

Printing Reborn

Die konventionelle Druckindustrie stellt sich vor falsche Aufgaben

Drucken lebt, bleibt leben, bleibt attraktiv. Nur die ehemalige Jüngerschaft Gutenbergs, die sich zwischenzeitlich in Print- bzw. Druck-Industrie umbenannt hatte, ist als „feste Größe“, definierbare Einheit zu Ende. Auch die Verbände und alle bisherige Branchen-Infrastruktur werden bedeutungslos, mal schneller, mal qualvoller. Und es wird hunderte, tausende fröhlich-freche Gründungen geben: Drucken ist attraktiv, wenn man es anders angeht als bisher. Drucken ist ein singulärer, optionaler Part in einem Kommunikations-Prozess. Und nicht mehr „ein Ding für sich“.

Gesangsvereine im sangesfreudigen Europa haben überall – bis auf extrem wenige Ausnahmen – Mitgliedersorgen: kein „Nachwuchs“. Wird weniger gesungen? Im Gegenteil. Ganze Stadien voller glückseliger Menschen grölen und weinen, wenn Star X den Hit Y zum besten, zuweilen auch zum lautesten gibt. Man kauft mehr Musik in digitaler Form als alle Vereine zusammen vordem Eintrittskarten oder Schallplatten verkauft haben. Gesungen wird, Gesangsvereine sterben.

Ein Menetekel für die Druckindustrie. Gedruckt werden wird, und Druckereien sterben. Die Druckindustrie hat diesen Selbst-Mord 1982, 1985 und 1993 eingeläutet, als sie schallend über Desktop Publishing, digitale Bildbearbeitung auf PCs und den Digitaldruck gelacht hat. Als sie glaubte, die Entwicklung des Druckens hinge von den Satz- und Druckmaschinen ab. Ein Irrtum, der so schwerwiegend ist, wie die Leichtsinnigkeit im Umgang mit Kernspaltung: wir haben doch alles im Griff, wir haben uns das nämlich so ausgedacht – bis das Behütete plötzlich ein Eigenleben hat.

Die Verbände, die Anbieter, die Fachzeitschriften, auch die meisten Berater, Vortragenden, die Themen der Kongresse, Symposien und Seminare: kollektive Technik- und Funktions-, Workflow- und Standards-Onanie ohne jede Chance auf befreienden monetären Orgasmus: da kann man reden und diskutieren, argumentieren und polemisieren, wie man will: das alles zeugt keine Zukunft. Weil die falschen Fragen gestellt, nur ins Leere führende Antworten gegeben wurden – und werden.

Welche Maschine kommt morgen?

Auch Druckfachmessen sind eigentlich an Unsinn nicht mehr zu überbieten. Als Treffplatz, als „get together“ sind sie jedoch absolut unverzichtbar. Events – die bekannten, alten und die neuen – sollen daher nicht verschwinden. Es wäre nur 5 Sekunden vor zwölf, sie würden sich den sinnvollen Themen zuwenden. Und von der Vergangenheit abwenden. Die Vergangenheit heißt Drucken (mit allem, was dazu gehört, Satz, Repro, Verarbeitung, Papier und und und). Die Zukunft heißt ...

Zuvor noch dies: wollen Sie wissen welche grafische Produktionsmaschine im – wählen Sie den Monat, das Jahr – zum Beispiel im April 2023 auf den Markt kommt. Schon heute weiß man es genau! Die gegenüber der Maschine von 2011 viel bessere, die überlegene, die optimierte. Denn schon seit 1450 optimiert die Druckbranche ihre Maschinen, seit ihrem europäischen Urknall in Mainz. Es gab immer bessere Maschinen. Immer elegantere Verfahren. Immer logischere Standards. Immer hervorragendere Materialien. Nur der Umsatz und der Gewinn, der ist nunmehr seit langer Zeit weder optimiert noch hervorragend, die Aussichten sind weder jubelhaft

noch die Marktlage auf stabiler Basis und breiter Front Grund zu grenzenlosem Optimismus. Also, die Zukunft der grafischen Industrie hängt nicht im geringsten vom Fortschritt ihrer Technik ab, sondern ...

