

Interview mit Mike Boyle, Senior Vice President of HP Large Format Go-To-Market

Vielseitigkeit als Schlüssel zum Erfolg

Das Large-Format-Geschäft behauptet sich erfolgreich im Rahmen der herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die Druckdienstleister begegnen ihnen mit kreativen Applikationen und vor allem mit einer gehörigen Portion an Anpassungsfähigkeit und der Bereitschaft, die eigenen Prozesse neu zu überdenken. Wir sprachen mit Mike Boyle, Senior Vice President of HP Large Format Go-To-Market, über Differenzierungsmöglichkeiten, das vorherrschende Automatisierungspotenzial im LFP-Markt und neue Marktchancen.

Wie bewerten Sie aktuell das Large-Format-Geschäft und welche Perspektiven sehen Sie für dieses Segment für die kommenden Jahre?

Wie auch in den anderen Marktsegmenten sehen sich Large-Format-Druckdienstleister vor dem Hintergrund der globalen wirtschaftlichen Unsicherheit und der daraus resultierenden variierenden Kundennachfrage mit großen Herausforderungen konfrontiert. Dennoch nimmt der Large-Format-Druck kontinuierlich zu – zum einen durch neue, spannende Anwendungsmöglichkeiten und zum anderen durch innovative Technologien, die den Druckdienstleistern (PSPs) mehr Spielraum und Flexibilität eröffnen.

Da die Unternehmen ihre Digitaldruckmaschinen vermehrt 24/7 betreiben, erwarten wir eine stärkere Nutzung automatisierter Dienstleistungen und die Einführung innovativer Tools, die den Anforderungen der Druckdienstleister besser gerecht werden. Indem Unternehmen ihre Druckaufträge über Plattformen wie HP Print OS abwickeln, können Druckereien bisher ungeahnte



Mike Boyle, Senior Vice President of HP Large Format Go-To-Market

Effizienzpotenziale erschließen, beispielsweise durch die Datenanalyse, die Möglichkeit zum unbeaufsichtigten Drucken oder die Eliminierung sich wiederholender, zeitraubender Prozesse.

Zudem zeichnen sich mehrere Trends und interessante vertikale Märkte ab, die den PSPs weitreichende Chancen eröffnen können, wenn es ihnen gelingt, diese effizient und kreativ zu adressieren. Der Druckmarkt entwickelt sich kontinuierlich weiter, und die Turbulenzen der vergangenen Jahre haben die Transformation unserer Branche noch weiter beschleunigt. Doch es hat sich gezeigt, dass die Großformat-Druckdienstleister aufgrund ihrer Kreativität und Flexibilität überaus widerstandsfähig sind und sich kontinuierlich weiter vernetzen und weiter automatisieren, um auch unter den herausfordernden Bedingungen erfolgreich im Markt zu agieren.

Damit dies gelingt, suchen die PSPs gezielt nach Differenzierungsmöglichkeiten – ein Ansatz, der übergreifend für alle Druckmärkte gilt. Denn wenn die Volumen nicht wachsen, muss es dem Druckdienstleister gelingen, seine Margen mithilfe von Differenzierungen gegenüber anderen Marktteilnehmern anzuheben und sich von ihnen durch ein besonderes Angebot abzusetzen. Die Frage, die sich Druckdienstleister

kontinuierlich stellen müssen, lautet daher: Wie kann ich mit den Produkten und Applikationen, die ich verkaufe, sicherstellen, meine Margen zu erhöhen und mich durch mein Angebot vom Wettbewerb abheben? Dies ist die große Frage, die die gesamte Branche bewegt.

Wie entwickelt sich der deutsche Markt im Vergleich zu anderen europäischen Märkten oder weltweit?

Der deutsche Markt hat sich als überaus widerstandsfähig erwiesen, obgleich er natürlich ebenfalls von den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen negativ beeinflusst wurde. So ist der deutsche Markt beispielsweise weltweit der drittgrößte Markt im Bereich der Fahrzeugvollverklebung und bedruckter LKW-Planen. Auch das Verpackungssegment verkörpert in Deutschland einen großen, vielversprechenden Markt. Natürlich sehen wir auch in Deutschland vermehrte Zusammenschlüsse und Akquisitionen, doch diese Entwicklung gilt für ganz Europa.

