

HP SCHNELLER, GRÖßER, VIELSEITIGER

Der US-amerikanische Hersteller zeigte in Barcelona nicht nur den bereits erwarteten Nachfolger für den Verkaufsschlager L25500, sondern auch einen weiteren Latex-Designjet mit 2,64 m Druckbreite. Die neuen Modelle versprechen zudem zahlreiche Detailverbesserungen wie leichtere Bedienbarkeit und ein noch größeres Anwendungsspektrum.



Santiago Morera, Vice President and General Manager Large Format Printing Business HP, vor dem Designjet L28500. Dieser soll rund 62.000 US\$ kosten, sein kleiner Bruder knapp 25.000 US\$.

LFP-Journalisten beim Latex Leadership Summit begrüßte. Im Rahmen des in Barcelona am 2. und 3. November veranstalteten Events wurden die Pressevertreter, einige Tage später auch Händler und ausgewählte Partner und Kunden, über die

neuesten Entwicklungen bei den Latex-Designjets für die PSP-(Print Service Provider)-Märkte in-

Latex ist eine Erfolgsgeschichte«, so der Tenor des Vortrags von François Martin, mit dem der Worldwide Marketing Director Graphics Solution Business, Imaging and Printing Group bei Hewlett-Packard, die europäischen



Die Beta-Tester erzählen von ihren Erfahrungen. 2. von links: Bianca Mölbert, Studio für Digitaltechnik Knaup in Darmstadt.

KONTAKT:
www.hp.com/de



Die neuen Designjets im Detail: (im Uhrzeigersinn): Die neuen Latex-Tinten HP 792, automatisiertes doppelseitiges Drucken, praktische Einfädelhilfe für dünne Textilmedien.

formiert. Rund 9.000 Latex-Drucker aller Größen hat HP

seit der Preview der neuen Technologie bei der Drupa 2008 nach eigenen Angaben abgesetzt – von dem auch für Büro/Shop-Umgebungen geeigneten L25500 bis hin zu den HP-Scitex-Modellen mit Latex-Tinten der LX-Serie, die klar auf die industrielle Produktion zielen. Vor allem der Nachfolger des in Deutschland sehr beliebten Designjets L25500 stand im Mittelpunkt des Interesses.

DESIGNJET L26500: EINEN ZOLL LÄNGER UND MEHR

Mit der neuen Produktfamilie hat HP auch die Latex-Tinten einem Update unterzogen – die 792-Familie, die es wiederum in sechs Farben (CMYK, LC, LM) gibt, soll sich durch ein tieferes Schwarz, besseren Glanz und eine höhere Wasserfestigkeit auf Textilien auszeichnen. Sie kommt sowohl beim neuen L26500 mit 61 Zoll (1,54 m) Druckbreite wie beim 104-Zoll (2,64 m)-Modell L28500 zum Einsatz. Beide Maschinen erfuhren zudem zahlreiche Verbesserungen wie etwa eine Einfädelhilfe für sehr dünne Textilmedien oder die Möglichkeit, automatisiert und sehr genau beidseitige Applikationen zu drucken. Zudem wurde die Geschwindigkeit deutlich erhöht: Maximal, also im Draft-Modus mit vier Kopfdurchgängen (passes), erreicht das kleinere Modell nach Herstellerangaben fast 23 qm, der L28500 soll sogar auf eine Produktionsgeschwindigkeit von

40 qm/h schnellen. In der Standard-Ausgabequalität (10 pass) sind laut Datenblatt immer noch 9 bzw. 15 qm/h möglich. Die maximale Auflösung beträgt jeweils 1.200 dpi. Mit den neuen Tinten sollen die Drucker ein deutlich größeres Materialspektrum verarbeiten können, neben HP- und Partner-Medien etwa viele für Eco-Solvent-Drucker konzipierte Substrate und sogar eine Reihe von kostengünstigen ungestrichenen Materialien. Die Außenhaltbarkeit unlaminierter Drucke gibt HP mit bis zu drei Jahren an. Während der Designjet L26500 bereits erhältlich ist, wird mit dem größeren Modell ab Ende Januar gerechnet.

