

PRESSEMITTEILUNG

PrintMedienForum 2010 PRINT auf dem Prüfstand

Zusammen rund 400 Anmeldungen für den 6. und den 7. Juli – das diesjährige PrintMedienForum des Clusters Druck und Printmedien versprach schon vor seinem Start als diesjähriges Branchenhightlight in München, eine besondere Veranstaltung zu werden. Ziel des bei BMW Lenbachplatz und im Haus der Bayerischen Wirtschaft durchgeführten Fachforums war es, aktuelle Themen der Branche aufzugreifen und zukünftige Entwicklungen mit Hilfe hochkarätiger Referenten aus unternehmerischer Praxis, Politik und Mediengesellschaft zu skizzieren.

Cluster bringt Branchenvertreter zusammen

Eröffnet wurde das PrintMedienForum am 6. Juli durch einen Abendempfang bei BMW Lenbachplatz in München. Carola Erlewein, Leiterin Events, Ausstellungen und Sportmarketing der BMW AG begrüßte als Hausherrin zunächst die zahlreich erschienenen Gäste. Clustersprecher Karl-Georg Nickel dankte Frau Erlewein für die Möglichkeit, erneut im Pavillon von BMW mit dem PrintMedienForum zu Gast sein zu dürfen. Herzlich willkommen hieß Nickel Staatsminister Siegfried Schneider und Professor Dr. Jo Groebel als Referenten, die Vertreter der Presse sowie die zahlreichen angereisten Gäste aus Bayern und weit darüber hinaus. Diese Präsenz unterstreiche die Bedeutung des PrintMedienForums und die wichtige Arbeit des Clusters Druck und Printmedien für die Branche.

Bedeutung des Printmedienstandortes Bayern

Siegfried Schneider, Staatsminister und Leiter der Bayerischen Staatskanzlei, stellte in seinem Grußwort zunächst die große Bedeutung des Printmedienstandortes Bayern heraus. Auch sei die derzeitige Lage nicht einfach, so seien sinkende Werbeeinnahmen zu verzeichnen, Leser würden durch die Abwanderung ins Internet zu Usern. Daher stärke die Bayerische Staatsregierung durch mehrere Aktivitäten die Druck- und Printmedienbranche. Hierzu zähle unter anderem eine medienfreundliche Politik in Bayern, die Verleihung von Preisen wie beispielsweise dem Internationalen Buchpreis Corine und die Clusterinitiative mit dem Cluster Druck und Printmedien, der durch gezielte Vernetzung als moderiertes Netzwerk ein sehr gutes Beispiel sei. Das Thema Leistungsschutz-

rechte sei zudem aktuell in der Diskussion, wobei man bestrebt sei, auf Bundes- und Europaebene Lösungen zu erreichen. Hierfür sei man mit allen Beteiligten im Gespräch.

Die Printmedienbranche am digitalen Scheideweg

Im Anschluss sprach Medienwissenschaftler Prof. Dr. Jo Groebel, Direktor des Deutschen Digital Instituts, zum Thema „Zwischen Himmel und Hölle. Die Printmedienbranche am digitalen Scheideweg“. Die Druckbranche, so Groebel, bewege sich im Digitalzeitalter zwischen größten Herausforderungen und vielen neuen Möglichkeiten. Hierbei ginge es zukünftig jedoch nicht um ein „Entweder-Oder“, sondern um flexible Strategien, in denen die Nutzungssituation der Konsumenten darüber entscheide wann Druck und wann Elektronik im Vordergrund stünden. Gleichzeitig müssten ganz neue Funktionen für bedrucktes Papier und andere Träger identifiziert werden, die wiederum neue Nutzungsformen ermöglichen. Nicht zuletzt bestimme dies seiner Meinung nach mit, wie die Industrie künftig aufgestellt und geclustert sein werde und welche besondere Position einzelne Regionen wie Bayern dabei im Wettbewerb einnehmen würden.

