



# Über die Technologie hinaus

»Plane für die Zukunft, denn dort wirst Du den Rest Deines Lebens verbringen«, mahnte Mark Twain. Dies gilt auch für die Druckindustrie, denn der Digitaldruck ist dabei, die Branche neu zu definieren. Dabei wird die Technologie die Druckereien in sehr verschiedene Richtungen führen.

Von David Preskett



David Preskett ist European Professional Print Director, Canon Europe, und Präsident der Ipex 2014.

Zahlreiche Studien bieten Einblicke in eine mögliche Zukunft der Branche. Viele Ergebnisse weisen darauf hin, dass der Digitaldruck das Wesen des Drucks radikal verändern wird. Dabei könnte sich die Branche in zwei unterschiedliche Lager spalten, da die Druckereien den Digitaldruck

auf sehr verschiedene Weise nutzen werden. Ähneln werden sie sich nur in der verwendeten Basistechnologie – dem Digitaldruck und dem Verbrauch des Rohstoffs, der sie antreibt: den digitalen Daten.

Der Digitaldruck bietet schon heute eine Chance, neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Die Pira-Studie von 2010 »The Future of Electrophotographic Printing to 2015« prognostiziert dem weltweiten Markt ein Wachstum von 57,6 Mrd. US-\$ im Jahr 2009 auf fast 90 Mrd. \$ im Jahr 2015. Die Frage für jeden Drucker lautet also: »Wie wird die Branche bis dahin aussehen und wo wird für mich darin Platz sein?«

**RENAISSANCE DER KLEINBETRIEBE?** Der Canon Insight-Report »Digital Printing Directions« gibt darauf eine Antwort, indem er eine Renaissance kleiner Druckbetriebe in Aussicht stellt. Denn hier treibt die digitale Technologie eine Expansion kleiner, ausschließlich mit Digitaldrucksystemen ausgestatteter Anbieter voran, die schlank aufgestellt, fast alle inhabergeführt sind und weniger als 20 Mitarbeiter beschäftigen.

Die Studie vergleicht zudem die Herausforderung des Offsetdrucks durch die digitale Technologie mit der des Buchdrucks in den 1960er Jahren, als die niedrigeren Kosten des Offsetdrucks zu einer Welle neu gegründeter Druckereien führten. Während der Offsetdruck jedoch fast alles zuvor dagewesene wegfegte, wird dies der Digitaldruck nicht tun, da der Offset für hohe Auflagen und standardisierte Produkte die herausragende Technologie bei mittleren und großen Betrieben bleiben wird.

Während Druckereien in den Digitaldruck investieren, führt ihr Weg zugleich über Zusammenschlüsse, Akquisitionen, Kooperationen und Partnerschaften in die Zukunft. Die Renaissance der kleineren Druckereien und die Konsolidierung größerer Betriebe werden die Branche polarisieren. Als Extrem werden dabei Fusionen unter größeren Druckereien zu Fabriken in industrieller Größenordnung führen. Diese werden die Vorteile des Offsetdrucks bei hoch-

volumigen Druckjobs nutzen und für den variablen Datendruck in hohen Auflagen die Personalisierungs-Möglichkeiten digitaler Highspeed-Systeme nutzen. Am anderen Ende der Skala werden sich kleinere Druckereien zu Cross-Media-Anbietern für integrierte Marketing-Services entwickeln.

**TRANSAKTION, TRANSPROMO UND VARIABLER DRUCK** Wie diese Betriebe die digitale Technologie nutzen, wird auch von der Anwendung abhängig sein. Der Transaktionsdruck ist hierfür ein typisches Beispiel. Angepriesen als Möglichkeit für Digitaldrucker, Mehrwert zu generieren, werden alleine schon die Sicherheitsanforderungen die Chancen in Wahrheit auf wenige ausgewählte Anbieter beschränken, die sich die Investition leisten können, den Transaktionsdruck für hohe Auflagen zu adressieren.

Für kleinere Drucker werden sich jedoch ebenso Chancen im Transpromo-Markt ergeben, wenn sie diesen Service als Teil eines Cross-Media-Angebotes sehen. Rückmeldungen von Druckern und Analysen von Branchendaten zeigen, dass es viele Anwendungen geben wird, die für kleinere Druckereien Wachstumschancen bieten. Beispielsweise dort, wo digitale Technologie und variabler Datendruck zu einer Anwendung führt, die eine Kundenkommunikation auf persönlicher und emotionaler Ebene erlaubt.

In diesem Zusammenhang stellte der Insight-Report das Wachstum bei Fotobüchern heraus – wohl eine der persönlichsten und emotionalsten Druckanwendungen. Auch wenn der Markt weitgehend besetzt ist, bietet er (mit Nischen-Marketing verbunden) immer noch eine Menge Potenzial.

