

Individualisiertes Publisher-Cover

# Formel-1-Heftcover mit Xerox iGen3

*In der Formel 1 steigen mit der Geschwindigkeit die Kosten; im Digitaldruck ist es umgekehrt: Die Xerox iGen3, mit der das Cover dieses Heftes gedruckt ist, ermöglicht dank ihrer Geschwindigkeit hohe Druckvolumen mit tiefen Seitenpreisen.*

## DAVID LEE UND MARTIN SPAAR

Das Cover dieser Ausgabe unserer Zeitschrift setzt die Serie der Digitaldruck-Technologiedemos fort. Diesmal ist der Umschlag des Heftes auf einer Xerox DocuColor iGen3 gedruckt und zeigt eine anspruchsvolle Bildindividualisierung: Jeder Abonnent darf sich für einmal als Formel-1-Rennpilot präsentieren, indem sein Name auf dem Helm des Sauber-Piloten prangt.

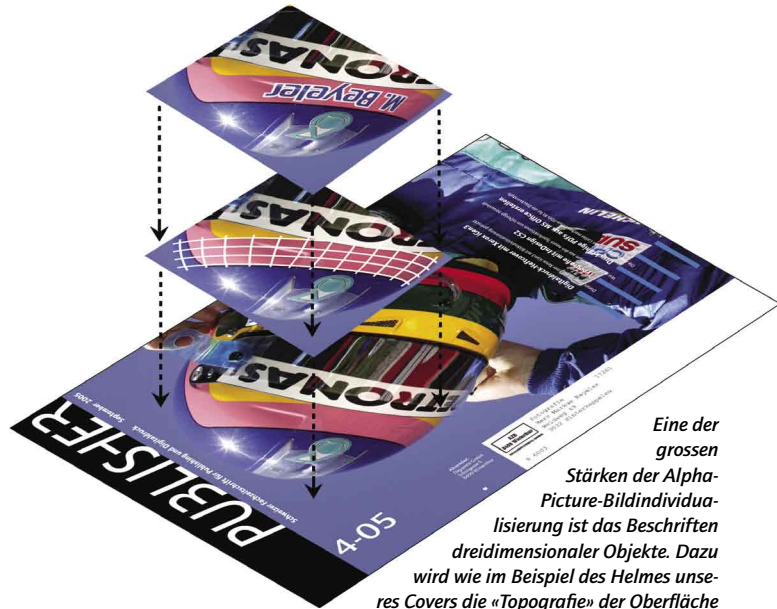
Diese Bildpersonalisierung wurde mit Hilfe der AlphaPicture-Technologie der Firma i-clue aus Waiblingen bei Stuttgart erstellt. AlphaPicture funktioniert etwas anders als die Software DirectSmile (vorgestellt in Publisher 1-05, S. 36), mit der die beiden Covers der Publisher-Ausgaben 1-05 und 2-05 personalisiert wurden. Bei AlphaPicture werden ausschliesslich Bilder verkauft – die Software selbst bleibt in den Händen von i-clue. Daher muss die Software nicht in erster Linie einfach zu erlernen und zu bedienen sein, sondern es wird mehr Wert auf komplexe Funktionen und Features gelegt. Wie diese genau funktionieren, ist bei diesem Geschäftsmodell natürlich Betriebsgeheimnis. Ein ähnlich detaillierter Blick unter die Motorhaube der Software wie bei DirectSmile war uns deshalb nicht möglich. Fest steht jedoch, dass AlphaPicture besondere Stärken ausspielt, wenn es um komplexe geometrische Anpassungen und Beleuchtungseffekte geht. Prinzipiell kann ein Schriftzug an jede beliebige komplexe geometrische Form angepasst werden. Schön zu sehen auf dem Helm ist auch, wie realistisch sich der Schriftzug an

Lichtspiegelungen und Helligkeitsunterschiede anpasst.

