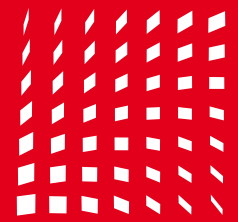


Megatrends der Printing Technologies

Welchen Einfluss haben die Megatrends Nachhaltigkeit und Digitalisierung auf Prozesse, Produkte, Geschäftsmodelle und die Zukunft der Branche?



drupa

no. 1 for printing
technologies



Platform Economy

Zu den Themenbereichen Nachhaltigkeit und Digitalisierung bieten wir Ihnen weitere White Paper zum [pdf-Download](#) an:

Nachhaltigkeit

Ressourceneffizienz

Recycling

Circular Economy

Digitalisierung

Von Print bis Finishing 4.0

Artificial Intelligence

Platform Economy

Connectivity

Plattform Economy

Ob Amazon oder Alibaba, ob Spotify, Uber, Airbnb, Apple oder Facebook: Die Plattform Economy verändert Business-to-Consumer-(B2C)-Märkte in Zeitraffer. Ohne auch nur ein Fahrzeug, eine Wohnung oder einen Song zu besitzen, haben Plattformanbieter die Anbahnung von Geschäftskontakten zwischen Anbietern und Nachfragenden zu ihrem Geschäftsmodell gemacht. Die Intermediäre sind an Börsen mittlerweile sehr viel mehr wert als global agierende Medienkonzerne, Automobilhersteller oder Hotelketten. Dank starker Marken sind sie für Connected Customers in aller Welt die erste Adresse, wenn diese eine Urlaubsunterkunft suchen, Musik oder Filme streamen möchten oder auch nur ihren Einkauf erledigen möchten. Dabei zeichnen sich die erfolgreichsten Anbieter durch digital optimierte Bestellabwicklung, einfache und transparente Zahlungsprozesse sowie durch intelligente Datenanalysen aus, auf deren Basis sie ihre Dienstleistungen und Angebote immer zielgenauer auf Kundenbedürfnisse ausrichten und diese optimal befriedigen können. In einer zunehmend digitalen Gesellschaft erobern die Akteure der Plattform Economy eine B2C-Branche nach der anderen. Auch wenn es kritische Töne gibt, nimmt die Offenheit der Endverbraucher für die Nutzung digitaler Plattformen zu. Als Ballungszentren im World Wide Web ziehen sie nicht nur Kunden an, sondern auch immer mehr Anbieter - was das rasante Wachstum der Plattformen weiter befeuert.

Vergleichbare Tendenzen sind in der Print-Community zu beobachten. So ergänzen die ersten großen Online-Print-Shops ihre Plattformen, indem sie ihre Kunden mit externen Anbietern von Grafik, Design, Text und anderen kreativen Diensten zusammenbringen. Hierfür kooperieren sie teils mit Crowdsourcing- oder Crowdworking-Plattformen**. Das Etablieren von Plattformen, um der eigenen Kundschaft bequemen Zugang zu externer Kompetenz zu verschaffen, liegt auch bei Technologie-Anbietern im Trend. Im Idealfall entstehen Ökosysteme, die etablierte Unternehmen und kreative Start-ups vernetzen, in denen sich Innovationspartner für die Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle finden und auf denen externe Partner Apps anbieten, die Anwender bei der Auswertung und intelligenten Nutzung gesammelter Maschinen- und Prozessdaten unterstützen.

Letztlich geht es darum, auf solchen Plattformen den Austausch von komplementären Kompetenzen anzuregen. Wo Partner von- und miteinander lernen und ihre jeweiligen Perspektiven auf die Chancen und Risiken von Digitalisierungsprojekten austauschen, steigern sie ihre Digital Readiness. Dazu gehört es, langjährig eingeübte Methoden zu hinterfragen und sich für oft agile digitale Workflows zu öffnen. Denn es zeigt sich über viele Branchen hinweg, dass Wettbewerb zunehmend darüber ausgetragen wird, wie effektiv die Anbieter Daten zu Informationen veredeln, die ihnen und ihren Kunden den größten Nutzen bringen. Wer sich damit nicht beschäftigt, wird das mittlerweile so oft in Zeitraffer ablaufende Innovationsgeschehen nicht prägen, sondern perspektivisch davon überrollt. Als branchenübergreifender Megatrend birgt der Weg zur Plattform Economy so manche Unwägbarkeit. Klar ist aber schon heute: Am schnellen Aufbau von digitalen Kompetenzen führt für Unternehmen kein Weg mehr vorbei.



Weiterführende Informationen

*Einführende Überblicksstudie von Roland Berger und VDMA findet sich hier zum [Download](#)

**Ein prominentes Beispiel ist Flyeralarm <https://www.beyond-print.de/news-flyeralarm-mit-neuem-crowd-designservice/>