Nach Abschluss der Ausführungen von Prof. Dr. Goebel hatten die Gäste Gelegenheit, bei Essen und Trinken miteinander ins Gespräch zu kommen. Gegen 20:30 Uhr stand dann mit dem Halbfinalspiel der Fußball-Weltmeisterschaft ein weiterer Höhepunkt an, zumal dieses live in den Veranstaltungsraum übertragen wurde.

Vorträge zeigen Zukunft von PRINT auf

Am 7. Juli fand das eigentliche PrintMedienForum mit mehreren Vorträgen im Haus der Bayerischen Wirtschaft (hbw) in München statt. Aufgrund der erfreulich großen Zahl der Anmeldungen musste der Veranstaltungsort an diesem Tag vom Zentrum für Druck und Medien (ZDM) in Ismaning nach München verlegt werden. Moderatorin Ursula Heller, die kompetent, charmant und humorvoll durch die Veranstaltung führte, begrüßte die anwesenden Gäste und eröffnete den zweiten Tag des PrintMedienForums. Ganz besonders hieß sie das Präsidium und die Geschäftsführung des Verbandes Druck und Medientechnik aus Österreich und dessen Präsidenten, Herrn Rudolf A. Cuturi, willkommen.

Einmalig: Cluster vertritt gesamte Wertschöpfungskette

„Innovationen benötigen intakte Netzwerke“ – diese Botschaft von Clustersprecher Karl-Georg Nickel stand zu Beginn der Vorträge hochrangiger Referenten. Bayern als starke Marke, diese Kernaussage unterstrich Nickel mit Zitaten von Ministerpräsident Horst Seehofer und dem Politologen Professor Heinrich Oberreuter. Neben Oktoberfest und FC Bayern München assoziierten die Menschen auch Folklore und Landschaft mit dem Freistaat, doch gerade ein Wirtschaftszweig wie Druck und Medien repräsentiere das moderne Bayern viel besser. Der Cluster habe es sich daher auch zur Aufgabe gemacht, das internationale Renommee Bayerns als Medienstandort zu unterstützen und auch mit neuen Inhalten zu füllen. Hätte Bayern keine Verlage, keine Forschung und Lehre auf dem Gebiet der Drucktechnik, keine Papierhersteller und keine innovativen Unternehmen, dann würde dem Freistaat etwas fehlen. Bayerische Unternehmen seien Weltklasse, und zahlreiche gewonnene Auszeichnungen unterstrichen, so Nickel, die Leistungsfähigkeit der Druckunternehmen. Druck und Printmedien seien daher ein Aushängeschild des Freistaates, welches durch die Clusterarbeit gefördert würde. Gemeinsam würde man den Markt zum Vorteil aller Teilnehmer systematisch noch besser durchdringen. Das Wichtige hierbei sei, dass in Bayern die gesamte Wertschöpfungskette Print vertreten sei und im Cluster repräsentiert werde.

Clusterarbeit und Innovationen seien nicht nur etwas für größere Unternehmen, sondern gerade für klein- und mittelständische Betriebe von großer Bedeutung. Ziel sei es dabei, sich dauerhaft am Markt zu halten. Der Cluster Druck und Printmedien unterstütze dies mit seinem Netzwerk und stärke so die gesamte Branche. Hierfür plane man nun auch ein Qualifikationsprogramm „Innovationsmanager Print“, welches, gesponsert durch die Zulieferindustrie, Führungskräften in den Unternehmen der Druck und Medienindustrie Zusatzqualifikationen in Bezug auf Innovationsprozesse vermitteln. Der Cluster Druck und Printmedien stünde zudem bei Fördermitteln unterstützend zur Seite und berate Clustermittglieder bei Innovationsvorhaben. „Angst vor Veränderung und finanzielle Gründe dürfen schließlich nicht ausschlaggebend dafür sein, dass ein Unternehmer vor einem Innovationsprojekt zurückschreckt“, so Nickel weiter. Im Rahmen der Finanz- und Wirtschaftskrise sei es vielen Unternehmen verständlicherweise nur schwer möglich, den bei Förderprojekten notwendigen Eigenanteil aufzubringen. Der Cluster Druck und Printmedien setze sich daher beim Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie dafür ein, ein von

