



Das bessere Produkt als Chance

Sebastian Landesberger, Executive Vice President Production Printing bei Océ, sieht die Technologie als Quelle jeglicher Innovation

Es ist unübersehbar: Océ gibt ordentlich Gas, wenn es um die wachstumsstarken Trend-Applikationen Transpromo, Direct Mail und On-Demand-Produktion geht. Beim digitalen Druck von Zeitungen hat Océ heute schon die Nase vorn und kann sich mit seinen Kunden als erfolgreichster »digitaler Zeitungsdruker« bezeichnen. Auf den Hunkeler innovationdays setzte Océ zum nächsten Sprung an und legte den Fokus auf den hochproduktiven digitalen Bücherdruck samt Inline-Weiterverarbeitung. Kurz später präsentierte Océ unter dem weltweit eingeführten Motto »Empower your World with Color« im bayerischen Poing, der Zentrale für den digitalen Produktionsdruck, sein »Home of Color«.

Hier werden seit März Technologien und Systeme rund um den Produktionsdruck in Schwarzweiß und besonders in Farbe demonstriert. Die permanente Ausstellung spiegelt die für Océ wachsende Bedeutung des digitalen Rollendrucks wider – was aber nicht bedeutet, dass das Bogen- oder Einzelblattsegment oder gar der Bereich des Large und Wide Format Printing vernachlässigt werden.

»Wir werden in allen Bereichen verstärkt auf Farbe setzen. Und das bedeutet auch, dass wir die vielfältigen Anwendungen allesamt bedienen werden«, so Sebastian Landesberger, Executive Vice President Production Printing bei Océ.

Das breite Spektrum des Digitaldrucks

Dazu hat Océ vier Anwendungs-Säulen definiert, auf die sich das Unternehmen nunmehr konzentriert: Publishing, Personalisierung, Promotion und Technische Dokumentation.

Diese Bereiche decken zwar praktisch alle Anwendungen des Digitaldrucks ab, doch sollten sie eher symbolisch verstanden werden. Schließlich ist der Digitaldruck so facettenreich, dass man das Eine tun kann, ohne das Andere zu lassen. Personalisierung beispielsweise ist keine in sich geschlossene Anwendung, sondern kann ebenso Teil des Publishings sein. Oder ein Buch, eine Dokumentation, ein Katalog kann farbig, schwarzweiß oder auch farbig mit Schwarzweißanteilen sein.

Schon deshalb und weil sich fast immer und überall Überschneidungen ergeben können, ist es nicht gerade einfach, wenn nicht sogar sinnlos, die verschiedenen Digitaldrucksysteme einzelnen Applikationen zuzuordnen.

Wer heute noch die Frage danach stellt, ob nun der Offset oder der Digitaldruck das Verfahren der Zukunft ist, der ist zehn Jahre zu spät. Längst hat der digitale Druck Bereiche erobert und seine Märkte gefunden. Und mit ihm hat sich Océ nicht nur komplett neu aufgestellt, sondern hoch professionell im Markt platziert.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Sebastian Landesberger hat als Executive Vice President Production Printing bei Océ nicht ganz unbescheidene Ziele. »Im Schwarzweiß-Segment sind wir nach wie vor unangefochten die Nummer eins im Markt. Das ist zwar schön und freut uns auch, aber das reicht uns nicht. Unser Motto »Empower your World with Color« zeigt, dass wir verstärkt den Farbbereich anvisieren und auch hier die Nummer eins zu werden.«

Es gibt nicht die eine seligmachende Lösung, die alle Kriterien wie Qualität, Medienvielfalt, Produktivität, Robustheit oder Kosten abdeckt. Deshalb wird es immer darum gehen, ein System zu finden, das den eigenen Anforderungen und dem Budget gerecht wird und mit dem die spezifischen Anwendungen realisiert werden können. Insofern sind die vier Anwendungs-Säulen eine an der Praxis orientierte Leitlinie.

Bringt man das Thema Publishing auf den Punkt, geht es darum, kleine Auflagen im Bücher-, Broschüren-, Zeitungs- und Zeitschriftendruck so schnell und kostengünstig zu produzieren, wie möglich.

Im Zusammenhang mit klassischen Direct-Mailings, innovativen Transpromo-Dokumenten oder individuell zusammengestellten Zeitungen und Magazinen ist Personalisierung ein zentrales Thema im Digitaldruck.