## Komplexe Schriftfamilien mit Varianten

Im Beispiel unseres Covers konnte ein bereits bestehender Font verwendet und mit einem weissen Rand versehen werden. Oftmals, wie beim Xerox-Inserat auf der zweiten Umschlagsseite, stellt i-clue auch selbst speziell angepasste Fonts her, die nur gerade für dieses Bild verwendet werden. Die Fonts werden aufgrund der Fotografien hergestellt, in welcher sie dann später Verwendung finden. Dabei gibt es, um die Unregelmässigkeit von handschriftlichen Texten zu simulieren, pro Buchstabe jeweils etwa sieben verschiedene Varianten. Natürlich ist es damit noch nicht getan, aber die genauen Details zur komplett realistischen Anpassung an die Umgebung sind, wie gesagt, Betriebsgeheimnis ...

Bei grossen personalisierten Auflagen fallen riesige Datenmengen an, wenn jedes Bild separat gespeichert wird. PDF bietet die Möglichkeit, ein Bild nur einmal zu speichern und bei jedem weiteren Vorkommen eine Referenz auf das erste Bild zu erstellen. AlphaPicture nutzt diese Möglichkeit, um das Hintergrundbild nur einmal abzuspeichern und den sich verändernden Teil darüberzulegen. Die Datenübertragung zum RIP ist deshalb komfortabel. Beim jetzigen Stand muss das RIP am Ende aber trotzdem auch die fixen Bestandteile jedes Mal neu rechnen. Mit der auf XML basierenden Beschreibungssprache PPML (Personalized Print



Mark-up Language) soll dem aber bald abgeholfen werden. PPML erlaubt einem RIP, nicht nur wie bis anhin ganze Druckaufträge wiederzuverwenden, sondern auch einzelne Objekte davon. Das können Fonts, Logos, Diagramme oder eben auch Bilder sein. Damit ist der jetzige Flaschenhals, das RIP, bereit für den effizienten Umgang mit personalisierten Dokumenten.

Eine gute Einführung in PPML bietet die Seite [www.ppml.info](http://www.ppml.info) (in Englisch). Namhafte Firmen wie Xerox, Adobe, Efi, Kodak Nexpress oder Xeikon pushen PPML, so dass die Chancen dieser Sprache zu einem neuen Standard gut stehen.

## LetterJames und der Papst

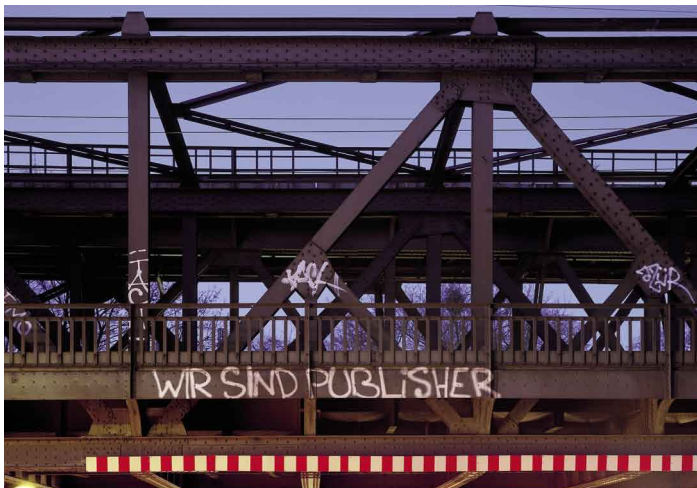
Auf [www.letterjames.de](http://www.letterjames.de) kann man mit der AlphaPicture-Technologie online zahlreiche Bilder mit einem eigenen Text versehen und anschliessend als E-Card versenden, als Grafikdatei herunterladen oder als Poster bestellen. Als die deutsche «Bild»-Zeitung anlässlich der Wahl von Kardinal Ratzinger zum neuen Papst die Schlagzeile «Wir sind Papst» prägte, malte sich ein Blogger ([www.eyesaiditbefore.de](http://www.eyesaiditbefore.de)) den Slogan auf den Bauch und rief seine Leserschaft auf, möglichst viele ähnliche Bilder einzusenden. Da gingen unter vielen anderen auch mit [letterjames.de](http://www.letterjames.de) erzeugte Bilder ein. Die «Bild»-Zeitung allerdings verstand die Aktion nicht als Satire, sondern als Tribut, und druckte voller Stolz eine künstlich erzeugte Sprayerei ab mit den Worten: «Auch

