

## Leserbrief

## Jetzt geht es auch den Agenturen an den Kragen!

Nachdem die Online-Druckereien die Branche verändert und preislich kaputt gemacht haben, sind nun die Werbeagenturen dran. Seit Neuestem bieten die großen Onliner wie Flyeralarm, wir-machen-druck.de, vistaprint, easyprint24 und online-druck.biz auch Design-Dienstleistungen an. Wie funktioniert es? Der User kann sich online seine Vorlagen zusammenstellen, Logo hochladen, Content eingeben, Farben bestimmen und danach bestellen. Dies geht bei der Visitenkarte los und endet beim Hausprospekt.

Die bisherige Argumentation der Werbeagenturen gegenüber der Druckerei vor Ort war immer: Die Qualität ist gut, der Preis ist wichtig. Nun trifft es auch die Agenturen. Der Kunde kann nun sagen, das Design ist gut und der Preis ist wichtig. Argumente wie Individualität, Qualität, Ansprechbarkeit und Service, spielen hier auf einmal genauso wenig eine Rolle, wie es bei den Vor-Ort-Druckereien war.

Agenturen und Druckereien leisten was:

- Wir tragen den Großteil der Ausbildung von Lehrlingen
- Wir nehmen die Prüfungen ab
- Wir beraten den Kunden
- Wir bieten handwerkliches Können
- Wir schaffen Arbeitsplätze
- Wir zahlen vor Ort die Gewerbesteuern
- Wir sind für die Kunden da

Was machen die Onliner intelligent? Kunden, die sich auf die Online-Designs einlassen, müssen zwangsläufig weitere Aufträge beim selben Onliner platzieren, damit sie wieder dasselbe Design bekommen. Eine bessere Kundenbindung kann man nicht erreichen. Dass alles gleich aussieht, auf dem gleichen Papier gedruckt wird und alles im gleichen Format geliefert wird, behindert den

Kunden, ein Alleinstellungsmerkmal im Markt aufzubauen und zu beizuhalten.

Dies kann nicht Sinn der Werbung sein. Mit Convenience-Produkten kann man keine geschmackvollen Gerichte zaubern, ebenso verhält es sich mit Printprodukten.

Was sollten wir tun? Agenturen und Druckereien sind die größten Auftraggeber der Onliner. Dies sollte schnellstens ein Ende haben. Wir züchten unsere eigene Konkurrenz und unseren eigenen Branchentot (derzeit schließt eine Druckerei pro Tag in Deutschland). Dieselbe Gefahr kommt nun auch auf die Werbe-

**FLYERALARM**

**WIR BRINGEN IHRE IDEEN IN FORM!**

**1 Wir beraten Sie**  
Geben Sie Ihren Designwunsch auf Flyeralarm.com ein. Unser Team prüft Ihre Idee und berät Sie zu den besten Druckmöglichkeiten.

**2 Sie entscheiden**  
Wir machen die passende Angebot für Sie. Sie können die Gestaltung, die Größe und die Menge wählen.

**3 Wir drucken für Sie**  
Unsere Designer erstellen Ihr Layout und wir drucken es für Sie. Sie erhalten Ihre Druckerei in 24 Stunden.

agenturen zu. Klar kann man sagen, dass das Design aus dem Internet noch lange nicht die Agenturleistung ersetzt, aber: Auch die Onliner haben einmal nur mit Visitenkarten und Flyern angefangen.

Rainer Zanker  
Druckhaus Zanker

## KOMMENTAR

## Können Drucker kreativ sein?

Die Frage ist gemein. Und die Antwort ist brutal. Nein, Drucker sind nicht kreativ – sie waren es in den letzten Generationen auch nicht. Die Kreativen innerhalb der Branche waren immer die Setzer und Typografen (vom Berufsbild ebenso ausgestorben wie Repro Fotografen, Retuscheure und Lithografen). Die aber waren es, die mit den Kreativen in den Agenturen diskutierten und kommunizieren konnten und die von der anderen Seite auch akzeptiert wurden.

Druckern ging es in den letzten Jahrzehnten nur darum, Daten entgegenzunehmen und diese schnellstmöglich auf die Druckplatte und in die Druckmaschine zu bekommen. Da blieb vom Verständnis für die Bedürfnisse der Kreativen und Kunden nicht mehr viel übrig. Auch wenn man sich damit schmückt, man habe der einen oder anderen Drucksache durch Lackierung zu hohem Glanz verholfen, hat das lediglich mit Technik, aber nichts mit Kreativität zu tun. Man gefiel sich viel mehr darin, zu heulen, wie schlecht die angelieferten Daten seien (siehe auch Seite 22).

Man wird mich vielleicht wieder steinigen, aber seit Jahren bin ich fest davon überzeugt, dass Druckereien nur dann wieder profitabel werden können, wenn sie weggebrochene Teile der Wertschöpfungskette wie Satz und Typografie reaktivieren. Das heißt, sich auf die alten Kompetenzen zu besinnen und nicht davor zurückzuschrecken, wieder kleinere Aufträge anzunehmen und zu gestalten. Denn Typografie, Gestaltung und die anschließende Ausführung war das, womit Generationen von Druckern ihr Geld verdient haben.

Das aber bedeutet mehr als »preflighten« und drucken. Das bedeutet gestalten. Im Verbund mit dem Fachwissen um eine kluge Papierwahl, intelligent eingesetzten Veredelungen und Tricks aus der Weiterverarbeitungs-Kiste wird der Drucker dann zum kreativen Drucksachen-Berater. Und wenn man es schon nicht selbst machen kann, dann doch zumindest zusammen mit Designern auf einem Level, sozusagen auf Augenhöhe.

