kevés hagyományos nyomda vásárolt belőlük. Az USA-ban néhány könyvnyomda állított fel ilyen berendezést, főleg a HP-tól és a Kodaktól. Ezeket arra használják, hogy megváltoztassák a kiadók üzleti felfogását. Ezzel a technológiával az 5000 alatti példányszámokat gazdaságosabban lehet előállítani. A megrendelők csökkenteni tudják a raktárkészletet, mivel korábban az ofszetnyomtatással készült könyveket nagyobb példányban rendelték meg, hogy kisebb legyen az egy példányra eső költség. Ezt a gyakorlatot alkalmazza az amerikai King Printing könyvnyomda is. Ez a kisvállalkozás volt az első könyvnyomda, amelyik könyvnyomtatás céljára nagy teljesítményű inkjet nyomógépet vásárolt, és ma már két ilyen gépük van, a harmadikat pedig megrendelték. Megérették, hogy a technológia sikere megváltoztathatja a megrendelő kiadó-vállalat üzleti felfogását, ami lehetővé teszi az ofszetnyomtatás fokozatos megszüntetését, és így átalakulhatnak egy teljesen digitális nyomdává. Aditya Chinai, a King Printing elnöke azt mondja: „Mi lettünk az ügyfelünk raktárkészlet-gazdálkodói, mivel a kiadó csökkenteni akarja a rak-

tármennyiséget és a raktározási költségeket. Az inkjettel a megrendelések gyakorisága növekszik, a példányszámok pedig csökkennek. Most egy nagy megrendelés helyett tíz megrendelést kapunk ötven példányra. Így hát csak a szükséges mennyiséget nyomtatjuk, és nem termelünk raktárra.”

Előre látható, hogy miután a manroland és a KBA is belépett a digitális piacra, a könyv- és magazinkiadók sokkal bátrabban fektetnek nagy teljesítményű inkjet gépekbe, ezzel is segítve a könyv-, magazin- és újságkiadók üzleti gondolkodásmódjának megváltoztatását.

MI LESZ AZ OFSZET JÖVŐJE?

Talán az a legfontosabb, hogy a nyomdászok megértsék, melyek az új workflow-megoldások; a web to print és a digitális nyomtatás előnyei, és ezek hogyan segíthetnek abban, hogy megváltoztathassák megrendelőik üzleti felfogását. Új üzleti modell lehet a nyomdák számára az, hogy olyan sokoldalú médiakommunikációs szolgáltatóvá váljanak, amelyben a nyomtatás csak a kommunikáció egyik fajtája.

Sok elemző és a sajtó ismét „inkjet drupának” nevezi a drupa 2012-öt, pedig ez valójában „digitális drupa” volt – egy olyan esemény, amely arról szólt, hogyan alakítják át a nyomdaipart sokoldalú médiakommunikációs iparrá a digitális munkafolyamatok és nyomtatási technikák.

A Műszaki Múzeum raktárából megőrzésre igényelhetők nyomdagép-matuzsálemek. A múzeum tulajdonjogáról nem mond le, de átengedi megőrzésre azokat a berendezéseket, melyeket egy-egy nyomda szívesen látna előcsarnokában, irodájában.

A gépekkel kapcsolatban felvilágosítás a **Magyar Grafika** szerkesztőségében.

