

Gutenberg örökösei

A DRUPA 2008 SZAKVÁSÁR TRENDJEINEK NYOMÁBAN

John Parsons

Seybold/USA

Ismét közeleg a nyomdaipar négyévente megrendezett fesztiválja, a drupa szakvásár.

A múltban rendezett seregszemlékhez hasonlóan 2008-ban is a nyomtatott kommunikáció legátfogóbb bemutatója áll előttünk – a koncepciótól a kiszállításig mindazzal, ami a két művelet között zajlik. A nyomdaipar okos gyártói a legfontosabb termékeik megjelenésének bejelentését a drupa szakvásárra időzítik, ezért a drupa kétségtelenül a legjobb alkalom arra, hogy „mindent lássunk”, és fontos információkat gyűjtsünk saját üzleti terveinkhez.

A drupa szakvásárra mindenkinek érdemes ellátogatnia, aki a nyomda világával bármilyen módon kapcsolatban áll – és ez nem csupán a nyomdaipari cégek dolgozóira vagy a feldolgozókra vonatkozik. A hagyományos kiadók, amelyek a nyomdaipari megrendelők mintegy harmadát képviselik, hatalmas érdeklődést mutatnak az elsődleges beszállítók fejlesztései iránt, és nyugodtan megtekinthetik, melyik irányba tartanak lehetséges partnereik.

„A nyomda jövője attól függ, hogy Ön melyik nyomtatványról beszél. A nyomtatás nem csak egy, hanem sok dolgot ölel fel.

A nyomdaiparnak nem csak egy, hanem több jövője van.”

Frank Romano

Természetesen ennél nagyobb horderejű kérdés magának a nyomdászatnak a jövője, függetlenül attól, milyen szerepet tölt be a kiadók számára. Az adatok papírra (vagy műanyagra, illetve egyéb anyagokra) történő tömeges előállításával a nyomdaipar előtt hosszú jövő áll – függetlenül attól, hogy mi jellemzi az egyes vállalkozásokat és munkafolyamatokat. A nyomdaipari vállalkozásoknak elsősorban azt kell felismerniük, hogy milyen változtatások szükségesek ahhoz, hogy cégük hosszú távon képes legyen a fennmaradásra – és nem egyszerű feladat megkülönböztetni a pusztán divatjellegű

jelenségeket a valóban fontos trendektől. A nyomdaipari vállalatok és ügyfelek a drupa szakvásáron valamennyi fontos tényről és még sok minden másról tájékozódhatnak.

Sajnos a szakvásárt aligha lehet teljes alaposággal feltárni, még akkor sem, ha valaki a két hétig tartó maraton teljes időtartamát erre szánja, és végigjárja a Messe Düsseldorf vásárvárosában található számos kiállító csarnokot. A jelentősebb trendek egy egész sora persze idén is megkönnyíti a döntést, hogy mit is érdemes közelebbről szemügyre venni.

AZ AUTOMATIZÁLÁS VALÓSÁGGÁ VÁLIK

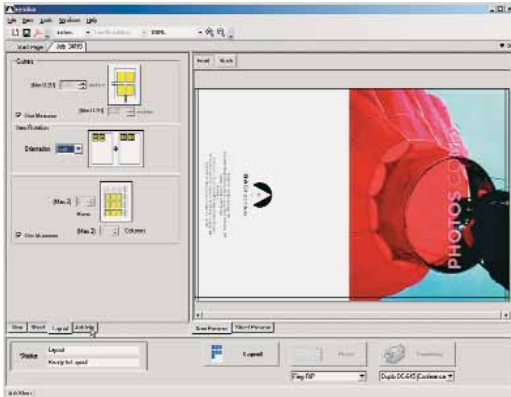
A drupa 2004 szakvásárt gyakran nevezték „JDF-Drupának” is, amellyel a CIP4 mint kiforrott, bár hosszadalmasan terjedő automatizálási szabvány terjedését kívánták kifejezni. Számos vállalkozás a JDF-eket „Proof on Concept” címmel feltáró előadások keretében ismertette, és ezeket a hatékonyságnövelés lehetőségeire összpontosították. A berendezések és rendszerek gyártóinak nagy többsége saját JDF fejlesztési tervekről beszélt – még akkor is, ha nem is rendelkeztek bemutató változattal, amelyet a szakvásáron bemutathattak volna. Az automatizálás idén még inkább kiemelt témakör lesz, mivel a nyomdaipari vállalatokra tetemes nyomás nehezedik a gyártási költségek csökkentése irányában.

