

Vermittler zwischen Agentur und Druckerei

Océ: Unterwegs zu neuen Märkten

PORTRAIT

Océ ist traditionell im Bereich des sogenannten Commercial Market als Partner von Dienstleistern tätig, deren Kerngeschäft das Drucken ist. Dieser Markt ist stark in Bewegung: Die Auflagen werden kleiner, die Kunden anspruchsvoller. Agenturen fordern zunehmend individuelle Zielgruppenansprache und hochwertige, individualisierte Druckprodukte. Und Verlage stehen vor der Herausforderung, auch kleine Auflagen wirtschaftlich zu produzieren und sich so neue Märkte zu erschließen.

Ein ideales Anwendungsgebiet für digitale Drucksysteme der neuesten Generation. »Hier wollen wir ansetzen und zwar möglichst frühzeitig in der Prozesskette«, sagte Sebastian Landesberger, Geschäftsführer der Océ-Deutschland GmbH bei einem Gespräch während der CeBIT in Hannover.



Frühzeitig heißt für ihn: »Gerade die Agenturen haben großen Einfluss darauf, wie der Produktionsprozess von der Idee bis hin zur Realisierung abläuft. Wir werden dort künftig unsere Beratungs- und Lösungskompetenz anbieten. Die Bedürfnisse der Werbebranche nach individuelleren Druckerzeugnissen können wir mit unserem Know-how und den neu entwickelten Farbsystemen ausgezeichnet bedienen.«

Vermittlerrolle angestrebt

Océ sieht sich künftig noch stärker in einer Vermittlerrolle zwischen Agenturen und Druckdienstleister. »Der vollständige digitale Workflow ist schon seit Jahren ein Markenzeichen von Océ«, sagt Landesberger. »Wir können die Agenturen dabei beraten, wann sie für die Kommunikationsarbeit eines Kunden den Digitaldruck optimal einsetzen und wie sie optimale Ergebnisse erzielen können. Die Druckdienstleister können wir dabei unterstützen, selbst neue Ideen und Angebote für ihre Agenturkunden zu entwickeln.«

Kommunikationsagenturen und Verlage sind für Océ neben der klassischen Industrie die wichtigsten Auftraggeber für Druckdienstleister. Landesberger: »Wir haben festgestellt, dass es auf beiden Seiten dennoch viel Unwissenheit über die Bedürfnisse und Arbeitsweisen des jeweils anderen gibt. Beide profitieren davon, wenn wir daran mitarbeiten, ihre Schnittstelle im Prozess der Kreation und Produktion zu optimieren.«

Neu ist diese Vorgehensweise von Océ nicht. Bereits in den letzten Jahren hat das Unternehmen kräftig daran mitgearbeitet, die sogenannten Abendzeitungen an Flughäfen und Bahnhöfe zu schaffen. Dabei hat Océ das Know-how geliefert, Océ-Anwender haben gedruckt.

Weg von der Massenkommunikation

Unterstützung erhielt Landesberger von einem, der es wissen muss: Fritz Schneider, Geschäftsführer der Publicis KommunikationsAgentur GmbH in Erlangen. »Wir suchen nach Alternativen zur klassischen Massenkommunikation mit ihren riesigen Streuverlusten. Denn kein Mensch kann täglich hunderte von Werbebotschaften aufnehmen. Wir müssen die Kommunikation individueller und direkter auf den Einzelnen ausrichten.«

Ein Ziel, das sich mit klassischen Druckverfahren nur sehr schwer verwirklichen lässt. Digitale Druckprozesse hingegen sind für die Forderung nach Individualisierung der



»Wenn der Frühling kommt ... dann schick ich Dir Tulpen on Demand« – etwa nach diesem Motto sorgte die Océ-Deutschland GmbH bei der CeBIT für farbige Abwechslung. In einer spontanen Aktion wurden 43.000 Tulpen aus Holland nach Hannover gebracht, um eine nicht belegte Ausstellungsfläche in der Nähe der Océ-Stände in eine Frühlingsoase zu verwandeln. Was zuvor eine verwaiste Brachfläche war, avancierte schon im Laufe der »Bepflanzung« zum meistfotografierten Motiv in Halle 1. Der blumige Kontrast zum IT-orientierten Bild der Messestände geriet zur Augenweide für die Besucher der Computerfachmesse.

