

DRUCKEREIEN MACHT ES WIEDER SELBST

Es gibt Studien wie Sand am Meer, die belegen, dass Print gegenüber den digitalen Medien deutliche Vorteile bietet. Es gibt auch Belege, dass Verbraucher Print mehr mögen als Digitales und lieber auf Papier lesen als auf einem Bildschirm. Trotzdem raten etliche Agenturen ihren Kunden zur Online-Werbung und ziehen damit Werbebudgets ins Internet ab. Das haben sich die Druckereien viel zu lange tatenlos angesehen. Sie müssen jetzt endlich aktiv werden und Printprodukte nicht mehr nur drucken, sondern auch die Druck-sachenplanung und Gestaltung übernehmen.

Für einige mag das klingen wie ein Relikt aus alter Zeit, für andere ist das längst wieder zur Selbstverständlichkeit geworden. Denn während die Verbände die Probleme der Branche noch immer in den politischen Rahmenbedingungen suchen, in den Unsicherheiten auf den Papier- und Energiemärkten, in der Verteuerung vieler Vorprodukte, der Inflation und der damit verbundenen Zurückhaltung auf Kundenseite sowie nicht zuletzt im Fachkräftemangel, schält sich immer mehr heraus, dass die Ursache dafür, dass Print gegenüber den digitalen Medien an Wertschätzung verloren hat, hausgemacht ist (wie wir in unserem Beitrag »Selbstbewusster gegenüber den Digitalen« auf Seite 12 darstellen).

»Unsere Unternehmen sind es gewohnt, mit schwierigen Situationen umzugehen. Da blicken wir auf eine langjährige Erfahrung zurück. Und zum Meistern von Krisen gehört es auch, sich auf die eigenen Stärken und auf die Chancen zu konzentrieren«, sagte CHRISTOPH SCHLEUNUNG auf dem *Bayerischer Druck- und Medientag 2023* in Grainau. Der Vorstandsvorsitzende des VDMB sieht die zentrale Stärke der Unternehmen in deren Innovationsgeist, mit dem sie sich seit jeher immer wieder neu erfinden. Dem kann man durchaus zustimmen.

Zudem sei die Faszination des Gedruckten ungebrochen. Je digitaler der Alltag werde, desto stärker wachse das Bedürfnis nach dem Analogen, dem Authentischen. Genau das verkörpere Print und so gebe es trotz aller Herausforderungen nach wie vor keinen Grund daran zu zweifeln, dass Print seine Stellung bei den Kunden und im Medienmix behaupten werde, ist sich SCHLEUNUNG sicher.



Ich habe da allerdings meine Zweifel. Von selbst wird es nicht gehen und Abwarten ist zurzeit sicherlich das Falscheste, was man machen kann.

Druckereien müssen sich in der Tat auf ihre Stärken konzentrieren, ja sogar zurückbesinnen, das Heft wieder selbst in die Hand nehmen und die Beratung der Kunden nicht Agenturen überlassen, die Print als »aus der Zeit gefallen« lächerlich machen. Die Beratung der Auftraggeber durch Druckereien darf nicht erst beginnen, wenn die Weichen schon gestellt, die PDFs gemacht sind und nur noch gedruckt werden soll – falls überhaupt. Druckereien müssen wieder viel näher an die Druckauftraggeber ran, müssen die Hoheit über die Beratung der Kunden zurückgewinnen und selbst wieder Ansprechpartner in Sachen Druck-sachenplanung, -gestaltung und Druck werden. Das Zeug dazu haben sie. Sie können drucken, kennen die Grundregeln guter Gestaltung, sie beherrschen die typografischen Regeln, wissen um die Wirkung von Farbe und kennen die Eigenschaften von Papier wie niemand anders. Das alles ist vorhanden. Beste Voraussetzungen, Druck + Design selbst in die Hand zu nehmen. Also: Macht es wieder selbst!



Dabei wünsche ich Ihnen viel Spaß – und alles Gute.

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt



Mehr Aufträge, weniger Aufwand.
Druckerei-Software der neuesten Generation.

Die E-Business Print Plattform
einfach **Business einfach** machen