„A JDF önmagában semmit sem eredményez, hanem a rendszerek azok, amelyek elvégzik a munkát.”

Jim Harvey

Az elmúlt négy évben nőtt a JDF elismertsége a nyomdaipari vállalatok körében, miközben a megrendelők között még mindig kevésbé ismert. Jim Harvey úr, a CIP4 vezérigazgatója így nyilatkozott: „A JDF jelentős mértékben csökkenti a rendszerek és a vállalkozások közötti

integráció költségeit, mivel minden rendszer a tucatnyi más rendszer egyedi interfésze helyett a JDF-hez kell hogy igazodjon. A JDF csupán egy szabványos nyelv, amelyet a szakma rendszerei közösen használhatnak. A JDF önmagában semmit sem eredményez, hanem rendszerek azok, amelyek végrehajtják a munkát.” Bár a JDF mint a nyomdaipari vállalkozások folyamatintegrálási szabványa közelít az érettség felé, a támogatók mégis még hosszú utat látnak maguk előtt, hogy a nyomdaipari termékek vársárlóit meggyőzzék az értékességéről.



A nyomdaipari szolgáltatásokat kínáló vállalatok az Objective Advantages kísérleti alkalmazás Symbio Desktop segítségével PDF-tartalmakat importálhatnak, készülékspecifikus kimeneti és feldolgozási paramétereiket rendelhetnek valamihez, majd az eredményeket JDF fájlként kapják meg, amelyet a JDF kompatibilis nyomtató- és feldolgozó eszközök automatikusan értelmeznek és kiviteleznek

A 2004-es évhez képest a 2008-as szakvásáron lényegesen több JDF 1.3 funkcionalitással felvértezett terméket mutatnak be. Ez a drupa szakvásár a kiterjesztett funkciókkal ellátott JDF 1.4 korszakot harangozza be, amelyhez legalább négy új Interoperability Conformance Specifications (ICS) dokumentum tartozik. Ezek az egyedi nyomdatermékek, a csomagolóanyagok, a tekercses ofszetnyomtatás és a napilapnyomtatás területeire terjednek ki. Elképzelhető, hogy ezenkívül további ICS-dokumentumot fognak bemutatni – elsősorban a nyomdaipari megrendelők és ügynökségek informatikai rendszereihez, valamint a könyv- és folyóiratgyártás részére –, azonban ezek csak az 1.5-ös verzióval lesznek elérhetőek.

A nyomdaipari vállalatoknak is érdemes – függetlenül attól, hogy hagyományos kiadók számára dolgoznak-e vagy sem – arra felhasználniuk a drupa 2008 szakvásárt, hogy megtervezzék hosszú távú automatizálási stratégiájukat, amelyek a JDF kezelésére képes termékekbe vagy (amennyiben szükséges) egyedi megoldásokba ágyazódnak. Főként a nagyobb vállalkozásoknak kell ésszerű és a vállalat nagy megrendelői számára átlátható gyártási folyamatokat bemutatni és csökkenteni a személyügyi költségeket.

MINDEN KÉSZEN ÁLL A VILÁGHÁLÓRA

Amíg a JDF meghaladja a vállalatok – vagy a több telephellyel működő nyomdák – belső automatizálási szükségleteit, addig a nyomdaipari termékek keresleti és kínálati oldala közötti kapcsolat a világhálón alapuló szolgáltatásokra, valamint a folyamatok sokrétű halmozódására összpontosul, amelyet egyszerűen a „web-to-print” címszóval jellemezhetünk. (A régebbi, de azonos jelentésű „Print-e-Commerce” megnevezés a korábbi Dot-Com vállalatok összeomlá-



A nyomdaipari vállalatok egyre inkább kiváltják vagy legalábbis kiegészítik az értékesítési és ügyfélszolgálati kínálatukat automatizált és egységesített webes rendelési rendszerekkel. Ennél a példánál – amely a Pageflex feldolgozó környezeten alapul – a nyomtatványok megrendelői vehetik át a nyomdai megrendelés teljesítéséhez szükséges munka jelentős részét. A nyomdai megbízások kényelmes, webes alapú elkészítése jelentős költségmegtakarítást jelent a nyomdai szolgáltató részéről.

sával kikerült a szóhasználatból.) Számos ilyen jellegű szolgáltatásnál szabványosított adatokat, például ICC profilokat és PDF/X tartalmakat használunk, azonban a web-to-print szolgáltatások önmagukban általában egyedi formátumúak, és ez idáig nem terjedtek el egyértelműen meghatározó szolgáltatók.