ganz echt gibt es «Wir sind Papst!» als Graffiti an Brücken, auf S-Bahnen.» Offensichtlich hatte die Redaktion die Herkunft der Bilder nicht im Geringsten geprüft. Ein journalistisches Amtszeugnis, welches juristische Nachspiele hatte – aber gleichzeitig ein Indiz dafür, wie realistisch diese Bilder mit variablen Schriftzügen aussehen.

## 18 Sujets für drei Umschlagseiten

Neben dem Frontbild sind bei dieser Ausgabe der Zeitschrift auch die anderen drei Umschlagseiten je Empfänger individualisiert. Je nach Zielgruppe haben wir unterschiedliche Produkte aus unserem Shopangebot ausgeschrieben: Druckereien finden auf der vierten Umschlagseite ein Buch zum Thema Typografie mit InDesign, Werber eines über die Gestaltung von Geschäftsberichten etc. Insgesamt haben wir anhand des Leserprofils (Zielgruppe, Art des Abos etc.) 18 verschiedene Sujets auf die drei Umschlagseiten platziert.

Der konkrete Ablauf war dabei so, dass wir die fertig aufbereiteten Adress- und Steuerdaten aus unserer Datenbank in eine Excel-Tabelle exportierten und diese zur Datenaufbereitung an die Firma i-clue übermittelten. Diese machte die Bildpersonalisierung und stellte die Umschlagseiten zu fertig ausgeschossenen Covers im PDF-Format zusammen. Für die rund 6000 individualisierten Covers ergab das eine Datenmenge von rund 5,5 Gigabyte. Diese Daten wurden auf DVD gebrannt



Die realistische Wirkung der AlphaPicture-Technologie brachte der «Bild»-Zeitung einigen Ärger. Von Bloggern fingierte «Wir sind Papst»-Sprayerien wurden für bare Münze genommen und als Zeugnisse des deutschen Papst-Fiebers veröffentlicht.

und per Kurier an die Fotorotar AG in Egg zum Druck geschickt.

### Druck bei der Fotorotar AG

Fotorotar in Egg/Zürich hat seit Anfang Jahr eine Xerox iGen3 in Betrieb. Laut Geschäftsführer Jürg Konrad war die hohe Wirtschaftlichkeit des Systems das hauptsächlichste Argument, das für die Anschaffung des Xerox-Flaggschiffes sprach. Die iGen3 ist das schnellste Digitaldrucksystem auf dem Markt und bietet zudem das grösste Papierformat. Rein von der Druckqualität her schnitt die Konkurrenz laut Konrad bei der Evaluation da und dort ein Quäntchen besser ab.

Konrad warnt jedoch davor, sich bei der Bewertung eines Digitaldrucksystems nur auf den bedruckten Papierbogen zu fokussieren, den man am Schluss in den Händen hält. Entscheidend ist für ihn vielmehr die Qualität des Workflows, der vor dem Ausdruck kommt. «Dabei ist die Informatik die entscheidende Herausforderung, und in dieser Beziehung ist für uns Xerox mit dem entsprechenden IT-Hintergrund der ideale Partner», so Jürg Konrad.

Gerade die Produktion des vorliegenden Publisher-Umschlages ist ein gutes Beispiel für den umfassenden Lösungsansatz bei Xerox: Xerox ist mit der Firma i-clue eine strategische Partnerschaft eingegangen, um die AlphaPicture-Technologie den iGen3-Anwendern direkter und komfortabler zugänglich zu machen. Dafür wird exklusiv für iGen3-Anwender ein Web-Portal eingerichtet, über das Bildindividualisierungsjobs weitgehend automatisiert abgewickelt werden können. Von diesem Partnerschaftskonzept konnte jetzt auch Fotorotar bei der Produktion der Publisher-Cover profitieren.