Im Bereich Werbung, Promotion und Kommunikation spielen neben Qualität und Schnelligkeit vor allem Flexibilität und Anwendungsvielfalt eine Rolle. Ob CD-Cover, Poster oder großflächige Werbetafeln – für das richtige Maß an Flexibilität und für die optimale Umsetzung gilt es, eine breite Materialvielfalt verarbeiten zu können.

Technische Dokumentation sind bereits heute eine Domäne des Digital-

drucks. Bedienungsanleitungen und Handbücher werden auch bei Massenprodukten tagesaktuell und ohne Kosten für Lagerhaltung Just-in-Time produziert.

Ohne nun einzelne Produkte aufzuführen zu wollen (Druckmarkt publiziert Anfang Mai einen »Investitionskompass« zum Thema Digitaldruck samt Marktübersichten der wichtigsten Drucksysteme in Schwarzweiß und Farbe), umfasst das Angebot von Océ Druck- und Kopiersysteme, digitale Hochleistungsdrucksysteme sowie Wide-Format-Drucksysteme für den Druck von Display Graphics, mit denen quasi alle Anforderungen des Digitaldrucks erfüllt werden können.



Die aktuelle Digitaldruck-Marktübersicht: Jetzt verfügbar in der neuen »Druckmarkt Collection«.

www.druckmarkt.com



Geschäftsmodelle und Marktstrategien

Alle Anforderungen? Nein, aus Sicht von Océ nicht ganz, weil man mehr sein will als nur Hersteller und Verkäufer von Technologie. In dem zwar nicht ganz neuen, aber noch immer schwer durchschaubaren Markt samt seiner Potenziale wirft Océ für die Beratung der Kunden seine gesamte Erfahrung in die Waagschale. In einem ganzheitlichen Ansatz berät Océ seine Kunden nicht nur bei Profitabilitätsberechnungen, sondern ebenso bei möglichen und neuen Geschäftsmodellen sowie Marktstrategien.

Diese Consulting-Aktivitäten sind eines der Erfolgsrezepte, mit denen Océ in den letzten Jahren außer in den angestammten Märkten des Output- und Dokumentenmanage-

ments auch in Teilbereichen der Druckindustrie erfolgreich war und hier weiter zulegen will.

Die Druckindustrie, das weiß auch Sebastian Landesberger, ist definitiv kein Wachstumsmarkt (mehr). Und dennoch sieht er in der grafischen Industrie einen chancenreichen Absatzmarkt für Océ. »Wir sind hier erst relativ schwach vertreten. Das wollen und können wir ändern. Die Verkaufsabschlüsse in jüngster Zeit beim Akzidenzdrucker Polestar, beim Bamberger Direktmailing-Spezialisten GHP/Swiss Post Solutions oder beim spanischen Zeitungsdrucker Imcodávila bestärken uns darin.«

Die Tatsache, dass die sehr unterschiedlich im Markt platzierten Unternehmen je eine JetStream bei Océ



NEUE HOCHLEISTUNGSSYSTEME VON OCÉ



OCÉ COLORSTREAM Océ hat seine Angebotspalette im Farbbereich erweitert. Das tonerbasierte Rollendrucksystem Océ ColorStream 9000 ist das kleinere Modell der ColorStream 10000, kann aber aufgerüstet werden und erreicht dann wie die ColorStream 10000 eine Geschwindigkeit von 168 A4-Seiten pro Minute und bewältigt bis zu fünf Millionen Farbseiten im Monat. Dabei hat Océ dieser Produktfamilie ein besonderes Merkmal mitgegeben. In laufender Produktion wechselt das System automatisch vom Farb- in den Schwarzweiß-Modus und druckt dann statt der 168 Farbseiten bei monochromen Jobanteilen 800 A4-Seiten pro Minute (48.000 Seiten/Stunde). Damit eignet sich das System aufgrund seiner Flexibilität und hohen Produktivität besonders für den Druck von Dokumentationen, Büchern, den Transaktionsdruck, Transpromo-Applikationen und Direct Mailings.



