

Zipper schimpft...

»Es ist schier unglaublich. Da wartet man als investitionsfreudiger Konsument artig vier Jahre bis zur nächsten drupa und dann kommt da nix neues. Nichts. Gar nichts. Kein neues Druckverfahren, keine Applikation, die mir den Wettbewerbsvorteil verschafft, den ich in den letzten Jahren immer schon hatte... nichts. Stattdessen: JDF. Wie soll ich damit Geld verdienen? Ich frag' mich sowieso warum ich überhaupt zur drupa komme...« Soweit aus einem Gespräch, das ein Drucker mit einem Kollegen der schreibenden Zunft während der drupa im Gang der Halle 3 führte. Für mich wirklich putzig anzuhören. Wenn die Äußerung auch sicherlich etwas unreflektiert daherkommt.

Und was macht der Kollege der schreibenden Zunft? »Ja wirklich, hier gibt's nichts neues. Wie traurig. Und erst mal Heidelberg – die hätten ja wenigstens mal was Neues vorstellen können. Aber nichts.« Hm. War das nicht der gleiche Kollege, der sich auf Herstellerparties den Bauch vollschlägt, der sich mit Geschenken und üppigen Mittagessen bei Laune halten lässt? Und irgendwie hat der gleiche Kollege beim Gespräch mit dem Vorstand auf der Pressekonferenz noch ganz anders gesprochen. Mir klingt da noch das Wort vom »Innovationsleader« im Ohr.

Ich bin verunsichert

Das zitierte Gespräch zeigt die Verunsicherung der »alten Hasen«, auf der drupa 2004 wirklich keine bahnbrechend neue Maschine gesehen zu haben. Statt dessen beschränken sich die Hersteller der Druckindustrie auf »Software« und



Lösungen für reelle Geschäftsanwendungen. Für einen Drucker schier unfassbar, dass Software was »Neues« sein kann. Ist er doch seit Jahren gewohnt, spätestens alle acht Jahre eine neue Maschine zu kaufen.

Und jetzt? Jetzt muß sich der Kollege Drucker auf einmal mit JDF und MIS oder gar PDF rumschlagen. Nein. Das verstehen viele nicht. Das zeigt sich auch bei einem Gespräch, das ich im JDF-Parc aufgeschnappt habe: »Na das wird ja noch ein Weilchen dauern, bis das alles klappt. Mal abwarten, ob sich das überhaupt durchsetzt. Und an unsere alten Maschinen kann man keinen Rechner anschließen – wie sollen die denn bitte per PDF (er meinte JDF) gesteuert werden?« Klar: Man kann JDF nicht mit jeder Maschine nutzen – aber die Illusion, dass technische Innovationen heute noch Jahre bis zur Marktdurchdringung benötigen, dürfte dahin sein. Wurde auf der drupa 2000 erstmal JDF vorgestellt, sah man auf der 2004er drupa wirklich eine Menge Produkte, die sich des Themas angenommen haben.

Für mich allerdings unfassbar, dass ein Drucker, der bei jedem Software-Update seiner E-Klasse sofort freiwillig den Vormittag in der Benz-Niederlassung verbringt, sich einem solch existenziellen Thema verschließt.

... über »innovationsfreie« Hersteller und die drupa

Digitaldruck und ...

Verunsicherung auch in Bezug auf Heidelberg. »Die werden doch eh von Kodak übernommen« – oder noch besser »Die nehmen uns kräftig auf den Arm. Erst wird uns Digitaldruck als die Evolution verkauft – und dann geht denen die Luft aus« – hört man auf den Gängen. Der (vorläufige) Abschied von Heidelberg aus dem Digitaldruckgeschäft verunsichert ebenfalls viele? »Ich frage mich, warum ein so erfolgreicher Hersteller keine Digitaldruckmaschinen erfolgreich an den Markt bringen kann« – rätselt ein »alter Hase« einer großen Rollenruckerei. »Dann muss doch prinzipiell etwas falsch sein – oder irre ich mich da?«

Tja – so seltsam es klingen mag – was antwortet man da? Für mich ist es nur mehr als verständlich, dass sich Heidelberg aus weniger erfolgreichen Marktsegmenten zurückzieht. Auf der anderen Seite verstehe ich nicht, warum Heidelberg das investierte Engagement in den Enterprise-Markt kurz vor dem Erfolg – so mir nichts dir nichts – aufgibt. Klar Kostensparen, sicher Restrukturieren – aber um welchen Preis? Die Gewinner dieser Entscheidung stehen jetzt schon fest: Océ, HP und Xerox werden den Markt machen. Nexpress wird mittelfristig erstmal das Nachsehen haben. Heidelberg hat das Nachsehen auf lange Zeit.

... Enterprise-Publishing

Für viele – wie für mich selbst – ist die drupa »der« Event der Druckindustrie. Man trifft Kollegen, Kunden, knüpft neue Kontakte. Aber was ist mit den »Newcomern«, den

Digitaldruckern, die sich zuvor als Copyshop-Betreiber einer ganz anderen Branche verhaftet sahen? Was ist mit Enterprise-Publishern, also potentiellen Kunden aus Handel und Industrie, die eigene Druckereien betreiben?

So trifft man immer wieder auf Menschen, die orientierungslos in der Halle herumstehen und nur staunen können, was diese »Giga-Messe« hergibt. Die drupa – ganz auf die Druckbranche zugeschnitten – bietet wenig Platz für die Interessen der Enterprise-Publisher. Vom »drupa innovation parc« abgesehen, gab es kaum Orientierungshilfen. »Hier fühle ich mich nicht zu Hause« höre ich einen für den Druck eines großen Pharmakonzerns zuständigen Herrn. Verschläft da eine Industrie einen neuen Markt?

Chance und Konkurrenz

So bleibt bei vielen nach der drupa ein Gefühl der Orientierungslosigkeit, wohin die Reise führen mag. Wird die Kluft zwischen IT-orientierten Druckern und traditionellen Druckern größer? Wird es die Zulieferindustrie verstehen, Brücken zu bauen, die sie für die nächste drupa brauchen, um wieder mit Erfolgsmeldungen glänzen zu können? Ist JDF das Erfolgsrezept?

Es bleibt also spannend – und weiter spannend, Zauderern und Analysten zuzuhören. Aber es wird sowohl für Drucker wie Hersteller Zeit, eine neue Chance und gleichzeitig Konkurrenz ernst zu nehmen: Den Enterprise-Publisher.

In diesem Sinne. Bis zur nächsten drupa.

Bernd Zipper

Bernd Zipper ist Technologie- und Strategieberater, Fachautor und Kenner der Druck- und Medienbranche, Hobbykoch und leidenschaftlicher »Knötterer«. Hier darf er, was er besonders gut kann: beobachten und drüber schimpfen. Beschwerden werden gerne entgegengenommen: > bernd.zipper@zipcon.de