

„Bekleidungsdirektdruck in neuen Produktivitätssphären“

Mit der Avalanche hat Kornit einen Bekleidungsdirektdrucker im Programm, den man fast schon als industrielle Maschine bezeichnen kann. Wir haben mit zwei Anwendern des Systems gesprochen.

Kornit aus Israel hat sich ganz der Entwicklung von digitalen Bekleidungsdirektdruckern verschrieben. Was das Unternehmen von den meisten anderen Anbietern aus diesem Bereich unterscheidet? Es setzte von Anfang an auf Eigenkonstruktionen mit industriellen Druckköpfen, die einen hohen Output versprochen, anstatt Epson-Desktopdrucker so umzurüsten, dass sie für die Veredelung von T-Shirts geeignet sind. Das hat aber auch seinen Preis. Kostet das Gros der Epson-basierten Modelle um die 10.000 Euro, so waren schon die ersten Kornit-Geräte – die zu Beginn übrigens noch mit speziellen Lösemittelintinten arbeiteten – in Preisregionen nahe der 100.000 Euro angesiedelt. Für die mit einer integrierten Vorbehandlungseinrichtung, zwölf Spectra-Druckköpfen und zwei Paletten ausgestattete Avalanche gilt es sogar, noch um einiges tiefer in die Tasche zu greifen; wer an dem System interessiert ist, muss dafür deutlich über 200.000 Euro berappen. Eine stolze Summe, wenn man bedenkt, wie viel – beziehungsweise wie wenig – ein bedrucktes Shirt heutzutage kostet. Dafür ist die Avalanche laut Herstellerangaben aber auch in der Lage, stündlich bis zu 300 T-Shirts mit wasserbasierten und Öko-Text-zertifizierten Tinten zu bedrucken.

Promotexx aus Wien und Wiesinger-Shirt aus Reutlingen sind zwei Vorreiter, was den Textildirektdruck mit solch einer industriell ausgelegten Lösung betrifft. Promotexx ist der erste Anwender der Avalanche in Europa, während Wiesinger-Shirt europaweit die erste Avalanche DC Pro, welche zusätzlich mit einer Discharge-Einheit ausgestattet ist, in seinen Produktionsräumen installiert hat.

Warum über 200.000 Euro investieren?

Was aber waren die genauen Beweggründe für die beiden Textilveredeler, sich eine Kornit Avalanche anzuschaffen? Schließlich hat die Maschine nicht nur im Vergleich zu anderen Bekleidungsdirektdruckern, sondern sogar zu automatischen Textildruckkarussellen einen stolzen Preis. Promotexx-Geschäftsführer Werner Hintsteiner verfolgte mit der Investition in die Kornit Avalanche das Ziel, „die Qualitätsführerschaft im Bereich des hochwer-

tigen und ökologischen Textildrucks auszubauen“. Die mit ihr erstellten Prints seien im Vergleich zum Siebdruck um vieles reiner. Aufgrund der Glättung der Fasern durch einen Rakelzug nach dem Auftrag des Primers, komme es zu keinen Unebenheiten beziehungsweise kaum zu aufstehenden Textilfasern im Druckbild. Die Druckfarben seien außerdem elastischer und weicher als Plastisolfarben beziehungsweise wasserbasierte Siebdruckfarben. Die Avalanche bietet seiner Ansicht nach auch die mit Abstand besten Druckergebnisse im Vergleich zu anderen Direktdruckern; unter anderem führt er das auf ihre zwölf Spectra-Druckköpfe zurück. Hinzu komme, dass die Kornit-Maschinen die einzigen sind, die über eine Auto-Pre-Treatment-Funktion verfügen und Nass-in-Nass drucken. Die Qualität des Drucks sei zwar auch schon mit der 2009 bei Promotexx installierten Kornit Thunder sehr gut gewesen, jedoch hätten sich die Produktionskosten für