OCÉ JETSTREAM-FAMILIE Besondere Aufmerksamkeit widmet Océ dem dynamisch wachsenden Markt für den hoch produktiven InkJet-Druck. Die ultraschnelle Océ Jetstream-Familie arbeitet mit einer Geschwindigkeit von bis zu 200 m/Min. bzw. 2.700 A4 Seiten/Minute. Mit dem im März angekündigten Inkjet-Farbdrucksystem Océ JetStream 2800, das zum Jahresende verfügbar sein soll, setzt Océ ein echtes Highlight für die digitale On-Demand-Produktion von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften oder Broschüren. Das Farbdrucksystem verfügt über eine Bahnbreite von 76,2 cm und eine tatsächliche Druckbreite von knapp 75 cm und ist damit das breiteste System seiner Klasse. Der Océ JetStream erreicht eine Geschwindigkeit von 130 Metern pro Minute beziehungsweise 2.632 A4-Seiten pro Minute bei einer Auflösung von 600 x 600 dpi und ist damit laut Hersteller das schnellste auf der Welt. Das System ist sowohl als Schwarzweiß-Konfiguration als auch als CMYK-Konfiguration verfügbar und lässt sich darüber hinaus optional noch um ein fünftes Farbwerk für beispielsweise Sonderfarben erweitern.

orderten, macht deutlich, wie universell die Inkjet-Technologie eingesetzt werden kann. Denn nachdem Océ nun seit gut zehn Jahren den digitalen Zeitungsdruck in Schwarzweiß praktiziert, steht jetzt auch eine Produktionsmaschine für die farbige Zeitung zur Verfügung. Doch nicht nur die Drucktechnik von Océ hat sich weiterentwickelt, auch die Weiterverarbeitung ist nun in der Lage entsprechend große Formate produktiv zu verarbeiten. Diese Fakten und die aktuell kritische Situation der Zeitungen führe dazu, so Sebastian Landesberger, dass die Zeitungsindustrie ein wachsendes Interesse an den Océ-Lösungen zeige. Und nicht nur dieser Bereich der Druckindustrie.

Großes Potenzial im Farbdruck

Sebastian Landesberger hat als Executive Vice President Production Printing bei Océ in diesem Zusammenhang nicht ganz unbescheidene Ziele. »Im Schwarzweiß-Segment sind wir nach wie vor unangefochten die Nummer eins im Markt. Das ist zwar schön und freut uns auch, aber das reicht nicht. Unser Motto »Empower your World with Color« zeigt, dass wir verstärkt den Farbbereich anvisieren. Natürlich erzielen wir den Großteil unserer Einnahmen derzeit im Schwarzweiß-Bereich, doch wir müssen in die Zukunft blicken. Im Farbbereich sehen wir ein noch sehr großes Marktpotential und haben den Ehrgeiz, auch hier die Nummer eins zu werden.« Das scheint noch nicht einmal unrealistisch. Denn Océ hat seit 2007 eine ganze Reihe neuer Farbsysteme auf den Markt gebracht und jetzt weitere Systeme angekündigt. Man könnte fast versucht sein zu sagen, Océ legt ordentlich vor, während sich andere in endlosen Test- und Beta-Phasen müde machen. Dabei stört es Océ überhaupt nicht,

dass einige Produkte im Portfolio nicht aus dem eigenen Haus kommen. »Wenn es dem Vorwärtskommen dient. Was uns interessiert ist, im digitalen Farbdruck – ähnlich wie im Schwarzweiß-Markt – einen Anteil von etwa 60 Prozent zu erreichen«, sagt der 58-jährige Océ-Manager und schmunzelt. »Aber ich bin wahrscheinlich schon zu alt, um dieses Ziel selbst noch zu erreichen.«

Die Chance im besseren Produkt

Denn auch wenn die Technik zur Verfügung steht, kommt die Industrie mit angepassten Geschäftsmodellen nicht hinterher. Und angesichts der aktuellen Investitionszurückhaltung in den Märkten wird dieses Ziel ohnehin nicht innerhalb kurzer Zeit zu erreichen sein. Doch Sebastian Landesberger hält dagegen: »Wirtschaftskrise, Rezession hin oder her: Technologie war stets der Ursprung und die Quelle jeglicher innovativen Leistung und Wertschöpfung. Dies gilt auch für Drucker und ist die Grundvoraussetzung, um der aktuellen Wirtschaftslage entgegenzuwirken. Wir haben in den zurückliegenden 18 Monaten einige Neuheiten im Markt eingeführt. Jetzt leiten wir die nächsten Schritte ein, um unser Portfolio weiter aufzustocken und das Angebot anzupassen. Beispielsweise mit der JetStream 2800 – um nur ein Beispiel zu nennen.« Dabei sieht er Océ im Wettbewerb vor allem deshalb im Vorteil, weil das Unternehmen in Sachen IT-Know-how und -Technologie vielen anderen Herstellern einiges voraus habe und zieht daraus die fast banale, dennoch aber entscheidende Erkenntnis: »Die größte Chance im Wettbewerb ist immer das bessere Produkt.«

› www.oce.de

