

heitsgrade der am Marktgeschehen beteiligten Anbieter wider und informiert über die Kompetenzvermutung, die man den Herstellern zuordnet. Dies erscheint für den Markt des Digitaldrucks als wesentlich, da solche Werte und Aussagen bisher noch nie ermittelt wurden.

Die jetzt vorgenommene Auswertung ist ein Zwischenergebnis der bis Mitte Oktober 2000 ausgezählten Antworten von etwa 150 Betrieben aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Dennoch erscheint es als ziemlich sicher, dass damit die jeweiligen Trends präzise genug erfasst sind und weitere Auswertungen keine wesentlichen Verschiebungen mehr ergeben.

Die Erhebung läuft weiter und ist über einen längeren Zeitraum geplant. Insofern wird es Updates dieser Auswertung geben. Zusätzlich werden Trends dokumentiert, da sich die Einstellung gegenüber dem Digitaldruck und das Verhalten der Anwender am Markt im Laufe der Zeit ändern wird. Diese Veränderungen werden in separaten Trendstudien veröffentlicht.

Ausgewertet werden alle eingehenden Antworten, auch wenn die Fragebögen nicht vollständig beantwortet sind. Die Erfassung erfolgt in einer Datenbank, so dass verschiedene Trends daraus abgeleitet werden können.

**Auf der nebenstehenden Seite ist der Erhebungsbogen abgedruckt. Bitte beteiligen Sie sich an der Studie.**

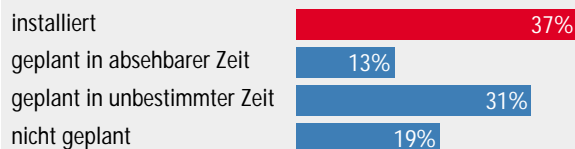
Die »Studie Digitaldruck«, die vom IRD und der Fachzeitschrift »Druckmarkt« durchgeführt wird, soll die Akzeptanz und Integration des Digitaldrucks in Deutschlands Druckindustrie transparent machen. Sowohl für Hersteller als auch für Anwender und deren Kunden lassen sich bisher in dieser Form noch niemals erarbeitete Ergebnisse und Rückschlüsse generieren.

Nach der noch laufenden Studie, an der sich generell alle Betriebe der Kommunikations-Branche (von der Druckerei über Agenturen, Marketing-Abteilungen bis zum Endkunden aus Industrie und Handel) beteiligen können, haben von etwa 150 ausgewerten Betrieben 37% bereits Digitaldruckmaschinen verschiedener Ausprägung installiert, weitere 13% planen in Kürze eine Installation. 31% planen eine Investition in ein Digitaldrucksystem, wenn auch noch ohne konkreten Zeithorizont. Nur 20% halten sich vom digitalen Druck ganz zurück. Die vorliegende Studie gibt Auskunft über das Marktverhalten der Unternehmen, spiegelt die Bekannt-

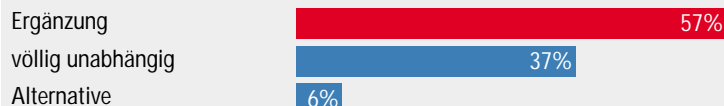
## Studie »Digitaldruck«

**Zielsetzung: den Markt des Digitaldrucks transparenter machen**

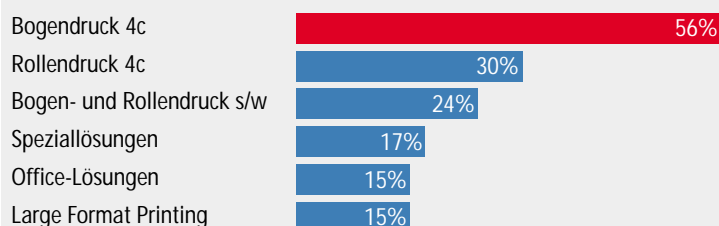
### Die Marktdurchdringung: Digitaldruck ist ...



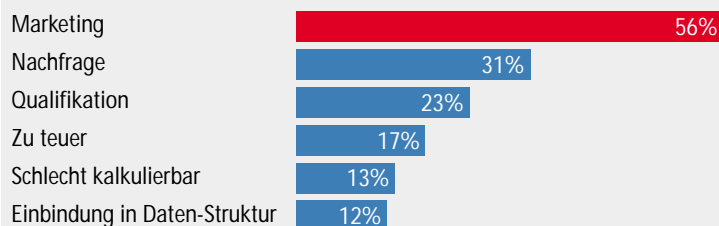
### Digitaldruck ist zum Offsetdruck eine....



### Interessante Bereiche des Digitaldrucks



### Stolperfallen im Digitaldruck



Die Bewertung der Marktdurchdringung von Digitaldruck (wie in Grafik 1 dargestellt) bedeutet nicht, dass 37% aller Betriebe der Druckindustrie digital drucken. Es handelt sich um die aktiven Unternehmen, die an der Umfrage teilgenommen haben.

Digitaldruck ist keineswegs der »elektronische Offsetdruck«. Dies belegen die Zahlen der Grafik 2: Digitaldruck wird als Ergänzung zum Offset gesehen, nicht aber als Konkurrenz. Dies war bis vor kurzem noch völlig anders. Demnach ist das Barometer innerhalb relativ kurzer Zeit umgeschlagen.

Dennoch (siehe Grafik 3) werden die Einsatzmöglichkeiten vor allem in Bereichen gesehen, die bisher mit Offsetmaschinen abgedeckt wurden. Die Grafik gibt aber keinen Aufschluss über den Bedarf an Digitaldruck am Markt, sondern spiegelt die Einschätzung der Betriebe wider, wo man Digitaldruck einsetzen möchte bzw. einsetzt.

