



Digitaldruck trifft Offsetpower

manroland und Océ bekräftigen ihre Allianz mit Veranstaltungen in Offenbach und Poing und informieren über ihre Innovationen

Ganz anders als bei der Offenbacher Veranstaltung im Mai (siehe Druckmarkt ›Impressions‹ 32), wo Bogenoffsetlösungen im Mittelpunkt der Technik-Präsentationen standen, war es in Poing die nächste Generation an digitalen Hochgeschwindigkeits-Inkjetlösungen, die das Interesse der Besucher weckten. Océ stellte die neuen Modelle JetStream 1400 und 3000 vor, die durch neue Druckköpfe um ein Drittel schneller sind, sich aber sonst innerhalb der Produktreihe von den bisherigen Modellen nur unwesentlich unterscheiden. In diesem Zusammenhang wurden entsprechende Anwendungen wie der variable Datendruck, Transpromo und Transaktionsdruck, Mailingproduktion und sicherheitsrelevanter Druck live vorgeführt.

Technikshow mit Partnern

Auf einer Fläche von 6.000 m² präsentierte Océ gemeinsam mit Industrie-Partnern wie Horizon, Hunkeler und vielen mehr Lösungen für den Produktionsdruck. Dabei wurde gezeigt, wie sich Druckunternehmen mit durchdachten Tools für eine individualisierte sowie automatisierte Print-Kommunikation, für den Transaktionsdruck, TransPromo, Direktmai-

lings, Applikationen zur Kundenbindung oder den Sicherheitsdruck aufstellen können.

Dazu wurden neben tonerbasierten Technologien für den Bogendruck auch die Océ ColorStream 3500 (siehe auch Druckmarkt 70) und die erweiterte Océ JetStream-Familie vorgeführt und vom plattformübergreifenden Workflow Océ PRISMAsuite unterstützt.

Neben der Demonstration aktueller Produktionstechniken war die strategische Allianz zwischen Océ und manroland eines der Kernthemen in Poing. Dabei stellten die Unternehmen eine Lösung für das Dokumenten-Mangement, Digital- und Offsetdruck, integrierte Workflow-Lösungen und Verarbeitung vor. Die möglichen Anwendungen reichen von Publishing-on-Demand über den digitalen Zeitungs- und Magazindruck bis hin zu Hybridkatalogen und Handbüchern. Diese Lösungen eröffnen für entsprechend ausgerichtete Unternehmen vielversprechende Perspektiven.

Strategische Allianz zwischen Océ und manroland

Noch allerdings sind das Pläne. Wie manroland-Chef Gerd Finkbeiner im Gespräch erläuterte, erwartet manroland im Digitaldruckgeschäft »in den nächsten fünf Jahren einen Um-

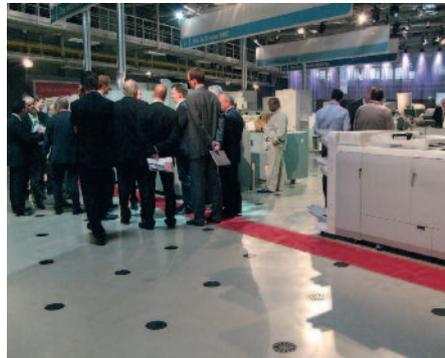
Auf dem ›Sheetfed Summit‹ in Offenbach zeigte manroland, wie lebendig der Druck im Online-Zeitalter sein kann. Und in Poing präsentierte das Océ ›Production Printing Summit 2011‹ vielfältige Lösungen für existierende oder künftige Geschäftsmodelle im Digitaldruck – und brachte neue Erkenntnisse über die Kooperation der beiden Unternehmen.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Spannendes über neue Maschinen, Technologien und Anwendungen gab es sowohl in Offenbach



beim ›Sheetfed Summit‹ als auch in Poing beim ›Production Printing Summit‹, in dessen Verlauf



auch die Kooperation von Océ und manroland noch einmal bekräftigt wurde.

