

 INSIDER

Dr. Jürgen Calmbach (66) ist Geschäftsführer der Management-Beratungsgesellschaft Dr. Calmbach & Partner GmbH (Karlsruhe), die seit 29 Jahren Druckereien und Verlage berät. Schwerpunkte liegen in den Bereichen Strategie, Markt und Vertrieb, Produktivitätssteigerung, Restrukturierung und Personal.

Die Corona-Krise – eine Chance nur für die Besten

Es fällt mehr als schwer, der gegenwärtigen Situation irgendetwas Positives abzugewinnen. Man könnte anführen, dass der Shutdown der Umwelt zu Gute kommt. Klar, wenn die Wirtschaft am Boden liegt, dann werden auch weniger Schadstoffe in die Umwelt emittiert. Man könnte auch die Meinung vertreten, dass es in unserer hektischen, vernetzten und auf permanentes Wachstum ausgelegten Welt einmal ganz gut ist, wenn man innehält und sich besinnt, ob in Zukunft weniger unter dem Strich nicht sogar mehr sein kann.

Aber Hand aufs Herz: Momentan gibt es in der Corona-Krise bei nüchterner Betrachtung wohl nur eines: Verlierer. Das sind an erster Stelle die Menschen, die durch das Virus krank werden und im schlimmsten Fall ihr Leben verlieren. Aber auch für alle, die nicht selbst krank werden, folgt unweigerlich die Frage nach dem Erhalt der wirtschaftlichen Lebensgrundlagen. Was wird aus den Unternehmen und ihren Arbeitsplätzen? Und im Speziellen: Was wird aus den Druckereien?

Schon vor Corona war es um die Druckindustrie nicht bestens bestellt. Von ehemals knapp 14000 Betrieben mit 223000 Beschäftigten im Jahr 2000 sind heute noch 7600 mit 129000 Mitarbeiter/innen übriggeblieben. Internet, Smartphones und die Digitalisierung der gesamten Kommunikation lassen grüßen. Und wie wird es nach Corona sein?

Wie alle Krisen, so wird natürlich auch Corona zum Glück irgendwann vorüber sein. Und sicher scheint auch, dass die Druckindustrie dann eine andere sein wird. Man muss kein Prophet sein, um zu erahnen, dass eine Krise mit einhergehender Vermeidung von menschlichen und sachlichen Kontakten der digitalen Kommunikation weiter Vorschub leisten wird. Corona treibt die Menschen geradezu ins Digi-

tale hinein – auch was die gewünschte Aktualität der Informationen und das kontaktlose Einkaufen über den Online-Handel betrifft. Und was man einmal auf die digitale Schiene umgestellt hat, wird man später nicht ohne weiteres wieder korrigieren.

Für die Druckindustrie bedeutet dies eine zusätzliche Beschleunigung des Strukturwandels. Betroffen davon sind insbesondere die klassischen Akzidenzdruckereien. Für diese gilt, was bereits seit einiger Zeit gilt, ab sofort jedoch in drastisch verstärkter Form: Sie müssen über eine exzellente Performance verfü-



**Die Krise bedeutet
eine zusätzliche
Beschleunigung des
Strukturwandels.**

gen. Das sind im Einzelnen: Hohe Liquidität und hohes Eigenkapital; ein guter Kundestamm mit stabilen Printprodukten; moderne Technologien mit hohem Automatisierungsgrad und hoher Produktivität; große Innovationsbereitschaft in Systeme und Prozesse; eine sehr gute Vertriebsmannschaft mit ausgeprägter Fokussierung auf das Stamm- und Neukundengeschäft und eine qualifizierte Führungsmannschaft mit strategischem Weitblick, gutem Nervenkostüm und der Fähigkeit, auch in schwerer Zeit ein solidarisches Miteinander vorleben zu können. Somit kann man die Corona-Krise auch als Chance für die Besten unserer Branche bezeichnen – aber eben nur für diese.

→ Ihre Meinung? insider@print.de