die Massenfertigung als zu hoch erwiesen. „Ich sehe großes Potenzial im Digitaldruck, weshalb ich digital bedruckte Textilien zu einem konkurrenzfähigen Preis anbieten möchte – das geht nur mit einer Massenproduktionsmaschine wie der Avalanche.“ Sie sei circa zweieinhalb Mal produktiver und ungefähr vier Mal so schnell wie die Thunder, erläutert Werner Hintsteiner in diesem Zusammenhang; und er nennt gleich noch einen weiteren Grund, der für seine Entscheidung zum Kauf einer Avalanche wesentlich war: Die ökologischen wasserbasierten Tinten sind nach dem Global Organic Textile Standard – GOTS – zertifiziert und Phtalat-frei. Für Siegfried Wiesinger waren die Qualität und Geschwindigkeit der Avalanche 951 DC ausschlaggebend für ihre Anschaffung. Schnell hochwertig bedruckte Textilien zu produzieren, soll das Tagesgeschäft von Wiesinger-Shirt sein. Zielgruppen sind Wiederverkäufer und Vereine, Veranstalter, Bands et cetera. Langfristig gesehen verfolgt Siegfried Wiesinger mit seinem Unternehmen das Ziel, nicht nur in Deutschland, sondern auch in Europa eine größere Rolle spielen.

Die bisherigen Erfahrungen

Mit ihren bislang mit der Avalanche gemachten Erfahrungen zeigen sich sowohl Siegfried Wiesinger als auch Werner Hintsteiner zufrieden. Bei Wiesinger-Shirt war die Testphase zeitlich zwar stark begrenzt, da das Unternehmen bereits kurz nach Anlieferung der Maschine erste größere Aufträge hatte; doch es konnte ja auf Vorerfahrungen mit dem kleinen Bruder der Avalanche, der Kornit 932 NDS, zurückgreifen, um ein gewisses Know-how bezüglich ihrer Funktionen und Arbeitsweise zu erlangen. „Motto war hierbei Lear-



Solche Motive könnte Promotexx auf farbigen Shirts ohne die Weißdruckfunktion der Avalanche nicht realisieren.



Rechts erfolgt der Weißauftrag und links kommen die Prozessfarben hinzu.

ning by Doing“, berichtet Siegfried Wiesinger. „Im Laufe der Zeit haben wir ein Gefühl dafür bekommen, mit welchen Einstellungen und Möglichkeiten wir die besten Ergebnisse erzielen können.“

Auch auf Werner Hintsteiner kamen keine großen Überraschungen zu, da er ja ebenfalls durch die Thunder mit der Kornit-Technologie bereits vertraut war. Im Prinzip habe Promotexx gleich nach Abschluss der Installation mit der Produktion beginnen können. Um aber alle Raffinessen und neuen Einstellungen kennenzulernen, damit das Unternehmen in bester Qualität und möglichst effizient produzieren konnte, „bedurfte es schon einer intensiven Beschäftigung mit dem Gerät. Ich bin selbst leidenschaftlicher Drucker und habe in aufwendigen Zeit- und Qualitätsstudien persönlich sämtliche Einstellungen getestet. Nur so ist es für mich als Unternehmer möglich, Qualitätsstandards festzulegen und die Preise genau zu kalkulieren.“ Da die Tinte einen wesentlichen Kostenfaktor darstellt, sah er es als notwendig an, für jedes Motiv in Abhängigkeit vom Druckformat den exakten Tintenverbrauch zu kennen. Leichte Abweichungen, wie zum Beispiel der Umstand, dass ein Grünton im Gegensatz zu Pastellfarben mehr Farbe benötigt, musste er kalkulatorisch glätten. Unter anderem hat Werner Hintsteiner ein Programm geschrieben, welches die Druck- und Wartezeiten der beiden Druck-

kopfstationen – Weiß und CMYK – zueinander in Beziehung setzt und somit den Produktionsoutput unter verschiedenen Voraussetzungen errechnet. „Die Kornit-Maschinen bieten ein sehr breites Spektrum zur Steuerung von Qualität, Farbauftrag und Produktionsgeschwindigkeit. Die Anzahl der Weiß-Layer, Under-Dark, Under-Light, Highlight, Druckkopfgeschwindigkeit und weitere Faktoren wirken sich auf das Ergebnis aus. Für jedes Motiv muss die perfekte Einstellung getroffen werden“, spezifiziert Werner Hintsteiner in diesem Kontext und ergänzt, dass er größtenteils in High-Quality – also mit halber Druckkopfgeschwindigkeit – produziere; dies Sorge für eine besondere Tiefe und Schärfe im Druck, weshalb er ihn als Xact-HD-Druck bezeichnet.