der Landesanstalt für Aufbaufinanzierung (LfA) getragenes Programm zur vertraglichen Finanzierung des Eigenanteils aufzulegen. Hiervon verspreche man sich weitere Innovationsimpulse und eine Stärkung gerade klein- und mittelständischer Unternehmen. Diese könnten mit solch einem Programm die Eigenanteilfinanzierung von Innovationsprojekten auch in schwierigeren Zeiten sicherstellen. Innovationsorientierung und Vernetzung seien wesentliche Erfolgskriterien, wie auch die Studie zur Innovativität des deutschen Mittelstands von Nikolaus Franke zuletzt belegt habe.

Neue Anforderungen an die Medien

Im Anschluss sprach Stefan Rühling, Vorsitzender der Geschäftsführung der Vogel Business Media GmbH & Co. KG. In seinem Vortrag „Vom Printverlag zum mehrmedialen Kommunikationspartner – Leads, Twitter, Apps und Communities“ beschäftigte er sich mit dem Wandel vom 1891 gegründeten Verlagshaus zum international agierenden Fachmedien-Haus. Aus Sicht von Rühling stellt eine differenziertere Welt neue Anforderungen an die Medien. So müssten sich Fachzeitschriften zukünftig eine neue Rolle und Funktion im Konzert der Informationskanäle herausarbeiten. Daher habe Vogel Business Media seit 2006 unter dem Rubrum „Educational Marketing“ ein digitales Geschäftsmodell mit Lead-Generierung, Whitepapers, Webcasts und Webinaren aufgebaut, welches das bestehende Printmodell zeitgemäß ergänze. In Zeiten von neuen Endgeräten wie dem iPad müsse ganz konsequent der passende Content für den jeweiligen Medienkanal aufbereitet werden. Das Marketing arbeite hierbei immer effizienter und ROI-orientierter. Fachmedien müssten daher den Zugang zu den Märkten und gerade zu den Menschen in diesen Märkten ermöglichen. Im Falle von Vogel Business Media geschehe dies auf vier Feldern: Print, Online, Events und Services. Er stellte außerdem einen Werbespot des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverlage vor, der auf hervorragende Weise die Stärken von Print als Kommunikationskanal darstellte und die Gäste begeisterte.

Zeit des Wandels

Prof. Gerd Finkbeiner, Vorsitzender des Vorstandes der manroland AG, erläuterte dann in seinem Vortrag „Perspektive Print – Herausforderungen und Chancen für Druck und Printmedien“ seine Sicht auf die aktuellen Trends und Entwicklungen in der Branche. Nach der Finanz- und Wirtschaftskrise befinde sich die Druckindustrie aktuell im mühsamen Aufschwung, wobei Verleger und Druckunternehmer sich hohen Herausforderungen

ausgesetzt sähen. Die Neupositionierung innerhalb eines multimedialen Marktes mit neuen und veränderten Geschäfts- und Produktionsprozessen fordere einen neuen Pioniergeist. Bestehende Geschäftsmodelle müssten daher überdacht, herkömmliche Denkmuster aktualisiert und den Marktgegebenheiten angepasst werden. Veränderungen insbesondere in den wesentlichen Marktsegmenten müssten sorgfältig beobachtet und analysiert werden. Im Falle der manroland AG müsse das Geschäft des Kunden noch mehr in den Fokus rücken und dies beispielsweise durch eine Steigerung der Produktwertigkeit unterstützt werden. Die hiermit in Zusammenhang stehende „Value Added Printing-Strategie“ beinhalte Lösungen für den Mehrwertdruck, wie mit innovativen Lösungen effizienter und werthaltiger gedruckt werden könne. „Und das bedeutet dann im Weiteren, dass die Verantwortung des Maschinenherstellers nicht damit aufhört, dass er diese innovative neue Technologie konstruiert, dass er die baut und liefert und in Betrieb nimmt und sich verabschiedet“, sondern „und da ist ein ganz wesentlicher Schlüssel – heute mehr denn je: Technologie hat nur dann ihren Zweck und Investor, wenn es uns gelingt, gemeinsam mit dem Kunden die Prozesse so zu organisieren, dass er tatsächlich die Ergebnisse, die die Technologie bietet, abholt und nicht bei 70 % oder 75% des Möglichen bleibt“, so Finkbeiner.