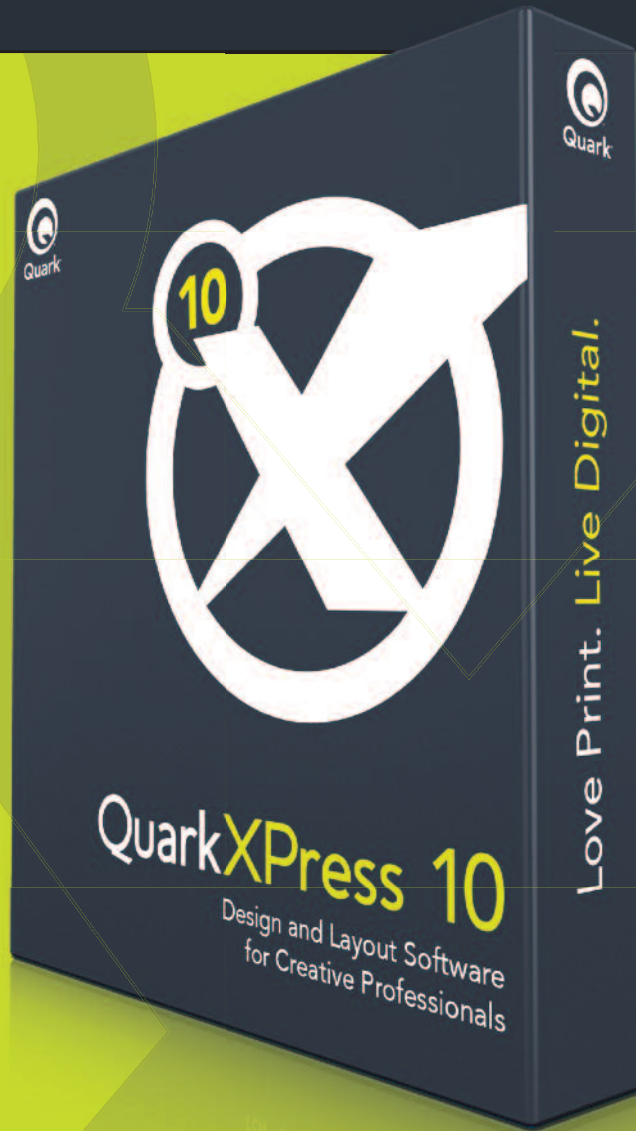
Es gibt dazu auch durchaus Parallelen. In der Küche hat man sich über Jahre hinweg intensiv mit der »Nouvelle Cuisine« beschäftigt und kehrt Zug um Zug wieder zur regionalen Küche zurück. Aber eben auf einem Niveau, das die Erfahrungen und Einflüsse mediterraner und asiatischer Küche nicht verschweigt, sondern integriert. Im übertragenen Sinne: Es gibt überhaupt nichts einzuwenden gegen industrielle Fertigung und moderne Workflows. Aber muss das gleichzeitig bedeuten, dass man die kreative Seite vernachlässigt?

In meinen Augen machen es die Online-Drucker deshalb genau richtig: Den Kunden Werkzeuge anzubieten, mit denen sie einfach umgehen können, den Kunden Services bieten, mit denen sie saubere, für den Druck geeignete PDFs abliefern. Zweifellos drucken viele Kunden ihre Kleindrucksachen inzwischen über den eigenen Büro-Drucker, hätten aber gerne Unterstützung bei der Gestaltung ihrer Drucksachen. Zur Werbeagentur geht man nicht, »weil die zu teuer sind und alles viel zu kompliziert machen«, und zum Drucker nicht, weil der scheinbar »nur Großaufträge abwickeln will.« (Beides übrigens keine erfundenen, sondern reale Aussagen.) Daran werden Drucker doch, wenn sie kreativ genug ist, etwas ändern können, oder?

Klaus-Peter Nicolay

# XPress Yourself!

Kreativer Ausdruck erfordert die richtigen Werkzeuge. QuarkXPress 10 wurde vollständig überarbeitet, so dass es jetzt fantastische Grafiken ausgibt, über virtuose Produktivitätsfunktionen verfügt und eine Designoberfläche bereitstellt, die Ihrer Kreativität Flügel verleiht.



## Über 50 neue und verbesserte Funktionen



### Xenon Graphics Engine

Vielseitige Echtzeitausgabe von PDF-, Photoshop- und TIFF-Dateien



### Unterstützung von HiDPI- und Retina®-Displays

Schöpfen Sie die Displaytechnologie der neuen Generation voll aus



### Designinhalte für Tablet- und Smartphone-Apps

Erstellen Sie preisgekrönte Apps für iPad, iPhone, Android und andere mobile Geräte.



### Moderne und optimierte Benutzeroberfläche

Durch das weiterentwickelte Anwendererlebnis können Sie schneller und flüssiger arbeiten

[www.quark.com/10](http://www.quark.com/10)

QuarkXPress 10 ist kompatibel mit Mac OS 10.7.5 (Lion®), Mac OS X 10.8.x (Mountain Lion®), Mac OS 10.9.x (Mavericks®), Microsoft Windows 7 (32 und 64 Bit), Windows 8 (32 und 64 Bit) und ist verfügbar als unbefristete Lizenz via Download oder DVD.