

# drupa Essentials of Print



An dieser Stelle veröffentlichen wir eine Artikelreihe von Designern, brand ownern, Journalisten, Influencern und Akteuren der Druckindustrie. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit diesen Experten, die unsere **drupa Essentials of Print** mit frischen Impulsen, fundiertem Fachwissen und bemerkenswerter Erfahrung bereichern. Alle diese Artikel werden es den Besuchern ermöglichen, eine Welt zu verstehen, die sich seit der Gründung der drupa 1951 dramatisch verändert hat und sich weiter entwickeln wird. Unterschiedliche Beobachtungen und Wahrnehmungen einer Branche, die in einer sich schnell verändernden Welt nach Innovationen sucht. Folgen Sie Ihrem Instinkt, ganz nach dem Motto "embrace the future".

**Gerne stellen wir Ihnen diesen Fachartikel zur Verfügung und freuen uns, wenn Sie ihn veröffentlichen.**

**BE INSPIRED!**

Good reading.

Sabine Geldermann & Team

## Deborah Corn - Der Mythos vom globalen Printnetzwerk.

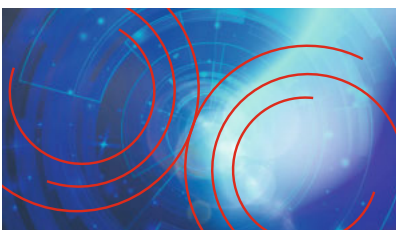


### VITA

Deborah Corn ist Intergalactic Ambassador im Printerverse des Print Media Centr, darüber hinaus „Print Buyerologist“, international gefragte Referentin und Bloggerin, Host des Printerverse Podcasts, Initiatorin von Print Production Professionals, der führenden Print-Gruppe auf LinkedIn, Head Girl bei Girls Who Print, Gastgeberin des #PrintChat (mittwochs um 21 Uhr auf Twitter) und Gründerin des #ProjectPeacock. Zudem hat sie den International Print Day ins Leben gerufen. Deborah Corn wurde vielfach prämiert, beispielsweise mit dem Girlie Award 2016 von Girls Who Print und dem Top Cat Award 2017 der Clemson University.

Sie hat einen Sitz im Vorstand des Advertising Production Club of NYC und des Magazine Innovation Center der University of Mississippi. Mit mehr als 25-jähriger Erfahrung als Medienproduktionserin in der Werbebranche versorgt sie nun Druck- und Marketingprofis über das Print Media Center mit Ressourcen und „Printspirationen“. Hinter den Kulissen unterstützt sie zudem Druckdienstleister, Technologieanbieter und Branchenorganisationen – immer mit dem Ziel, starke Kundenbeziehungen zu ermöglichen sowie Social-Media-Aktivitäten und Content-Marketing-Projekte zum Erfolg zu führen.

**drupa Essentials of Print August 2019**



**drupa  
content  
contributor**



no. 1 for printing  
technologies

**Messe  
Düsseldorf**

# Deborah Corn - Der Mythos vom globalen Printnetzwerk.

Bei zahlreichen Veranstaltungen bin ich als Ihr selbst ernannter Intergalactic Ambassador dabei! Mir ist aufgefallen, dass in vielen Gesprächen die Bildung eines unabhängigen globalen Printnetzwerks diskutiert wird, dessen Mitglieder alle dieselbe Drucktechnologie nutzen.

Theoretisch ist diese Idee gar nicht abwegig. Es braucht dazu lediglich eine Gruppe von Druckdienstleistern, die dieselbe Drucktechnologie nutzen und auf dieser Basis Kundenaufträge über Länder und sogar Kontinente hinweg gemeinsam bearbeiten. Bestehende Printnetzwerke zeigen schon jetzt sehr erfolgreich, wie es geht. Cimpress, das Mutterunternehmen von VistaPrint, ist vielleicht das bekannteste Beispiel, aber nicht das einzige: Auf ganz ähnliche Weise wird unter anderem bei Gelato, Cloudprinter und HappyPrinting zusammengearbeitet.