Vor welchen konkreten Herausforderungen stehen Ihre Kunden und welche neuen Chancen können sich Ihnen eröffnen?

Der Druckmarkt wird derzeit vor allem von drei Trends geprägt: der steigenden Nachfrage nach kürzeren Durchlaufzei-

ten, dem Bedarf an rationalisierten Druck-Workflows und dem wachsenden Interesse an nachhaltigen Produkten. Wir reagieren darauf, indem wir Produkte und Lösungen entwickeln, die nicht nur zukunftsweisend und -effizient sind, sondern auch nachhaltig. Wer es als Druckdienstleister dann noch schafft, die Vielseitigkeit seines Portfolios weiter auszubauen, wird auch in Zukunft überaus erfolgreich im Markt agieren. Nachdem HP 16 Jahre Latex als Brand etabliert hat, bringen wasserbasierte Tinten vielfältige Möglichkeiten sich zu differenzieren. Die Charakteristika von Latex bilden ein überzeugendes Verkaufsargument und eröffnen den Druckdienstleistern weitreichende Differenzierungsmöglichkeiten.

Um die Vielseitigkeit noch weiter auszubauen, ermöglicht es unsere jüngste Zusammenarbeit mit Canva, der weltweit einzigen All-in-One-Plattform für visuelle Kommunikation, Millionen Canva-Nutzern, nahtlos online zu gestalten, visuelle Inhalte zu erstellen und lokal in großem Umfang zu drucken. Von dieser globalen Zusammenarbeit profitieren sowohl HP Druckdienstleister als auch die Canva Community weltweit, da sie jedem, der visuelle Inhalte auf der Canva-Plattform erstellt, die Möglichkeit eröffnet, mit einem vollständig integrierten System zu designen und zu drucken. Durch die Kollaboration erhält die Canva Community einen erweiterten Zugang zu professionell gedruckten Produkten von HP Druckdienstleistern auf der ganzen Welt. Darüber hinaus plant Canva, seinen Druckservice bis 2026 auf 150 Länder auszuweiten, kürzere Bearbeitungszeiten zu ermöglichen und seinen CO₂-Fußabdruck durch lokale Operationen erheblich zu reduzieren. Wir beobachten, dass kreative Plattformen wie Canva die Designmöglichkeiten der Endverbraucher erweitern und ihnen mehr Möglichkeiten bieten, Druckerzeugnisse wie Tapeten zu personalisieren.

Wo sehen Sie zukünftige Wachstumsbereiche für Ihr Marktsegment?

Wir sehen für Textilien und Innendekor eine sehr große Chance – vor allem in Bezug auf hybride Arbeitsräume. Das gesamte Interiorgeschäft nimmt signifikant zu und das Konzept individueller, persönlich gestalteter Inneneinrichtungen setzt sich mehr und mehr durch.

Derzeit gilt dies noch primär für Hotels und Geschäftsräume, während im privaten Umfeld diese Form der individualisierten Ausstattung derzeit noch nicht so stark verbreitet ist, doch auch hier nimmt das Interesse kontinuierlich zu.

Darüber hinaus eröffnet das Thema Nachhaltigkeit den PSPs neue Vertriebsansätze und Verkaufsargumente. Wir haben interne Umfragen bei unseren Kunden durchgeführt, die zeigen, dass mittlerweile rund 85 % der PSP-Kunden konkret nachhaltige Produkte und Praktiken einfordern. Diese steigende Nachfrage spiegelt aktuell den Wertewandel der Verbraucher wider. Wir sind überzeugt davon, dass sich dieser Trend weiter fortsetzen wird, sodass Druckdienstleister vermehrt nachhaltige Praktiken etablieren werden. Daher wird die Nachfrage nach unseren wasserbasierten und geruchsneutralen Tinten zunehmen, zumal sie es den PSPs ermöglichen, ein breiteres Spektrum an Aufträgen anzunehmen – darunter auch sensible Innenraum-Applikationen. Die Tatsache, dass mehr als jeder fünfte auf dem Großformatmarkt verkaufte Drucker ein HP Latex-Gerät ist, zeigt, dass dieser Trend bereits in vollem Gange ist.

