

## INSIDER



**Dr. Jürgen Calmbach** (64) ist Geschäftsführer der Management-Beratungsgesellschaft Dr. Calmbach & Partner GmbH (Karlsruhe), die seit 28 Jahren Druckereien und Verlage berät. Schwerpunkte liegen in den Bereichen Strategie, Markt und Vertrieb, Produktivitätssteigerung, Restrukturierung und Personal.

## Der Onlinedruck ist kein Patentrezept für alle

*Onlinedruck ist sexy. Keine Frage. Zahlreiche sehr gut besuchte Branchen-Events zu diesem Thema belegen das – ein Beweis für den besonderen Charme des Onlinedrucks: Über das Internet werden Tausende von standardisierten Aufträgen eingesammelt, eine Software nimmt die Online-Datenprüfung vor, nach der Datenfreigabe wird der Auftrag vollautomatisch in den Workflow des Onlinedruckers eingeschleust und der gesamte Kontakt zwischen Druckerei und Kunde bleibt digital. Schluss mit den sonst üblichen Auftragsveränderungen und Sonderwünschen der anspruchsvollen Kundschaft, welche die Terminplanung immer wieder über den Haufen werfen. Schluss mit den täglichen Missverständnissen zwischen Auftragsbearbeitung und Technik wegen fehlerhafter Auftragspapiere und Schluss mit dem nervenaufreibenden Ärger mit den Außendienstmitarbeitern, welche sich hinter ihren Stammkunden verstecken und der anstrengenden Neuakquise mit fadenscheinigen Argumenten aus dem Wege gehen.*

*Leider ist dieser „besondere Charme des Onlinedrucks“ aber nur Wunschbild des gepeinigten Akzidenzdruckers. Onlinedruck ist ein extrem hartes Business. Er ist sehr kapitalintensiv, da Prozess- und Produktivitätsoptimum immer die modernste Technologie bedingen und mit gigantischen Werbe-Budgets auf die eigene Existenz aufmerksam gemacht werden muss. Oder glauben Sie etwa, dass Onlinedrucker nur aus Imagegründen die teure Bandenwerbung bei den Fußball-Länderspielen buchen? Und auch der Onlinedruck stößt langsam an seine Wachstumsgrenze. Nicht alle Printprodukte sind nämlich für den Onlinedruck geeignet und viele Kunden wollen für ihre Kommunikation auf individuelle Produkte*

*fernab vom Standard und auf die Beratungsqualitäten ihrer Druckdienstleister nicht verzichten. So gehören bei vielen Onlinedruckern die astronomischen Wachstumsraten auf nationaler Ebene zwischen jährlich 20 und teilweise 100 % der Vergangenheit an und sind aktuell auf einen sehr niedrigen einstelligen Prozentbereich geschrumpft.*

*Als Konsequenz daraus gibt es im Onlinedruck eine steigende Tendenz zur Internationalisierung, zu internationalen Firmenübernahmen, zu allgemeiner Wettbewerbsintensivierung und zu einer kontinuierlichen Aus-*

”

**Onlinedruck ist ein extrem hartes Business.**

*weitung der Produktpalette – auch weg vom ursprünglichen Papier-Produkt!*

*Und man bedenke auch: In Deutschland gibt es heute noch ca. 8 000 Druckereien, überwiegend Familienbetriebe mit unter 50 Beschäftigten. Tausende Onlinedruckereien braucht aber kein Mensch. Das soll nicht bedeuten, dass man nicht auch heute noch mit einem Strategiewechsel in Richtung Onlinedruck erfolgreich sein und von Onlinedruckern nicht auch lernen kann. Aber das Einsammeln von Auftragsmassen über das Internet ist in den meisten Fällen nicht der geeignete Strategieansatz für die Mehrheit der Akzidenzdrucker und damit kein Patentrezept für alle!*

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