

# Die Allianz von Druck und Internet

Oft unversöhnliche Positionen prallen aufeinander, wenn vom Internet die Rede ist. Während die einen im Internet den grössten Segen der Menschheit sehen, befürchten andere den Untergang des Abendlandes. Und immer wieder hört man, das Internet sei schuld an den schrumpfenden Druckvolumen. Das ist zwar nicht grundsätzlich falsch, streift aber nur einen Teilaspekt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Ende April 2013 wurde das World Wide Web (www) 20 Jahre alt. In diesem Jahr werden über 2,7 Mrd. Menschen weltweit das Internet nutzen. In Deutschland sind rund 78% der über 14-Jährigen online (fast 55 Mio. Bundesbürger). In der Schweiz sollen es gar 85% sein. In beiden Ländern kauft ein hoher Prozentsatz online ein. Dieser Trend hat sich über fast alle Branchen hinweg durchgesetzt. Die Zuwachsraten sind zwar beachtlich, doch ist der Anteil des E-Commerce am gesamten Handelsvolumen noch klein. In Deutschland liegt er bei gerade einmal 6,4%. Wobei einzelne Märkte für den Online-Handel geeignet, andere wiederum völlig ungeeignet zu sein scheinen.

Sehr wohl geeignet ist offensichtlich der Einkauf von Drucksachen aller Art im Internet. Drucksachen im Internet bestellen oder gar gestalten und per Mausclick bei der Druckerei in Auftrag geben? Warum nicht? Was bis vor wenigen Jahren Utopie war, ist heute Standard. Es gibt wohl keine Drucksache, die sich nicht auch online erzeugen liesse. Dabei können grosse wie kleine Auflagen nach individuellem Bedarf produziert werden – von jedem Ort der Welt aus und unabhängig von der Tageszeit. Das spart Zeit und Geld und ermöglicht einen neuen Kundenservice. Deshalb dürfte es wohl nur noch wenig Druckerei geben, die Web-to-Print nicht in irgendeiner Form anbieten. Gut 500 Betriebe soll es alleine in Deutschland geben, die

ihre Druckdienstleistungen im Internet für jedermann bereitstellen.

Und längst sind die Stimmen verstummt, Web-to-Print sei bloss eine kurze Mode-Erscheinung. Andererseits hält sich der Vorwurf, WtP sei ein Jobkiller – weil sich bei den «Internet-Druckereien» Preise durchgesetzt haben, die vielen Kollegen den Atem stocken lassen.

Das Internet für den Rückgang von (bestimmten) Drucksachen verantwortlich zu machen, ist zwar nicht völlig falsch, aber nur die halbe Wahrheit. Die andere Hälfte der Wahrheit ist, dass das Internet rückläufiges Druckvolumen kompensiert, weil via Web-to-Print und Internet-Portalen neue Kunden und damit auch zusätzliches Druckvolumen generiert wird. Typisches Beispiel sind Fotobücher oder auch andere Drucksachen, die bis dato keine Druckprodukte waren.

## Bedürfnis der Kunden

So betrachtet hat die grafische Branche absolut richtig gehandelt, als sie dem Bedürfnis der Kunden entsprach, das Abwickeln von Druckaufträgen via Web-to-Print zu vereinfachen, schneller und preiswerter zu machen. Ganz im Gegensatz zur Musikindustrie, die sich mit Blockade-Aktionen gegen das Internet zu wehren versuchte und ab 1999 von 28 Mrd. verkauften Tonträgern auf unter 14 Mrd. Stück abschierte – entsprechend fiel der Umsatz von 27,8 Mrd. US-\$ auf 9,4 Mrd. \$. Erst

jetzt, nachdem man das Internet als Verkaufsplattform akzeptiert und Angebote zum legalen Download geschaffen hat, steigen die Umsätze wieder – und zwar kräftig.

Web-to-Print isoliert betrachtet, ist allerdings auch kein «Allheilmittel». Denn erstens erfordert es einiges an IT-Know-how und andererseits lässt sich ein entsprechendes System nicht von der Stange kaufen. Nur wer organisatorisch alles rund um ein Web-to-Print-Portal bis ins Detail geplant hat, wird in der Lage sein, Projekte zu realisieren, die sich mit herkömmlichen Verfahren und Abläufen kaum lohnen würden.