**VERPACKUNG, BÜCHER UND MAILINGS** Einige Branchenstudien sagen einen Anstieg bei digital gedruckten Verpackungen voraus, der wiederum auf den Möglichkeiten der Personalisierung basiert.

Der digitale Bücherdruck wird ebenfalls zunehmen, getrieben von mehr Selbstverlagen und einzelnen Exemplare sowie von der wirtschaftlichen Notwendigkeit für größere Verlage, den Lebenszyklus eines Buches von der Erstpräsentation bis zur Nachauflage zu steuern.

Werden Produkte beworben, werden vermehrt Direktmailings eingesetzt, da Marketingverantwortliche von dem vermeintlich preiswerten digitalen Direktmarketing zum bewährten Kommunikationsmedium Print zurückkehren, das sich einfacher messen lässt und über einen nachgewiesenen ROI verfügt. Die Schlüssel zum möglichen Erfolg liegen darin, drei Branchenfaktoren zu erkennen, die vom Digitaldruck neu definiert werden.



›**PATH TO PROFIT**‹ Mit Hilfe des Digitaldrucks können Druckereien den von Canon sogenannten ›Path to Profit‹ beschreiten. Er führt von undifferenzierten, überall erhältlichen Informations-Drucksachen mit niedrigen Margen über Promotion-Produkte zum farbigen variablen Datendruck und schließlich zu Cross-Media-Kampagnen mit hohen Margen. Wer personalisiertes Direktmarketing mit gezielten Marketingmaterialien wie Broschüren kombiniert, die mit einer personalisierten URL im Internet verlinkt sind, bietet Marketing-Verantwortlichen ein schlagkräftiges, messbares Angebot, das mehr wert- als kostengetrieben ist.

**KUNDENNÄHE** Der Digitaldruck und die damit verbundenen Technologien haben die Produktionskette verkürzt. Vorausdenkende Drucker unterhalten daher direkte Beziehungen zu den Marken oder deren Kunden, da es weniger Organisationseinheiten zwischen Kunde und Drucker gibt. Drucker sind nicht mehr nur Empfänger von Druckdaten, sie können ihren Umsatz in marketingnahen Bereichen erhöhen.

**MEHRWERT** Je weiter sich eine Druckerei bei der Umsetzung neuer Cross-Media-Services entwickelt, desto mehr verändert sich die Dynamik des Geschäfts. Druckbetriebe haben traditionell hohe Fixkosten, niedrige Margen und benötigen relativ hohe Auflagen. Die Möglichkeiten zu verhandeln und Preise aufrechtzuerhalten oder zu erhöhen ist eher beschränkt, da die Einkäufer Aufträge einfach an einen anderen Drucker weitergeben können. Es

kommt also darauf an, ein integraler Teil des Geschäftsprozesses der Kunden zu werden. Dies gilt ganz besonders für sensible Bereiche wie dem Datenmanagement, wo die Übernahme von Prozessverantwortung helfen wird, die Partnerschaft weiterzuentwickeln. Damit steigt für den Kunden zugleich der Aufwand bei einem Wechsel zu einem anderen Dienstleister. Diese Umstellungskosten für die Kunden werden die Bindung an den bewährten Drucker meist erhöhen. Mit fortschreitender Technologie und kürzeren Produktionsprozessen wird das Management von Daten oder die Verantwortung für die Daten zukünftig tatsächlich ein zentrales Differenzierungsmerkmal sein. Diejenigen, die über die Daten verfügen oder sie verwalten, werden die größten Vorteile im Wettbewerb haben.

**DER UNTERSCHIED: IDEEN** Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der Weg zum Erfolg für Druckereien nicht einfacher wird. Sie müssen neue Geschäftsmodelle erkennen, sich umfassenderes Wissen über ihre Kunden erarbeiten und ein tiefgehendes Verständnis für Kommunikationstechnologien und -kanäle aufbauen. Dies ist der einzige Weg, bei dem sich die Anstrengungen am Ende bezahlt machen werden. Innovative Drucker schaffen eine Branche, in der sich die Technologie nicht länger als zentrales Differenzierungsmerkmal darstellt: Den Unterschied machen die Ideen.

› [www.canon.ch](http://www.canon.ch)



Media Mundo

# 3. Kongress für nachhaltige Medienproduktion

## 7. – 8. April 2011, Düsseldorf

**Trends. Innovationen. Medien**

Der Media Mundo-Kongress bietet ein innovatives Trend- und Zukunftsforum zum Thema Klimaschutz und Nachhaltigkeit in der Medienbranche.

Veranstalter:



Strategiepartner:




Programm, Anmeldung, Infos:

[www.mediamundo.info](http://www.mediamundo.info)

**Förderer:**















































**Verbandspartner:**

**Kooperationspartner:**

