

Plattformstrategien

Was Heidelberg seit geraumer Zeit vorantreibt, lässt sich durchaus als ›Plattformstrategie‹ bezeichnen – ähnlich wie es Apple oder Google tun. Darunter versteht man eine Infrastruktur, die möglichst viele und immer mehr Dienstleistungen anbietet und miteinander verzahnt.

Eine Analyse von Klaus-Peter Nicolay

Bei Apple sind es Geräte wie iPod, iPhone oder iPad sowie die gesamte Rechnerfamilie, die ihrerseits Software, Musik und Apps benötigen, die Apple verkauft und damit wiederum Geräte absetzt. Das ist bei Heidelberg zwar anders gelagert, läuft aber auf das gleiche Ziel hinaus. Der Druckmaschinenhersteller, der bekanntermaßen mehr als Offsetmaschinen anbietet, nennt es ganz offen ›alles aus einer Hand‹, wobei (im Gegensatz zu Apple) das Eine das Andere nicht bedingt. Auf den Bogenmaschinen laufen generell alle Druckplatten und -farben, wenngleich die eigenen Saphira-Produkte als die bessere Lösung empfohlen werden. Auch passt hinter eine Speedmaster eine Falzmaschine von MB, MBO und anderen, dennoch kann Heidelberg mit dem eigenen Angebot punkten. Und genauso ist es bei den CtP-Systemen oder mit den Workflows – bislang!

DA TUT SICH WAS Heidelberg baut derzeit einen Workflow vom Management-Information-System (MIS) bis zur Distribution auf. Keine neue Erkenntnis? Doch, denn nicht aus Übermut hat Heidelberg im Frühjahr 2011 den belgischen Hersteller CERM gekauft. Keine große Nummer, aber ein Puzzlestück, das ins große Bild passt. Damit beendet Heidelberg die nicht gerade prunkvolle Inszenierung mit verschiedenen MIS der Vergangenheit und integriert das System in den Prinect-Workflow, der schon Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung abdeckt. Kommt nun das MIS dazu, hat Heidelberg die ›Plattform‹: Kalkulation, Materialwirtschaft, Produktionsplanung und -steuerung sowie Nachkalkulation. Und damit wäre es möglich, die Kunden noch enger an sich zu binden. Denn wer sein betriebliches Rückgrat erst einmal einem MIS anvertraut hat, wird dies so schnell nicht wieder ändern.

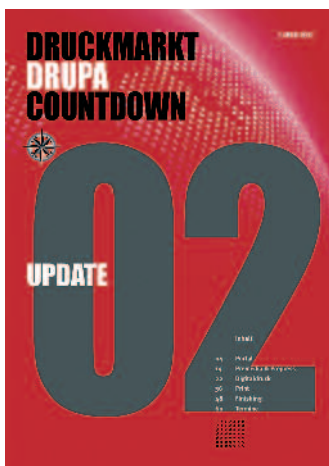
»Prinect wird als einzige Workflowlösung der Branche künftig ein vollständig integriertes MIS bieten«, erklärt Christopher Berti, Leiter der Business Area Prinect bei Heidelberg. Und das ist noch nicht einmal übertrieben. Denn MIS-Hersteller wie Hiflex, EFI, PrintPlus oder Rogler verfügen nicht über einen Vorstufen- oder Druckerei-Workflow, und umgekehrt bieten Agfa, Fujifilm, Kodak oder Screen zwar umfassende und leistungsfähige Produktions-Workflows, müssen diese aber mit einem MIS-System eines anderen Herstellers vernetzen.

HP UND HIFLEX Mit der Idee, zusätzliche Bereiche in vorhandene Workflow-Lösungen zu integrieren, scheint Heidelberg allerdings nicht alleine zu sein. HP hat ebenfalls die Initiative ergriffen und Hiflex gekauft. Hiflex dürfte im Bereich der vernetzten MIS weltweit betrachtet der erfolgreichste Anbieter gewesen sein. Dafür sprechen nicht zuletzt die zahlreichen CIPPI-Awards aufgrund erfolgreicher JDF-Vernetzungen. Jetzt werden das MIS und die Web-to-Print-Lösung in das Angebot an digitalen Druckmaschinen von HP eingebunden und ergänzen damit die bestehenden Produktions-Workflows.

EFI UND ALPHAGRAPH Auch EFI hat in den letzten Monaten wieder zugekauft. Das Unternehmen, das bereits über vier MIS-Systeme (Monarch, Radius, Pace und Print Smith) sowie über das Web-to-Print-System Store Front verfügt, und das in den USA einen Marktanteil von über 70% auf dem MIS-Markt haben soll, hat den größten Anbieter des deutschen MIS-Marktes, Alphagraph mit Prinance, übernommen. Allerdings scheinen hierbei weniger strategische Überlegungen in Sachen Workflow, sondern eher marktpolitische Erwägungen den Kauf beeinflusst zu haben. EFI's Absicht: Die Expansion in Europa fortsetzen und sich mit Alphagraph eine nicht eben kleine Kundenbasis zu kaufen. Dabei will EFI die Alphagraph- und Prinance-Kunden zwar weiterhin unterstützen, das Programm aber nicht weiterentwickeln.

Stattdessen sollen die bisherigen Workflows im Markt fester etabliert werden. Denn mit PrintFlow hat EFI einen Workflow für Druckereien, der in vielen Bereichen als High-End zu bezeichnen ist und der für hybride Druckproduktionen einzusetzen ist.

ZERSPLITTERTER MIS-ANBIETERMARKT Zurzeit ist noch zu wenig an konkreten Ansätzen zu sehen, um es bewerten zu können. Das wird sich wohl auf der drupa klären. Doch es wird spannend, wie der zersplitterte deutschsprachige und europäische MIS-Anbietermarkt darauf reagieren wird, wann sich Workflow-Anbieter wie Agfa, Esko, Fujifilm, Kodak oder Screen diesem Trend anschließen und wie sich Druckmaschinenhersteller, egal ob Offset oder digital, dieser Herausforderung stellen.



Lesen Sie mehr über MIS und Web-to-Print in unserer drupa-Vorschau im Internet: www.druckmarkt.com



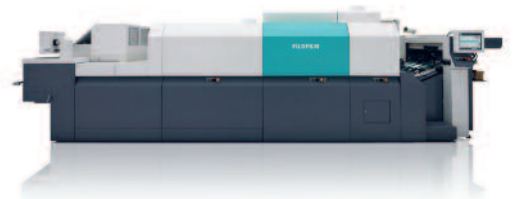
Der Weg zum Erfolg

Erreichen Sie Ihre Ziele mit unserer innovativen Inkjet-Technologie!

Wenn Sie wissen möchten, wie Sie mit unseren aktuellen Inkjet-Technologien Ihre unternehmerischen Ziel erreichen können, dann besuchen Sie uns zur Drupa 2012.

Dort präsentieren wir Ihnen die unterschiedlichsten Inkjet-Anwendungen, die zusammen mit Ihren gestalterischen Ideen die Basis für die Erschließung neuer Geschäftsfelder sind.

Sie finden uns in Halle 8b, Stand A25.



Weitere Informationen erhalten Sie hier:

www.powertosucceed.eu

E-Mail: grafische_systeme@fujifilm.de

POWER TO SUCCEED

FUJIFILM