

DRUCKINDUSTRIE IST DER ZUG ABGEFAHREN?

Was sich in Deutschland und Österreich seit einiger Zeit in der Druck- und Medienindustrie abspielt, scheint jetzt auch in der Schweiz angekommen zu sein. Fast täglich liest man von Druckereischliessungen und von der Einstellung selbst etablierter Zeitungen und Zeitschriften – sogar lokale Anzeiger und amtliche Medien – aufgrund ungenügender Wirtschaftlichkeit. In einem Online-Diskussionsbeitrag nannte der Inhaber einer namhaften Schweizer Onlinedruckerei diese Situation kürzlich überspitzt: «Die Druckbranche ist am Arsch.»

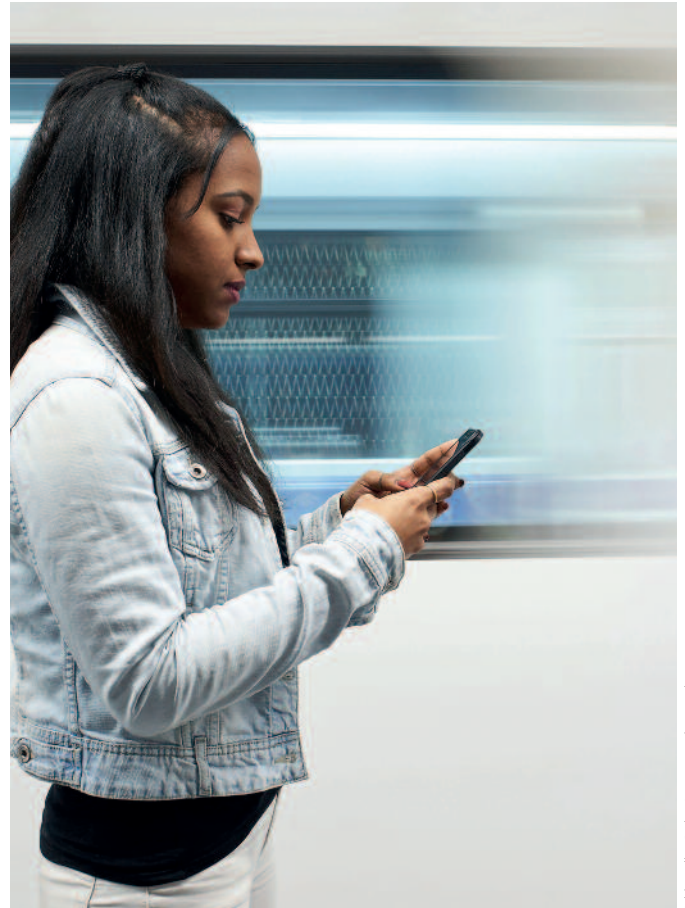
Harte Worte. Aber harte Worte sind nun einmal nicht immer schön. Dafür sind schöne Worte nicht immer wahr. Wahr ist jedoch, dass die Zeiten für Druckereien nun einmal hart sind.

«Jedenfalls für die Betriebe, die sich an die «alten Zeiten» klammern und hauptsächlich mit Argumenten und Aussagen wie «Print lebt» oder «Print ist nachhaltig» versuchen, ihre Kunden zu reaktivieren. Das reicht aber nicht und reanimiert auch keine Bedürfnisse, die keiner mehr hat», schrieb der genannte Drucker weiter. Und damit hat er nun einmal nicht ganz unrecht.

Die Zahlen bestätigen es. Von den 1.600 Druckbetrieben, die es in der Schweiz einmal gab, sind nur noch (geschätzt) etwa 500 übrig geblieben. In vielen anderen Ländern sieht es nicht besser aus. In Deutschland gab es im Jahr 2000 noch knapp 14.000 Druckereibetriebe – heute sind es noch 6.850.

«Auch dieses Jahr werden weitere Unternehmen wie bestellt und nicht abgeholt am Gleis stehen, weil der Zug abgefahren ist. Der Zug der Veränderung. Er fährt mit Volldampf voraus. Wer nicht aufspringt, wird zurückgelassen.» Auch dieser These muss man zustimmen.

Trotzdem ist der Zug nicht gänzlich abgefahren. Wir können und müssen nur mit intelligenten Mitteln daran arbeiten, dass Print wieder die Wertschätzung entgegengebracht wird, die es verdient hat. Denn zu einem grossen Teil leidet vor allem der Akzidenzdruck vom Shift der Werbegelder in Online-Medien.



Bildquelle: Carlos Barquero | depositphotos

Dies kam auch beim Dreikönigstreffen des Verlegerverbandes zur Sprache (siehe Seite 10). Denn die Werbekunden und Mediaagenturen tragen ein erhebliches Stück Verantwortung an der Medienvielfalt und -qualität – nicht nur in der Schweiz. Wenn sich die Werbebudgets aber weiterhin in Richtung Search- und Social-Media-Plattformen amerikanischer Konzerne verschieben, ist ein breites Mediensterben zu erwarten.

Dabei ist aber auch das Verhalten einiger Verlage und der Politik anzuprangern. Anzeiger, die für Grundversorgung der Bürger mit Informationen sorgen, können nicht mit dem Verweis auf das Internet einfach eingestellt werden. Damit werden ganze Teile der Bevölkerung, die keinen Zugang zu elektronischen Medien haben, ausgegrenzt. Das ist nicht nur in höchstem Masse unsozial, sondern schadet auch dem Standort Schweiz, da die Abhängigkeit von externen Unternehmen vergrössert wird.

Doch auch wenn einige Teile der Druckbranche «am Arsch» sind: Das Medium Print ist es nicht. Daran können wir arbeiten und dafür sorgen, dass der Kuchen wieder grösser wird.



Wir wünschen Ihnen alles Gute und viel Spass bei der Lektüre.

Klaus-Peter Nicolay
Jean-Paul Thalmann

Bringe deine Botschaft in
Form mit KuvertExtra

PAPYRUS **swiss
paper
club**

+41 58 580 58 00
swisspaperclub@papyrus.com
swisspaperclub.ch

