

**INSIDER**

**Bernd Zipper** ist Berater, Dozent, Redner sowie Gründer und CEO der Zipcon Consulting GmbH in Essen. Seine Schwerpunkte dabei sind Mass Customization, Web-to-Print, E-Business Print, Online Print Shops und interdisziplinäre Medienprojekte. Gleichzeitig ist er Autor des Blogs [beyond-print.de](http://beyond-print.de).

## Warum einige Online-Drucker keine Onliner sind

Von „analogen“ Druckern entweder neidisch oder eher ungehalten bäugelt, hat sich die Gruppe der sogenannten „Online-Printer“ einen festen Platz in der globalen Druckindustrie erobert. Und wie es so ist, dies ist wohl eine der herausragendsten Eigenschaften der Deutschen, sieht man es gerne „Schwarz/Weiß“ – sprich: Wenn einer einen Onlineshop hat, ist er halt ein Online-Printer. Meines Erachtens, zu einfach gedacht. Die von mir sehr geschätzte Druckerei Ortmaier aus dem niederbayrischen Frontenhausen hat einen Onlineshop. Ferner bespielen die beiden Brüder umfangreiche Services, die der Kunde vor Ort ordern kann. Angefangen von Digitaldruck, über Textildruck bis hin zu Promotionmaterial – Ortmaier bietet vor Ort nahezu einen 360-Grad-Service. Bemerkenswert. Gut, manche werden sagen, die Ortmaiers sind nicht „fokussiert“ – so gehört sich das ja in Zeiten des Internets – aber viele Kunden im nahen und ferneren Umfeld von Frontenhausen schätzen sowohl den Online- wie auch Offlineservices des Unternehmens. Nebenbei produzieren die Ortmaiers auch noch eine Lokalzeitung. Der Shop „flyerpara.de“ (schon allein wegen des Namens verdienen die Jungs einen Award) ist sicherlich nicht zu vergleichen mit den Shopangeboten der Onlinegiganten – aber sicher und zuverlässig bietet er eine geschmeidige Online-Bestellplattform für Browser und Mobile (!). Und zwar so, dass mancher Wettbewerber davon lernen könnte. Aber sind die Ortmaier-Brothers deswegen ein „Online-Printer“? Nein. Ortmaier hat es einfach verstanden, dort verfügbar zu sein, wo der potentielle Ortmaier-Kunde Print sucht. Und auch sonst: Besucht man das Unternehmen merkt man nichts von der speziellen Attitüde mit der sich Online-Printer gerne umgeben. Kein Glaspalast, kein Management-

Gutsherrentum, keine High-Security-Zonen, keine „Wir-sind-die-Größten“-Sprüche – eher bescheiden, offen und ehrlich präsentiert sich das Unternehmen. Für mich ohne Zweifel Teil der Erfolgsgeschichte dieses Unternehmens.

Im Vergleich dazu gibt es wiederum „Onlinedrucker“ die sich gerne als „innovativer Onliner“ präsentieren – aber im Inneren des Unternehmens



### Muss die Onlinedruck-Fabrik der Zukunft auf die Errungenschaften der Online-Arbeitswelt verzichten?

Strukturen besitzen, dass man sich in die frühen 50er Jahre zurückversetzt fühlt. Innovativ – gerne im Marketing – aber bitte doch nicht intern. Kleinste Ansätze der Mitarbeiterorganisation werden unterbunden – selbst Fälle von Mobbing und speziellen Schichten, jenseits jeglicher gesetzlichen Regelung machen die Runde. Das Modell „Gutsherr“ hat hier Konjunktur. Man bedient sich moderner Marketingkanäle für Vertrieb und Werbung – ein „Startup-Spirit“ oder hippe „Onliner-Feeling“ – moderne Arbeitszeit-Mechanismen usw. – Fehlannonce. Keine Frage, nicht jeder Onlineprinter ist so – aber leider einige. Und so stellt sich mir die Frage: Muss die Onlinedruck-Fabrik der Zukunft auf die Errungenschaften der Online-Arbeitswelt verzichten? Die Regeln des Internet beziehen sich nicht nur auf das plumpe Verkaufen oder das „innovative“ Marketing –

sondern auf alle Bereiche unseres Lebens und basieren auf Transparenz, Agilität, neuen Services, Dynamik sowie auf Aufbau und Teilung von Know-How. Klar, wir müssen automatisieren – ja, wir müssen Kosten sparen. Und der Druck ist hoch – aber will man wirklich zu jedem Preis schlechten Beispielen folgen? Onliner, also echte Unternehmen der „Next Generation“, sind also nicht nur Drucker die online verkaufen, sondern Unternehmen die den Spirit der neuen Philosophie leben und weiterentwickeln. Und da gibt es noch Luft nach oben – bei vielen Unternehmen.

Wenn wir – alle – unsere Branche in die nächste Generation bringen möchten, dann sollten die Unternehmer die ihr Unternehmen transformieren möchten, sich kein Beispiel an einigen Online-Printern nehmen. Mehr noch – bei aller Transformation, bei all dem Preisdruck – bei all den neuen Anforderungen muss man als Unternehmer immer eines bleiben: Mensch.

↳ Ihre Meinung? [insider@print.de](mailto:insider@print.de)

## FACHMESSEN UND KONGRESSE

**11. – 12.4.2018, Zürich (Schweiz)**  
**Label & Print 2018** – Branchentreff der Verpackung. Parallel finden die Messen Empack und Packaging Innovations statt.

**17. – 19.4.2018, Amsterdam**  
**Pure Digital** – Digitaldruck-Fachmesse für die Kreativbranche

**15. – 18.5.2018, Berlin**  
**Fespa** – Fachveranstaltung für den Großformatdruck (Sieb-, Digital- und Textildruck)