



17.03.2020 / Knud Wassermann

Online-Druck: Die neue «DNA für Print»

Das 8. Online Print Symposium (OPS) ging Anfang dieses Monats in München über die Bühne. So viel vorweg: Die Reise hat sich neuerlich gelohnt. Spannende Vorträge, neue Erkenntnisse, anregenden Gespräche – was will man mehr!

Am [OPS](#), einer Koproduktion von [zipcon consulting](#) und dem [Bundesverband Druck und Medien e.V.](#), trifft sich die erlauchte Welt der Online-Drucker. In diesem Jahr besuchten an die 300 Besucher den Event. Wobei das Symposium mittlerweile eine starke europäische Ausrichtung hat – und das sowohl von den Vortragenden als auch den Besuchern. Unter dem Motto «Transforming the DNA of Print» vermittelten die Vortragenden, welche Kraft online-basierte Geschäftsmodelle entfalten können, um neue Kundenbeziehungen aufzubauen.

Online-Print lebt von Partnerschaften

Bernd Zipper (siehe obiges Bild), der Experte zum Thema Online-Print, vermittelte den Besuchern den aktuellen Status quo und zeigte gleichzeitig auf, welche Trends auf die grafische Branche zukommen. Wobei die Trends nicht nur die eingeschworene Gemeinde der Online-Drucker, sondern die gesamte Druckindustrie in Zukunft auf Trab halten werden. Für Zipper ist online keine Option, sondern ein Muss. Online sei die Schnittstelle zum Kunden, diesem Trend könne man sich als Druckerei nicht entziehen. Das Internet ist schon heute die allgegenwärtige Plattform, über die ein Grossteil der Kommunikation und Geschäfte abgewickelt werden.

Zipper warnte die Teilnehmer davor, nicht die gleichen Fehler zu begehen wie die deutschen Handelskonzerne. Sie hätten vor 20 Jahren, als die Dotcom-Blase platzte, ihre Internetshops dichtgemacht und das Feld Amazon überlassen. Ein kapitaler Fehler, von dem sie sich bis heute nicht mehr erholt hätten. Online-Print lebe von Partnerschaften, und hier gäbe es viele Möglichkeiten, wie man sich als Produzent, Spezialist oder Broker einbringen könne. Die positive Marktentwicklung spreche aus der Sicht von Zipper auf jeden Fall dafür.

Ballungsräume sind die Wachstums-Hotspots

Für 2020 prognostiziert zipcon consulting für die DACH-Region (Deutschland/Österreich/Schweiz) im B2C-Geschäft ein Wachstum von rund 7 Prozent. Im B2B-Bereich sollen es sogar 8,5 Prozent sein. Das starke Wachstum im B2B erklärt sich auch dadurch, dass klassische Drucker geschlossene Portale aufgebaut haben. Der Gesamtumsatz der Online-Drucker soll in den drei DACH-Ländern im laufenden Jahr bei 8,74 Milliarden Euro zum Liegen kommen, was mehr als 30 Prozent des Branchenumsatzes entspricht. Aber auch in Frankreich, Spanien, Italien und den baltischen Staaten würde sich der Online-Druck sehr positiv entwickeln. Vor allem Ballungsräume mit ihrer gut ausgebauten Netz-Infrastruktur sind hier die Hotspots.

Mobil- und Social-Media-Print sind aus der Sicht von Zipper zwei zentrale Themen, mit denen sich Online-Drucker dringend beschäftigen sollten. Dass Plattformen über ein responsives Webdesign verfügen müssen, sollte mittlerweile die Runde gemacht haben. Gerade die jüngere Generation will Chats oder Fotos aus ihren Social-Media-Apps ausdrucken – und das geht eben nur von mobilen Devices. Hier gibt es bereits interessante Geschäftsmodelle wie etwa [«FreePrints»](#) oder Apps wie etwa [«Ink Cards»](#) zur Erstellung von Fotos oder persönlichen Postkarten.

Smartphones: der Schlüssel zur Mass Customization

Grundsätzlich sieht der Online-Print-Experte in den Smartphones den Schlüssel, um das Thema Mass Customization im Druck endlich umzusetzen und das gehe weit über Bilder hinaus. Die Generation Y, Z oder Alpha findet individuelle, exklusive und hochwertige Produkte ganz einfach «cool». Und durch die Kombination von Inkjet-Druck und Web-to-Print wird die Auflage 1 bezahlbar. Das stimmt zwar, aber auch die Weiterentwicklung in der Druckweiterverarbeitung leistet hier einen wesentlichen Beitrag, um dieses Ziel zu erreichen.

Eine der grossen Herausforderungen für Online-Printer ist es, die Kunden auf dem jeweiligen Kanal zu erreichen, auf dem sie sich gerade bewegen. Nur so sei es möglich, neue Umsätze zu generieren, das bedinge aber auch eine Vereinfachung der heute noch komplexen Prozesse. Die Cloud liefere interessante Ansätze, um Prozesse zu optimieren. Als Beispiele führte Zipper etwa [PrintQ](#) oder [Printformer](#) an. Was in den nächsten Jahren im Online-Druck, aber auch in der gesamten Druckindustrie in grossem Stil Einzug halten wird, sind Roboter.

All diese Trends seien enorm wichtig, um die «Neue DNA für Print», die für Agilität, Individualität und Kooperation steht, zu etablieren. Wobei das mit grosser Wahrscheinlichkeit nicht nur für die Online-Drucker, sondern für die gesamte Branche gilt. Insofern ist das OPS auch eine Möglichkeit für klassische Drucker über den eigenen Tellerrand zu blicken. Die nächste Chance dazu gibt es im Frühjahr 2021.

Ihr

Knud Wassermann, Chefredaktor «Graphische Revue»