Auch die Nachhaltigkeit in der Produktion und das Thema Ökologie seien weiterhin aktuelle Themen. Wichtig über die individuellen technischen Lösungen hinaus sei die Vernetzung der Branche. Neben der „Print Power“-Initiative auf europäischer Ebene sei die Arbeit des Clusters Druck und Printmedien ein wesentlicher Impulsgeber.

Im Anschluss an die Rede von Prof. Finkbeiner hatten die Zuhörer Gelegenheit, bei einem Mittagsimbiss im Innenhof des Hauses der Bayerischen Wirtschaft das Gehörte zu diskutieren und sich auszutauschen.

Infrastruktur für eine Ökonomie des Wissens

Mit viel Witz und Ironie referierte Chefstrategie Prof. Dr. Gunter Dueck, IBM Deutschland GmbH, der als Querdenker gilt, über Zukunftsszenarien in einer hoch technologisierten Welt. Er hob hervor, in welchen Bereichen intelligente Nutzung von Daten zu großen Veränderungen führte oder führen wird. Von intelligenten It-Systemen im Gesundheitsbereich bis hin zur Optimierung des Energieverbrauches von Haushalten reichte die Palette. Gerade diese „smarte“ Nutzung birgt viel Potenzial für Effektivitätsschübe oder die Findung neuer Geschäfts-

felder. Dueck verwies darauf, dass das Internet immer noch nicht schnell genug und flächendeckend in Deutschland zur Verfügung stehe. Allerdings: „Wenn dann Übertragungsraten im Gigabit-Bereich für jeden zur Verfügung stehen, wird sich auch die Medienwelt nochmals stark verändern“.

Aus seiner Sicht steht auch die gesamte Arbeitswelt durch das Internet vor der Herausforderung, sich neu zu definieren. Das Medium schaffe im angehenden Jahrhundert die Infrastruktur für eine Ökonomie des Wissens, wodurch Arbeit künftig Management-, Wissens- und Kreativarbeit bedeute. Nachdem vor 50 Jahren die meisten Arbeitsplätze von der Landwirtschaft in den sekundären Sektor gewandert seien, wanderten auch diese Arbeitsplätze wieder zu Gunsten des tertiären Sektors, dem der Dienstleistungen, ab. Nun steht Deutschland laut Dueck vor dem nächsten Sprung. Der quartäre Sektor, den er als „Dienstleistungs-Exzellenz“ bezeichnet, ist aus seiner Sicht „die Zukunft, die es anzupacken gilt“. Die Strukturen der virtuellen und der physikalischen Welt werden zusammenwachsen. Auch plädierte er für ein neues Wirtschaftsverständnis und für eine konsequente Hochbildungskultur mit neuem Menschenbild. Danach hatten die Gäste erneut die Gelegenheit zum Netzwerken und zum direkten Kontakt mit den Referenten.

Ihr Ansprechpartner:

| | |
|-------------------------------|------------------------------------|
| Urs Weber | Tel.: (0 89) 96 22 87 -15 |
| Cluster Druck und Printmedien | Fax: (0 89) 96 22 87 -77 |
| x-medial Bayern GmbH | E-Mail: urs.weber@cluster-print.de |
| Reichenbachstr. 1 | Internet: www.cluster-print.de |
| 85737 Ismaning | |