Ansprache wie geschaffen: In den digitalen Workflow lassen sich beispielsweise Kundendatenbanken einbinden. Dadurch lässt sich bei einem Mailing eine Individualisierung schaffen, die über die persönliche Anrede weit hinaus geht.

Auf der anderen Seite ist bei der Herstellung von Werbematerialien die Produktion kleiner Auflagen wesentlich wirtschaftlicher als die Lagerung tausender Broschüren, macht sie doch Schluss mit Lagerhaltungs- und Verwurfskosten und sichert gleichzeitig die Aktualität des eingesetzten Materials.

Stark auch bei der Entwicklung von Software

Grundlage für das System- und Lösungs-Know-how bei Océ ist die langjährige Erfahrung bei der Softwareentwicklung. Océ verfügt weltweit über fünf Zentren, in denen insgesamt 1.000 Entwickler tätig sind. 400 davon beschäftigen sich ausschließlich mit Anwendungssoftware.

»Die Kompetenz auf diesem Gebiet wird unsere Marktposition künftig weiter stärken«, sagt Jürgen Helfer, Leiter des Application Laboratory bei Océ-Deutschland. »Wir sind jederzeit in der Lage, kundenspezifische Lösungen zu entwickeln oder unsere Systeme individuellen Bedürfnissen anzupassen.«

Océ entwickelt Management-Software für dokumentenorientierte Prozesse, Print-Management-Software (typischerweise für Rechenzentren, die Lieferscheine, Rechnungen oder kombinierte Mailings in Massen produzieren), Design Tools zur effizienteren Gestaltung von Office-Dokumenten, Image-Software für Großformat-Druckdateien (Plotter, LFP) und Archivierungssoftware zur gesamtheitlichen Verwaltung von Dokumenten.

Neue Strukturen

Nach erfolgreicher Integration der ehemaligen Drucker-Division von Siemens (Poing) erfolge jetzt, so Toine van Driel, Geschäftsführer der Océ-Deutschland GmbH, der zweite Schritt der Integrationsphase. So strukturiert die Océ-Deutschland GmbH ihren Vertrieb in zwei strate-

gischen Business Units neu: Den Geschäftsbereich Digital Document Systems, der das Corporate und Commercial Printing, die Software-Aktivitäten und die Facility Services abdeckt. In den Bereich Großformatdrucksysteme gehören die Technical Document Systems, die Display Graphics Systems, nachdem Océ im letzten Jahr das LFP-Geschäft von Gretag übernommen hat, und das entsprechende Verbrauchsmaterialgeschäft. Im Zuge der Umstrukturierungsmaßnahmen werden außerdem F&E-Einheiten für Einzelblatt-, Endlos- sowie die Wide Format Printing-Systeme geschaffen.

Die Zahlen stimmen

Gleichzeitig setzt Océ weiterhin auf Wachstum, wie Toine van Driel verdeutlichte. Die Voraussetzungen dafür sind gut. »Der Markt entwickelt sich rasant weg von der analogen hin zur digitalen Produktion von Dokumenten. Außerdem gehen alle Analysen davon aus, dass gerade die Bereiche, in denen wir traditionell stark sind, in den nächsten Jahren überproportional wachsen werden«, fasst van Driel die Perspektiven zusammen.

Auch die Zahlen stimmen. In den letzten sechs Jahren wuchs der Umsatz bei Océ stetig und autonom, im letzten Geschäftsjahr 2001 lag er bei 3,234 Mrd. €. Diese Entwicklung ermöglichte zahlreiche strategische Akquisitionen; die kontinuierliche Investition von rund 8% des Umsatzes in die Forschung und Entwicklung und soll auch künftig die Spitzenstellung des Unternehmens im Markt absichern.

