

Die Druckindustrie – heute und in der Zukunft

Die Situation der Printmedien in den Zeiten des Internet war das Thema beim abendlichen Treffen des Marketing-Clubs Bergisch Land am 20. Februar. Und passender als der Drucksaal des Familienunternehmens Ley + Wiegandt (L+W) hätte der Veranstaltungsort nicht sein können. So begrüßte Club-Geschäftsführer Dr. Andreas Kletzander die zahlreichen Mitglieder und Gäste zwischen Papierstapeln und den beeindruckend großen Druckmaschinen. Kletzander dankte der Geschäftsführerin Silke Jungmann für die Gastfreundschaft und wies auf die besondere Beziehung des „Wuppertaler Unternehmens des Jahres 2011“ als Premiumsponsor zum Marketing-Club hin.

Als Moderatorin des Abends erläuterte Silke Jungmann, warum das Thema Printmedien in die Jahresvortragsreihe „Neue Kommunikation“ aufgenommen wurde. Denn gerade in den Zeiten der Konkurrenz zum Internet muss sich auch die Druckbranche immer wieder neu erfinden.

Wie das „zweitälteste Gewerbe der Welt“ dies macht und welche Wege es dabei beschreitet, darüber sprach der Geschäftsführer des Verbandes Druck + Medien Nord-West e.V., Oliver Curdt.

Sein Vortrag basierte auf der Imagekampagne „Die Zukunft wird gedruckt!“ des Berufsverbandes, die zeigen soll, dass die Welt auch weiterhin auf Printmedien nicht verzichten kann. Denn trotz vieler Negativschlagzeilen aus der Branche: Immer noch fließen 60 Prozent der Werbeetats in Print, sowohl der Papierverbrauch wie auch die Druckleistung steigen stetig. Dabei funktioniert das Internet gar als Wachstumsmotor. So bestellen die Kunden ihre Produkte oftmals online – auch L+W bietet einen Web-Shop an. Oftmals sind das persönliche und individuelle Produkte, man denke nur an die Fotobücher. Denn auch die werden gedruckt, genauso wie die immer häufiger genutzten QR-Codes, ohne die man nicht an die Informationen im Netz käme – und deshalb lassen immer mehr Kunden diese für sich und ihre Unternehmen drucken. Dass Internet und Print immer mehr verzahnt sind, verdeutlicht das Beispiel des Online-Händlers Zalando, der jährlich sechs Millionen Kataloge produzieren lässt. Dabei zeigen die technischen Entwicklungen, dass sich Print tatsächlich immer wieder neu erfindet. Angefangen bei Duftlacken, speziellen Beflockungen, gedruckten Lautsprechern über RFID-Technologie, bedruckte Lebensmittel bis hin zum 3D-Druck – schier grenzenlos scheinen die Möglichkeiten heutzutage, sein Printprodukt zu individualisieren und für den Nutzer zu einem Artikel zu gestalten, der sämtliche Sinne anspricht. Auch das macht Print zu dem Medium mit der größten Reichweite. Und die Kontakte je Printerzeugnis sind die höchsten – kein Wunder bei über 400 Druckprodukten pro Kopf und Jahr in Deutschland. Dadurch ist Print nicht nur ein höchst effizientes Medium, es genießt auch eine hohe Wertschätzung.

Dabei werden Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit in der Branche durch hohe Standards, Zertifizierungen und Recycling ganz groß geschrieben. Einer Branche, die auch wirtschaftlich eine starke Rolle spielt: Die 10.000 Betriebe mit rund 155.000 Beschäftigten und 15.000 Auszubildenden produziert im Jahr Waren im Wert von mehr als 16 Milliarden Euro.

Den Vortrag von Oliver Curdt, bei dem man viel Neues über die Printmedien erfuhr, begleitete Silke Jungmann anschaulich mit interessanten und beeindruckenden Beispielen aus der Produktion von L+W. Ihr Dank galt aber auch ihren Mitarbeitern, die es an diesem Abend möglich machten, ihren Gästen bei laufenden Maschinen Einblick in die Produktion eines Druckunternehmens zu geben.

Dafür gab es einen Strauß Blumen von Dr. Kletzander und für Oliver Curdt den „Bergischen Hammer“, als Anerkennung für einen informativen Abend.