A web-to-print az elmúlt tíz év során az egyszerű, sablon alapú e-commerce honlapoktól jelentős előrelépéssel igényes feldolgozó környezetté fejlődött, amely a vállalatok nagy megrendelési rendszerébe integrálható. Ennek ellenére ne tekintsük a web-to-print-megoldásokat az üzletünk emberi összetevőjének teljes kiváltásaként.

„A web-to-print csupán a szolgáltatások, funkciók és termékek újabb terjesztési csatornája” – fejtette ki Bernd Zipper iparági elemző. „Ez nem váltja ki az eredményes üzleti gyakorlatot, hanem »kiegészítése« annak az üzleti platformnak, amely a gyártási folyamatokat is optimalizálja.”

„A web-to-print nem váltja ki az eredményes üzleti gyakorlatot, hanem »kiterjesztése« az üzleti platformnak.”

Bernd Zipper

A nyomdaipari vállalatok és a megrendelők ne várják ki azt, hogy mára kirajzolódik egy új megközelítés. Ugyan már ma is számos web-to-print megoldás létezik, azonban a legtöbb esetben messze túlmutatnak az úttörő szakaszon. Egy rendszer felkutatása során kifejezetten olyan rendszereket vegyenek górcső alá, amelyek túlmutatnak a sablon alapú megközelítésen. A drupa 2008 esetében olyan rendszerekről van tehát szó, amelyek hasonló elveket alkalmaznak összetettebb kihívások megválaszolására – és a megrendelőt és informatikai rendszerét a nyomdai workflow aktív szereplőjének tekintik.

A NYOMDAIPARI VÁLLALATOK ADATKEZELŐI SZEREPBEN

A digitális nyomdai előkészítés forradalmának kezdete óta a nyomdai vállalatok hajlamosak arra, hogy a megrendelői adatokat csupán a kimeneti ponton tekintsék meghatározónak – vagyis a levilágított filmek, a digitális képanyagot tartalmazó lemez vagy a kizárólag digitális nyomdagép adatainak kiadásánál. Mivel a kimeneti

problémák – a legtöbb vállalatnál – már nem jelentenek misztikus akadályt, ezért a nyomdai vállalatok saját üzletágként kezdik kezelni a megrendelőik digitális adatait. A digitális nyomdagépen változó adatok alapján történő nyomtatás csak egyike ezeknek a lehetőségeknek, azonban jól szemlélteti a vita lényegét: a digitális nyomdagép birtoklása önmagában még nem garanciája a sikernek. A saját magukat marketing-szolgáltató és -adatkezelő vállalatként újra feltaláló vállalkozások (amelyek nyomtatást is kínálnak) gyakran eredményesek, ellenében a kizárólag nyomdaként megjelenő vállalatokkal szemben.

Az ehhez kapcsolódó technológiák közé tartozik, a tartalom- és mellékletkezelés, valamint a jogok kezelése és a szindikálás körébe tartozó megfontolások. Annak ellenére, hogy az ilyen megfontolások semmiképpen sem „újak”, ezeket mégis figyelembe kellene venniük a nyomdaipari vállalatoknak, valamint a kiadói és vállalati megrendelőknek. Arról, hogy egy megrendelő egy nyomdaipari vállalatra bízza az adatait, annak alapján döntenek, hogy mennyire képes a nyomdász befogadni az új eszközöket, és ezzel túllépni a pusztán nyomdai szolgáltató szerepkörén. Számos nyomdaipari vállalatnál a beruházás első lépését a Düsseldorfban bemutatott számtalan adatfeldolgozó eszköz egyikének beszerzése jelenti.



