

INSIDER



Jochen Schulz (43) ist Inhaber von Schulz Consulting. Zuvor war er in großen Rollenoffsetdruckereien in leitender Funktion tätig. Er berät heute sowohl Druckanbieter in den Bereichen Vertrieb, Marketing und CRM als auch Druckeinkäufer beim Auftragsmanagement. Heute blickt er auf die neuen Chancen des Kundendialogs im Web 2.0.

Ungefilterter Kundendialog durch Social Media

Willkommen, liebe Druckkollegen, im neuen Kommunikationszeitalter! Smartphones, iPad und das Web 2.0 haben Einzug in unser Leben genommen. Seit der revolutionären Erfindung des Internets vor rund 20 Jahren erleben wir eine rasante Entwicklung in Sprache, Kommunikation und Medien – leider nicht ohne wirtschaftliche Konsequenzen für die Druckbranche. Wurden anfangs Infos im Web nur bereitgestellt und konsumiert, sind wir heute im interaktiven „Mitmach-Web“ angekommen. Social Media bescheren uns Netzwerke, Foren und Blogs – allen voran Facebook, Twitter und Youtube. All diese Tools ermöglichen schnellen, ungefilterten Dialog und direkte Vernetzung „unlimited“. Ist das nicht paradox?

Während wir bei den klassischen Kommunikationswegen wie Telefon und E-Mail wachsende persönliche Abschottung und Datenschutzbeschränkungen erfahren, spielt sich im Web 2.0 genau das Gegenteil ab: Hier „sharen“ Nutzer freizügig persönliche Informationen und sind für alle Welt direkt erreichbar.

Im B2B ergeben sich dadurch ganz neue Chancen im Kundenkontakt. Werbung, Unternehmens-/Produktkommunikation und Serviceangebote lassen sich schnell und effizient an Communities verbreiten. Reichweite und Bekanntheit werden erhöht. Einträge von Kunden geben uns ein exaktes Meinungsbild zu Image und zur Bewertung unserer Produkte, Dienstleistungen und Mitarbeiter. Dieser ungehemmte und ungefilterte Austausch bedeutet eine neue, gewaltige Dimension im Kundendialog: Mitmachen ist da längst keine Option mehr, sondern eine Überlebensstrategie! Facebook, als mittlerweile größtes soziales Netzwerk, hat allein in Deutschland rund 19 Millionen User – also statistisch ist jeder Vierte bereits registriert. Darunter finden sich auch

unzählige Präsenzen von Unternehmen. Der Facebook-Auftritt deutscher Druckereien steckt allerdings noch in den Kinderschuhen. Hier finden wir nur wenige Hundert Einträge, nahezu ausschließlich von reinen Online-Druckereien und online-affinen Druckereien mit einem Shop-Angebot. Diese nutzen strategisch ihre wachsenden Fangemeinden über den „Gefällt mir“-Button und profitieren davon. Ähnlich



Der Facebook-Auftritt deutscher Druckereien steckt noch in den Kinderschuhen.

gering, wenn doch merklich wachsend, zeigt sich die Branche im Business-Netzwerk „Xing“ mit knapp über 1 000 Einträgen zum Merkmal „Druckerei“. Dort lassen sich themenspezifisch über Profile und organisierte Themengruppen mit Angeboten wie Newsletter, Aktionen und Events direkte Kontakte erschließen und pflegen. Doch wo ist der Rest unserer rund 10 000 Druckbetriebe? Ich kann, nicht zuletzt aus eigener Erfahrung, nur an Sie appellieren, dieses Potenzial des modernen Kundendialogs nicht ungenutzt zu lassen. Denn Social Media ist längst kein überbewerteter Hype mehr, sondern beschreibt eine veränderte Realität und Lebensweise, die eine neue Generation von Kunden und Nachwuchskräften – auch in unserer Druckbranche – prägt.

→ Ihre Meinung? insider@print.de
→ Im nächsten DD: Petar Atanasov über Erfolgsmessung bei Verkäufern

DDVG überweist 7,7 Mio. Euro an die SPD

Medienholding steigert 2010 das Betriebsergebnis

Die Medienholding der SPD, die Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft mbH (DDVG, Berlin), hat im Geschäftsjahr 2010 ein Betriebsergebnis von 20 Mio. Euro erzielt – das sind 3,1 Prozent mehr als im Vorjahr. Dem Jahresbericht zufolge betrug der operative Cashflow 19,2 Mio. Euro und übertraf damit den Vorjahresbetrag um 57%. Die SPD-Schatzmeisterin Barbara Hendricks zeigte sich „zufrieden, dass die DDVG in einem schwierigen Marktumfeld ein respektables Ergebnis erwirtschaftet hat.“

Die DDVG ist vor allem an Zeitungsverlagen und Zeitungsdruckereien beteiligt. In Braunschweig, Lübeck und Bayreuth gehören ihr auch Akzidenzdruckereien.

Dem Geschäftsbericht zufolge haben die Tageszeitungen im Werbemarkt 2010 erneut Marktanteile verloren. Dabei sanken die Gesamtumfänge bezahlter Anzeigen im Vor-

jahresvergleich um 5%. Auf den Umsatzrückgang reagierten auch die Verlagshäuser, an denen die DDVG beteiligt ist, mit Kostensenkungsmaßnahmen, heißt es in der Mitteilung weiter.

Bilanzielle Maßnahmen in einer Höhe von rund 23 Mio. Euro wurden laut DDVG verwendet, um die Finanzstruktur einiger Beteiligungsunternehmen zu verbessern. Dadurch betrage der Jahresfehlbetrag des vergangenen Jahres 14 Mio. Euro. Hauptprofiteur dieser Bilanzmaßnahme sei die Druck- und Verlagshaus Frankfurt a.M. GmbH („Frankfurter Rundschau“). Aufgrund der sehr guten Eigenkapital- und Liquiditätssituation der DDVG werden 2011 an die Gesellschafterin SPD wie im Vorjahr 7,7 Mio. Euro aus dem Gewinnvortrag ausgeschüttet. Nach Steuern beträgt der Liquiditätszufluss bei der SPD rund 6,5 Mio. Euro.

Besuchen Sie uns:
Labelexpo Europa in Brüssel/Belgien
28.09. bis 01.10.2011
Stand 11, Stand 113114

twin_check

- schnelle Verfügbarkeit nach Produktionsstart dank kürzester Einrichteseiten
- intelligentes Fehlermanagement einsehbar
- Druckfehlerbeziehung
- Inspektion von reifen, bereiten und transparenten Materialien
- Komplett integrierte Bahnbeobachtungsfunktion mit ohne zusätzliche Kameras

twin_check wächst mit Ihren Anforderungen!
Einfache Integration von zusätzlichen Kameras, In-line Farbmessung, Barcode Inspektion u. v. m.

100% Druckbild-
inspektion

www.eltromat.de

eltromat GmbH
Herfordler Straße 249 - 251
33818 Leopoldshöhe | Deutschland

T +49 5208 987-600
F +49 5208 987-649
info@eltromat.de