

Wandel erfordert Weitblick

Im Laufe der letzten Monate scheint die Wirtschaft in den meisten westlichen Staaten aus Krise und Rezession herauszutreten – doch es scheint so, als vollziehe sich die Erholung dieses Mal allmählicher und weit weniger vorhersagbar als nach den zurückliegenden Abschwüngen.

Von David Preskett



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

Dieses weniger Vorhersehbare verleitet der Mahnung von Prof. Frank Romano, die er im Canon Insight Report »The Redefinition of the Digital Printer« äusserte, um so mehr Glaubwürdigkeit. Er hatte festgestellt, dass sich die Druckdienstleister, die mehr oder weniger schadlos durch die Re-

zession gekommen sind, darin einig seien, dass sie der Digitaldruck gerettet habe. Jedoch gebe es keinen Raum für übertriebene Zuversicht. Auch Digitaldrucker seien zwar an der Informationsbranche beteiligt, in der fast alles digital kommuniziert werden könne, aber «Drucker müssen jeden Aspekt ihres Geschäfts neu überdenken, um den Aufschwung zu überleben.»

Der erste Canon Insight Report, »Digital Print Directions«, zeigte bereits, dass Druckdienstleister dies verstanden haben. 72% erklärten darin, dass sie nicht länger dieselben Dinge auf dieselbe Art tun könnten. 52% planten, sich zu »Dienstleistern für Unternehmenskommunikation« zu entwickeln und 10% wollten zusätzlich Nicht-Druckdienstleistungen wie Facility-Management, IT, Design oder Auftragsabwicklung anbieten.

Wie die Studie weiter feststellte, stehen diese Entscheidungen für einen fundamentalen strategischen Wandel und haben wichtige Auswirkungen für das Management von Druckbetrieben. Heute haben Manager mehr zu tun als nur das Geschäft zu managen. Sie müssen führen, das Geschäft inspirieren, um so die Möglichkeiten neuer Produktionsprozesse, Umsatzquellen, Märkte und Geschäftsmodelle zu entdecken und zu erfassen. Wenn sie dazu in der Lage sind, können beachtliche Ergebnisse erzielt werden.

«**WIR SIND KEINE DRUCKEREI – AUCH WENN WIR DRUCKEN**» Beispiel ist der schwedische Druckdienstleister PSP Notitium. Während der letzten Jahre hat sich das in Ängelholm ansässige Unternehmen rasch von einer Offsetdruckerei zum Digitaldruckdienstleister entwickelt, der eine Palette von Marketing- und Kommunikations-Dienstleistungen anbietet. Die Richtung und Geschwindigkeit der Entwicklung weist keine wesentlichen Anzeichen der Veränderung auf, obwohl Notitium Geschäftsführer Magnus Bengtsson zugibt, dass er sich noch nicht sicher ist, wo die Reise enden wird. «Wir sind in der Kommunikationsbranche, nicht in der Druckbranche. Indem wir versuchen, den Kunden Zeit und Geld zu ersparen, ist es wichtig, dass wir ihnen

bei der Entscheidung helfen, wie, was und mit wem sie kommunizieren sollen und können. Wir sind bestrebt, nicht nur bedruckte Blätter, E-Mails oder Softwarelizenzen zu verkaufen, sondern unser Fachwissen. Wir sind keine Druckerei mehr – obwohl wir drucken. Wir sind keine Agentur – obwohl wir Kommunikationsstrategien entwickeln und verfeinern. Und wir sind kein IT-Berater – obwohl wir Softwareingenieure beschäftigen. Unsere Arbeit umfasst zunehmend integrierte Kommunikationskampagnen, die datengetriebenen Druck mit anderen Medien kombinieren, wie HTML-E-Mail, soziale Netzwerke und personalisierte URLs.»