A Universal médiacsoportnál egy (a képen látható) gépkezelő egy Hiflex MIS rendszert használ a gyártásirányítás racionalizálására, a minőség felügyeletére és a teljes vállalati nyomtatási workflow optimalizálására

A minőségirányítás – mind az adatfeldolgozásban, mind pedig a gyártási workflow keretében – még mindig nem teljesíthető pusztán egyetlen géppel, azonban a JDF/JMF egyre bővülő automatizálási potenciáljával minden eddigénél nagyobb az igény a magas szintű minőségirányítási funkciók iránt. A nyomdaipari vállalatok fektessenek kiemelt figyelmet a drupa 2008 szakvásáron az MIS megoldásokra – mivel ezek egyre fontosabb szerepet töltenek be a színvonalas marketing-, adatkezelési és egyéb nyomdaipari szolgáltatás integrációjában.

A TÁRSADALMI FELELŐSSÉGET VÁLLALÓ NYOMTATÁS

Általánosan is terjedő tendencia – amely egyre gyakrabban érvényes a nyomtatásra – a termelés társadalmi és környezeti hatásainak vizsgálata. A papírtól a vegyszereken át a termelés és szállítás vonatkozásában is egyre nagyobb társadalmi felelősséget vállal a nyomtatás – és ez kiemelten igaz az erőteljesen vizuális orientációjú reklámparban. A drupa 2008 szakvásár alkalmával számos kiállító mutat be rész megoldásokat, mint például FSC tanúsítvánnyal rendelkező forrásból származó papírféleségeket. A fenntarthatóság valamennyi követelményének megfelelő átfogó megoldásokkal mindazonáltal még ritkán találkozhatunk.

„Egyre inkább igaz, hogy ami a környezetnek jó, az jó az üzletnek is.”

Chris Pape, CEO, Monroe Litho

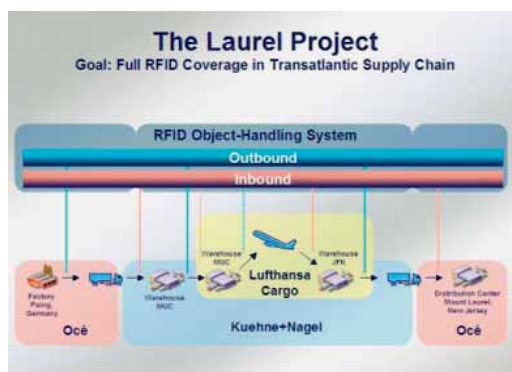
Az Egyesült Államok New York államának Rochester városában székelő Monroe Litho egy példája ennek a trendnek. A papírok előállítási láncának FSC tanúsítása mellett a vállalat kezdeményezte az illékony szerves anyagok (VOC) felhasználásának csökkentését, és 2006 júniusában a villamosáram-beszerzését 100 százalékban megújuló szélenergiára állította át. „Célunk az, hogy a lehető legkisebbre szorítsuk a megrendelőink nyomtatási projektjeinek a környezetre gyakorolt hatását” – fejtette ki a vállalat vezérigazgatója, Chris Pape. „Egyre inkább igaz, hogy ami jó a környezetnek, az jó az üzletnek is.”

Figyeljenek fel arra, hogy jelentősen megnőtt a környezeti hatásokat vizsgáló mérőeszközök kínálata. Az ugyan igaz, hogy csupán kevés számú nyomdaipari vállalat törekedett az

ISO 14000 szerinti teljes tanúsításra, mindazonáltal a szén-dioxid-kibocsátás és a hulladékok mérésének lehetősége fontos tényező, amelyet egyre inkább megkövetelnek a nyomdai munkák megbízói és a tervezők. A probléma felmérése az első lépés ebben a folyamatban, és lassan megjelennek az első mérési rendszerek is a nyomdai tervezők közösségében. A drupa keretében a nyomdaipari vállalatok ezenkívül olyan kiállítókra is találnak, amelyek különleges környezetvédelmi szempontokkal, mint például a hulladékok hasznosításával is foglalkoznak.

