

Heidelberg stellt sich «Digital» neu auf

Mit der Beteiligung am Softwarehersteller Neo7even rundet der Druckmaschinenhersteller Heidelberg sein bestehendes Software-Angebot in einem zukunftssträchtigen Marktsegment ab und will seinen Kunden so die Möglichkeit eröffnen, im Bereich des Multi Channel Publishing neue Geschäftsoptionen zu erschliessen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Die Idee ist ja nicht schlecht, nur hat sie in den letzten gut zehn Jahren wenig bewirkt. Gemeint ist Multimedia, Crossmedia, Multi Channel Publishing oder wie immer man es nennen mag, in dessen Rahmen sich Druckereien als Partner empfehlen, der ausser bedrucktem Papier zusätzliche Mediendienstleistungen anzubieten hat.

Es hat deshalb bisher nicht funktioniert, weil die Druckereikunden diese Kompetenz bei ihren Druckereien nicht vermuten. Also wenden sie sich für Websites und andere elektronische Medien an Agenturen, von denen sie glauben, richtig bedient zu werden. Und da einige Druckereien sehr wohl über entsprechendes Medien-Know-how verfügen, haben viele von ihnen eigene Agenturen gegründet, die crossmediale Dienstleistungen erbringen. Allerdings immer mit der Befürchtung, man könne den eigenen Kunden (Agenturen) Konkurrenz machen und werde von denen durch Auftragsentzug abgestraft.

Medienneutrale Leistungen

Das alles sind keine neuen Erkenntnisse und das Problem ist auch in Heidelberg bekannt. Dennoch wagt der Druckmaschinenhersteller nunmehr einen erneuten Anlauf für die medienneutrale Aufbereitung von Daten – allerdings unter völlig anderen Vorzeichen.

Heidelberg hat sich dazu «in nicht unerheblichem Umfang» am rund

50 Mitarbeiter zählenden Softwarehersteller Neo7even mit Sitz in Siegen beteiligt, der sich auf die Entwicklung und Implementierung von Multi-Channel-Publishing-Systemen spezialisiert hat. Ziel ist es, mit der Software von Neo7even, die schrittweise in den Druckerei-Workflow Prinect von Heidelberg integriert werden soll, Druckereien neue Geschäftsoptionen zu eröffnen, indem diese ihren Kunden medienneutrale Dienstleistungen für Print und Online, anbieten können. Und das ist der eigentlich wesentliche Begriff: Medienneutral.

Denn so lassen sich beispielsweise Kataloge für Print und Online aus einem einzigen Datenbestand entwickeln. Mit der Software von Neo7even können alle Daten eines Projektes in einem neutralen Format zentral in einer Datenbank gespeichert und auf unterschiedlichen Medienkanälen einheitlich ausgegeben werden. Änderungen und Aktualisierungen werden nur an einer Stelle des Multimedia-Asset-Management-Systems vorgenommen, was die Voraussetzung für effizientes und kostengünstiges Multi Channel Publishing ist.

Die Software Neozenai wurde bisher vor allem im Handel angeboten. Neo7even-Geschäftsführer **Sascha**



Brandhorst nennt hier Kunden wie Expert, Metro, DVAG oder Abus, die das System ihrerseits international nutzen.

Der Vertrieb in der grafischen Industrie soll durch die Heidelberg-Beteiligung ausgebaut werden. Dazu wird Heidelberg ab sofort schrittweise mit der internationalen Einführung des bestehenden Portfolios von Neo7even inklusive der Anbindung an den eigenen Druckerei-Workflow Prinect beginnen. Neo7even wird darüber hinaus den bestehenden Kundenstamm mit den bekannten Ansprechpartnern unterstützen.

Digital und Software in einem Geschäftsbereich

Im Zuge des Ausbaus seines Digital- und Softwaregeschäfts hat Heidelberg die Aktivitäten in dem Bereich Digital gebündelt. So wird das Softwareangebot rund um Prinect mit dem bereits bestehenden Geschäftsbereich Digital unter der Leitung von **Jason Oliver** zusammengelegt. Die neue organisatorische Ausrichtung soll auch die kürzlich vereinbarte Zusammenarbeit mit Fujifilm vorantreiben. Hier soll der Schwerpunkt auf Inkjet-Technologien für den Digitaldruckmarkt liegen. Gemeinsam mit Fujifilm will Heidelberg Digitaldrucklösungen als Ergänzung zum Offset-Angebot für den Verpackungs- und Werbedruck entwickeln und vertreiben.

Heidelberg sieht im Digitalgeschäft einen viel versprechenden Wachstumsmarkt und will seinen Anteil daran weiter auszubauen. Dazu in-

vestiert Heidelberg wie jetzt mit der Beteiligung an Neo7even in neue Geschäftsanwendungen und kooperiert mit Partnern wie Fujifilm und Ricoh. Zudem seien alle relevanten Bausteine innerhalb des Unternehmens zusammengefasst worden, um zielgerichteter handeln zu können, erläutert Oliver. Was zum Zeitpunkt dieser Aussagen nicht bekannt war: Heidelberg hat seine Tochter CSAT, die die Inkjet-Lösung Linoprint L herstellt, verkauft (siehe Seite 10).

In Summe schätzt Heidelberg das Umsatzpotenzial im Digitalgeschäft, bestehend aus Maschinen, Verbrauchsmaterialien und Software innerhalb der nächsten drei Jahre auf dann jährlich über 200 Mio. €. Dazu soll auch Prinect beitragen.

«Der Hebel, über Software effizienter zu werden, kann oft deutlich grösser sein als durch Investitionen in schnellere Maschinen. Und auch digitale Drucksysteme sind nur mit einem optimal darauf ausgelegten



Workflow erfolgreich zu vermarkten», erläutert **Christopher Berti**, Leiter Produktmanagement Prinect bei Heidelberg. Daher betrachte Heidelberg das Investment in die Software Neozenai als wichtigen Schritt, das Angebot für die Kunden zu erweitern. «Damit öffnen sich sowohl für Druckereien als auch für Heidelberg neue Geschäftsmöglichkeiten.»

› www.heidelberg.com