Océ ist damit ein weltweit aktives Unternehmen der Informationstechnologie im Dokumenten-Management. Die Océ-Gruppe mit Hauptsitz in Venlo, Niederlande, ist in 80 Ländern tätig und unterhält in 30 Ländern eigene Niederlassungen. Weltweit sind über 20.000 Mitarbeiter bei Océ beschäftigt.



wickelt sich rasant weg von der analogen hin zur digitalen Produktion von Dokumenten. Außerdem gehen alle Analysen davon aus, dass gerade die Bereiche, in denen wir traditionell stark sind, in den nächsten Jahren überproportional wachsen werden«, fasst van Driel die Perspektiven zusammen.

Verarbeitung von Digitaldrucken

Die schnelle und kurzfristige Abwicklung von Druckaufträgen, die auf digitalen Druckmaschinen möglich ist, fordert auch vom Druckweiterverarbeiter eine zeitlich gedrängte Verarbeitung der Produkte. Um Grundlagen zur Verarbeitung dieser Druckerzeugnisse zu schaffen, führte die Fogra umfangreiche Untersuchungen durch. Die Ergebnisse hat der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) jetzt als Broschüre mit dem Titel »Beurteilung der Verarbeitungseigenschaften von Digitaldrucken« veröffentlicht.

Papier für den Innenteil, gestrichenes, ungestrichenes Papier, Karton und verschiedene Umschlagmaterialien wurden dafür mit Systemen von Heidelberg, Océ, Xerox, Agfa, Canon, Indigo und Scitex bedruckt und weiterverarbeitet. Bewertet und geprüft wurden Feuchte und Temperatur der bedruckten Materialien, Falzfestigkeit, Planlage, Klebebindung, Folienhaftung, Farbabrieb, Farbortveränderungen, Lackhaftung, Rillbarkeit und der Beschnitt. Mit Hilfe der im Bericht dargestellten Untersuchungsergebnisse und der vorkommenden Wechselwirkungen zwischen Tonern, Tinten, Silikonschichten und den in den Verarbeitungsbetrieben einzusetzenden Materialien wie Klebstoffen und Lacken wird dem Druckweiterverarbeiter Hilfestellung für die

Verarbeitung gegeben. Als praxisgerechtes Arbeitsmittel liegt der Broschüre eine Checkliste bei, welche die grundlegenden Untersuchungsergebnisse wiedergibt.

bvdm, Artikel-Nr. 87209. Bezug: Verbände der Druck- und Medienindustrie.

Report Sieb- und Digitaldruck

Mit dem Report für Deutschland, Österreich und der Schweiz liegt erstmals eine europäische Markuntersuchung der FESPA mit dem Titel »Großformatiger Sieb- und Digitaldruck« vor. Die Untersuchung wurde von Web Consulting in Form von Fragebögen, Firmenbesuchen und Telefoninterviews durchgeführt. Hauptziel der Studie ist die Beurteilung des Gesamtmarktes für den Großformatdruck in Europa. Die vorliegende 52-seitige Broschüre analysiert die Hersteller von großformatigem Druck in den verschiedensten Branchen und untersucht die Akzeptanz für Digitalisierung in den einzelnen Ländern. In weiteren Kapiteln wird eine Übersicht über den europäischen Markt für großformatigen Druck und dessen Trends geboten.

bvdm, Artikel-Nr. 85725. Bezug: Verbände der Druck- und Medienindustrie.

➤ www.bvdm-online.de

Werbung mit Erfolg.



Was man dazu wissen muss:

IRD-Seminar »Märkte informieren. Unternehmen präsentieren« am 3. und 4. Juni 2002 in Hanau.



Anmeldungen:
IRD: Das Knowledge-Institut
Fasaneriestraße 12, D- 63456 Hanau
Telefon: +49 - 61 81 - 96 40 6, Fax: +49 - 61 81 - 96 40 619
www.ird-online.de