Pro und Contra Discharge

Siegfried Wiesinger hat sich ganz gezielt für die Avalanche DC Pro mit Discharge-Funktion entschieden. Discharge ist eine Art Ätzdruck beziehungsweise Bleichtechnik. Die Discharge-Flüssigkeit druckt er vor der eigentlichen Druckfarbe auf das Textil. Ihre ätzende Konsistenz entfernt die Farbpigmente an den zu bedruckenden Stellen, wodurch nur noch die eigentlichen Baumwollfasern in ihrer natürlichen Farbe übrig bleiben; der klassische weiße Unterdruck bei dunklen Textilien kann somit wegfallen. Das gedruckte Motiv liege damit nicht mehr auf dem vorgedruckten Weiß, sondern

befinde sich innerhalb der Fasern: „Oft ist das Problem bei Drucken auf dunklen und schwarzen Textilien, dass der Print aufgrund des weißen Unterdrucks zu stark fühlbar ist und somit eine Art Aufkleber-Effekt entsteht“, erklärt er. Die Kornit Avalanche 951 DC Pro biete zwar auch ohne Discharge eine überzeugende Druckqualität, doch mit Discharge – je nach Motiv – eine noch bessere.

Werner Hintsteiner hat hingegen die normale Avalanche ohne Discharge-System gewählt. Am Aufpreis von etwa 20.000 Euro für die Discharge-Ausstattung hat das hinsichtlich des ohnehin schon hohen Investitionsvolumens nicht gelegen. „Wir haben uns gegen das Discharge-System entschieden, da es nicht mit unserer Firmenphilosophie – der ökologischen Veredelung – vereinbar ist. Wir möchten möglichst umweltschonend und nachhaltig

produzieren; außerdem steht die Gesundheit unserer Mitarbeiter und Kunden an erster Stelle“, erläutert er seine Beweggründe dafür, auf die Discharge-Funktion zu verzichten. Durch das Bleichen der Stoffe im Vorfeld erziele man zweifellos haptisch sehr gute Ergebnisse; allerdings müssten die veredelten Shirts vor dem Tragen gewaschen werden, um etwaige Hautreizungen auszuschließen. „Ich fände es auch absurd mit den GOTS-zertifizierten Kornit-Tinten auf chemisch gebleichtes Textil zu drucken; das ergibt für uns keinen Sinn“, kommentiert Werner Hintsteiner dieses Thema abschließend.

Die Crux mit der Appretur

Ein Problem, mit dem Textilveredler immer wieder zu kämpfen haben, ist die Tatsache, dass sie von den Stoff- und Shirt-Herstellern für gewöhnlich nicht erfahren, mit wel-



IHR ONLINE-SHOP IN SACHEN DRUCK

- riesige Produktvielfalt
- individuelle Wunschgrößen möglich
- Digitaldruck oder Siebdruck
- auf Wunsch Overnight-Lieferung
- Visprodesign®
Motiv individuell gestalten, auch ohne grafische Vorkenntnisse

Besuchen Sie uns auf der Viscom!
Frankfurt am Main,
25. - 27. 10. 2012,
Halle 3.0 Stand B&I



www.vispronet.de

JETZT NEU

Marke und Unternehmenslogo der Sachsen Färberei GmbH & Co. KG

cher Appretur Textilien im Rahmen ihrer Produktion versehen wurden. Schlimmstenfalls haften die Farben auf den Stoffen nicht ausreichend oder es treten rasch Farbverschiebungen ein. So meint auch Werner Hintsteiner, dass die notwendige Menge an Pre-Treatment-Flüssigkeit je nachdem wie stark die Textilien ausgerüstet sind, zwischen 30 und 60 Prozent schwanken kann.

veranlassen“, lautet von daher sein Fazit zur der Problematik; diese existiere übrigens ebenfalls im Siebdruck, allerdings in einem etwas abgeschwächten Ausmaß. Siegfried Wiesinger bestätigt, dass zwar grundsätzlich sehr viele verschiedene Textilstoffe bedruckbar sind, es jedoch qualitativ große Unterschiede gibt: „Ein zu stark vorbehandeltes Textil nimmt zum Bei-

