

Schweiz: Web-to-was?

Abwarten, bis der Pleitegeier kommt. Das scheint wohl die Mentalität vieler Druckerei-Manager und -Unternehmer zu sein. Eine Umfrage zu web-to-print in der Schweiz lässt einen fragen, ob die Branche weiß, was sie tut. Respektive eben nicht tut.

Wie darf man "Zukunft machen" verstehen? Etwa so, dass zahlungswillige Menschen einen Produzenten bitten, doch bitte mal so nett sein und sich überlegen, ob er so freundlich sein könnte, gegebenenfalls bei Gelegenheit einmal vielleicht in Dinge zu investieren, die den zahlungswilligen Menschen, oft Kunden genannt, von einem nicht ganz unerheblichem Vorteil sind? Darf man das? Ach was, man muss es, wenn man liest, was Drucker(eien) denken.

Schlimmer gehts nimmer. Immerhin die Hälfte schweizer Druckereien, die an einer Umfrage im renommierten Internetportal mediaforum.ch teilnahmen, sitzen schlichtweg auf dem faulen Arsch und warten, bis ihnen die Tauben ins Maul fliegen. Oder wie anders muss man interpretieren, dass $47+3=50\%$ der Antwortenden erst mal die Kundenbedürfnisse oder generell abwarten wollen und weitere $12+1=13\%$ den Markt negieren. Und nur knapp $1/3$ die Möglichkeiten bejaht, die in web-to-print liegen. Thomas Paszti, der Betreiber und Redaktor, fragt in seiner charmant-süffisanten Art mit triefender Ironie zwischen den Zeilen, ob w2p nicht eher etwas sei, was von Beratern und Fachjournalisten nur künstlich heiß- und hochgekocht würde? Recht hat er ja, so zu fragen, wenn man jetzt die Antworten liest.

Ist es auch Ironie, wenn ein Zehntel der Branche wirklich auf den Knopf "was ist Web-to-Print" drückt? Ein Direktdemokratievolk, das so stolz auf seine Urwahlen und Volksabstimmungen ist, geht sicherlich nicht leichtfertig mit Voten um. Also wäre, wenn es war ist, dies ein wahrlich schwarzes Brett vor dem Kopf der Branche.

Die Umfrage geht weiter. Warten wir ab, wie es zum Schluss wird.