Innovationskreis Westküste

Branchendialog Medienwirtschaft Schleswig-Holstein

ver.di

Das Projekt wurde gefördert durch die Europäische Union und durch das Land Schleswig-Holstein

Inhalt

Der Innovationskreis Westküste 2

Die Kieler Erklärung 5

Wie positioniere ich mich am Markt? 9

Markt- und Technologieentwicklung in der Medienwirtschaft 11

Die Druckindustrie geht online 13

Wo stehen wir zur Drupa 2000? 13

Kurzbericht zur Drupa 2000? 15

Thesen zum Thema Organisationsentwicklung 17

Noch Fragen? 19

Literaturverzeichnis 20

Thesen zum Thema Organisations-entwicklung

Vom Institut für Arbeitswissenschaft und Unternehmensoptimierung GmbH

diskutiert am 26. September 2000 im
Rahmen des Innovationskreises-Westküste
des Graphischen Berufsbildungswerkes
bei Clausen & Bosse GmbH in Leck

- Drucker stehen vor einem massiven Anpassungsprozess durch andere und neue Kundenansprüche.
- Klassische Printprodukte sichern nicht die Exitenz.
- Die Überschneidungen mit Unternehmen aus anderen Branchen (z.B. Werbeagenturen, Softwarefirmen) insbesondere hinsichtlich Datenhaltung und Aufbereitung oder datenbankgestützes Publizieren nehmen zu.
- Werbeagenturen haben zunehmend ehemals von den Druckbetrieben angebotenen Leistungen übernommen
- Internet und Werbung werden auch von der Druckbranche bedient.
- Lösungen von der Technikfixierung.
- Orientierungen an der Wertschöpfungskette der Kunden.
- Beim Boom im Marketing möchte der Kunde ganzheitliche Lösungen.
- Technologiekompetenz allein reicht nicht mehr, das Denken in Prozessketten ist gefragt.

  Crossmedia-Kompetenz wird benötigt am Markt.
- Mangelhafte Flexibilität, unpräzise Personalentwicklung und eine zurückgehende gegenseitige Loyalität sowohl bei Arbeitgebern wie Beschäftigten wirken sich negativ auf die Branche.
- Neue Formen der Arbeits- und Unternehmensorganisation (z.B. Virtuelle Unternehmer) nehmen zu.
- Zeitkritische Aufträge nehmen zu. Nähe zum Kunden ist ein Wettbewerbsfaktor. Die räumliche Nähe ist nicht alleiniger Vorteil.
- Wettbewerb im Netz, aber auch mit Angeboten aus Billig-Lohn-Ländern.
- Qualifikation,Organisatiuon und Technik stehen in zunehmender Abhängigkeit.
- Warnendes Beispiel:Computer verdrängt Schreibmaschine.
- Bei der Jugend ist das Image des Druckers vergangenheitsorientiert, derzeit fasziniert Multimedia.
- Nachwuchs orientiert sich derzeit mehr nach Image als nach längerfristigen (hinsichtlich Progenosen unsicheren!) Berufschancen.
- Die Druckbranche profitiert derzeit vom Boom im Marketing und in den elektronischen Medien.
- Ein Rückgang des Buchdrucks ist nicht absehbar, elektronische Bücher sind noch ein Nischenmarkt. Schwierigkeit bei der Wahrung der Urheberrechte und mangelhafte Benutzerfreundlichkeit bremsen noch das Wachstum der E-Bücher.
- Papierverbrauch wird weiter wachsen.
- Das Direktmarketing ist massiv im Wachsen.

Drucker werden Mediendienstleister und bearbeiten mit neuen Partnern neue Märkte (Virtuelle Unternehmensverbünde)