

Auf ein Wort

Digitale Medien, Chance für die Druckindustrie



Sönke Schulz, Gründer und Geschäftsführer von tredition.de

„Druckfertige PDF-Daten werden von Ihnen gemäß PDF/X3-Norm mit farbverbindlichem Prüfdruck nach ISO 12647-2 gestellt“. Dies nur als Beispiel, wie Druckdienstleister Verleger verzweifeln lassen. Wir Verleger sind Einkäufer und Verkäufer von Inhalten – Content-Händler. Davon verstehen wir etwas – vom Drucken nicht. Eine erste Aufgabe ist also, die Herstellung von Druckwerken so einfach wie möglich zu gestalten. Die Branche der Content-Händler wird

sich in den kommenden Jahren stark verändern. Neue Marktteilnehmer führen neue Formate ein, weil es mittlerweile kinderleicht ist, Inhalte digital zu erstellen. Diese Inhalte werden von Content-Händlern in den Medienformen und über die Kanäle vertrieben, die den höchsten Ertrag erwirtschaften. Durch die Digitalisierung ist das Medium Druckerzeugnis nur noch ein Baustein im Handel mit Inhalten. Andere Medienformen werden zunehmend attraktiver für Content-Händler. Es gibt e-Book-Formate, Pay-per-View-Plattformen, werbesubventionierte Free-View-Plattformen und viele mehr. Alle diese digitalen Medienformen haben eines gemeinsam: sie arbeiten mit strukturierten Daten, und die Datenbasis der Content-Händler muss nicht für jede digitale Medienform oder jeden Vertriebskanal angepasst werden. Die Druckindustrie muss für den Content-Händler ein einfaches auf seine Bedürfnisse zugeschnittenes Angebot erzeugen. Dann stehen auch Chancen. Wenn Druckdienstleister es schaffen, die Datenannahme und deren Format sehr viel variabler und einfacher zu gestalten, ist der Aufwand, Inhalte über das Medium Druckerzeugnis zu vertreiben, gering. Natürlich dürfen keine Setup-Kosten berechnet werden. Content-Händler können digital viel mehr verlegen als in physischer Form, da das finanzielle Risiko gering ist. Es ist die Aufgabe für Druckdienstleister hier konkurrenzfähige, attraktive Produkte zu finden. Schnelle on-demand-Herstellung von kleinen Auflagen wird eine immer wichtigere Anforderung. Und warum sollen nur die Verleger ins Risiko gehen? Erste innovative Druckereien beteiligen sich an Remissionen. Druckdienstleister könnten auch Content-Management-Systeme zur Verfügung stellen, um Inhalte variabel und individuell zu einem Druckerzeugnis zusammenzufügen. Große Aufgaben stehen ins Haus und ein erster Schritt ist das tiefere Verständnis der Bedürfnisse von uns Content-Händlern oder Noch-Verlegern.

Schreiben Sie uns Ihre Meinung!

Druck&Medien, Weidestraße 122a, 22083 Hamburg
Mail: red.druck-medien@haymarket.de, Fax: 040-69 206-333

Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefe gekürzt abzdrukken.

ANZEIGE 1/2
Messe Sinsheim