Aber das will ja keiner wissen, hat es den Anschein. Weil Technik das meiste ist, was die Menschen, die in und mit Drucken ihr Brot verdienen, im Kopf haben, kennen, können. Marketing, strategisches Denken: wenn man mal so richtig lachen will, dann stelle man sich tradierte Druckereien (samt ihrer oft erkonservativ-tradierten Verbände) als strategisch operierende Markt- und Möglichkeiten-Entwickler vor. Als Entrepreneur, wage mutige Erstlinge. Als Pioniere. Ja, klar, einzelne gibt es. Und der Rest ist das Schweigen der Belämmerten. Spätestens bei solchen Erkenntnissen schalten die Technikfreaks der Print-Industrie auf stur und widmen sich wieder ihrem Siechtum. Weil sie nichts anderes gelernt haben und nie den Drang hatten, sich die Frage zu stellen:

Warum wird eigentlich gedruckt?

Dann kommen sie mit Schwafeleien wie „weil es ein Bedürfnis ist“, aus kulturellen Gründen, weil „der Markt danach fragt“. Das alles gibt nicht nur die Rote Karte, es gäbe sozusagen gleich eine Saison-Sperre. Weil es horrender Mumpitz ist. Gedruckt wird und Menschen sind in der Druckindustrie beschäftigt ...

... weil die heutigen Druckmaschinen Bedienungskräfte brauchen und „mannlos“ nicht laufen. Einige jedenfalls nicht. Weil die Druckindustrie bis vor kurzem ein Handwerk war, glauben wir immer noch, wir bräuchten handwerkliche Berufe als Grundlage für das Verständnis von Workflows. Das macht so viel Sinn als dürfte nur Bestatter werden, wer schon einmal selbst gestorben ist. Die heutige Produktion von Drucksachen ist – und wird von Tag zu Tag mehr – reines Engineering, Prozessarchitektur, -beherrschung, -kontrolle. Und nicht mehr, wie früher, Fummelei, Improvisation, Alchimie.

Man fliegt heute sehr erfolgreich Fluggeräte ausschließlich mittels Programmierung, also „mannlos“ und nicht durch eine Rückkopplung von Gefühl im Hintern und händisches Wackeln am Steuerknüppel. Damit kommt man auf den Mond oder gewinnt Luftkriege. Warum das Bedrucken einer Papierseite des manuellen Zutuns bedürfen sollte, wird man in zwei, drei Jahrzehnten ohnehin weder fragen noch verstehen. Warum sollen wir uns heute also nicht von der Mär der menschen-bedingenden holprigen Produktionsweise lösen und uns mit all unserem Können und Erfahrungen auf vollkommen software-basierte kybernetische Produktionsprozesse konzentrieren??? (Anm: Kybernetik ist die Lehre von der automatisierten Regelung und Steuerung, also Systemtechnik.)

Jede Waschmaschine, jeder Fotoapparat, jeder Automotor, jedes Smartphone, jedes Kraftwerk, jede Lokomotive, jedes Verkehrsflugzeug, jeder Bruankohlebagger sind heute so – warum sollten Drucksysteme anders sein? Ziel, Ergebnis, Soll-Wert eingeben, Knopf drücken, abwarten, fertig. So sehen moderne Produktionsprozesse aus. Damit sie funktionieren, brauchen wir Ingenieure, Mechatroniker, Servicepersonal. Keine Drucker. Auch keine Setzer oder Reprographen. Auch Kreativ- und Gestaltungsprozesse kann man automatisieren. Das einzige, was es bedarf, sind Templates, Vorlagen, also „Soll-Werte“. Die sind vergleichbar den Entwürfen und Bauplänen im technischen Produktionsprozess. Gefertigt werden dann die Gegenstände durch programmierte Roboter. Satzroboter. Bildroboter. Druckroboter. Die es längst schon gibt. Man nennt sie Scripte, Standards, Workflows.