### Flexibles Papierhandling der iGen3

Beim Druck der Covers konnte die iGen3 einige ihrer Stärken schön auspielen. Als Erstes die Geschwindigkeit: Für die total knapp über 8000 Covers betrug die Produktionszeit knapp einen Tag. Nicht zu unterschätzen waren bei diesem Job jedoch die RIP-Zeiten. Aus

den ursprünglich 5,5 GB PDF-Daten wurden rund 200 GB gerippte Daten. Da war man bei Fotorotar froh, dass man das RIP über Nacht arbeiten lassen konnte, so dass am Morgen die fertigen Druckdaten auf der Harddisk bereit lagen. Gedruckt wurde in Tranchen von 1000 Bögen, welche je etwa 50 Minuten beanspruchten. Diese Grösse wurde gewählt, weil 1000 Bögen des verwendeten Papiers *Xerox Colotech Silk 170 g/m<sup>2</sup>* problemlos in einer Papierschlade Platz haben und dies gemäss den Erfahrungen von Fotorotar auch ein gutes Intervall für die Qualitätskontrolle ist.

Nach Abschluss einer solchen Tranche konnte jeweils nahtlos zum nächsten Job gewechselt werden. Konkret waren das Fotobücher, welche die iGen3 bei Fotorotar bereits zu einem guten Teil auslasten. Damit ist ein weiterer Trumpf der iGen3 angesprochen: die grosse Flexibilität, die mit den grossen Papierfächern geboten wird. So kann ohne Eingriff durch den Operator von einem Job zum anderen gewechselt werden, auch wenn diese auf unterschiedlichem Papier gedruckt werden. Im Falle der Fotobücher wird ein Fach mit farbigem Papier befüllt, das zwischen die einzelnen Jobs eingeschossen wird und diese so klar trennt. Die manuellen Eingriffe sind also auf ein Minimum beschränkt und die Druckjobs sind so, wie sie das Drucksystem verlassen, bereits perfekt für das Ausrüsten vorbereitet.

Ins Kapitel «flexibles Papierhandling» gehört auch das grosse Druckformat der iGen3 sowie die flexible Software. So war es bei unseren Covers möglich, die Bögen vom Stand des Druckbildes her perfekt auf die Erfordernisse des Sammelhefters abzustimmen.

### Print-on-Demand als hauptsächlichliches Futter

Für Fotorotar bedeutete die Produktion der Publisher-Cover den bis anhin grössten Druckjob mit einem solch hohen Mass an Individualisierung. Solche Aufträge sind heute offensichtlich noch recht rar. Das hauptsächlichliche Futter für die iGen3 stellen bei Fotorotar

Kleinauflagen und Jobs, bei denen die Produktionszeit ein kritischer Faktor ist. Daneben baut man mit Fotobuch-Applikationen und Web-to-Print-Anwendungen systematisch weitere Märkte für Digitaldrucksachen auf. In all diesen Bereichen übernimmt Xerox als Lösungsanbieter und Partner einen wichtigen Part. Bei den Kleinauflagen und On-Demand-Jobs bestand eine grosse Herausforderung darin, das Digitaldrucksystem mit dem bestehenden «Heidelberg Print Ready»-Workflow so abzustimmen, dass das Farbverhalten mit dem des Offsetdrucks übereinstimmt. Mit der Unterstützung durch Xerox ist das unterdessen sehr gut gelungen.

Im Bereich der Fotobuch-Applikationen ist die IT die hauptsächlichliche Herausforderung und Fotorotar kann vom entsprechenden Know-how von Xerox beim weiteren Ausbau dieser Dienstleistungen enorm profitieren.