## Geschäftsmodell mit Potenzial

Typisch sind hier kleine Auflagen von Akzidenzen aller Art, genauso aber auch Dokumentationen, Zeitschriften oder Bücher. Jedoch kann in einigen Bereichen trotz der Abwicklung über das Internet individuelle Beratung unumgänglich sein. Und die Qualität muss beim ersten Schuss sitzen. Hohe Qualität und Zuverlässigkeit sind nämlich gerade im Internet-Geschäft immens wichtig. Ist ein Kunde unzufrieden (aus welchem Grund auch immer), ist er für den Anbieter des Web-Portals unwiederbringbar verloren.

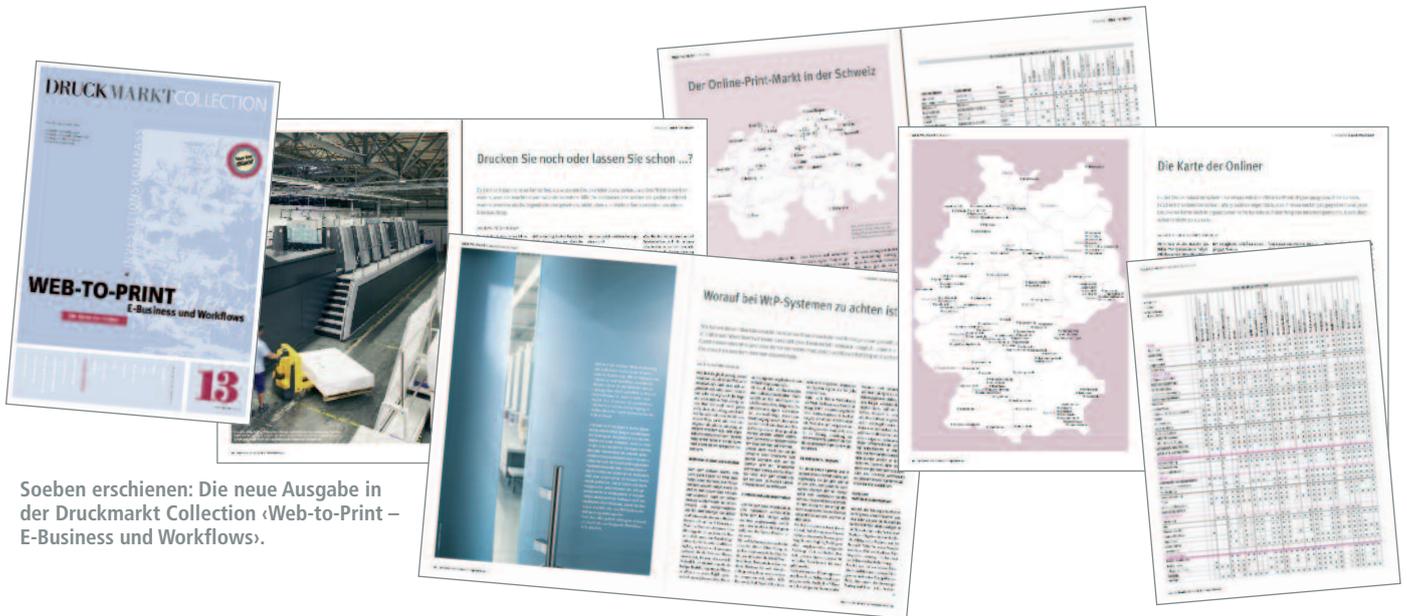
Diese Tatsache scheint nicht selbstverständlich zu sein. Web-to-Print-Jobs werden noch immer häufig mit niedrigen Auflagen und geringen Anforderungen an die Druckqualität gleichgesetzt. Tatsächlich aber ist

Web-to-Print nicht nur für den digitalen Druck, sondern gerade auch für Offsetdrucker ein äusserst interessantes Geschäft. Denn längst ist das Offsetverfahren mit automatisierten Vorstufenprozessen und kurzen Rüstzeiten auch bei kleineren Auflagen wirtschaftlich. Grossformatige Maschinen bieten zudem enormes Potenzial durch das Drucken von Sammelformen.

Noch vor wenigen Jahren waren Visitenkarten, Preislisten oder Formulare mit fest vorgegebenem Layout typische Aufträge. Heute werden umfangreiche Broschüren, Kataloge, Magazine und Geschäftsberichte mit Klebebindung oder grossformatige Plakate mit der gleichen Selbstverständlichkeit angeboten.

