



Zusammenarbeit im Inkjet-Digitaldruck

**MANROLAND UND OCÉ:
WELTWEITE STRATEGISCHE ALLIANZ**

Inkjetproduktionssysteme werden zunehmend als Ergänzung zum Offsetdruck für Kleinauflagen und Just-in-time-Produktionen eingesetzt: Sie bieten Kostenvorteile und kurze Durchlaufzeiten. Anwendungen sind etwa Bücher, Werbebeilagen, Kataloge oder Broschüren (siehe auch den Beitrag auf Seite 28). Der dadurch entstandene Wettbewerb des Digitaldrucks hat die drei großen deutschen Druckmaschinenhersteller dazu bewogen, Kooperationen im Digitaldruck zu suchen. Doch während KBA und Heidelberg offenbar noch auf der Suche sind, hat manroland nun Nägel mit Köpfen gemacht.

Ab 2011 werden manroland und Océ im Bereich von Digitaldrucklösungen eine globale Zusammenarbeit eingehen und Lösungen samt Beratung, Systemen, Serviceleistungen und Materialien aus einer Hand anbieten. Den Hauptnutzen sehen die kooperierenden Unternehmen für die Druckbetriebe: Bisher seien Druckereien gezwungen gewesen, verschiedenen Technologien in Eigenregie zusammenzustellen, wodurch keine technologisch oder wirtschaftlich idealen Lösungen möglich gewesen seien. Die Betriebe könnten nunmehr nach gemeinsamer Beratung von manroland und Océ die für ihr Unternehmen richtige Technologie- und Workflowlösung auswählen.

Allerdings ziehen auch Océ und manroland Vorteile aus der Kooperation. Océ erhält Zugang zu neuen Kundensegmenten und hat so die Möglichkeit, seine Marktanteile in der grafischen Industrie auszubauen. manroland steigt (wieder) in den Digitaldruck ein und kann schrittweise eigene Kompetenz im digitalen Druck aufbauen. Auf Anfrage bestätigte manroland, dass auch eigenes Know-how aus dem Rotationsbereich in die Kooperation einfließen werde und zum Beispiel Komponenten wie Falzmaschinen bauen wird.



»Mit dieser Kooperation erschließen wir uns einen vielversprechenden Wachstumsmarkt, der dicht an den Kernkompetenzen von manroland angesiedelt ist«, sagt Gerd Finkbeiner, Vorstandsvorsitzender von manroland. »Der Digitaldruck hat bereits einen nicht zu unterschätzenden Marktanteil. Das Druckvolumen im Digitaldruck wächst speziell bei kleineren Auflagen sehr dynamisch. Zahlreiche unserer Kunden investieren in Digitaldruck. Dies ist ein Schritt, um Wachstumsmöglichkeiten für manroland zu eröffnen und ein lukratives Geschäftsfeld zu bedienen. Denn dieser Bereich des Digitaldrucks ist ein Geschäft, das den industriellen Druck immer mehr ergänzt.«



Océ wiederum ist bei digitalen Rollendrucksystemen seit Jahrzehnten weltweit erfolgreich im unternehmensnahen Hochgeschwindigkeitstransaktionsdruck. Sebastian Landesberger, weltweit verantwortlich für den Océ-Geschäftsbereich Production in Printing, ergänzt: »Zudem sind wir im Direct-Mailing-Sektor gut positioniert. Mit den hochproduktiven Inkjetfarbdrucksystemen haben wir die Möglichkeit, unsere Marktdeckung im Offsetmarkt zu erhöhen. Die strategische Allianz mit manroland bietet für uns die ideale Voraussetzung, Océ-Inkjettechnologie auch in der grafischen Industrie zu etablieren.«

nico

- www.manroland.com
- www.oce.de

Werbemarkt wächst wieder

**ZENITH OPTIMEDIA SIEHT
NACHHALTIGE ERHOLUNG**

Die weltweite Werbewirtschaft erholt sich langsam – wie es scheint nachhaltig. Die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia prognostiziert in ihrer Studie »Advertising Expenditure Forecast« für die nächsten drei Jahre kontinuierliches Wachstum zwischen jährlich 4,6% (2011) und 5,2% (2012 und 2013). Das Vertrauen der Werbungtreibenden werde jedoch nur langsam zurückkehren, so die Studie. Der globale Werbemarkt werde im Vergleich zum Langzeitschnitt von 6% unterdurchschnittlich wachsen und erst 2012 wieder auf das Niveau vor der

Finanz- und Wirtschaftskrise zurückkehren. Das Wachstum in Deutschland beziffert die Studie mit zwischen 2,1% und 2,9%.

Nach der Studie zeigt die Entwicklung der Mediengattungen Print abermals als Verlierer. Bis 2013 werde Werbung im Druck weitere 2% einbüßen. Weit überdurchschnittlich entwickle sich die Online-Werbung mit einem Wachstum von 48% in den nächsten drei Jahren. Deutlich zulegen werden zudem Outdoor-Werbung (18%), Kino und TV (je 19%).

➤ www.zenithmedia.de



MIS · JDF · Web2Print
Business Automation Systems





HIFLEX Web2Print

Überzeugen Sie sich selbst:
www.bestprint24.com



powered by open source

www.hiflex.com/W2P