Printkybernetik, Cyberprinting

Die Zukunft des Druckens – das Rätsel sei aufgelöst – ist **CIP²** (*gesprochen: CIP-square, CIP-Quadrat*). – Hoppla !

Wem der Begriff nicht gefällt, kann ja einen anderen finden; er sollte diesem Paradigma entsprechen:

- ▶ Drucken ist / Drucksachen sind eine Möglichkeit von vielen, ...
- ▶ ... eingebettet in einem Kommunikations-Prozess ...
- ▶ ... mit einem definierten Ziel und Zweck.

Die Abkürzung CIP kann viele bedeuten, nehmen wir als Ausgangsformel ...

- ▶ **CIP: Computer-Integrated Production; ein auf Soft- und Hardware beruhender, verknüpfter und automatisierter Produktionsprozess.**
... und „quadrieren“ es (daher CIP²) ...
- ▶ **CIP: Communication-Integrated Printing; in einen definierten, zielgerichteten und zweckdefinierten Kommunikationsprozess eingebettetes Drucken, Druckprodukte.**

„Modernes“ Drucken ist also sowohl die bedingungslose Integration in vollkommen computer-kybernetische Produktionstechnik und -Prozesse samt ihrer Workflows sowie die Verknüpfung von Print mit anderen Kommunikations- und visuell-grafischen Medien/-Möglichkeiten. Eine prototypische Paradedisziplin in dieser Hinsicht ist „Print-to-web“. Hierin ist Print ein singulärer Schritt in einer ganzen Informations- und Kommunikationskette, die erst als Ganzes ihren Zweck erfüllt.

Printing Reborn

In der Summe ist das das Ende der Druckindustrie, aber zugleich der Beginn und das blühende Weiterleben des „Neuen Druckens“. Grabenkämpfe wie „wird Digitaldruck Offset ablösen“ sind hinrissiger Wahnsinn, der Versuch, Hausstandards – sofern nicht extrem wichtige technische Gründe dies erzwingen – zu etablieren statt Industriestandards zu adaptieren eine Form geistiger Umnachtung. Die Druckindustrie auf Unternehmen zu beschränken, die einem sich so nennenden Verband angehören oder ausbildungsberechtigt sind, ist jämmerliche Hilflosigkeit gegenüber der sich rapide verändernden Realität.

Die Vorteile des bedruckten Papiers sind unverzichtbar; es lohnt sich, diese Kulturtechnik zu erhalten und weiter auszubauen.

- ▶ Papier ist das „menschlichste“ aller Medienplattformen, weil es jedem Leser gestattet, in einer individuellen Geschwindigkeit und situativen Reihenfolge den Inhalt zu erfassen, also im eigenen Takt sozusagen.
- ▶ Materielles hat konkrete Vorteile, die zugleich seine Nachteile sind: die Physis ist zugleich konkreter Beweis (also Dokument im Sinne von echt, wirklich) und ein „über den Tag hinaus“; Papier ist eben lagerfähig. Doch wo es nicht verfügbar ist, ist es nur selten „schnell ma eben beschaffbar“. Papier braucht körperlichen Transport und lokale Anwesenheit.
- ▶ Das Haptische (Be-Greifen) ist pure Emotionalität; das Unterbewusstsein geht mit solchen Quellen anders um als mit flüchtigen (elektronischen) Augen-Blicken.
- ▶ Papier und sein „starker Bruder“, Karton, ist 3D – nicht nur zweidimensionale Fläche. In Kombination mit den physischen Eigenschaften sind Papier bzw. Karton Bühne/Projektionsfläche und mobiler Gegenstand zugleich; Musterbeispiel: Verpackungen.
- ▶ In Kombination mit Veredlung oder Sicherheits-Merkmalen stellt Ge- und Bedrucktes einen realen (Gegen-) Wert dar; prototypisch: Geldscheine, Garantiekunden, Gutscheine/Eintrittskarten und dergleichen.