Siegfried Wiesinger zufolge kräftig und satt. Allgemein sei die Haltbarkeit der Kornit-Drucke „nach mehreren Waschvorgängen überzeugend. Ähnlich wie im Siebdruck, lassen sich die bedruckten Textilien ohne spezielle Handhabung normal waschen und verlieren dabei kaum an Farb- und Deckkraft.“ Dies kann Werner Hintsteiner bestätigen: „Grundsätzlich gibt es keine Auswaschungen auf Dauer. Wir haben eigene Waschstudien mit circa 20 Waschläufen durchgeführt. Sowohl bei 40 als auch bei 60 Grad Celsius ließen sich keine Auswaschungen feststellen.“

Produktivität und der Vergleich zum Siebdruck

Jeder Druckdienstleister weiß mittlerweile, dass er Digitaldrucksysteme – egal welcher Art – normalerweise in der Praxis nicht mit den Produktionsgeschwindigkeiten fahren kann, die die Hersteller in ihren Datenblättern angeben. Kornit selbst spricht von einem Durchsatz von maximal 170 dunklen beziehungsweise 300 hellen Shirts pro Stunde. Unsere beiden Interviewpartner berichten da aus ihrer Praxis von anderen Werten. Bei dunklen Shirts kommt Siegfried Wiesinger für eine Druckfläche von 40 mal 50 Zentimetern auf eine stündliche Stückzahl von circa 80 und bei einer Druckgröße von 24 mal 24 Zentimetern auf etwa 100 Exemplare. Bei weißen Textilien laufe das Gan-

ze aufgrund des fehlenden weißen Unterdrucks zwar deutlich schneller ab, doch auch hier kann er bei einem Druck im Format 40 mal 50 Zentimeter „nur“ circa 120 und bei 24 mal 24 Zentimetern ungefähr 150 bedruckte Shirts pro Stunde fertigen. Werner Hintsteiner kalkuliert aufgrund seiner „Xact“-Druckeinstellungen sogar mit einer niedrigeren Produktivität: Bei 40 mal 50 Zentimetern und weißen Textilien spricht er von einem stündlichen Output von 75, bei dunklen von 29 Exemplaren; bei 24 mal 24 Zentimetern kommt er hingegen auf 112, respektive 47 Shirts pro Stunde. „Die Angaben des Herstellers konnten wir nur bei Abstrichen in der Qualität erreichen“, berichtet er. „Um bei gleichbleibender Qualität noch produktiver sein zu können, bedürfte es einer technischen Innovation, die sicherstellt, dass sich auch bei schnellem Farbauftrag CMYK beziehungsweise das Untergrund-Weiß homogen zu einer Farbe verbinden. Ein weiteres Problem ist die sich verschlechternde Druckschärfe mit zunehmender Produktionsgeschwindigkeit.“ Kornit rechnet auf seiner Homepage vor, dass bei einem 4-Farb-Motiv im Format 24 mal 24 Zentimeter ein Avalanche-Print im Vergleich zum Siebdruck auf dunklen Stoffen bis zu einer Auflage von 600 Stück günstiger ist, auf hellen Textilien gar bis etwa 1.500 Exemplare. Da Werner Hintsteiner neben dem digita-



Bei farbigen Shirts und einem Druckformat von 40 mal 50 Zentimetern bringt es Wiesinger-Shirt auf einen stündlichen Output von 80 Shirts, bei 24 mal 24 Zentimetern gar auf 100.

Tests im Vorfeld seien zwar möglich, aber nicht sehr praktikabel, da die Unterschiede in der Ausrüstung nicht nur zwischen verschiedenen Herstellern und Modellen, sondern auch innerhalb komplett gleicher Textiltypen bestünden. „Dies ist auf jeden Fall ein Schwachpunkt in der Massenfertigung, da es immer wieder zu Produktionsverzögerungen kommt, wenn die Einstellungen angepasst werden müssen“, sagt der Kopf hinter Promotexx. Was die Haltbarkeit angeht, kann es seinen Erfahrungen nach bei extrem stark ausgerüsteter Ware – vor allem bei weißen Textilien – zu Problemen kommen. Die Textiltinte liege dann nur oberflächlich auf der Textilfaser auf und dringe kaum in sie ein. Dies geht zu Lasten der Haltbarkeit, aber auch der Farbintensität und Tiefe. „Es ist wichtig, dass die Mitarbeiter darauf geschult sind, die Problematik frühzeitig zu erkennen, darauf zu reagieren oder gegebenenfalls den Austausch der Ware zu

spielen weniger Farbe auf als ein Unbehandeltes. Je hochwertiger und feiner das Textil selbst ist, desto besser ist auch die Druckqualität über die Avalanche.“ Nicht nur die Druckqualität, sondern auch die Waschbeständigkeit ist wesentlich von dem verwendeten Textil und dessen Eigenschaften abhängig. Je besser dieses verarbeitet ist, desto länger bleiben die aufgedruckten Motive den Erfahrungen von