### 41 Prozent Wachstum pro Jahr

Dass Xerox im Bereich des hochvolumigen Digitaldrucks derart viel Engagement zeigt, verwundert nicht angesichts der Marktprognosen aus diesem Haus: Man geht davon aus, dass das Druckvolumen in der obersten Digitaldruck-Liga (iGen3, HP Indigo, Kodak Nexpress, Xeikon) jährlich um 41% zulegen wird; nämlich von heute 4,6 Milliarden auf knapp 13 Milliarden Seiten im Jahr 2008. Interessant ist dabei, dass Xerox bei der Anzahl Neuanstellungen «nur» von einem Wachstum von 23% pro Jahr ausgeht. Ein guter Teil des Wachstums soll also von einer Erhöhung des Druckvolumens je installiertes System getragen werden. Auch da geht Xerox mit gutem Beispiel voran. Auf den 14 zurzeit in der Schweiz installierten iGen3-Systemen werden im Durchschnitt pro Monat je 335 000 Seiten produziert. Weltweit liegt der Schnitt sogar bei einem durchschnittlichen Monatsvolumen von über 400 000 Seiten. Damit spielt die iGen3 in einer Liga für sich. Kaum ein anderes Digitaldrucksystem am Markt dürfte heute über ein Durchschnittsvolumen von 200 000 Seiten hinauskommen.

Ebenfalls erstaunlich ist, dass Xerox bei diesen Prognosen das hauptsächlichliche Wachstum beim sogenannten Offset-Transfer sieht, also bei Kleinauflagen und Print-on-Demand-Jobs, die früher im Offsetdruck produziert wurden. Dabei setzt Xerox auf eine preisgetriebene Wachstumsspirale: Die hohen Volumen pro System ermöglichen günstigere Seitenpreise. Diese beschleunigen den Offset-Transfer und führen zu noch höheren Volumen je System mit noch tieferen Seitenpreisen – und so fort. Zumindest die iGen3 ist für dieses Szenario gut gerüstet. Sie ist auf 1,2 Millionen Drucke pro Monat ausgelegt, was gegenüber den heute durchschnittlich erreichten rund 400 000 eine gute Wachstumsreserve bedeutet ...

Variable Drucksachen für das 1:1-Marketing sollen dagegen gemäss Xerox bis ins Jahr 2008 – zumindest was das Volumen anbelangt – neben dem klassischen Offset-Transfer eine untergeordnete Rolle spielen. Nach dem Erfolg, welchen die individualisierten Covers unserer Zeitschrift brachten, verwundert uns das doch etwas. Ob wir der Zeit wirklich so weit voraus sind? ■

## Fotobücher



Fotorotar bietet über verschiedene Webportale Fotobücher an, die mit der Xerox iGen3 produziert werden.

Fotorotar AG, Gewerbestrasse 18, 8132 Egg, Tel. 044 986 35 35  
[www.fotorotar.ch](http://www.fotorotar.ch)  
[www.smartfoto.ch](http://www.smartfoto.ch)  
[www.myphotofun.ch](http://www.myphotofun.ch)  
[www.easybooks.ch](http://www.easybooks.ch)

## Xerox DocuColor iGen3

Die Xerox DocuColor iGen3 war schon in der ersten Version mit einer Druckleistung von 100 Seiten pro Minute das schnellste Bogen-Digitaldrucksystem im Farbbereich. Xerox hat diesen Vorsprung nun noch ausgebaut: Der im März 2005 eingeführte neue Typ der iGen3 druckt 110 A4-Seiten pro Minute. Die iGen3 ist

für 1,2 Mio. Drucke pro Monat konzipiert. Zu einer schnellen Produktion trägt auch der optionale Online-Finisher bei, der im Gleichschritt mit

der Druckproduktion automatisch schneidet, falzt oder heftet.

Die maximal 12 Papierschächte sind flexibel verwendbar. In Frage kommen viele für den Offset verwendbare Papiere mit einem Maximalformat von 36 × 52 cm. Werden die Schächte mit unterschiedlichem Material gefüllt, kann

die iGen3 aus mehreren Materialien zusammengesetzte Drucksachen in einem Durchlauf erstellen (z.B. ein Ordner mit den Registern). Alternativ können die Schächte auch mit dem gleichen Medium gefüllt werden, um eine grösstmögliche Kapazität zu erreichen. Natürlich lassen sich die Schächte während des Druckens nachfüllen.

