

INSIDER



Dr. Anne König (56) ist Professorin für Betriebswirtschaftslehre der Druck- und Medienbranche an der Beuth Hochschule für Technik Berlin. Sie ist gelernte Druckerin und Druckingenieurin mit zehnjähriger Vertriebserfahrung. In Forschung und Lehre beschäftigt sie sich auch mit dem Wandel der Geschäftsmodelle durch die Digitalisierung.

Gehört der 3D-Druck zur Druckindustrie?

Den ersten 3D-Drucker bestellte mein Kollege Prof. Dr. Shahram Hauck 2014 für unser Drucklabor. Für ihn war klar – das ist eine hervorragende Möglichkeit, Neues auszuprobieren und Chancen und Grenzen auszuloten. Unsere immer für Neues aufgeschlossenen Labormitarbeiter nahmen sich des winzigen Neulings an. Es war ein einfacher FDM-Drucker für keine 2 000 Euro, der bereits nach einer Stunde ein erstes Ergebnis – ein kleines Plastikteilchen mit dem Emblem der Herstellerfirma – lieferte.

Jeder, der genügend Zeit, ein motivierendes Ziel und ausreichend Bastlerlaune mitbringt, kann ihn in Gang setzen. Danach heißt es aber lernen, lernen, lernen. Es geht um 3D-Software, 3D-Scanner, um Materialkunde, um Geschwindigkeit und Hitze, um Konstruktionsdetails und mannlöse Fertigung über Nacht. Das Ding ist nämlich extrem langsam!

Mit diesem kleinen Kästchen, das neben einer Digitaldruckmaschine, und erst recht neben all unseren Offset- und Weiterverarbeitungsanlagen, eher lächerlich wirkt, kamen viele neue Themen ins Drucklabor – und wenig Altbekanntes. Als ich unseren gelernten Drucker und Drucktechniker Oliver nach einiger Einarbeitungszeit fragte, was er aus seinem Vorwissen nutzen konnte, sagte er kurz und klar: Nichts. Was soll das also, dass wir uns einer Technik zuwenden, die nichts mit unserem Wissen als Offset- und Digitaldrucker zu tun hat? Drei Antworten.

Erstens: Dieses kleine Plastikemblem der Herstellerfirma ist ein grafisches Kommunikationsprodukt. Wenn heute Mediengestalter die Adobe Creative Suite nicht nur für Layout und Bildbearbeitung, sondern auch für faszinierende digitale 3D-Welten einsetzen, dann ist es doch toll, wenn wir jetzt nicht mehr nur für die 2D-Welt produzieren, sondern auch 3D-Produkte fertigen können. In Windeseile griffen unsere Studierenden die neuen Mög-

lichkeiten der kleinen Plastikteileproduktionsmaschine auf und kreierten zum Beispiel 3D-Schriftzüge für Verpackungen und witzige Merchandisingprodukte.



Der 3D-Druck gehört in praktisch JEDE Branche.

Zweitens: Als der Digitaldruck die Bühne betrat, haben nicht wenige in unserer Branche gelästert und gemeint, dass das nichts mit uns zu tun hat. Wir machen Auflage und nicht so einen Spielkram, hieß es bis in die 90er Jahre hinein. Und schon diese Plastikkonstruktionen! Das wird nie was mit der Registerhaltigkeit! Und heute: Wissen wir, dass Digitaldruck selbstverständlich zu einer dienstleistungsorientierten Druckerei dazu gehört.

Drittens: Wenn es Neugründungen gelingt, aus dem Nichts heraus interessante Geschäftsmodelle rund um den 3D-Druck zu entwickeln, warum dann nicht auch gut geführten Unternehmen, vielleicht so wie bei der Integration der digitalen Medien in den 90er Jahren mit einer Ausgründung? Wir sind nicht in einer Wachstumsbranche, müssen uns also neue Geschäftsfelder erschließen – oder uns verkleinern wenn nicht sogar den Markt verlassen.

Der 3D-Druck gehört zur Druckindustrie – aber aufgepasst! Der 3D-Druck gehört in praktisch JEDE Branche. Ob in der Medizintechnik als 3D-gedruckte Implantate, in der Architektur zum Druck des Entwurfs, im Baugewerbe zum Druck von Gebäuden aus

Zement, im Maschinenbau für metallische Prototypen oder Sonderkonstruktionen, die man nie gießen könnte – der 3D-Druck revolutioniert ganze Branchen. Und so wie jede Branche ihr Geschäftsmodell um die Möglichkeiten des 3D-Druckes – der richtigerweise additive Fertigungstechnik genannt werden muss – erweitert, so müssen wir uns dieses neuen Themas annehmen. Und wenn man sich dann unseren 3D-Drucker mit Gipspulver im Architekturlabor ansieht, der die äußeren Pulverränder im Inkjet in CMYK bedruckt, dann freut sich unser Color-Management-Experte Prof. Florian Süßl schon auf neue Anwendungsmöglichkeiten seines Wissens.

Digitale Vorstufe, Color-Management und Produktionsknowhow – kontinuierliches Lernen ist der Druck- und Medienbranche ein ständiger Begleiter. Bleiben wir auch in der dreidimensionalen Welt dran.

↳ Ihre Meinung? insider@print.de