Für alles gilt: dass dies möglich ist, ist nicht mehr die Sensation und das Außergewöhnliche. Im Gegenteil, auf immer mehr funktional-technischen Wegen ist die Erzeugung dieser Effekte und Produktion der Drucksachen möglich. Dies ist sozusagen „abgehakt“.

Jetzt und in den nächsten Jahren geht es darum.

► **wer—wie—wann—was—wo—warum druckt = produziert.**

Alle Ankerpunkte sind gleichzeitig in Bewegung. Derzeit erleben wir eine Phase der völligen Neuorientierung. Alles ist möglich, nichts scheint sicher – im Sinne von: so geht es garantiert weiter. Die wesentlichen Trends, die dabei zu erkennen sind und die in unterschiedlicher Weise Einfluss nehmen werden sind:

- **Transaction-Printing:** Die „Direktausdrucke“ unmittelbar in der Office- oder IT-Infrastruktur werden mehr und mehr eine Mischung aus Sachdokumenten und Werbung; mal „nur“ dröge Formulare für die Buchhaltung oder Sachbearbeitung, mal eine Mischung aus solchen Anbieter-Kunden-Dokumenten mit zusätzlicher Werbung, 1:1-Kommunikation/-Marketing.
- **Printing on demand:** Ob seitens eines Informationsanbieters (will Infos weitergeben) oder Informationskonsumenten (will Infos für sich selbst speichern, drucken, dokumentieren), immer öfter ersetzen spontane Ausdrucke (ad hoc printing) auf „Bürodruckern“, die mittlerweile fast in jedem Haushalt stehen, die aufwändigen „richtigen“ Drucksachen; dabei stört es nicht, wenn sie von eher geringer Qualität und fehlender buchbinderischer Verarbeitung sind, „lose Blätter“ sind längst gesellschaftsfähig, so wie es auch die selbstgemachte Visitenkarte geworden ist.
- **„E-/P-Split“:** Was sinnvoller Weise digital/elektronisch sein und bleiben kann, ist „im Computer“, nur die „Beweise“, „Dokumente“ werden ausgedruckt. Es ist abwegig und vollkommen sachlich falsch, das „papierlose Büro“ hämisch und ironisch als „nicht existent“ hinzustellen: doch, es ist längst Realität. Nur haben wir heute mehr, sehr viel mehr einzelne Vorgänge, Trans-/Aktionen, Dokumente, so dass insgesamt die Papierflut zugenommen zu haben scheint. Vergessen wir nicht, dass wir heute durchschnittlich in einem Monat soviel Organisations-Produktivität erbringen wie noch vor 20 Jahren in einem halben oder sogar einem ganzen Jahr!
- **Professioneller Digitaldruck** samt seiner gesamten Produktions-Infrastruktur (Formherstellung, Seiten-Individualisierung auf der einen, Verarbeitung/Finishing auf der anderen Seite) schreitet rasch und produktionsstabil sowie kostengünstig fort; die Bedien- und Beherrschbarkeit ist an immer geringere Voraussetzungen gebunden.

- **In der Summe bedeutet das: Drucken findet immer mehr „irgendwo bei irgendwem“ statt, nicht mehr nur in speziellen Druckereien. Dort auch, aber die „eigentlichen“ Druckereien haben kaum noch Umsatz-/Auftragszuwachs (es sei denn durch Abwerbung auf dem Markt oder Schaffung neuer Produkte und Spezialitäten).**

Logisch, dass eine ganze Reihe von Produkten und Nischen bleiben, die ausschließlich dem klassischen Druck als ökonomischer Herstellungsweg vorbehalten sind – noch und im wesentlichen. Beispiele: Verpackungen und Bücher. *Aber auch bei diesen wie anderen Produkten* (ob Visitenkarte oder Katalog, Plakat oder Zeitung/Zeitschrift) *sind längst Möglichkeiten der Kombination von Print und Elektronik/Netzwerke* (eben: Print-to-web) *in der Erprobung oder zum Teil schon Alltag*. Auch hier steht nicht mehr Druck im Mittelpunkt, sondern der *Informations- und Kommunikations-Transfer*. — Es ist **CIP²**.