



7 Probleme, die nur Druckereiunternehmer verstehen.

7 Probleme, die nur Druckereiunternehmer verstehen.

1. Über schlechte Preise klagen und wenig dagegen tun. In der Branche gibt es nur sehr wenige Unternehmen, die konkrete Preisdurchsetzungsstrategien entwickeln und diese konsequent, Jahr für Jahr, verfolgen. Vertriebsmitarbeiter werden oftmals noch nach Umsatz- oder Rohertragssteigerungen bezahlt, ohne die immer schlechteren Margen zu sanktionieren. Das Unternehmen wird so vom Vertrieb gezwungen, immer mehr und effizienter zu produzieren. Ein Wettlauf, der schon heute mancher Druckerei große Sorgen bereitet.
2. Die Branche schelten, ohne zu merken, dass man bald nicht mehr dazu gehört. Es sind vor allem die Schwächsten der Branche, die sich besonders laut über die allgemeine Branchensituation beklagen. Dass sie sich damit einen Bärendienst erweisen, versteht sich von selbst. Die Druckindustrie ist im Wandel und muss ihre Kapazitäten im konventionellen Druckbereich an die Nachfrage anpassen. Gleichzeitig bietet die Druckindustrie fantastische digitale Geschäftsmodelle, die durch kein anderes Medium substituiert werden können. Wer den Transformationsprozess beherrscht, stellt die Weichen für ein nachhaltiges und profitables Wachstum seines Unternehmens. Wer jedoch ständig den Status quo anprangert und auf bessere Zeiten wartet, verliert den Blick für die Chancen und vergeudet wertvolle Zeit.
3. Online-Druckereien machen Wettbewerber zu Kunden. Viele Druckereien sehen die Online-Druckereien mit gemischten Gefühlen. Auf der einen Seite bewundern sie die schlanken und effizienten Herstellungsprozesse, auf der anderen Seite klagen sie über den Preisverfall bei Standardprodukten wie Flyern und Visitenkarten. Dabei sind die großen Online-Druckereien längst zu bevorzugten Lieferanten ihrer professionellen Kritiker geworden. Wir schätzen, dass mehr als 50 Prozent aller Aufträge von Druckereien vergeben werden. Weitere 30 Prozent der Online-Aufträge werden von Werbe- und Produktionsagenturen platziert. Privatpersonen spielen so gut wie keine Rolle - auch wenn uns das so manche Bandenwerbung in den Fußballstadien suggerieren mag.
4. Abhängigkeit von wenigen Kunden. Immer wieder müssen wir in der Fachpresse lesen, dass durch den Verlust eines großen Kunden eine renommierte Druckerei Insolvenz anmelden musste. Neben dem Verlust von vielen Arbeitsplätzen und den persönlichen Konsequenzen für den Unternehmer ist besonders schockierend, dass bereits durch den Verlust eines einzigen Kunden ein Unternehmen ruiniert werden kann. Sind das vielleicht auch dieselben Druckereien, die es nicht mehr schaffen, ihre Preise im Markt durchzusetzen? Die starke Abhängigkeit der Druckereien von wenigen Kunden ist eines der Kernprobleme der Branche. Wer sich angesprochen fühlt, sollte jetzt beginnen, das zu ändern.
5. Der Markt - das unbekannte Wesen. Um es gleich vorweg zu sagen. Die wenigsten Druckereien kennen ihre Märkte (siehe Punkt 4). Statt sich für eine professionelle Aufbereitung ihrer relevanten Marktdaten zu kümmern, überlassen sie diese Arbeit lieber ihrem Außendienst. Ein teurer und ineffizienter Weg. Dabei war es nie so einfach wie heute, Daten über potenzielle Kunden zu recherchieren (Internet) und mit der Unterstützung einer Datenbank (CRM) systematisch zu bearbeiten. Regelmäßige Kundenanalysen liefern jedem Unternehmen das nötige Wissen, um im Wettbewerb zu bestehen.
6. Tarifgebunden - wie lange noch? Die Leidenschaft der Druckereien, die sich einem Tarif unterordnen, ist schon bewundernswert. Da haben die Gewerkschaften in den letzten Jahren alles unternommen, den Strukturwandel in der Branche zu ignorieren, um mit stoischer Gleichgültigkeit an den Errungenschaften aus besseren Tagen festzuhalten. Gewerkschaftler lassen lieber einen Druckereibetrieb scheitern, statt sich selbst zu reformieren. Der aktuelle Manteltarifvertrag behindert jeden innovativen Druckunternehmer und schadet der Wettbewerbsfähigkeit der Druckindustrie. Dabei geht es nicht, wie vielfach kolportiert, ausschließlich um niedrige Lohnkosten, sondern in erster Linie um Flexibilität und eine kundenfreundliche Organisation. Wenn Tarifpartner, wie gerade erst geschehen, mit dem Ergebnis ihrer Verhandlungen zufrieden sind, dann läuft etwas schief in dieser Branche.
7. Krisen werden allein gelöst. Es ist mittlerweile eine Binsenweisheit, dass so manche Druckerei noch leben könnte, wenn der Unternehmer sich rechtzeitig gegenüber seinen Führungskräften und externen Beratern geöffnet hätte. Die Gründe sind vielfältig, warum das nicht geschieht. Zum einem fällt es jedem schwer, über das mögliche Scheitern des eigenen Unternehmens zu sprechen, und zum anderen fehlt oftmals der Glaube (Ignoranz!), dass andere noch zu Lösungen kommen könnten, die geeignet wären, das Überleben zu sichern. Das größte Versäumnis mancher Unternehmer besteht jedoch nicht darin, die Existenzkrise nicht erfolgreich gemeistert zu haben, sondern darin dass sie zu einem früheren Zeitpunkt einfach wichtige Krisensignale (Umsatzverluste, Margenrückgang, Verlust guter Mitarbeiter, etc.) ignorierten. Frei nach dem "kölsche Jrundjesetz": "Et hät noch immer jot jejanne!"

Über Apenberg & Partner
Partner gehört zu den führenden Unternehmens- und Personalberatern in den Märkten Druckindustrie, Printmedien, Verpackungs- und Industriedruck. Seit unserer Gründung im Jahre 1987 in Hamburg, haben wir mehr als 250 mittelständische Unternehmen und Konzerne erfolgreich beraten. Ansprechpartner für weitere Informationen:
Frau Bettina Weiß
Telefon: (040) 450 121 43
Telefax: (040) 450 121 20
E-Mail: presse@apenberg.de
Apenberg & Partner GmbH
Print Business Consultants
Ulmenstraße 21
22299 Hamburg
www.apenberg.de
www.gain-europe.eu

Pressekontakt

Apenberg & Partner GmbH

22299 Hamburg

presse@apenberg.de

Firmenkontakt

Apenberg & Partner GmbH

22299 Hamburg

presse@apenberg.de

Apenberg & Partner gehört in Deutschland zu den führenden Beratern der Medien und Druckindustrie. Gemäß unserem Leitsatz "Veränderung braucht Partner" stehen wir für wirksame und nachhaltige Verbesserungen von GuV und Bilanz, hinterlegt durch erstklassige Referenzen. Die Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen strategisches Management und Innovation, Prozessmanagement und Organisation, Suche und Auswahl von Führungskräften und Spezialisten, Turnaround-Management und der Kauf und Verkauf von Unternehmen. Hinter Print Business Consulting verbirgt sich mehr als 25 Jahre erfolgreiche, branchenorientierte Beratung für Druckunternehmer und Verleger. Seit der Gründung des Unternehmens haben wir mehr als 700 Beratungsprojekte für unsere Klienten durchgeführt.