UMWELTSCHONUNG IM VORDERGRUND

Die Tintenpatronen der 792-Familie wurden durch die Japan Environment Association mit dem »Eco Mark« zertifiziert, und auch sonst will sich HP noch stärker zum Thema Nachhaltigkeit engagieren. So soll sich das Rücknahmeprogramm nun auf alle HP-Medien, Köpfe, Reinigungskassetten und Tinten-Cartridges erstrecken, die bei der Produktion mit den 792-Tinten anfallen. Die Materialien werden nach Anmeldung innerhalb von fünf Arbeitstagen von speziellen Dienstleistern zum Recycling abgeholt. Bei den Dienstleistern soll das Bewusstsein für nachhaltige Produktion jedoch noch auf andere Weise geweckt werden: Im Rahmen der »Latex University« bietet das Un-



V. I.: Latex-Tinten eignen sich besonders für den Tapetendruck. Die zauberhafte Deko sollte die Verdienstmöglichkeiten mit Latex-Druckern visualisieren.



tex-Druckers kostenlos. Als Bonus hat HP auch ein Marketing-Tool geschaffen, mit dem Druckhäuser ihre »Grünen Bemühungen« dokumentieren können: Wer das zweistündige Online-Training absolviert, kann sich als »HP Eco Solutions Trained Printing Company« registrieren lassen. Teilnehmende Firmen erhalten ein gerahmtes Zertifikat, mit dem sie auch werben dürfen.

sa

ternehmen Online-Schulungen zu verschiedenen Themen rund um die Print-Produktion an. Sie sollen in mehreren Sprachen verfügbar sein und sind nach Eingabe der Seriennummer eines La-

»DIE ZUKUNFT DER DRUCKERSPARTE WAR NIE GEGENSTAND DER DISKUSSION.«

Das Editorial in der **LARGE-FORMAT 7/11** schlug hohe Wellen – Chefredakteurin Sonja Angerer fragte sich angesichts der im August vom inzwischen geschassten CEO Léo Apotheker verkündeten Neuausrichtung von HP, ob der Großformat-Druck mittelfristig noch eine Zukunft im Konzern hat. Inzwischen stellte sich Maik Laubin, Vertriebsdirektor Sign & Display, HP Deutschland, den **LARGE-FORMAT-Fragen** im Interview.

ML: Die Zukunft der Druckersparte einschließlich der HP Großformat-Aktivitäten war nie Gegenstand der Diskussion. Von Anfang an machte die HP-Konzernspitze einschließlich Vjomesch Joshi, der weltweit die Imaging- und Printing-Organisation leitet, deutlich, dass die Überlegungen zu Veränderungen der Konzernzusammensetzung ausschließlich die PC-Organisation betrafen. IPG ist ein integraler Bestandteil des HP-Lösungsangebotes für Großkunden, den Mittelstand sowie Konsumenten und Bestandteil von vielen IT-Gesamtlösungen, die HP anbietet und installiert. HP investiert langfristig in IPG-Innovationen. Die Investitionen unserer Kunden sind bei IPG langfristig in besten Händen.



Maik Laubin ist Vertriebsdirektor bei HP Deutschland.

LF: Welche strategische Bedeutung hat die Sparte Großformat-Druck für HP? Gibt es mittelfristig, d.h. innerhalb der nächsten fünf Jahre Pläne zu Ausgliederung, Verkauf oder Abspaltung dieses Bereichs? Stehen neben der Tablet/Smartphone- und der PC-Sparte weitere Bereiche bei HP kurz- oder

mittelfristig zur Disposition? Welche?

ML: Die Sparte Großformat-Druck hat eine sehr strategische Bedeutung für HP: Wir sehen als einen der weltweiten Makro-Trends den Trend »Analog zu Digital« und erwarten, dass bis 2015 über eine Milliarde Seiten, die bisher analog erstellt werden, dann digital gedruckt werden. Das

Wachstum der digital gedruckten Farbseiten wird sich bis 2015 sogar verzehnfachen. HP hat sich über die letzten zehn Jahre konsequent auf diese Digitalisierung vorbereitet und kann durch den Kauf von Indigo, Scitex, Colorspan, NUR und Snapfish heute ein weltweit einmalig breites Portfolio anbieten. Der Druck von einem einzelnen Foto ist damit genauso möglich wie der von hochvolumigen Foto-Büchern, der Druck eines Flaschenetiketts ebenso wie der Druck einer ganzen Hausverkleidung. Unsere starken Marktpositionen zeigen, dass wir mit dieser Strategie auch genau die Interessen unserer Kunden treffen.

LF: HP peilt strategisch nun eher das Großkunden-Geschäft an und will sich nach den Aussagen vom August weitgehend vom Endkunden/SoHo-Bereich verabschieden. Welche Auswirkungen hat das auf das klein/mittelständisch geprägte Geschäft im Großformat-Druck in Deutschland?

ML: HP IPG beliefert alle Kundengruppen – von Konsumenten über den Mittelstand bis zum Großunternehmen. Hieran ändert sich nichts.

