

Druckmarkt Schweiz: das 25. Heft.

Der »Druckmarkt Schweiz« erscheint zum 25. Mal. 25 ist immer ein »Silber«-Fest – ergo sollten wir nun von so etwas wie einem Silberstreif am Horizont faseln. Für die Druckindustrie oder für wen auch immer. Wir sind viel kecker. Wir reden von Goldenen Zeiten. Von goldenen Zeiten für die Druckindustrie. Mit der Betonung auf Industrie. Wir erkennen schwarze Zeiten für die Schwarze Kunst, so sie denn so ist, wie sie lange war, nämlich ein Handwerk. Was immer wir zu berichten haben – in diesem Heft wieder einmal mit einem Schwerpunkt Zeitung, Medien und digitalem Druck – aber auch künftig, wird sich immer mehr und fast nur noch ausschließlich um die Druckmedienproduktion als industriellem Prozess drehen. Und damit von den »olympischen« Disziplinen wie schneller, mehr, besser, preiswerter.

In der Zulieferbranche setzt sich der Prozess der Konzentration fort. Was uns als Zeitschrift durchaus zu schaffen macht. Vor 25 Ausgaben war die Zahl der potentiellen Inserenten noch weitaus höher. Und wer weiß, wie es zur 50. Ausgabe aussieht. Auf die arbeiten wir hin, weil sie kurz vor einer nächsten magischen Schwelle erscheinen würde, dem Jahr 2010. Dem Abschnitt der Technik-Geschichte, von dem alle seriösen Fachleute prognostizieren, es wäre die Ära der Totalautomatisierung – mithin wäre Arbeiten roboterhafter Natur. Und: es sei das Zeitalter, in dem es mehr denn je auf intelligente Arbeitskräfte ankommt, die ein umfängliches Wissen haben.

Was uns den Weg für die nächsten 25 Ausgaben ganz klar vorgibt. Nämlich neben der durch Automatismen geprägten Druckfabrik dem viel wichtigeren Faktor zu Diensten zu sein: den Fachleuten, die über das heutige Wissen hinauswachsen und hinzulernen wollen und müssen und dafür auf Anregung warten.

Für diese waren wir, hoffen wir, bislang 25 mal hilfreich – und tun alles dafür, dies auch weiterhin zu sein. Denn der »Druckmarkt Schweiz« hat seit seinem ersten Heft immer Wert darauf gelegt, die Menschen, ihre Ideen und ihr Schaffen in den Vordergrund zu stellen und nicht die Technik.

Reden ist Silber, Schreiben ist Gold. In diesem Sinne:

Ihr Druckmarkt-Team mit drei mal 25 herzlichen Grüßen und 24 bisherigen Titelpersonen auf der nunmehr 25. Titelseite.



Hans-Georg Wenke
Hans-Georg Wenke



J.P. Thalmann
Jean-Paul Thalmann



Klaus-Peter Nicolay
Klaus-Peter Nicolay

DRUCKMARKT 25

Fakten, Märkte, Trends, Impulse

RUBRIKEN

- 1 Inhaltsverzeichnis, Editorial
- 4 News Markt & Zahlen
- 64 Impressum

MITTEILUNGEN

- 33 VSD/ISG
- 40 «gib» Zürich

PRINTMEDIEN

- 2 25 Ausgaben Druckmarkt Schweiz: Lob und Tadel
- 6 Printmedien im Spannungsfeld
- 12 Das bemerkt doch keiner

ZEITUNG

- 14 Nachwuchs-Probleme ?
- 16 Zeitungsverleger investieren wieder
- 18 22 Rotationen für News
- 20 Taufe ohne Wasser
- 22 XtraWin als Strategie

OFFSETDRUCK

- 24 Auf dem Weg ins Großformat?
- 28 Drucken mit IQ

WEITERVERARBEITUNG

- 30 Bücher ohne Fehl und Tadel

LARGE FORMAT PRINTING

- 42 Aufmarsch der Giganten
- 48 Outdoor und ganz groß

VORSTUFE

- 51 PDF/X – wie geht es weiter?
- 52 CtP oder von »Cost to Profit«
- 54 Mehr Information und Communication Technology
- 62 CIPPI-Award: Hiflex und Kunden ausgezeichnet

DESIGN

- 58 Wer spart, zahlt drauf



Als wir vor vier Jahren, vor 25 Ausgaben, mit dem »Druckmarkt« in der Schweiz starteten, glaubte

kaum jemand ernsthaft an den Erfolg dieser Fachzeitschrift. Darauf, dass wir uns dennoch durchgesetzt haben, sind wir auch ein wenig stolz. Weshalb wir ein wenig auf das Entstehen und die Hintergründe eingehen wollen. Aber keine Angst, es ist nur ein ganz kurzer Abriss der zurückliegenden Zeit auf **Seite 2**. Schließlich haben wir ja noch einiges vor in den nächsten Heften.

Das billigste Papier, der günstigste Anbieter, alle Sparpotentiale ausgenutzt, das ist der Stolz des Einkäufers auf Kundenseite – und



der Ruin einer Branche. Aber nicht nur die Druckbranche leidet unter diesem »Lopez-Effekt«. Unternehmen, die ihrerseits über den starren Blick auf die Zahlen den

Blick durch die Augen ihrer Kunden verloren haben, schaden sich selbst. Karin Schmidt-Friederichs stellt eine interessante Studie auf **Seite 12** vor, die zu denken geben sollte.

Wie bitte, Sie kennen unseren Stellenmarkt noch nicht



www.mediaforum.ch