



Photoshop

professionell . praxisnah . produktiv

service

News

- IMHO*: Wird der Print-Markt jetzt endgültig kaputtgemacht?
- April, April... Adobes Update-Rückzieher
- Alles neu macht der Mai: Aus »Adobe Carousel« wird »Adobe Revel«

Software & Plug-ins

- Wird Lightroom 4 der lang erhoffte große Wurf?

Tipps & Tricks

- Wenn das Trackpad nervt...

IMHO*: Wird der Print-Markt jetzt endgültig kaputt gemacht?

* IMHO: „In My Humble Opinion“ oder übersetzt: „meiner unbedeutenden Meinung nach“ – im Web übliche Kennzeichnung für einen subjektiven Kommentar

Der Markt der Druckereien ist in Unruhe – schon seit einiger Zeit. Das Internet nagt gewaltig am Umsatzvolumen der Print-Branche. Das ist zu einem gewissen Teil verständlich und natürlich, denn viele Informationen lassen sich heute rein digital schneller, preisgünstiger und mit mindestens vergleichbarer Wirkung publizieren als aufwendig gedruckt.

Viele etablierte, seriöse Unternehmen aus der Druckbranche haben das Internet inzwischen jedoch auch als ausgezeichnetes Mittel zur Akquise neuer Kunden und Zielgruppen entdeckt und verkaufen ihre Produkte und Dienstleistungen heute ebenfalls online. Das gereicht beiden – den Druckereien und ihren Kunden – zum Vorteil.

Raubfische im Biotop

Wo sich ein neues Biotop bildet, schleichen sich aber auch schnell Raubfische ein und wildern mit unlauteren Methoden. Ein international tätiges Unternehmen tut sich dabei in letzter Zeit besonders unrühmlich hervor. Es bewirbt seine Angebote online und konventionell aggressiv mit Gratis- und Fast-gratis-Offerten.

Wie sein Geschäftsmodell funktioniert, kann man auf wikipedia.de nachlesen: „Die Druckerzeugnisse werden *weit unter Herstellungskosten* angeboten, da das eigentliche Geschäft [...] der *Handel mit den Daten der Kunden* ist, die aus den Anmeldeformularen, Zahlungsinformationen und *Druckauftragsinhalten* gewonnen werden.“

Gegen ein solches Geschäftsmodell wäre eigentlich nicht unbedingt et-

was einzuwenden. Schließlich haben früher Sportvereine ihre Vereinszeitschrift von der örtlichen Druckerei auch billiger bekommen, wenn diese dafür in der von ihr produzierten Drucksache Werbung für sich selbst machen konnte.

Gratis? Nicht wirklich ...

Fair ist das aber nur dann, wenn mit offenen Karten gespielt wird, und das ist dort nicht der Fall. Und nicht nur das. Selbst die Gratis- und Fast-gratis-Offerten können einer genauen Überprüfung kaum standhalten. Die Visitenkarten gibt es zwar fast geschenkt, aber selbstverständlich nicht gratis verschickt.

Mit abenteuerlichen Versandkosten wird ein Teil des defizitären Produktpreises gleich wieder hereingeholt. Und während des ziemlich umständlichen Bestellvorgangs werden auf der Webseite zahllose Köder in Form von weiteren Super-Sonderangeboten ausgelegt, deren tolle Preise im Zuge des Irrgangs durch die Bestellung auch gern einmal irgendwie in Vergessenheit geraten. So reibt sich mancher Besucher auf der letzten Seite der Bestellung die Augen ob der Bestellsumme.

Die Bestellung als Dickicht mit Fallen und Stricken

Wer da nicht höllisch aufgepasst und sich die angebotenen Sonderkonditionen jeder einzelnen Bestellung notiert hat, kann ganz schön abgezockt werden. Die Summe entspricht meist nicht der Summe der Preise, mit denen man zum Daraufklicken geködert wurde.

Zusätzlich gibt es ein merkwürdiges Dickicht an Gebühren, die teils zusätzlich berechnet, teils aber auch gleich wieder als „besonderes Entgegenkommen“ durchgestrichen werden – beispielsweise solche für das Heraufladen von Fotos, die für die Gestaltung der Produkte sowieso notwendig sind.

Qualität und Kundenservice

Die Qualität der Produkte lässt ebenso zu wünschen übrig wie die des Kundenservice. Internationale Standards wie der Prozessstandard Offsetdruck ISO 12647, die Grundlage der Erzeugung und Beurteilung hochwertiger Druckprodukte sind, scheinen unbekannt zu sein. Reklamationen werden mit Gutschriften beantwortet, die nur mit künftigen Bestellungen verrechnet werden können – eine interessante Maßnahme zur Kundenbindung.

E-Mails von Kunden, die damit nicht einverstanden sind, werden einfach vom Server geblockt. Entsprechend häufen sich in letzter Zeit die Beschwerden über diesen Anbieter so stark, dass verbraucherschutz.de bereits die Frage aufwirft, ob es sich hier um Internet-Betrüger handelt.

Schade ist, dass solche schwarzen Schafe einer ganzen Branche schweren Schaden zufügen – umso mehr, als Print-Dienstleistungen inzwischen auch für Berufsfotografen ein wichtiger Markt geworden sind. Und die sind noch mehr als die Endverbraucher von der Seriosität ihrer Print-Partner abhängig. Hier heißt es sorgfältig auswählen – Gott sei Dank gibt es (noch) genug Alternativen.