



ONLINE
PRINT
SYMPOSIUM
München 2018

16.11.2018 / Knud Wassermann

Wo liegen die Herausforderung im Online-Druck?

Wenn man es endlich geschafft hat, mit seinem Online-Shop live zu gehen, dann geht es darum, sich im Wettbewerb zu behaupten. Was eine nicht ganz so einfache Aufgabe ist, wie ein Besuch des 6. Online Print Symposiums (OPS) in München deutlich machte.

E-Commerce ist eine ganz andere Welt, mit der man sich als Drucker erst einmal vertraut machen muss. Die grössten Herausforderungen liegen in den Themen Zeit, Budget, IT-Kompetenz und Personal und nicht zuletzt im Kompetenzaufbau in Bereichen wie E-Commerce, Digitalisierung und Automatisierung. Bedingt durch die Transformation, die ein Online-Shop einleitet, ist auch ein grundlegender Kulturwandel nötig. Denn für viele Druckereien muss die Online-Produktion in die bisherigen Produktionswege eingebettet werden, was die Sache nicht erleichtert.

Am Online-Druck kommt man in Zukunft als Druckerei allerdings nicht vorbei. Für Kunden unter 35 Jahren existiert kein Produkt, zu dem es keine Informationen im Internet gibt – und dazu gehören auch Drucksachen aller Art. Die Einführung eines Online-Shops benötigt jedoch seine Zeit – übers Knie brechen kann man hier nichts. Wichtig ist eine klare Positionierung, um sich gegen die vermeintlich übermächtig grossen Online-Shops zu behaupten. Hier kann man unter anderem mit Individualisierung, Ökologie, persönlicher Ansprache und Spezialitäten punkten. Die Druckindustrie muss sich den neuen Zeiten anpassen und sich nicht gegen den Veränderungsdruck auflehnen. Online-Printer werden sogar in Nischen den Markt der Zukunft bestimmen und die besseren Chancen haben, um im Wettbewerb zu bestehen.



»Online-Print macht bereits rund ein Drittel des Marktes aus«

Bernd Zipper, CEO der zipcon consulting GmbH und Mitveranstalter des OPS



Entwicklungen und Trends

Es gibt schon heute Verlierer der Transformation, stellte Bernd Zipper, CEO der zipcon consulting GmbH und Mitveranstalter des OPS, am Münchner klar. Dazu gehören Online-Drucker zumindest nicht, denn Online-Print verzeichnet die stärksten Wachstumsraten in der Druckindustrie. So wuchsen die Open Shops im Online-Print 2017 um 15,4 Prozent auf einen Umsatz von 3,0 Mrd. € in den Märkten Deutschland, Österreich und Schweiz, wobei die Top-5-Unternehmen mit 1,47 Mrd. € fast die Hälfte des Umsatzes für sich verbuchen. Rechnet man noch den Umsatz der Closed Stores dazu, addiert sich der Online-Umsatz in der DACH-Region auf 7,5 Mrd. €. Damit macht Online-Print bereits rund ein Drittel des Marktes aus. Für das laufende Jahr prognostiziert Zipper jedoch ein geringeres Wachstum, und das Marktvolumen soll sich für 2018 bei 7,85 Mrd. € einpendeln.

