

So viel Trend wie nie

Als geübte Leser des «Druckmarkt» kennen Sie ja unsere Vorliebe für Zahlen und Fakten. Kaum ein Artikel, in dem nicht eine Grafik, ein Diagramm oder ein Kästchen mit Prozentwerten oder absoluten Zahlen auftaucht. Und zu erheblichen Teilen beziehen sich diese auf Umfragen oder Studien, die wir irgendwo aufgeschnappt haben oder die uns gezielt zugestellt wurden. Zahlenmaterial, das für manche nützlich ist, vielleicht nicht jeden interessiert oder anderen völlig gleichgültig ist.

Aber ganz egal, ob Zahlen, Statistiken oder Umfragen weiterhelfen – wir alle wollen doch wissen, wohin die Reise gehen könnte und welche Richtung man dazu einschlagen soll, um erfolgreich zu sein oder zu werden. Und von solchen Hinweisen und Anregungen gibt es in dieser Ausgabe reichlich zu lesen! Natürlich dürften dabei die Aussagen von Trend- und Zukunftsforscher Matthias Horx (Seite 10) besonderes Gewicht haben. Denn es scheint mehr als nur ein ferner Trend zu sein, dass die Digitalisierungs-Welle ihren Höhepunkt erreicht haben könnte oder hat. Diese Meinung teilen inzwischen viele, die sich mit den weiteren Entwicklungen innerhalb und ausserhalb der Branche beschäftigen.

Doch was heute so gerne plakativ als «Digitalisierung» oder als «Weg in die digitale Gesellschaft» umschrieben wird, ist für unsere Branche eher ein alter Hut. Denn das digitale Zeitalter begann für die Druckindustrie spätestens in den 1970er Jahren, als sich Fotosatz und Scanner auf breiter Front durchsetzten. Schon damals wurde in Satz- und Reprotechnik alles digital. Und heute wäre eine Drucksache ohne Bits und Bytes, ohne digitale Daten und Internet gar nicht mehr denkbar. Gerade Letzteres hat die Branche seit gut zehn Jahren im Griff, seit die ersten Online-Druckereien den Vertriebsweg für die Drucksachenbestellung veränderten. Und um es noch einmal deutlich zu machen, sie haben nicht das Drucken an sich revolutioniert, sondern die Art und Weise, komfortabel an Druck-Erzeugnisse zu kommen. Sie haben Drucksachen damit auf ein Niveau gehoben, das zeitgemäss und sogar ein wenig «trendy» ist.

Was uns aber nicht davon abhält, Studien und Umfragen eher skeptisch gegenüberzustehen. Denn viel von diesem Zahlenmaterial entpuppt sich als vorgeschobenes Verkaufs-Argument, als Marketing – nur anders verpackt. Oder als Wichtigtuerei, um sich selbst in Szene zu setzen. Künstlich herbeigeredete Trends nützen nichts und helfen auch bei der Zukunftsplanung nicht weiter, sondern verschleiern nur den Blick auf das Wesentliche. Statt der vielen Trends wären konkrete Aussagen und Prognosen weit sinnvoller. Die aber scheint es nicht mehr zu geben. Dafür aber so viel Trend wie nie.

Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalmann



Inhaltsverzeichnis

Markt & Zahlen

- 02 Portal: kreuz & quer
- 04 Nachrichten
- 04 Führungswechsel bei Heidelberg Deutschland
- 05 drupa wechselt in den Dreijahres-Turnus
- 07 Umsatz konstant, Ergebnis verbessert
- 08 Heidelberg übernimmt PSG-Gruppe
- 10 Die digitale Entgiftung
- 14 Umfrage-Hoch
- 22 Nur keine Hektik!

Print & Finishing

- 18 Manufaktur oder Druckfabrik
- 26 Keine Vorstufe, keine Grafik! Kein Druck?
- 28 Den Dingen einen Wert geben
- 32 Bühne für Weltkonzerne
- 42 Von links nach rechts und umgekehrt
- 44 Der nächste logische Schritt: One-Pass
- 46 Zugewinngemeinschaft
- 48 Die Qual der Wahl oder: Grenzen ziehen

Graphic Arts*

- 34 «Oh, A Line of Types»
- 38 Swiss Print Award 2015
- 52 Aus den Kantonen
- 57 Impressum / Business-to-Business



*Weil wir über Papiervielfalt schreiben und es auch zeigen wollen, haben wir in dieser Ausgabe die Artikel der Rubrik «Graphic Arts» wieder auf einem eigenen Papier gedruckt: PlanoJet, hochweiss, FSC, 140 gm². PlanoJet schien uns dafür aufgrund seiner Multifunktionalität sowie der exzellenten Druckqualität geeignet. Das Papier ist ein Allrounder für anspruchsvolle Anwendungen und bietet optimale Laufeigenschaften. PlanoJet ist in 80, 90, 100, 120, 140, 160, 200, 240, 300 und 400 g/m² erhältlich und wurde von der Papyrus Schweiz AG mitentwickelt.

**So viele Jobs.
Da können Sie
lange googeln.**


medienjobs.ch
Stellenmarkt der Kommunikationsbranche