LF: In der Imaging-Branche haben auch eine Reihe von Dienstleistern HP-PC/Server-Infrastruktur. Werden solche mittelständischen Kunden bzw. die Händler/Systemhäuser, die sie beliefern, weiterhin unterstützt? Wenn ja, wie lange garantiert HP das? Wie lange plant HP, Produkte nach dem Abstoßen einer Sparte zu unterstützen?

ML: Wenn diese Ausgabe der Large Format erscheint, wird die zukünftige Geschäftsform der PC-Sparte vermutlich feststehen. Heute kann ich nur sagen – egal, ob die PSG im Konzern bleibt oder ausgelagert wird – das Ziel Nummer eins ist es, als weltweite Nummer eins alle Kunden weiterhin langfristig mit innovativen Lösungen zu bedienen. Daran wird

SCITEX-FAMILIE ERWEITERT



Auch bei den Industrie-Maschinen gab es Neuheiten: Das Flachbett-Modell FB7600 (l.) sowie die zwei Rollendruker XP5500/XP2500. Alle arbeiten mit UV-härtenden Tinten.

Größe von 165 x 320 cm. Die maximale Materialdicke beträgt 25 mm. Bestehende FB7500-Nutzer sollen ihren Drucker auf das FB7600-Niveau upgraden können.

HP hat zur SGIA Expo 2011 auch neue Lösungen für den industriellen Inkjet-Druck vorgestellt. So erhielt der schnelle Flachbett-Drucker HP-Scitex FB7500 einen Nachfolger, das Modell HP Scitex FB7600. Es arbeitet mit den neuen, UV-härtenden HP-FB225-Scitex-Farben und bringt diverse Verbesserungen im Workflow wie eine optionale Ladeeinrichtung für mehrere Bögen mit. Das Sechsfarb-Modell (CMYK, LC, LM) erreicht eine Auflösung von bis zu 600 dpi und bedruckt Bögen bis zu einer

Neu vorgestellt wurde zudem der HP Scitex XP5500, eine UV-Rollenmaschine für bis zu fünf Meter Druckbreite. Sie arbeitet mit vier Farben (CMYK) und erreicht eine maximale Auflösung von 360 dpi. Im Lieferumfang ist das Rip schon inbegriffen, Käufer haben die Wahl zwischen Onyx Productionhouse oder Caldera Grand Rip+. Auch der bei dieser Gelegenheit erstmals gezeigte HP Scitex XP2500 bedruckt Rollen bis 3,20 m Breite, entspricht in Farbzahl und Auflösung dem XP5500.

sich durch eine mögliche neue Struktur nichts ändern.

LF: *Wie lange garantiert HP die Verfügbarkeit von Ersatzteilen und Technikern bei den Designjets, der Latex-Reihe sowie bei den HP-Scitex-Modellen?*

ML: Alle gesetzlichen Forderungen werden erfüllt – so wie wir es schon immer gehalten haben. Also keine Änderungen. HP ist für seine Zuverlässigkeit und Qualität bekannt.

LF: *Gibt es Pläne, die Händlerstruktur für den Großformat-Druck in DACH zu straffen?*

ML: Nein.

LF: *Verabschiedet sich HP mit dem Ende eigener Mobil-Geräte auch von den zuletzt stark propagierten Web/Cloud/Mobil-Printing-Konzepten?*

ML: Nein. Auch für HP sind Cloud-Konzepte – einschließlich Cloud-Printing-Konzepten – ein wesentlicher Bestandteil und Wachstumspfad in die digitale Zu-

kunft, weil sie für unsere Kunden – jetzt mal ganz stark zusammengefasst – modernste IT-Leistungen möglich machen, ohne dass sie die gesamte Infrastruktur selbst aufbauen müssen. Diese kommt kostengünstig aus der Cloud. Bei unseren Designjets haben wir letztes Jahr mit »e-print und share« eine Cloud-Anwendung realisiert, die es weltweiten Teams ermöglicht, miteinander völlig neue Arbeitsformen zu erproben. Hierbei können – ohne Zeit- und Reibungsverluste – Teams gleichzeitig und miteinander Pläne nutzen, überarbeiten, abspeichern und verschicken. Das ist die Zukunft, und es zeigt deutlich, welche Vorteile die »Cloud« bringen kann.

LF: *Steht auch die Finanzierungs/Leasing-Sparte für mittelständische Unternehmen und insbesondere den Großformat-Druck beim angepeilten Konzernumbau zur Disposition?*

ML: Nein – wie oben ausgeführt – hier sind keine Änderungen geplant.

ANZEIGE