ÚJ ESZKÖZÖK, RFID, TINTASUGARAS TECHNOLÓGIA

A nyomdaipar valamennyi jelentős rendezvényéhez hasonlóan a drupa 2008 szakvásárt jelentősen befolyásolják a szerzői rendszerek je-



Az Océ Document Technologies átfogó rendszert állított fel a beszállítói láncához, amelyben az RFID-technológiát alkalmazzák a disztribúciós folyamat optimalizálására

lentős fejlesztőinek: a Quark és Adobe cégnek az új termékei. A két vállalat élenjáró termékeinek legújabb változatai tehát – a QuarkXPress/Xpress Server, illetve a Creative Suite/InDesign Server – számos ígéretet és egyben kihívást jelentenek a nyomdaiparnak. A Quark nyomdaipari szerepvállalását a vállalat feltörekvő technológiáért és stratégiai szövetségeikért felelős alelnöke, Paul Schmitt így jellemezte: „Meggyőződésünk, hogy a nyomtatásnak erős és fenntartható jövője van. Annak ellenére, hogy a média más csatornái is megnyíltak, fontos kiegészítésként fennmarad a nyomtatás – gyakorlatilag minden jól felépített marketing- és reklámkampány tartal-

maz nyomtatott, webes, valamint rádiós és televíziós elemeket. Az új technológiákkal a nyomdaipari vállalatok lényegesen alaposabban megszemélyesített termékeket készítenek és szállítanak az olvasóiknak. Ennek köszönhetően minden korábbinál mélyebben tudják őket megszólítani, sőt új növekedési lehetőségek is körvonalazódnak a régióról régióra eltérően fejlődő piacokon. Az elmúlt évben csak Indiában 2000 újság jelent meg a piacon.”

„Az új technológiákkal a nyomdaipari vállalatok lényegesen alaposabban megszemélyesített termékeket készítenek és szállítanak az olvasóiknak. Ennek köszönhetően minden korábbinál mélyebben tudják őket megszólítani.”

Paul Schmitt, Quark

A drupa szakvásáron a Quark- és Adobe-megoldásokkal kompatibilis technológiák széles skáláját ismerhetjük meg – és nem csupán plugin modulokat a DTP-felhasználóknak, hanem a szerver alapú termékek új nemzedékét, amely a két vállalat kitűnő rendering rendszerein és a több médiára kiterjedő szerzői környezetekre épülnek.

„A nyomtatás nem pusztul ki, hanem folyamatosan fejlődik – ahogyan ez évszázadok óta történik. Napjainkban a nyomdaipari vállalatoknak együtt kell működniük a megrendelőikkel, hogy a tartalmakat más médiának is hozzáférhetővé tegyék – nem a nyomtatás kiváltására, hanem annak érdekében, hogy a tartalmakat az új médiában is alkalmazhassák.”

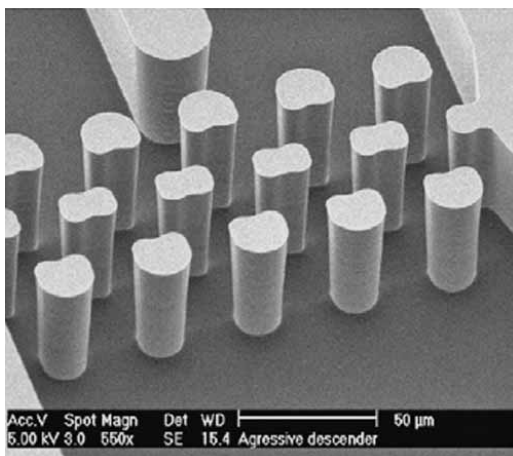
Lonn Lorenz, Adobe Systems

Mivel a nyomtatás egyre korszerűbb gyártási folyamatá fejlődik, ezért emelkedik a rádiófrekvenciás azonosítás (Radio Frequency Identification, RFID) jelentősége is. Korábban a nyomdai előállításra fejlesztett informatikai megoldások a workflow-ra összpontosítottak – amely már digitalizált.

Az RFID ideális módszernek bizonyult a legkülönbözőbb szállítmányok – készülékek, fogyóeszközök vagy nyomtatott végtermékek – visszakövetésére, amelynek során figyelembe lehet venni a terjesztés és több ponton tárolás sajátosságait is.