Wiesinger-Shirt

Wiesinger-Shirt wurde im Mai 2012 gegründet. Als eine Art Tochterfirma von Wiesinger-Media, welche seit über 25 Jahren besteht, widmet sich das Unternehmen an seinem Standort in Reutlingen ausschließlich dem digitalen Textildirektdruck von in erster Linie T-Shirts, Polo- und Sweatshirts. Wiesinger-Shirt bedient in der Regel gewerbliche Kunden wie Wiederverkäufer, bietet seine Druckdienste aber auch Privatkunden an. Insgesamt beschäftigt Wiesinger-Media über 30 Mitarbeiter, wovon – je nach Auftragslage – zwei bis fünf für den Textildruckbereich mit der Kornit Avalanche DC Pro verantwortlich sind.



Wiesinger-Shirt-Geschäftsführer Siegfried Wiesinger

len Direktdruck auch den Siebdruck einsetzt, kann er zu diesen Berechnungen ebenfalls eine Aussage machen: „Je kleiner das Motiv desto größer ist der Vorteil im digitalen Direktdruck. So kostet bei uns ein A6-Druck auf schwarzem Textil nur 1,60 Euro bei 600 Stück; ein A4-Druck kommt auf 2,80 Euro.“ Im Siebdruck seien bei einem Bilddruck vier Rastersiebe sowie eines für Untergrund-Weiß plus einige für Strich-

farben notwendig, um eine ähnliche, aber nicht vergleichbare Qualität wie mit seinem Xact-Druck zu erreichen. Wenn er mit zehn Sieben für den Siebdruck auf dunklen Textilien rechne, dann könne der Promotexx-Geschäftsführer den Aussagen von Kornit zustimmen. Es gebe Motive, bei denen er nie zu einem Siebdruck raten würde, weil die Qualität – Rasterung, Passungsgenauigkeiten et cetera – seine Ansprüche nicht erfüllen würde. Bei zweifarbigen Strichmotiven sehe das natürlich hingegen ganz anders aus. Es gilt für ihn, dem Kun-

da hierfür die Fixkosten, speziell die der verwendeten Tinten, zu hoch sind. „Wir sind mit der Avalanche jedoch stark in kleinen bis mittelgroßen Auflagen“, ist er überzeugt.

Katastrophale und lehrreiche Erfahrungen

Wer hinsichtlich seines Investitionsvolumens beschränkt ist und keinen sechsstelligen Betrag für eine Kornit-Maschine ausgeben kann, dem bleiben neben den speziell für solche Anwendungen konzipierten und bewährten Brother-Systemen sowie einigen wenigen anderen Lö-

ergebnisse waren durchaus ansprechend. Nichtsdestotrotz hätte sich das Gerät als sehr wartungsintensiv erwiesen: „Fast täglich schraubten wir am Filter und den Druckköpfen herum. Natürlich kann man diese Lösung in Sachen Produktivität und Qualität nicht mit den Kornit-Maschinen vergleichen. Das ist aber hier auch nicht der Anspruch. In Summe waren es lehrreiche Jahre für den Einstieg in den Bereich des digitalen Direktdrucks.“

Wenn Tintenpreise noch sinken würden...

In Sachen Qualität sieht Werner Hintsteiner beim digitalen Textildirektdruck mit der Avalanche keine Schwachstellen mehr. „Im Gegenteil – der digitale Direktdruck setzt neue Maßstäbe.“ Allerdings hänge die Produktivität noch immer etwas dem Direktsiebdruck hinterher; sie sei aber durchaus schon in einem sehr guten Bereich angekommen. Nur die Tatsache, dass die Preise für die Kornit-Tinten um ein Vielfaches höher sind als jene im Siebdruck, verhindere eine noch günstigere Produktion. Auch Siegfried Wiesinger ist der Meinung, dass die Fixkosten sinken müssten, um bei höheren Auflagen konkurrenzfähig zu sein. Darüber hinaus wünscht er sich für die Zukunft die Realisierung von Sonderfarben. „Ansonsten denke ich, dass die Technik in diesem Bereich wirklich stark verbessert wurde und der Textildirektdruck deshalb eine immer größere Rolle spielen wird“, sind seine abschließenden Worte.