Allgemein wird beklagt, dass es sehr schwer sei, Digitaldruck zu vermarkten. Dies zeigt auch die Grafik 4. Was aber nichts anderes bedeutet, dass der Markt wohl noch zu wenig Informationen über Digitaldruck und seine Vorteile hat. Dass aber der Markt, das heißt die Nachfrage nicht groß genug seien, schätzen nur 31%. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass 2/3 der befragten Unternehmen einen potentiellen Bedarf sehen. Fast revolutionär ist die Analyse, dass nur noch 17% der Befragten den Digitaldruck als zu teuer betrachten.



1. Haben Sie bereits in Digitaldruck investiert oder planen Sie (Ihr Unternehmen) es ernsthaft in nächster Zeit?

- Wir haben bereits installiert in .....
- Wir wollen in überschaubarer Zeit investieren.
- Wir planen, aber ohne konkrete Zeitvorstellungen.
- Wir planen zur Zeit nicht.

2. Wie sehen Sie generell den Digitaldruck?

- Als Ergänzung zum Offsetdruck.
- Als eine Alternative (oder als Gegensatz) zum Offset.
- Völlig unabhängig voneinander.

3. Wer ist an der Investitionsplanung beteiligt? (Mehrfachnennungen möglich.)

- Inhaber, Geschäftsführer
- Technische Leitung
- Stabsstelle der technischen Leitung oder Geschäftsleitung
- Abteilungsleiter Druck
- Abteilungsleiter Vorstufe
- Abteilungsleiter Verarbeitung
- Kalkulation, Disposition
- Verkauf, Marketing
- Betriebsrat
- Mitarbeiter techn. Abteilungen

4. In welche(n) Bereiche(n) sehen Sie signifikante Veränderungen auf das Unternehmen zukommen bzw. wo hat sich bereits etwas verändert?

- Kundenstruktur
- Kundenbeziehungen, Akquise, Betreuung, Beratung
- Service- und Lieferleistungen
- Datenmanagement
- Aus- und Weiterbildung
- Preisgefüge
- Arbeitszeit, Qualifikation, Teamorientierung
- Produktgruppen, Spezialisierungen, Auftragsstrukturen Medien-, Netz- und DFÜ-
- Technologien
- Sonstiges: .....

5. Worin sehen Sie die größten Hindernisse oder »Stolperfallen« bei der Implementierung des Digitaldrucks?

- Zu wenig Informationen
- Marketing ist schwierig.
- Schlecht zu kalkulieren.
- Digitaldruck ist zu teuer.
- Nachfrage ist zu gering.
- Keine geeigneten Fachkräfte verfügbar
- Einbindung in IT/DÜ-Infrastruktur ist zu schwierig.
- Zu viel Datentechnik, zu wenig Drucktechnik:passt nicht in unsere Betriebsstruktur.
- Sonstiges: .....

6. Welche Bereiche des Digitaldrucks sind für Sie interessant? (Mehrfachantworten möglich)

- 4c Rollendruck bis ca. DIN A2
- 4c Bogendruck bis ca. DIN A3
- Einfarbiger Rollen- oder Bogen-Digitaldruck
- Large Format Printing
- Office-Lösungen (z.B. schnelle Kopierer und Drucker)
- Spezialsysteme und -lösungen für spezielle Produktgruppen
- Sonstige: .....

7. Welchen Anbieter halten Sie für kompetent? (Mehrfachnennungen möglich.)

- Aprion
- Canon
- Dainippon Screen
- Danka
- Epson
- Heidelberg
- Hewlett Packard
- IBM
- Indigo
- Karat
- Konica
- MAN Roland
- Minolta
- Océ
- QMS
- Scitex
- Xeikon
- Xerox
- Sonstige: .....

8. Frei formuliert, was ist der größte Vorteil und was ist der größte Nachteil des Digitaldrucks? (Stichwort/e)

- Vorteil(e): .....
- Nachteil(e): .....

9. Angaben zum Unternehmen

- Beschäftigte insgesamt .....
- Beschäftigte im Digitaldruck (Ist oder Planung) .....

Wird die Digitaldruckabteilung als eigenes Unternehmen geführt bzw. soll es werden?

- Ja
- Nein
- Was ist das Hauptcharakteristikum des Gesamtunternehmens?
- Aktivitäten im Medien- und Printbereich
- Zeitungsdruckerei/-verlag
- Zeitschriftendruckerei/-verlag
- Buchproduktion/-verlag
- Akzidenzdruckerei
- PreMedia-/Vorstufenbetrieb, Repro o. ä.
- Fotostudio
- Werbe-/Design-Agentur
- sonstiger Dienstleister
- Hausdruckerei
- Sonstiges .....

10. Wie schätzen Sie die Struktur der Druckaufträge ein?

- Soviel Prozent der Aufträge könnten statt im Digitaldruck auch im Offset erledigt werden: .....
- Soviel Prozent der Digitaldruckaufträge sind nur durch die Besonderheiten im Digitaldruck möglich: .....
- Soviel Prozent der Digitaldruckaufträge haben wir von Kunden, die wir ohne Digitaldruck nicht hätten: .....

Fragebogen bitte kopieren, ausfüllen und faxen an:  
0 26 71 - 38 50

oder im Internet:

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

[www.ird-online.de](http://www.ird-online.de)

Firma: .....

Anschrift: .....

Ansprechpartner: .....