Az RFID kiemelkedően ígéretes azoknak a nyomdaipari vállalatoknak, amelyek nagy meg-

bízáskezelő infrastruktúrával dolgoznak a fontos megrendelőiknek. A különleges nyomdai készletek ismeretével a nyomdák és a megrendelőik a legnagyobb pontossággal tudják végezni a nyomtatást és a terjesztést. A drupa szakvásáron az Océ Document Technologies és más vállalatok is bemutatják az erre vonatkozó kezdeményezéseiket.



A Dimatix, a Fujifilm egyik leányvállalata a tintasugaras alkalmazásokra használt MEMS, MicroElectroMechanical Systems egyik úttörője. Ez a megoldás nagyobb fokú pontosságot és magasabb sebességet ígér, mint ami a hagyományos tintasugaras technológiával lehetséges lenne

A drupa látogatói számos új fejlesztést fedezhetnek fel a tintasugaras nyomtatófejek technológiájában, amelyek többek között a sebesség és a pontosság további fokozását jelentik a Xaar (Platform 3) és a HP részéről. A tintasugaras alkalmazások manapság leginkább a nagyméretű táblák előállításában és a proof-levonatok készítésénél használatosak, de a drupa 2008 jó néhány fontos új tintasugaras alkalmazást kínál – amelyek adott esetben a toner alapú digitális nyomtatás uralmát is veszélyeztetik. A Xaar elnök-vezérigazgatója, Ian Dinwoodie becslése szerint a digitális tintasugaras technológia (percenként több mint 165 oldalas teljesítménnyel) 2008-ig versenyképessé válhat a leggyorsabb tóneres eszközökkel, és a tintasugaras technológia 2010-ig eléri a percenként 500 oldalas sebességet is.

A szintén szem előtt tartandó további gyártók közé tartozik a Dimatix, amelynek a közelmúlt-

ban bejelentett MEMS MikroElektroMechanikai rendszereken alapuló tintasugaras technológiája olyan teljesítménynövelési lehetőségeket kínál, amelyek a mikroméretű gépek és a nanotechnológia bizarr világán alapulnak – ez a 100 nanométer (a méter 1/100.000.000-od része) alatti mérettartományú technológiai anyagok tudományát jelenti. A gyártó potenciális előnyöket ígér a csomagolásoknál, valamint a táblák és egyedi anyagok nyomtatásában, annak ellenére, hogy a technológiában rejlt valamennyi lehetőségét még ki kell aknázni.

A NYOMDAIPAR KILÁTÁSAI

Az új technológiák és üzleti modellek átgondolt átvételére kész nyomdaipari vállalatok előtt soha nem mutatkozott rózsásabb jövő. Ennek ellenére az a tény, hogy a nyomdák kis része tudhatja magáénak a nyereség oroszlánrészét, azt bizonyítja, hogy még mindig túl sok nyomda összpontosít az árra, a példányszámra és a fogyasztási cikkekre jellemző mentalitásra, és ezzel megnehezíti a saját túlélését. Az igazi innovátorok fognak győzedelmeskedni – függetlenül attól, hogy nyomdának nevezik magukat, vagy sem.

Talán a szakma gurujának tekintett Frank Romano foglalta össze a leginkább találóan Guten-

berg örökségének a jövőjét: „A nyomtatás jövője attól függ, hogy melyik nyomtatásról beszélünk. Csomagolás mindig lesz (főként akkor, ha nem bontható le biológiai úton). Egyes nyomdatermékek, mint például a kiadványok, versenytársra találnak az internetben, miközben más nyomtatványok, mint például a reklámanyagok, nem szűnhetnek meg. A nyomtatási példányszámok országról országra, a társadalmi-gazdasági feltételek és az új technológiák elfogadottsága függvényében eltérőek lesznek. A nyomtatásokat a személyi és szállítási költségek függvényében más országokba is kiszerveznek. A nyomtatás nem csupán egy, hanem több dologra terjed ki. A nyomdaiparnak nem egy, hanem számos jövője van.”

ÖSSZEFOGLALÁS

Az innováció mindig is a nyomtatványok útján történő eredményes kommunikáció védjegye volt, annak ellenére, hogy a nyomdaipari vállalatok gyakorta túlságosan is konzervatívak és túlzottan óvatosak. A drupa 2008 bizonyára bemutatja mind az innovációt, mind a stagnálást. A jövőképpel rendelkező nyomdaipari vállalatoknak azonban Düsseldorf értékes lehetőségeket kínál majd.