Uwe Heinisch
heinisch@wnp.de

www.promotexx.eu
www.wiesingershirt.de

Promotexx

Die Geburt von Promotexx geht auf das Jahr 2002 zurück – siehe hierzu auch SIP 4.11, Seite 18. Zum mittlerweile zehnjährigen Firmenjubiläum ist Promotexx zu einem mittelständischen Unternehmen mit zehn Mitarbeitern herangewachsen. Neben dem Hauptsitz in Wien existiert eine Filiale in Graz. Das heutige Portfolio umfasst sämtliche Textilveredelungstechniken von Siebdruck – unter anderem mit einem MHM-Automatik-Karussell – über Folientechniken wie Flock und Flex sowie Bestickung bis hin zum digitalen Direktdruck mit Kornit-Lösungen. Zum Kundenkreis der Österreicher zählen unter anderem Wiederverkäufer und kleinere Modelabels, aber auch Konzerne wie Siemens, OMV, A1 Mobilkom Austria, Kraftfood, UNICEF oder der Biosphärenpark Wienerwald.



Werner Hintsteiner, Geschäftsführer von Promotexx



Das junge Promotexx-Team in der Wiener Produktionsstätte

den für sein Motiv die richtige Veredelungstechnik – das heißt, das beste Preis-/Leistungsverhältnis – anzubieten. „Ich würde nicht sagen, dass man günstiger ist als jeder Siebdrucker – jedoch befindet man sich in einem konkurrenzfähigen Preissegment. Als Kornit-Anwender sollte man sich auf Qualität konzentrieren; darin liegt das Alleinstellungsmerkmal der Technik“, lautet sein Resümee.

Siegfried Wiesinger geht davon aus, hohe Auflagen – zum Beispiel ab mehreren hundert Exemplaren – im Vergleich zum Siebdruck nicht kostengünstiger realisieren zu können,

sungen, in erster Linie kleinere Epson-Umbauten. Mit solch einem hat auch Siegfried Wiesinger seine ersten Gehversuche im Direktdruck auf T-Shirts gemacht; doch gerne denkt er daran nicht zurück: „Wir hatten einen Anajet. Diese Erfahrung war für uns eine einzige Katastrophe – sowohl nervlich, wie auch finanziell. Ständige Fehldrucke und verstopfte Düsen gehörten quasi schon fest zum Tagesablauf.“

Werner Hintsteiner arbeitete circa zwei Jahre mit einem DTG Kiosk HM1. Um den Markt zu testen, sei diese Investition für Promotexx sinnvoll gewesen und auch die Druck-

PP Platten.de

Ortsstr. 20, 85232 Bergkirchen

Fon: +49 8138 66746 0

web: www.ppplatten.de

Ob Standardprogramm
oder individuelles Maß:

aus unserem umfangreichen Lagerprogramm
fertigen wir für Sie passgenau und kurzfristig



„Ein ganz schön großes Zeichen setzen“

PPS Imaging ist der erste LFP-Dienstleister in Europa, der einen HP Scitex FB7600 UV-Printer einsetzt. Doch was veranlasst ein Unternehmen, circa 1 Million Euro in ein Inkjetsystem zu investieren?



Michael Krieger, Geschäftsführer von PPS Imaging

In der letzten Ausgabe der SIP hatten wir für Sie einen Überblick zum Thema hochvolumiger Digitaldruck zusammengestellt; anhand dessen konnten Sie sieben Systeme, die einen Output von mehreren hundert Quadratmetern pro Stunde liefern, vergleichen. Eines davon ist der HP Scitex FB7600 UV-Flachbettdrucker, der Herstellerangaben zufolge eine Produktivität von bis zu 500 Quadratmetern in der Stunde bietet. Die erste Maschine dieses Typs auf europäischem Boden steht seit kurzem bei PPS Imaging in Berlin.

