

 **INSIDER**

**Dr. Jürgen Calmbach** (61) ist Geschäftsführer der Management-Beratungsgesellschaft Dr. Calmbach & Partner GmbH (Karlsruhe), die seit 25 Jahren Druckereien und Verlage berät. Schwerpunkte liegen in den Bereichen Strategie, Markt und Vertrieb, Produktivitätssteigerung, Restrukturierung und Personal.

## Der Wandel der Branche wird weiter an Fahrt gewinnen

Jahreswechsel sind bekanntlich geeignete Zeitpunkte für Prognosen. Der Januar 2016 ist für uns dazu ein ganz spezielles Datum: Am 2. Januar 1991, vor 25 Jahren, wurde die Dr. Calmbach & Partner GmbH gegründet. Das Jubiläum ist ein willkommener und in gewisser Weise auch verpflichtender Anlass, den Blick aus der Rückwärtsbetrachtung nach vorne zu richten – beginnend mit der Frage: „Haben wir bzw. konnten wir damals den heutigen Stand der Druckindustrie voraussehen?“ Die Antwort fällt bescheiden, ja ernüchternd aus. Man erinnere sich: Vor 25 Jahren hat MS-Windows 3.0 mit seiner grafischen Benutzeroberfläche den endgültigen Siegeszug angetreten, in der Vorstufe haben sich DTP und CTP sukzessive durchgesetzt. 8-Farben-Druckmaschinen „vier über vier“ oder Offsetrotationen, die mehr als 32 Seiten DIN A4 in einem Durchgang drucken können, gab es nicht – geschweige denn den Digitaldruck und schon gar nicht das Internet mit all seinen revolutionären Auswirkungen auf unser Kommunikations- und Kaufverhalten. Auch dass sich die Druckereien in Deutschland von über 16 000 auf unter 9 000 verringern und dass Onlinedruckereien weite Bereiche des klassischen Akzidenzdrucks erobern würden, konnten wir nicht erahnen. Zu unserer Entlastung ist anzuführen, dass Basisinnovationen wie Internet, Automobil oder Glühbirne nicht jede Dekade vorkommen. Der Spruch „Es kommt sowieso immer anders als man denkt“ darf uns aber keinesfalls davon abhalten, uns mit der Zukunft zu befassen.

Im Gegenteil: Je turbulenter die Zeiten, desto dringlicher müssen wir die Frage stellen, was in den kommenden Jahren wohl auf uns zukommen wird. Hier gilt: All das, was sich in jüngster Vergangenheit in unserer Branche an

Neuem etabliert hat, wird auch in Zukunft weiter an Fahrt gewinnen. Zu erwähnen sind: Die nachkommende Generation wird mehr digital kommunizieren und wirtschaften. Die Printprodukte werden in ihrer Optik, Haptik und Anwendung komplexer und anspruchsvoller, der Digitaldruck und insbesondere der Inkjetdruck wird seine Position ausbauen. Der Zwang zur Spezialisierung und Internationalisierung wird weiter an Bedeutung



**Je turbulenter die Zeiten, desto dringlicher müssen wir die Frage stellen, was wohl auf uns zukommen wird.**

gewinnen, Druckereien werden sich als umfassende Problemlöser aufstellen und der Dienst am Kunden wird sich zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor entwickeln. Dazu werden Industrialisierung, Wachstumszwang und Konzentration an Dynamik gewinnen, was die Anzahl der Druckereien weiter reduziert.

Wie lange diese Tendenzen anhalten und wie intensiv sie ausfallen, ist offen. Gewiss ist nur, dass die Zukunft für unsere Branche anders verlaufen wird als die Vergangenheit. Garantiert gilt auch für 2016 das Karl Valentin zugeschriebene Zitat: „Prognosen sind schwierig, besonders wenn sie die Zukunft betreffen“.

↳ Ihre Meinung? [insider@print.de](mailto:insider@print.de)