Theoretisch können Druckdienstleister, die sich zu einem Netzwerk zusammenschließen, an mehr Standorten mehr Services anbieten und Kunden ganz gezielt mit lokalen Konzepten unterstützen. Vielleicht haben Sie schon einmal versucht, ein Wortspiel oder einen flotten Spruch zu übersetzen? Das klappt nicht immer - genauso wenig wie ein kostengünstiger Versand, wenn zwischen Absender und Empfänger Ozeane liegen. Engpässe, Wartezeiten, Zollverzögerungen... Globale Lieferungen können nervenaufreibend sein und Margen darunter leiden. Ein Netzwerk, das Druckdateien zur Produktion vor Ort weitergibt, könnte Abhilfe schaffen.

Im Idealfall ähnelt es einem präzise abgestimmten System für das Farbmanagement. Nach der Farbfreigabe werden die Farbwerte im Netzwerk übermittelt, sodass man in Denver dasselbe sieht wie in Dresden - einmal, immer wieder. Theoretisch wäre auch das vom Kunden ausgewählte Substrat - ob Papier, Kaffeebecher oder T-Shirt - für das gesamte Netzwerk jederzeit verfügbar. Entsprechend sähen wir in der Weiterverarbeitung das gleiche Muster: Alle Akteure hätten dieselben Schneide-, Perforier-, Falz- und Kuvertiermaschinen.

Soweit die Theorie. Doch wir alle wissen: Zwischen Theorie und Praxis klafft eine Lücke. Schön, wenn einmal alles läuft, wie erwartet! Ist man aber darauf angewiesen, dass wirklich alles immer klappt, kann es leicht brenzlig werden. Der gute Ruf eines Unternehmens ist schnell auch über Landesgrenzen hinweg ruiniert.

## Das Fazit für Sie?

Nun, die Idee des globalen Printnetzwerkes ist spannend und sollte nicht verworfen werden. Ein globales Netzwerk ist eine gute Möglichkeit zur Geschäftsexpansion. Prüfen Sie zunächst distanziert und sachlich, welche Chancen damit konkret für Sie verbunden wären.

Die Zahl der Kunden, die Sie in Ihrer Nähe direkt ansprechen können, ist tendenziell rückläufig. Bestenfalls stagniert sie wohl. Eine grenzüberschreitende Suche nach neuen Ertragschancen und Technologiepartnern ist da eine logische Expansionsstrategie. Doch Expansion - ob international, national oder auch nur in Ihrem Stadtviertel - erfordert die richtigen Beziehungen. Maschinenbauer und Zulieferer, Branchenverbände oder Nutzergruppen streben alle eine zentrale Rolle im Netzwerk an. Ihr ureigenes Interesse das Netzwerk federführend zu formen, ist direkt verbunden mit dem potentiellen Verkauf von Produkten, Dienstleistungen und Mitgliedschaften.

Angesichts einer Vielzahl von Fusionen und Übernahmen scheint es ratsam die Konstruktion eines Netzwerks in Eigenregie zu übernehmen.

Mit Blick auf den Wettbewerb drängt sich noch eine weitere Frage auf: Warum sollte ein Druckdienstleister Interesse daran haben, mit vielen anderen ähnlich aufgestellten Dienstleistern zu kooperieren? Geht es nicht letztlich um dieselben Aufträge? Was unterscheidet Sie da noch von einem Partner in derselben Stadt, demselben Land? Wäre gegenseitiger Unterbietung, der Differenzierung über den Preis allein, nicht Tür und Tor geöffnet?

Aber nein! Das sehe ich nicht so.

Je stärker Sie sich durch einzigartige Produkte und Dienstleistungen und sich daraus ergebenden Geschäftsmöglichkeiten für Ihre Kunden von der Konkurrenz abheben, desto größere Chancen haben Sie auf neue Aufträge. Zudem vermeiden Sie ständige Preiskämpfe mit Nutzern derselben Technologie.