Günstige Preise allein reichen nicht aus

Michael Krieger, einer der drei PPS-Geschäftsführer, erläuterte im Gespräch mit der SIP die Beweggründe, die ihn dazu veranlasst haben, solch eine Großinvestition vorzunehmen: „Zuerst einmal haben wir den Kunden im Fokus. Und der erwartet natürlich von uns ein Top-Preis-/Leistungsverhältnis – auch und ganz besonders im von uns angepeilten hochvolumigen Segment. Für uns war klar: Wenn wir dieses Segment angehen wollen, muss PPS als Innovationsführer ein Zeichen setzen. Und dieses Zeichen bedeutete den Kauf der ersten HP Scitex FB 7600 in Deutschland, um die Vorteile dieser effizienten Produktionsmethode an unsere Kunden weiter geben zu können.“ Ein im wörtlichen Sinne ganz schön großes Zeichen, wenn man bedenkt, dass die Maschine eine

Stellfläche von knapp 11 mal 8 Metern benötigt. Dass es bei der Anschaffung allerdings nicht allein darum gehen darf, der Klientel günstigere Preise für Drucksachen anbieten zu können, stand für Michael Krieger von vornherein fest. Schließlich existieren im deutschsprachigen Raum laut einigen Studien – die er selbst beim im März dieses Jahres ausgetragenen Branchentreffens XXL im Rahmen eines von ihm gehaltenen Vortrags zitiert hat (siehe hierzu auch SIP 2.12, Seite 60) –, bereits zu hohe Kapazität-

dem Preis eine Top-Qualität, absolute Zuverlässigkeit, besten Service und – besonders wichtig für die Markenartikler – schnelle Reaktionszeiten erwartet.“ Und genau das seien die Punkte, auf die sich PPS in den letzten Jahren konzentriert habe, weshalb man den modernen Maschinenpark beständig ausbaue und 34 Kundenbetreuer einsetze; nur so sei es möglich, den genannten Erwartungen gerecht zu werden.

Bemerkenswert ist, dass PPS im Zuge der Installation des HP Sci-

Ausstattung beziehungsweise den Point of Sale im Visier. Interessant kann hier nach Meinung von Michael Krieger die Ergänzung oder gar der Ersatz von Siebdruckprodukten sein. Besonders größere Filialisten würden bereits zunehmend Interesse zeigen. Aber auch der Verpackungsmarkt dürfte für PPS mit der FB 7600 ein interessanter Wachstumsmarkt sein, ist er überzeugt. Und nicht zuletzt kann sich Michael Krieger ebenfalls vorstellen, mit den dank der Maschine gesteigerten Kapazitäten das Geschäft des Lohndrucks für andere Dienstleister auszuweiten. In diesem Zusammenhang versichert er: „Hier ist PPS immer ein professioneller und loyaler Partner, der dabei selbstverständlich Kundenschutzvereinbarungen einhält.“



Mit dem FB7600-Flachbettdrucker produziert PPS Imaging vor allem POS-Applikationen.

ten im Bereich Digitaldruck. „Ich bin davon überzeugt, dass Wettbewerber, die nur mit günstigen Preisen aufwarten können, es schwer haben werden, sich langfristig im Markt zu behaupten. Das bedeutet aber eben auch, dass der Kunde neben

tex-Systems keine anderen weniger effizienten Maschinen stillgelegt hat; es handelt sich also um eine reine Erweiterungsinvestition, die dazu dienen soll neue Märkte zu erschließen. Das Unternehmen hat dabei in erster Linie die Shop-

Ein kontinuierlicher Lernprozess

Dass bei der Suche nach einer High-Speed-Inkjetmaschine die Entscheidung auf die HP-Lösung in halbautomatischer Konfiguration gefallen