Auch auf die Energieeffizienz von Druckern legen die Dienstleister sehr großen Wert. Das Gleiche gilt für eine verlängerte Lebensdauer der Hardware durch einfache Recyclingoptionen, wenn ein System das Ende seiner Lebensdauer erreicht hat. Die Hersteller sind dazu aufgefordert, Druckereien dabei zu unterstützen, in der Praxis nachhaltiger zu werden. Wir kommen diesem Auftrag über Programme wie HP Planet Partners nach, das Recyclingoptionen für Verbrauchsmaterialien und Hardware bietet.

Druckdienstleister setzen vermehrt auf die konsequente Automatisierung ihrer Arbeitsabläufe. Wie weit ist diese Transformation bereits vorangeschritten und wie unterstützt HP seine Kunden auf diesem Weg?

Anpassungsfähigkeit ist wie bei vielen Herausforderungen das Schlüsselement, um diesen erfolgreich zu begegnen. In einem Marktumfeld, das von einem sich schnell ändernden Verbraucherverhalten, wechselnden Vorschriften und immer neuen E-Commerce-Kanälen geprägt ist, ist diese Fähigkeit von entscheidender Bedeutung. Intelligente Pro-

duktionslinien werden daher zunehmend gefragter und die Prozessautomatisierung dient nicht mehr länger nur dazu, die Produktivität zu optimieren, sondern vermehrt dazu, Probleme wie den Arbeitskräftemangel abzufedern und die Makulatur zu reduzieren, indem Fehler automatisch vermieden werden.

Um unsere Kunden auf diesem anspruchsvollen Weg optimal zu unterstützen, haben wir unsere neuen HP Professional Print Service Plans entwickelt, die es ihnen ermöglichen ihr Geschäft flexibel zu gestalten, ihnen dabei hilft, die Betriebszeit sowie die Produktivität zu maximieren und darüber hinaus von zusätzlichen Lernmöglichkeiten und unserem Support zu profitieren. Um den jeweils individuellen Bedürfnissen der PSPs Rechnung zu tragen, können unsere Kunden zwischen zwei verschiedenen HP Professional Print Service Plans (Basic und Plus) wählen, um sicherzustellen, dass sie ein jeweils auf ihre spezifischen Geschäftsanforderungen zugeschnittenes Portfolio an Service- und Softwarelösungen erhalten.

Zu den neuen Funktionen gehört u.a. Print Beat Live Production für eine umfassende Echtzeitansicht sämtlicher in der Warteschlange und in der Produktion befindlicher Aufträge an verschiedenen Standorten. Mit diesem Tool werden die Fortschritte der Druckaufträge kontrolliert, Probleme rechtzeitig erkannt und wertvolle Zeit gespart. Mit Print Live Production Jobs API werden Druckerdaten für externe ERP/MIS-Systeme von Unternehmen verfügbar. Damit ist es möglich, sowohl HP Drucker als auch Hardware von Drittanbietern zu überwachen, Prozesse zu automatisieren und sie mit anderen Betriebsdaten zu kombinieren, um umfassendere Einblicke in seine Produktionsprozesse zu erhalten. Zu guter Letzt stellen wir mit HP Learn noch eine digitale Lernplattform mit kostenlosen oder Premium-Schulungsmodulen – je nach gewähltem Serviceplan – zur Verfügung. Dazu gehören mehr als 60 neue, von Branchenexperten entwickelte Schulungsvideos, die sich beispielsweise auf die optimale Nutzung der HP LF Latex-Drucktechnologie hinsichtlich Anwendungen wie Fahrzeug-Vollverklebungen, Farbmanagement, Nachhaltigkeit usw. konzentrieren.

Herr Boyle, wir danken Ihnen vielmals für das interessante Gespräch!