In Unternehmen wie Notitium lässt sich vielleicht eine neue Form erkennen, wie die Druckindustrie zukünftig aussehen könnte. Die Tage, als es noch ausreichte, ein guter Drucker zu sein, der hochwertige Arbeit pünktlich zum richtigen Preis lieferte, sind längst vorbei. Denn tatsächlich sagt die Bezeichnung »guter Drucker« sehr wenig über seine Leistungen aus. Zahlreiche Unternehmen der Branche sind derzeit auf dem Weg, sich neu zu definieren – auf die verschiedensten Arten und auf unterschiedlichen Wegen.

EIN WANDEL DIESER GRÖSSENORDNUNG mag vielleicht auf den ersten Blick erschrecken. Doch haben Druckereien Verbündete in den Herstellern, die ihnen durchaus dabei helfen können, neue Positionen einzunehmen. Canon beispielsweise mit dem Essential Business Builder Programm, das Workshops und Beratung bietet sowie mit der Serie von Insight Reports, in der wichtige Trends untersucht werden. Denn als Anbieter haben wir längst erkannt, dass die Bereitstellung von Technologien wie Digitaldrucksystemen samt Workflow-Lösungen lediglich das absolute Minimum darstellt, was von uns erwartet wird. Daneben müssen wir unsere Kunden ermutigen, sich neuen Geschäftsideen gegenüber zu öffnen.

Waren die Aufgaben einer Druckerei bisher am Printprodukt orientiert, können andere Dienstleistungen den Druck künftig begleiten. Unsere weltweite Kundenbasis liefert uns Erkenntnisse darüber, wie diese Veränderungen implementiert werden können und welche Fähigkeiten das Management zur Umsetzung benötigt. Dabei ist eines sicher: Der Markt bietet spannende Chancen, aber dazu gibt es weder allgemeine Rezepte, noch weiss jemand so genau, wohin sie führen.

› www.canon.ch



DIE Schlaumacher

Natürlich dürfen und können Sie sich selbst informieren. Sie können sich durch Berge von Papier wühlen, um entweder irgendwann den Überblick zu verlieren oder doch auf die Informationen zu stossen, die Sie suchen. Aber warum? Diese Arbeit haben wir schon längst für Sie erledigt!

Die «Druckmarkt COLLECTION» ist eine Sammlung ausgewählter Themen aus Kommunikation, Medienproduktion, Print und Publishing. Die Ausgaben greifen theoretische, praktische und technische Aspekte auf, werden kompakt und lesefreundlich aufbereitet und ständig aktualisiert.

Jede einzelne Ausgabe hilft beim Entscheidungsprozess und bietet Evaluations-Unterstützung. In Communiqués zu aktuellen Trends, Dossiers zu speziellen Themen oder White Papers zu künftigen Entwicklungen sowie Marktübersichten samt redaktioneller Begleitung als «Investitionskompass» bündeln «Druckmarkt», «Value-Journal» und die «Grafische Revue» ein Fachwissen, das seinesgleichen sucht.



Dossier
E-Commerce
Web-to-Print, Web-to-Business und Cloud Computing werden an Praxis-Beispielen erläutert.
Oktober 2010.
28 Seiten, A4.
19,90 € / 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.



Investitionskompass
Digitaldruck
Farbe und Schwarz-Weiss: erläuternde Artikel und umfangreiche Marktübersichten.
Oktober 2010.
36 Seiten, A4.
19,90 € / 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.



Dossier
Print Szenario 2011
Die Kommunikation im Umbruch. Die Chancen und Stärken von Druck und Werbung.
März 2011
28 Seiten, A4.
19,90 € / 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.



Investitionskompass
Drucker und MFPs
Marktübersichten und erläuternde Artikel zu A3-Druckern und Multifunktionssystemen.
April 2011
28 Seiten, A4, davon 8 Seiten Übersichten.
19,90 € / 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.



Investitionskompass
Computer-to-Plate
Marktübersichten und erläuternde Artikel zu CtP-Systemen für Akzidenzen und Zeitungen.
Juni 2011
32 Seiten, A4, davon 11 Seiten Übersichten.
19,90 € / 24.90 CHF.
Zu bestellen im Internet.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT COLLECTION

in Kooperation mit
Value-Journal und Grafische Revue