Dabei hat das Geschäftsmodell auch mittelfristig noch Wachstumspotenzial, weil immer mehr Auftraggeber diesen Service erwarten. Gleichzeitig ist Web-to-Print gerade für Druckereien, die nicht in Ballungsräumen angesiedelt sind, eine echte Chance, wenn es schwerfällt, in der näheren Umgebung neue Kunden zu akquirieren. Über das Internet dagegen lassen sich nicht nur regional, sondern bundesweit und im Ausland Kunden finden. Nicht selten hört man in diesen Fällen von deutlichen Umsatzsteigerungen und einer erheblichen Ausweitung des Kundennamens.

Zudem sind Onlinekunden treue Kunden, wie verschiedene Anbieter bestätigen. Ist ein Internetportal einfach und bequem zu handhaben,



Sieben erschienen: Die neue Ausgabe in der Druckmarkt Collection «Web-to-Print – E-Business und Workflows».

kommen viele Kunden erst gar nicht auf die Idee, woanders etwas bestellen zu wollen. Und hat sich ein Kunde erst einmal an das Handling gewöhnt, wird es ihm schwerfallen, sich auf einer anderen Seite zurechtzufinden.

#### Web-to-Print ist mehr

Wer also heute noch keine digitale Lösung für seine Kunden bereitstellt, sollte sich schnellstens darum kümmern. Denn die aktuellen Forderungen der Kunden zielen genau auf die Einfachheit des Bestellens im Internet. Schliesslich ist es mehr als zehn Jahre her, dass erste Online-Druckereien von sich reden machten und (nicht nur) die Fachmedien mahnten, ähnliche Geschäftsmodelle in Angriff zu nehmen.

Web-to-Print wird zu oft als Modell für preiswerten Drucksacheneinkauf gesehen. Dabei kann Web-to-Print weit mehr. Bezieht Web-to-Print im Geschäft mit Firmenkunden dessen Absatzkanäle und Handelspartner mit ein, kann dies die Geschäftsentwicklung des Kunden und der Druckerei positiv beeinflussen. Dazu sollte man sich aber auch mit dem Geschäftsmodell der Kunden auseinandersetzen. Welche Drucksachen benötigt der Kunde, welche benötigen seine Handelspartner und/oder Kunden? Dabei muss man gelegentlich auch eingetretene Pfade verlassen und keine Scheu vor Produkten haben, die man selbst nicht herstellen kann.

So gibt es noch zig Anwendungen, die zum Teil realisiert sind, zum Teil aber noch erdacht werden wollen.

#### Neue «Druckmarkt Collection»: Web-to-Print

Rund um dieses Thema ist jetzt die 13. Ausgabe «Druckmarkt Collection» mit den Schwerpunkten «Web-to-Print – E-Business und Workflows» erschienen.

Der 44-seitige «Investitionskompass» beschäftigt sich mit den Voraussetzungen für das erfolgreiche Betreiben einer eigenen Web-to-Print-Plattform, zeigt die Bedeutung der Automatisierung und zugrunde liegender Workflows auf und erläutert schliesslich, worauf bei der Konzeption und beim Betreiben eines Web-to-Print-Portals zu achten ist.

Eine Marktübersicht mit über 30 der wichtigsten Anbieter von Web-to-Print-Software gibt einen Einblick in die Leistungsfähigkeit entsprechen-

der Systeme, die sich sehr nahe an den Bedürfnissen der Druckindustrie orientieren. Ergänzt wird die Marktübersicht durch ein Verzeichnis der Anbieter in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

In einer «Karte der Onliner», einer für Deutschland und einer Weiteren für die Schweiz, hat die «Druckmarkt-Redaktion» die grössten und bekanntesten Internet-Druckportale zusammengetragen, dargestellt und in Tabellen samt deren Leistungsangebot aufgelistet.

Statements, Meinungen, Trends und ein Glossar runden das Werk ab, das über die Internetseite des «Druckmarkt» im Navigationspunkt «Collection» für 15,00 € zu beziehen ist.

➤ [www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)



## IHR PARTNER FÜR SAUBERE TEXTILIEN BEI DER ARBEIT.



seit 125 Jahren



**SCHMID**

Saubere, die Menschen anzieht.