HP setzt auf das Wachstum im Bildermarkt und beim Fotodruck zuhause

Autor(en): **[.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **12 (2005)**

Heft 15

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-979357

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

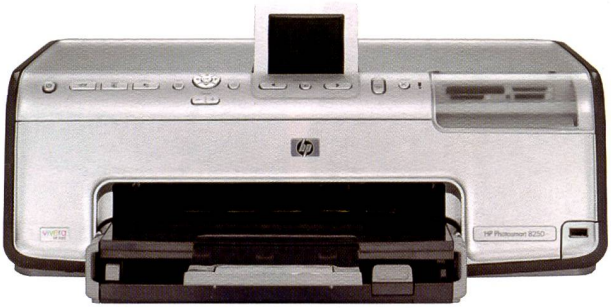
homeprinting **HP setzt auf das Wachstum im Bildermarkt und beim Fotodruck zuhause**

Darf man den HP-Marktstudien glauben, wird der Farbausdruck sowohl zuhause als auch im Büro immer wichtiger. Im Umfeld des wachsenden Bildermarktes will HP in den nächsten Jahren eine schöne Scheibe des Homeprintingbereiches abschneiden – mit neuen Tinten-Technologien.

Darf man den HP-eigenen Studien glauben, wurden 2003 von rund 19 Milliarden in Gesamteuropa geknipsten Bildern nur gerade 5 Milliarden Bilder auf Papier ausgegeben, allerdings bereits damals zu 73 Prozent zuhause, zu 9 Prozent über Online-Dienste und zu 18 Prozent über den Fachhandel.

Bereits dieses Jahr sollen es aber 14 Millarden gedruckte Bilder werden, von insgesamt 61 Milliarden digitalen Aufnahmen. Zwar soll der Anteil prozentual beim Homeprinting auf 61 Prozent sinken, während die Internetdienste mit 11 Prozent praktisch stagnieren und die über den Fachhandel geprinteten Bilder auf 28 Prozent zulegen. Dank des enormen Gesamtwachstums um praktisch das Dreifache in zwei Jahren wird der Markt in absoluten Zahlen entsprechend interessant: 15,5 Milliarden zuhause gedruckte Bilder, um die sich die Druckerhersteller buhlen.

2008 sollen es dann sogar 33 Milliarden Ausdrucke von 125 Milliarden geknipsten Aufnahmen sein, gemäss Erwartungen HP soll dann der Homeprintingbereich nur noch 47 Prozent sein, der Gewinner wird der Fachhandel sein mit 42 Prozent Marktanteil.



Mit dem Photosmart 8250 bietet HP das erste Modell mit der neuen Inkjet-Technologie an – mit sechs separaten Tintentanks.

In den Multifunktionsgeräten «All-in-One» wie dem Officejet 5610 sieht HP eine grosse Zukunft: Einfaches Handling und kompakt im Service.

Tintenverbrauch im Vordergrund

Mit einer Reihe neuer Produkte lanciert HP den ersten Schritt in eine Zukunft, in der laut Erwartungen die Tintenstrahltechnologie die Führerschaft haben wird und der Konsument kostenbewusst drucken will.

Erstes Produkt einer für 1,4 Milliarden Dollar neu entwickelten Tintenstrahltechnologie ist der HP Photosmart 8250. Bestandteil der HP-Technologie ist ein besonders grosser Druckkopf und die davon getrennten Tintenbehälter, was unter anderem mehr Geschwindigkeit und einen tieferen Verbrauch bringt. Dies dank der «Single Ink Generation II» mit einer speziellen, besonders effizienten Tintenzirkulation zwischen Patrone und Druckkopf. Der HP Photosmart 8250 druckt mit HP Vivera Tinten in Schwarz, Cyan, Magenta, Gelb, Cyan hell und Magenta hell. Der Drucker nutzt sie je nach Bedarf variabel – bei Texten ausschliesslich schwarz, farbige Dokumente werden mit vier Farben und Fotos mit sechs Farben gedruckt. Die HP Vivera Drucktinten zeichnen sich durch besonders hohe Qualität und Haltbarkeit aus, die auf einer Kombination von hochwertigen Bestandteilen, speziellen Tintenrezepturen und dem Herstellungsverfahren basiert.

Laut HP wird ein grosser Teil der Tinte in der Tintenpatrone für die Reinigung des Druckkopfes, für automatische Servicefunktionen, Druckkopfreinigung und Erstverbrauch bei der Installation sowie als Rest beim Entsorgen benötigt. Dabei wird bei vielen kleinen Druckaufträgen durch die Reinigung einer wesentlich grösserer Anteil Tinten verbraucht als fortlaufend bei grossen Druckaufträgen. Mit der modularen Drucktechnologie hat der Anwender die Möglichkeit, einzelne Farben einfach auszuwechseln. Die HP Technologie basiert auf den sechs Vivera Tintenpatronen, einem permanent, für die Lebensdauer des Druckers genutzten Druckkopf mit Tintenreservoir, einer Pumpe, einer Lüftung und einem Tintensensor.

Der Photosmart 475: Portabel mit Tasche und Akku und Platz für 1000 Bilder als externer Speicher.

Die «Verwaltung» des Tintenverbrauchs wird über die HP Smart Printing Features geregelt. Dabei erfasst ein Tintensensor die Tintenmenge und ermittelt dabei den Bedarf für den anstehenden Druckauftrag. Reicht die Farbmenge nicht aus, unterbricht der HP Photosmart 8250 den Druckauftrag. So wird keine Seite mehr angedruckt, die nicht fertig gedruckt werden könnte (Full-Page-Garantie).

Weitere Produkte

Für den Fotodruck bietet HP mit den mobilen Geräten wie dem Photosmart 335 und 385 handliche Tintenstrahldrucker für den Ausdruck bis 10 x 15 cm, die neu über Akku, Autoadapter und Bluetooth verfügen. HP sieht nicht nur im Homeprinting ein starkes Wachstum. Im Office-Bereich wird durch die fortlaufende Konsolidierung der verschiedenen Geräte wie Fax, Kopierer und Drucker für eine vereinfachte Wartung und Handhabung das Multifunktionsgerät die Zukunft bestimmen. Dabei wird der Farbdruck immer wichtiger, für ausdruckstärkere Präsentationen.