

NUR MIT INTELLIGENTEN MODELLEN KANN MAN GELD VERDIENEN

Laut Peter Jeschke, Geschäftsführer von GC Graphic Consult, wird der Digital- und damit auch Inkjet-Druck die Druckbranche zwingen, kostenwahr zu kalkulieren und in Kampagnen zu denken. Warum, erzählt er in diesem Interview.

Womit kann ein Drucker heute noch Geld verdienen?

Entweder mit starker Automatisierung, wie es z. B. Flyeralarm macht, oder wenn große Teile der Wertschöpfungskette integriert werden können. D. h. die Druckvorstufe, Logistik und auch Shop-Lösungen werden ins Haus geholt. Der Druck geht damit in den Hintergrund, man wird als Anbieter weniger austauschbar und kann dadurch dem Preiskampf der Branche entfliehen. Ziel sollte es sein, dass man bereits mit Auflage 1 erfolgreich ist. Aber viele Drucker versuchen Marktpreise abzubilden und nicht zu schauen, wo die Kostenstruktur liegt.

Wenn wir jetzt an Inkjet denken: Wie können es die Drucker schaffen, den Mehrwert dieser Technologie zu verkaufen?

Der Drucker muss in die Welt des Kunden eintauchen und den Mehrwert seines Druckproduktes verkaufen. Gutes Beispiel dafür sind die Ritter Sport Schokoladen. Eine simple Schokolade wird durch Individualisierung des Produktes und Personalisierung der Verpackung zu einem Premiumprodukt und kann damit um den fünffachen Preis verkauft werden.

» Verpackung als Wertsteigerungsmotor «

Peter Jeschke

Haben Sie noch ein weiteres Erfolgsbeispiel für uns?

Adnymics erstellt mit Hilfe von ausgeklügelter Software maßgeschneiderte Paketbeileger. Der Inkjet-Drucker steht dabei im Logistikzentrum und ist somit Teil der Vermarktungsstrategie. Wie der Gründer von Adnymics bei einer Tagung sagte: „Im Paket ist kein Platz für Bullshit“. Wie man an dem Beispiel sieht, geht es weg vom alleinstehenden Druckprodukt hin zum Druckprodukt als Bestandteil einer Kampagne.

Warum nutzen diese Möglichkeiten der Individualisierung noch so wenige?

Was wir auch in großen Unternehmen sehen ist, dass der Datenbestand oft ungenutzt bleibt, nicht zur Verfügung steht oder nicht automatisiert abgegriffen werden kann. Das macht das Thema so zäh.

Was meinen Sie, wird es am Markt gelingen, den Mehrwert von Personalisierung und Individualisierung zu verkaufen?

Wir sind der Meinung, dass das Thema fliegen wird, wenn es sich um gute Produkte und Lösungsideen handelt. Einige Drucker werden das schaffen, andere werden auf der Strecke bleiben.



Peter Jeschke

Foto: GC Graphic Consult

// Über GC Graphic Consult

GC Graphic Consult mit Sitz bei München berät seit über 45 Jahren Kunden aus den Branchen Druck und Medien, Verpackung sowie Handel und Markenartikel. Das Unternehmen veranstaltet auch Fachsymposien und die Berater sind international als Vortragende tätig. Dipl.-Ing. (FH), Dipl.-Wirt.-Ing. (FH) Peter Jeschke ist geschäftsführender Gesellschafter und unterrichtet an der Hochschule der Medien in Stuttgart.

Zur Website:

// www.gc-online.de //