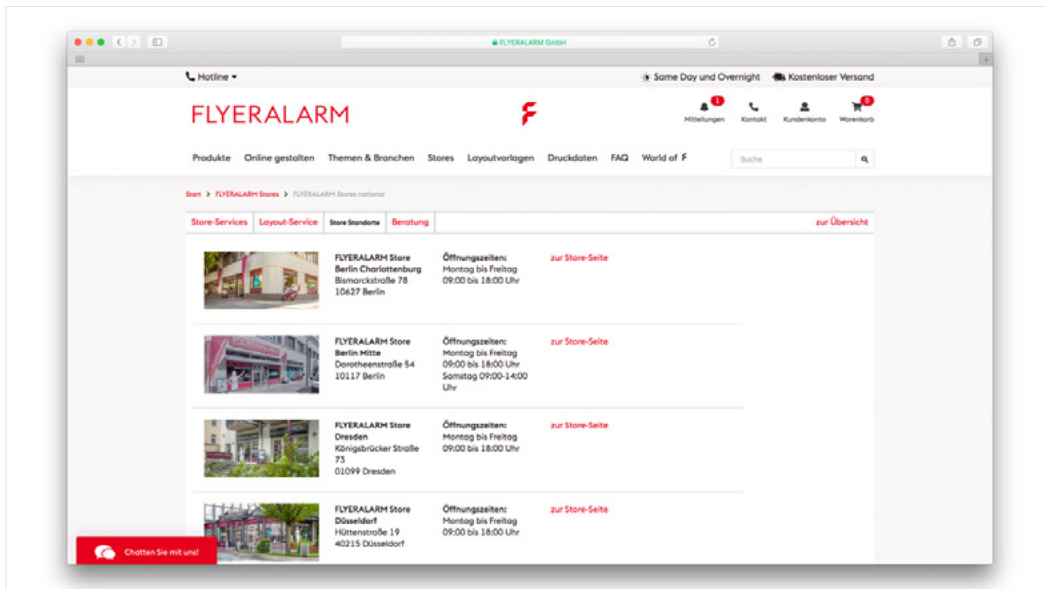
Digitale und andere Transformationen

Bernd Zipper gab zu bedenken: „Nur weil ein Unternehmen einen Online-Shop betreibt, ist es noch lange nicht transformiert.“ Es mangelt vor allem bei Mittelständlern vielerorts an ausreichendem Kapital, an der erforderlichen Infrastruktur und an Know-how. IT-Denken ist zwar notwendig, für den Erfolg eines Online-Printers steht jedoch E-Commerce-Know-how im Fokus.

Wer im schnelllebigen Online-Print-Markt erfolgreich sein will, braucht Strategien zum Aufbau und zur Sicherung seiner Marktanteile. Dazu müssen neue Produkte entwickelt, neue Märkte erschlossen und Innovationen implementiert werden – und das Ganze in einer für Druckerei atemberaubenden Geschwindigkeit und enormen Themenbreite. Unter anderem sollten Online-Drucker darüber nachdenken, nicht nur mit einem Shop im Internet vertreten zu sein, sondern auch physisch greifbar zu sein. Der „lokale Online-Printer“, den man auch besuchen kann, wird immer beliebter. Flyeralarm macht es mit seinen Stores vor.

Die Nähe zum Kunden bietet die Chance, das Service zu vertiefen und den Marktzugang persönlicher zu gestalten.





Die erfolgreiche Online-Druckerei Flyeralarm macht es mit ihren Stores vor:
Die Nähe zu Kunden bietet neue Chancen.

Die Lieferung am selben Tag wird in Zukunft zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Allerdings steigen damit auch die Anforderungen in der Geschwindigkeit und Qualitätssicherung. B2B-Kunden vergüten einen solchen Service mit einem höheren Preis, doch wird dies fürs Erste auf Metropol-Regionen beschränkt bleiben.

Megatrend Mass Customization

Eine dynamische Preisanpassung in Abhängigkeit vom Kundenprofil oder Bestellverhalten wird im E-Commerce schon seit Längerem eingesetzt. Damit lassen sich kurzfristig vorhandene Überkapazitäten besser auslasten. Auch digitale Assistenten werden an der Druckindustrie nicht spurlos vorbeigehen. Alexa macht sich in Zukunft für den Verbraucher auf die Suche nach den preiswertesten Visitenkarten oder Flyern.

Darüber hinaus wird die Robotik einen erheblichen Einfluss auf den Megatrend der Mass Customization haben und die Unternehmen dazu zwingen, die notwendige Agilität und Flexibilität zu erreichen. Online-Print hilft, diesen für die Druckindustrie spannenden Markt zu entwickeln und zu erschliessen. Mass Customization beeinflusst die Kundenbindung massiv und lebt davon, dass Menschen unterschiedlich sind.



Es ist nie zu spät

Auf dem Online Print Symposium wurde anhand zahlreicher Fallbeispiele deutlich, dass es nie zu spät ist, in einen wachsenden Markt einzusteigen. Die Frage ist nur, wie man am Wachstum partizipieren kann und wie sich das Geschäftsmodell skalieren lässt. Da die Anforderungen der Kunden an Printprodukte über Papier und Karton hinausgehen, bieten sie neue Möglichkeiten für Druckdienstleister. Und genau das braucht die Branche.

Das 7. [Online Print Symposium](#) findet am 4. und 5. April 2019 statt.

Ihr
Knud Wassermann
Gastautor

Finishing 4.0

Finishing 4.0 für Ihre Geschäftsidee

Um im Hinblick auf digitale Transformation und Mass Customization als grafisches Unternehmen flexibel und agil zu bleiben, brauchen Sie stabile Produktionsprozesse. Mit Finishing 4.0 hat Müller Martini genau die cleveren Produktionslösungen, die Sie dafür brauchen. In einem der nächsten Blogs erfahren Sie mehr über Finishing 4.0. Vielleicht finden Sie damit genau das perfekte System, mit dem Sie Ihre Geschäftsidee realisieren können?