ist, hing zwar laut Michael Krieger auch damit zusammen, dass PPS mit dem Konzern eine langjährige und erfolgreiche strategische Partnerschaft verbindet; rein technisch habe ihn aber vor allem die „herausragende Tintenhaltbarkeit“ überzeugt. Die Ansteuerung der FB7600 erfolgt genauso wie bei den übrigen Inkjetsystemen in den PPS-Produktionshallen über ein Caldera-RIP. Das Unternehmen habe schon immer auf einen Abgleich in der Maschinenteknik geachtet; eine einheitliche RIP- und Softwarelösung ist hier zweifellos eine Art Standardisierungsmaßnahme; sie vereinfache hier die tägliche Arbeit sehr, weiß Michael Krieger zu berichten. Daraus, dass die Einbindung einer derartigen Produktionsmaschine in das Tagesgeschäft auch einige Herausforderungen mit sich bringt, macht Michael Krieger keinen Hehl. Zum einen gelte es, mit der für das Unternehmen neuen Technik erst einmal Erfahrungen zu sammeln. Zum anderen bewege sich PPS damit in neuen Märkten, was bedeute, sich mit unterschiedlichsten Kundenanfragen auseinandersetzen zu müssen. „Das alles ist für uns kurz- bis mittelfristig ein ständiger Lernprozess und kontinuierliche Weiterentwicklung.“

Aufgrund seiner langjährigen Kenntnis des Digitaldruck-Business weiß Michael Krieger nur zu gut, dass Inkjetsysteme – egal welcher Produzenten – für gewöhnlich in der Praxis nicht mit den Produktionsgeschwindigkeiten gefahren werden können, die die Hersteller in ihren Datenblättern als Maximalwerte angeben. Letztendlich hängt die Produktivität ja auch immer von der Art der Anwendung ab. Doch mit dem, was ihm die Maschine in den ersten Monaten ihres Betriebs bereits geboten hat, zeigt er sich sehr zufrieden: „Erfreulicherweise realisieren wir momentan bei einigen Medien schon bis zu 350 Quadratmeter pro Stunde – und das bei einer Top-Qualität.“

Ende der Fahnenstange noch lange nicht erreicht

So schön es auch ist, dass das Digitaldruckverfahren hinsichtlich Qualität und Produktivität derart rapide Fortschritte macht, so aufwendig gestaltet es sich für Dienstleister in diesem Bereich auch, hier immer am Ball zu bleiben. „Im Digitaldruck sind die Innovationszyklen so ra-

Kommunikation, wie beispielsweise Digital-Signage-Anwendungen, die sich auch bereits im Angebotssportfolio von PPS finden, keine allzu großen Sorgen macht.

Uwe Heinisch
heinisch@wnp.de

www.pps-imaging.de



Diese Halle am Berliner Produktionsstandort von PPS Imaging ist seit kurzem die neue Heimat der FB7600.

sant, dass sich jede Investition spätestens nach drei Jahren amortisiert haben muss. Vor zehn Jahren konnte man bei der Anschaffung einer Druckmaschine noch mit gut acht bis zehn Jahren planen. Heute verkaufen wir unsere Systeme nach circa sechs Jahren in Dritt-märkte“, berichtet Michael Krieger in diesem Zusammenhang. An Innovationsdynamik mangle es in der Branche also keinesfalls. PPS drucke im Vergleich zu vor zehn Jahren mit einer um den Faktor 10 gesteigerten Geschwindigkeit – und das mit einer weitaus besseren Qualität. Das Ende der Fahnenstange ist damit nach Ansicht des PPS-Geschäftsführer aber noch lange nicht erreicht: „Was die weitere Entwicklung betrifft, denke ich, dass besonders im Zusammenspiel von Geschwindigkeit und Qualität von der Industrie noch einiges zu erwarten ist.“ Das ist mit ein Grund, warum er sich um die Wettbewerbsfähigkeit des Digitaldrucks gegenüber anderen Formen der visuellen

PPS Imaging

PPS Imaging ist mit sechs Standorten, an denen insgesamt 105 Mitarbeiter beschäftigt sind, einer der größten LFP-Dienstleister Deutschlands. Das 1972 durch den bekannten Modefotografen Prof. F.C. Gundlach als professionelles Fotofachlabor, Mietstudio und Equipmenthandel gegründete Unternehmen bietet seinen Kunden individuelle Lösungen für Messeauftritte, Außenwerbung, den Point of Sale, PR-Maßnahmen, Präsentationskonzepte und Datenmanagement an. Dafür kommt eine Vielzahl von Großformatdrucksystemen zum Einsatz, angefangen bei UV-Plattendirektdruckern über Rolle-zu-Rolle-Maschinen bis zu Breiten von fünf Metern bis hin zu Thermosublimations- und Latexp rintern.