

LEUCHTTURM-PROJEKT GEBRAUCHSANWEISUNG FÜR DIESE AUSGABE

Diese Ausgabe ist ein durch und durch außergewöhnliches Heft. Es ist von der ersten bis zur letzten Seite personalisiert, es gibt versionierte Seiten und Artikel, die zum Mitmachen auffordern. Auch die Themen sind anders gewichtet als in ›normalen‹ Ausgaben. Weil dieser *Druckmarkt* Anstöße geben will zum Nachdenken, wie Print künftig funktionieren könnte.

So lässt sich durchaus die These aufstellen, dass eine Druckerei, ein Druckdienstleister, ein Print Service Provider oder ein Print- und Medienhaus nicht durch den Wechsel des Namens überleben wird, sondern durch kluge Investitionen in die richtige Strategie sowie die richtigen Maschinen, Geräte und Werkzeuge. Wer kein Konzept für digitale Angebote hat, verhält sich ähnlich wie eine Reprobude, die noch während des Siegeszugs von Desktop Publishing in millionenschwere Systeme für die elektronische Bildverarbeitung (EBV) investiert hat. Es will also wohl überlegt sein, mit welcher Technik man in die Zukunft gehen will. Denn die Zeiten ändern sich offenbar in weit schnelleren Zyklen, als wir das bisher gewohnt waren.

Die Folgen der Digitalisierung

So hat Corona der Digitalisierung einen enormen Schub verpasst, bei dem die Menschen gelernt haben, mit Online-Tools sowie E-Commerce umzugehen. Das hat auch Folgen für uns in der Druckindustrie. Nicht nur, dass es ihnen leichter fällt, bei einer Onlinedruckerei einzukaufen. Sie werden sich auch schnell an die höhere Geschwindigkeit und die Rund-um-die-Uhr-Men-



talität der digitalen Medien gewohnt haben. Und wenn die Menschen aus dem Internet gewohnt sind, persönlich angesprochen zu werden, erwarten sie es auch von Print. Zumindest aber sind sie nicht erschreckt, wenn sie sich in einer Broschüre, einem Magazin oder auf einer Postkarte mit ihrem Vor- und Nachname konfrontiert sehen. Und was die Mitmenschen auch gelernt haben, ist der permanente Umgang mit dem Smartphone. Das hat nicht nur das Telefon ersetzt, es ist auch Taschenrechner, Fotoapparat, Navigationssystem, Musikbox und das Tor zu digitalen Erlebniswelten.

QR-Codes: Schön geht anders

Auch haben sich die Menschen längst an QR-Codes gewohnt, die man einscannen kann und dann auf weiterführende Informationen stößt. So wie etwa auf der Titelseite dieses Heftes, bei der

man nach dem Einscannen des Codes auf der Internetseite www.druckmarkt.com landet. Auch etliche Anzeigen in diesem Heft schlagen die Brücke von analog zu digital mit einem statischen QR-Code. Allerdings ist ein solcher Code nicht in jedem Fall ein Gewinn für ein Druckprodukt. Schön ist jedenfalls etwas anderes. Deshalb gibt es seit einiger Zeit Versuche, die QR-Codes aufzuheben, farbig zu gestalten oder vollständig zu umgehen.

Aufgepasst – einige Seiten sind ›versnoopt‹

Solche Technologien werden gerne mit dem Attribut Augmented Reality (= erweiterte Realität) geschmückt. Denn Gedrucktes lässt sich so mit der digitalen Welt verbinden. Doch dazu braucht man zunächst einen QR-Code, um die App zu laden.



Nach dem Öffnen der App wird die Smartphone-Kamera zum Beispiel auf eine Anzeige, ein Plakat, eine Verpackung, eine Clubkarte oder eben eine Seite im *Druckmarkt* gerichtet. Solche Seiten sind in diesem Heft die Seiten 28 und 37. Automatisch werden dann die hinterlegten digitalen Inhalte auf dem Smartphone angezeigt (ausgespielt, wie man sagt). Das können Videos, Bilder, Animationen, Links etc sein. Eine digitale Welt öffnet sich.

Es wird sich also auch im ›Blätterwald‹ einiges ändern. Nicht zuletzt deshalb haben wir dieses ›Leuchtturm-Projekt‹ aufgesetzt. Mehr dazu ab Seite 12 und, wenn man so will, im ganzen Heft.