## Und genau hier kommt die drupa ins Spiel!

Die kürzeste Verbindung zwischen zwei Punkten ist eine Gerade; die kürzeste Verbindung zwischen Ihnen und einem zukunftsfähigen Printnetzwerk entspricht genau dem Weg von Ihrem Standort zur Messe Düsseldorf. Vom 16. bis 26. Juni 2020 kann Ihnen die drupa verblüffende Potenziale durch Innovationen und Partner aus aller Welt erschließen. Jede Menge frischer Wind und Technologien, die sonst (noch) keiner hat, für Ihren Maschinenpark und Ihre Expansionsstrategie.

Als ich 2016 durch die 17 Hallen ging, gewann ich eine völlig neue Sicht auf die Druckindustrie. Die Höhe des Innovationstempos und die Fülle der verfügbaren Technologien hatte ich mir gar nicht ausmalen können. Die drupa dreht sich um die Zukunft von Print. Und Print ist die Zukunft der drupa. Eine Weltleitmesse im Vier-Jahres-Rhythmus, auf die zahllose Unternehmen ihre

Produktentwicklung ausrichten. Innovationen hält man für die drupa parat. Sie können zu Hause bleiben und Pressemitteilungen lesen oder Sie können vor Ort dabei sein und sehen, staunen, mit Top-Entscheidern sprechen sowie Chancen ergreifen, bevor es Ihre Mitbewerber tun.

Die drupa ist Synonym für globales Networking. Nahezu im Minutentakt gibt es packende Präsentationen, Seminare und Demos, bei denen Sie leicht auf Gleichgesinnte treffen. So entstehen Partnerschaften oder Freundschaften - und eben auch Netzwerke!

Auf der drupa 2020 richten wir eine neue Sonderschau ein, dna - drupa next age. Dieses Messe-Highlight ist Start-ups und Innovationsführern gewidmet, die neue Ideen und Technologien für die Printwelt vorstellen. Zählen auch Sie zu diesen Trendsettern? Dann besuchen Sie [www.drupa.de/dna-de](http://www.drupa.de/dna-de) und sichern sich rechtzeitig Ihren Platz!

Zu guter Letzt: Sie möchten jetzt gleich beginnen, in aller Welt neue Kontakte zu knüpfen? Dann lade ich Sie herzlich in mein eigenes globales Netzwerk ein! Das Printerverse bietet auf der drupa 2020 elf Tage voller kostenfreier Seminare, Events und Podiumsdiskussionen. Ein Programm, das ganz im Zeichen von Innovation, Partnerschaften... und, ja, eines globalen Printnetzwerks steht!

Bis bald... **Print Long and Prosper!**

## **Aus „dip!“ wird „dna - drupa next age“**

Neues entsteht durch die Rekombination von DNA. Dieses Grundprinzip der Evolution gilt auch in der Technik. Unkonventionelle Synthese von bestehenden Ansätzen führt zu Innovation. Besonders produktiv wird es, wenn sich kluge Köpfe austauschen, die sonst wenig Berührungspunkte haben.

Eine Weltleitmesse wie die drupa bietet sich als Treffpunkt an - denn ab dem 16. Juni 2020 kommt die Crème de la Crème der Print- und Packagingindustrie in Düsseldorf zusammen. Um die richtigen Expertinnen und Experten zusammenzubringen, richten wir eine neue Sonderschau ein: dna - drupa next age.

Die Sonderschau richtet den Fokus auf Zukunftsthemen und regt dabei den produktiven Austausch von Global Playern, Start-ups und innovativen Mittelständlern an. Aufbauend auf der Start-up Area des drupa innovation park (dip!) und in ein neues Hallenkonzept eingebettet, haben Innovatoren aus der Start-up-Szene hier die Gelegenheit, neue Produktideen, Dienstleistungen und neue Ansätze im Bereich relevanter Querschnittstechnologien zu präsentieren - sei es in Form von Best Practices oder Business Cases.

Lesen Sie mehr auf [www.drupa.de/dna-de](http://www.drupa.de/dna-de).