

# BRANCHE ZEITENWENDE IN PRINT?

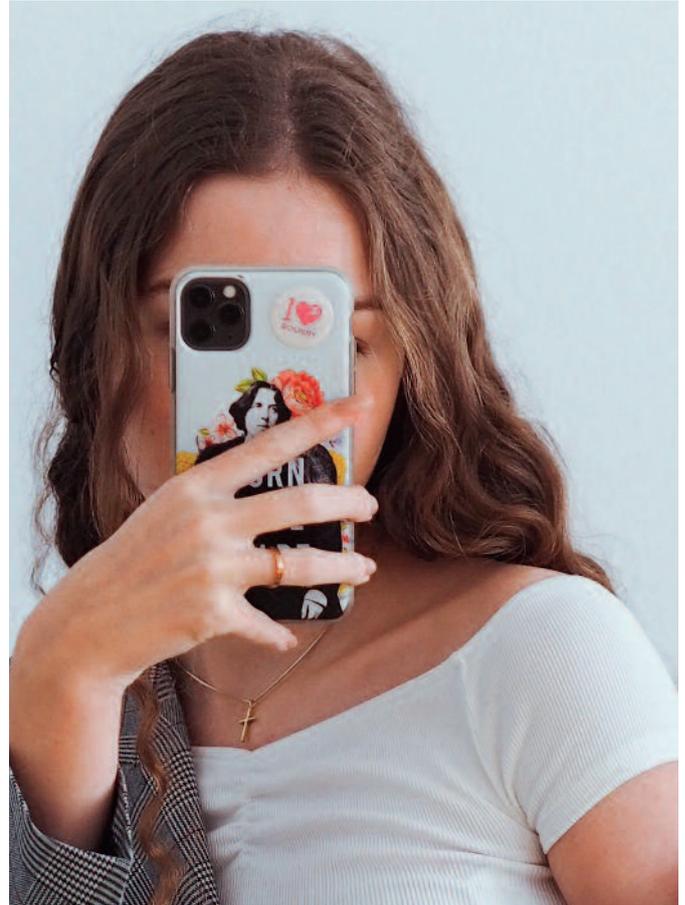
Krisen, so ein geflügeltes Wort, haben die Eigenart, technologische Entwicklungen zu beschleunigen. Mag sein. Allerdings könnten wir auf die Anhäufung der aktuellen Krisen gerne verzichten und kämen auch mit etwas weniger technischem Fortschritt aus. Doch leider können wir uns das nicht aussuchen. Denn nicht nur Corona, Lieferengpässe und Papierknappheit, Klima, Inflation und der irrsinnige Krieg in der Ukraine hinterlassen ihre Spuren, sondern auch strukturelle Probleme und der aggressiver gewordene Kampf mit digitalen Medien sorgen für diese unruhigen Zeiten.

**S**eit einiger Zeit schon hat der Übergang von analogen zu digitalen Techniken Fahrt aufgenommen, Automatisierungsschritte bei der Drucksachen-Beschaffung via Web-Shop prägen längst den Alltag der Kunden und zu erwartende Veränderungen durch Roboter sowie Künstliche Intelligenz sind bereits erkennbar. Die Kombination dieser Entwicklungen lässt den Schluss zu, dass der Weg zum Druckprodukt in den kommenden Jahren vollständig automatisiert sein wird. Nicht zuletzt auch deshalb, weil immer weniger Druckbetriebe die Auftragslast in immer kürzerer Zeit mit immer weniger Personal bewältigen müssen.

Dieser auch nicht gerade berauschende Ausblick setzt natürlich voraus, dass wir die Corona-Krise und den sinnlosen Krieg in der Ukraine erst einmal hinter uns gelassen haben. In den dann hoffentlich wieder ›normalen‹ Zeiten werden wir feststellen, dass nichts mehr ist wie vor Covid-19, dass digitale Technologien dem traditionellen Druck weiter Marktanteile streitig machen und dass Print im Marketingmix immer weiter in den Hintergrund gedrängt wird. In diesem Zusammenhang ist es geradezu unerträglich, dass Marketing-Postillen wie *Horizont* oder *w&v* Print ›totschreiben‹, weil es scheinbar gerade opportun ist.

Dazu kommen ›hausgemachte‹ Veränderungen, bei denen sich bislang souveräne Druckverfahren karnalisieren. So verliert der Tiefdruck Aufträge an den Rollenoffset, der wiederum kämpft mit dem Bogenoffset um Aufträge und dieser mit dem Digitaldruck.

Und unabhängig von Pandemie und Krieg gibt es noch die Herausforderungen des Strukturwandels, die schon seit Längerem bestehen. Es



geht um die Dekarbonisierung von Produktion, Konsum und Energie. Nicht nur in diesem Zusammenhang fordert die digitale Transformation Geschäftsmodelle, die es ermöglichen, flexibler auf unerwartete Ereignisse zu reagieren. Und die Alterung der Bevölkerung beeinträchtigt Perspektiven beim Wachstum und der Rekrutierung von Fachleuten.

So braucht man weder eine Umfrage noch einen Marktforscher, um vorherzusehen, dass sich Print weiter verändern wird. Der bisherige Kern der Branche wird immer kleiner und ehemalige Randgebiete nehmen zu. Die Bedingungen ändern sich grundlegend und tradierte Orientierungen verlieren ihre Bedeutung. Einige dieser Veränderungen haben wir in diesem Heft zusammengetragen und versuchen, die Gründe dafür zu analysieren.

Ob der Begriff Zeitenwende auch für die Druckindustrie angebracht ist, sei einmal dahingestellt. Doch die Veränderungen innerhalb der Branche und der gesellschaftliche, technologische und wirtschaftliche Druck von außen haben eine enorme Prägekraft. Wenn das mal nicht einem historischen Umbruch gleichkommt.



Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre, einen schönen Sommer und alles Gute.

**Klaus-Peter Nicolay**  
Chefredakteur Druckmarkt

# Gmund Colors **FARBE KANN GRÜN!**

Gmund Colors ist als weltweit erstes Farbpapier CO<sub>2</sub>-neutral und Cradle to Cradle Certified® Silver.



**GMUND**