

Situation in der Druckindustrie

von Prof. Dr. rer. oec. Heinz-Reiner Treichel, Bergische Universität Wuppertal

In die moderne Druck- und Medienproduktion hielt die Digitalisierung in einzelne Verfahrensabschnitte bereits in den siebziger Jahren des 20. Jahrhunderts Einzug (z.B. elektronische Scanner zur Bildvorlagenabtastung statt der bislang gebräuchlichen Reprokameras). Wesentlich beschleunigt wurde der Prozess der Digitalisierung der Produktion und Verfahrenswege seit den neunziger Jahren, wobei insbesondere das Internet völlig neue Möglichkeiten auch für Produkt- und Dienstleistungsinnovationen eröffnete.

Trotz immenser Innovationsanstrengungen der Hersteller und Zulieferer, der Anwender sowie der Interessenvertretungen und Ausbildungsinstitutionen hat die Digitalisierung etwa seit der Jahrtausendwende zu tiefgreifenden Strukturumbrüchen in der Druck- und Medienbranche mit zum Teil gravierenden negativen Effekten geführt: so hat sich beispielsweise die Zahl der Unternehmen von etwa 15.000 Unternehmen auf aktuell ca. 9.000 Unternehmen fast halbiert. In fast gleichem Maße ist die Zahl der Beschäftigten von etwa 220.000 zur Jahrtausendwende auf aktuell etwa 140.000 Beschäftigte zurückgegangen.

Heute können bei den innovationsführenden Unternehmen der Branche in verschiedenen Produktionsbereichen Elemente der Automatisierung, systemübergreifenden (Selbst-)Steuerung und Vernetzung identifiziert werden. Auch die administrative Abwicklung und Steuerung kann vollständig digitalisiert erfolgen, wenn Kunden ihre Bestellungen (einschließlich des Bezahlvorgangs) mittels web-to-print-Funktionen über Internetplattformen abwickeln und ausgebaute Enterprise Resource Planning Systeme (ERP) installiert sind. Gerade im Bereich E-Business-Print konnten innovative Anbieter durch neue Geschäftskonzepte erhebliche, teilweise exponentielle Wachstumsprozesse generieren (z.B. Unternehmen Flyer-Alarm als Marktführer). Allerdings besteht in Unternehmen der Branche häufig ein Missverständnis hinsichtlich der Konzeption einer Industrie 4.0, wenn angesichts der realisierten Produktionskonzepte das Label „Druck- und Medienindustrie 4.0“ für den erreichten Technikstand reklamiert wird. Insbesondere bestehen in der Branche kaum „4.0-Konzepte“ für die Ausgestaltung der Mensch-Maschine-Schnittstelle, die Gestaltung der Aufgaben und Tätigkeitsstrukturen sowie von Arbeitsprozessen und letztlich der gesamten Unternehmensorganisation im Betrieb und unternehmensübergreifend entlang der Medien-Wertschöpfungskette. Für den Bereich der Ausbildung, Weiterbildung und für das produktionsnahe Lernen im Arbeitsprozess liegen zudem branchenweit keine Konzepte vor, die explizit einen Wandel zur zukunftsfähigen Arbeitswelt in der Druck- und Medienbranche adressieren können.

In der Summe ist festzuhalten, dass aktuell bestenfalls vorrangig eine technik-zentrierte Vorstellung über die Zukunft der Arbeit im digitalen Wandel der Druck- und Medienbranche besteht. Auch auf der Basis eines überdurchschnittlichen Standes der Digitalisierung einzelner Produktionsschritte stellen die aktuell unter dem Stichwort Industrie 4.0 diskutierten Entwicklungen der Digitalen Transformation insbesondere für die kleinen und mittleren Unternehmen der Druckindustrie eine große Herausforderung dar. Das Innovations- und Technologiemanagement sowie das technik- und verfahrenstechnische Know-How in den Unternehmen können in der Breite der beschriebenen Dynamik meist nicht folgen. Insbesondere besteht regelmäßig keine zukunftsorientierte Strategie für die Nutzung der Potenziale der Digitalen Transformation, um Wachstum und Beschäftigung in den Unternehmen der Branche zu generieren. Dies gilt insbesondere für kleinere Unternehmen unter 50 Beschäftigte, die den Großteil der Branchenstruktur darstellen.

Es besteht aktuell ein dringender Bedarf für einen entsprechenden ganzheitlichen (systemischen, interdisziplinären, beteiligungs- und lernorientierten) Innovationsansatz zur Nutzung der Potentiale der Digitalen Transformation für die nachhaltige Sicherung von Beschäftigung und Wachstum in der Druck- und Medienbranche.