satz von etwa 100 Millionen Euro.« Das klingt zunächst wenig ambitioniert. Doch der Vorstandsvorsitzende von manroland weiß natürlich aufgrund seiner Erfahrungen, dass sich Projektgeschäfte nicht aus dem Hut zaubern lassen. Das sei auch der Unterschied zum Wettbewerber aus Heidelberg, der sich mit deutlich kleineren Modellen im Digitaldruck bewegt. »Wir zeigen jedoch auf, wie Inkjetdrucksysteme den industriellen Offsetdruck ergänzen«, erklärte



Gerd Finkbeiner. »Wir sind uns der Vorreiterrolle durchaus bewusst, verfolgen gemeinsam mit Océ ehrgeizige Ziele und wünschen uns Kunden, die am dynamischen Wachstum des digitalen Drucks teilhaben wollen.«

zess des Umdenkens angeht, was sich herausgeschält hat, dass sich konventionell und digital gedruckte Medien und die Online-Medien ergänzen. Das hat natürlich eine ganz andere Qualität«, sagte Finkbeiner.



Sebastian Landesberger, Executive Vice President Océ Production Printing, ergänzte: »Im konventionellen Druck befindet sich die Wertschöpfungskette im Wandel, Hybridprodukte werden beliebter und notwendiger. Mit unseren Inkjet-Technologien bieten wir die Kombination aus hoher Qualität, maximaler Individualität und deren Wertbeitrag in der modernen Kommunikation.«

Graphic Arts wächst

Landesberger erwartet im Transaktionsdruck bis 2014 einen Rückgang von etwa 6% im Schwarz-Weiß-Bereich, dafür aber ein Plus von 32% im Farbsektor. Wobei die so genannten ›Graphic Arts Applications‹ gut 8% zulegen könnten. Davon profitiert Océ. Schließlich habe man bis Mai 2011 bereits 167 Systeme der JetStream und ColorStream-Reihe verkauft und installiert.

Doch die Zahlen könnten gerade für das Segment, das Océ abdeckt, noch viel besser werden, glaubt Océ-Chef

Rikus van Ipperen, der darauf verwies, dass man zusammen mit den Produkten von Canon im Bereich der Graphic Arts die größte Auswahl an Produkten im Markt habe. »Océ ist innerhalb der Canon-Gruppe verantwortlich für Production Print, Wide Format Printing, Business Services und wird zum Canon Innovation-Center in Europa.«

Gipfeltreffen der Bogendrucker

Und Innovationen waren es auch, die die beiden Veranstaltungen in Poing Anfang Juni und den ›Sheetfed Summit‹ Mitte Mai in Offenbach prägten.

»Innovationen entstehen nicht im stillen Kämmerlein. Dialog und Kommunikation regen zu Ideen und Neuentwicklungen an«, bemerkte



Dr. Markus Rall, der im Vorstand bei manroland für Bogendrucksysteme verantwortlich ist, im Vorfeld der Veranstaltung. »Mit dem Sheetfed Summit wollen wir eine Plattform für den Austausch zwischen Anwendern, Entscheidern und Herstellern schaffen und damit Bedingungen für bedarfsgerechte und intelligente Lösungen rund um den Bogenoffset bieten.«

Das ist manroland und Océ ganz offensichtlich gelungen. Als Start-Ziel-Sieg wurden die Informationstage bezeichnet, die mehr als 3.000 Besucher nach Offenbach und Poing lockten. So lieferten die ›Summits‹ wertvolle Anregungen für den Produktionsalltag einer nach wie vor lebendigen Druckbranche: und das im Offsetdruck wie im Digitaldruck.

Die Wirkung von Print ist unbestritten

So trifft das Resümé von Dr. Rall voll und ganz zu: »Print ist heute so kreativ und effizient wie nie zuvor. Unzählige Veredelungsvarianten, Düfte, Augmented-Reality-Elemente, 3D-Darstellungen, Individualisierungen und Personalisierungen sowie eine nahezu grenzenlose Vielfalt an Substraten. Die Wirkung von Print ist unbestritten.«

Sollten die Besucher der Events von manroland und Océ diese wertvolle Erkenntnis mit nach Hause genommen haben, dürfte dies nicht nur aus Sicht der Veranstalter ein überaus zufriedenstellendes Ergebnis sein, sondern für die gesamte Branche.

- › www.oce.de
- › www.manroland.com

