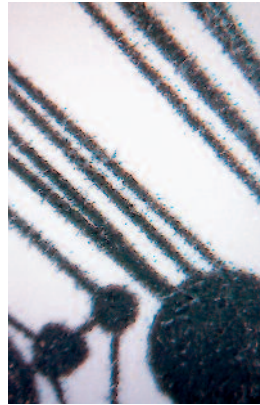


On the ROAD again



Kongresse und Messen wurden von einigen Visionären ja längst totgesagt und ins Internet verlegt. Viele Unternehmen glaubten das und beauftragten ihre Agenturen nunmehr, virtuelle Pressekonferenzen oder Webinare abzuhalten, bei denen man sich ins Internet einwählt, ruckelnd und zuckend bei nicht synchronem Ton mit ansehen muss, wie ein weit entfernter Mensch, PDFs oder Charts zeigt. Das, so wird versichert, sei so wichtig, dass es nicht mehr warten könne. Unglaublich, wenn die Informationen dann mit einer Sperrfrist versehen sind. Und geradezu albern, wenn so etwas Wichtiges keine Pressekonferenz mehr wert ist. Man spare Zeit und aufwändige Reisen ist die Begründung.

In Wahrheit sollen mit diesem digitalen Blödsinn Kosten gespart werden. Mit dem Ergebnis, dass das Erlebnis fehlt und das so hoch gelobte Networking nicht mehr stattfindet. Richtige Kongresse, lebendige Messen und persönliche Gespräche sind uns da viel lieber. Und dann nehmen wir auch gerne in Kauf, auf Reisen gehen zu müssen.

TRIENGEN Oftmals äussern sich Drucker despektierlich über Lettershops. Es sei ja nur ein Anhängsel an Druckereidienstleistungen, bei der ja bloss couvertiert und versendet werde. Das sieht bei Beorda, einem führenden Direktmarketing-Spezialisten, allerdings ganz anders aus. Hochprofessionell eben. Den Beitrag lesen Sie auf **Seite 26**.



DERENDINGEN Print- und Publishing-Services steht am Eingang des Druckereigebäudes. Nichts von Mediengruppe, Mediendienstleister oder Druck- und Medienhaus. Erstaunlich genug, denn Vogtschild ist auf Drucksachen wie Zeitschriften, Magazine, Kataloge und Online-Kommunikation spezialisiert. Und noch spannender war das Gespräch mit Geschäftsführer Rolf Steiner. Lesen Sie mehr auf **Seite 28**.

ÜBERALL Es hat sich in den letzten Monaten einiges getan im Druck, vor allem im Digitaldruck. Was uns dazu veranlasste, noch einmal einen generellen Blick auf das digitale Drucken zu werfen. Der Beitrag «Grenzen ziehen» auf **Seite 48** ist der zweite einer Artikel-Serie, in der wir die Möglichkeiten des Verfahrens beleuchten wollen.



LUZERN Die Hunkeler Innovationdays sind für Digitaldrucker und die, die es werden wollen, zum Pflichttermin geworden. Ende Februar trafen sich daher auch wieder knapp 6.000 Fachleute in Luzern. Und es wurde so viel geboten, gezeigt und angeboten, dass wir das beim besten Willen nicht in dieser Ausgabe unterbringen können. Ein Überblick über die Neuheiten aus der Welt des digitalen Drucks und Finishings ist uns dennoch gelungen. Mehr auf **Seite 32**.

BERN Reginald Rettig muss man in der Schweiz nicht vorstellen. Er dürfte weitestgehend bekannt sein. Dennoch ist es auch für uns immer wieder interessant, mit ihm zu diskutieren und zu fachsimpeln. Lesen Sie das Resümee unseres Gesprächs mit dem Geschäftsführer der Schweizer Heidelberg-Organisation auf **Seite 22**.



MÜNCHEN Das nunmehr 3. Online Print Symposium ging am 29. März zu Ende. Im deutschsprachigen Raum ist der Online-Druck längst zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor der Druckindustrie geworden. Etwa 5,1 Mrd. Euro sollen nach aktuellen Berechnungen inzwischen über Online-Kanäle an Umsatz generiert werden. Das hat kaum noch den Geruch von Handwerk. Oder etwa doch? Unser Kongress-Bericht auf **Seite 18** setzt sich mit dieser Frage und einigen mehr auseinander.

BARCELONA Ein Hersteller, der auf so vielen Hochzeiten tanzt wie HP, muss mehr bieten als nur eine Technologie-Plattform. Genau das zeigt HP in Barcelona im neuen Experience Center, in dem das ganze Maschinen-Portfolio einschliesslich der rund 50 Partner-Produkte Platz finden. Mehr in unserem Beitrag auf **Seite 46**.



MÜLHEIM Canon hat eine neue Marktstudie vorgestellt, den mittlerweile fünften Insight Report. Darin wird interessantes Zahlenmaterial veröffentlicht, das anderen Studien jedoch zum Teil widerspricht. Wir wollen die Zahlen der verschiedenen Untersuchungen aber nicht einfach im Raum stehen lassen, sondern einmal analysieren, warum sich die Zahlen so unterscheiden. Mehr auf **Seite 14**.

„KBA versteht unsere Bedürfnisse und setzt diese als engagierter, vertrauenswürdiger Partner proaktiv in Technologie, Produktion und Qualität exzellent um.“



Thomas Burri, Direktor der Druckerei Saint-Paul in Freiburg vertraut auf die Technik seiner Rapida 106

Feeling Good

with  KBA

Zufriedene Kunden wie Thomas Burri geben auch uns ein gutes Gefühl. Sie sind Ansporn und Lohn für unsere Arbeit. Nicht ohne Grund legen wir großen Wert auf die persönliche Betreuung und einen funktionierenden After-Sales Service. Wir wollen, dass unsere Kunden sich bei KBA gut aufgehoben fühlen und ihre Ziele erreichen. Dabei unterstützen wir sie. Mit individuellen Lösungen, wegweisenden Innovationen und technologisch herausragenden Maschinen. Und natürlich mit der besonderen Verpflichtung aus 200 Jahren Partnerschaft mit den Druckern dieser Welt.

Überzeugen Sie sich selbst.
Unser Team freut sich auf den Kontakt zu Ihnen!



Ein Unternehmen der KBA-Gruppe
8181 Höri/Zürich, Tel. 044 872 33 00
info@printassist.ch, www.kba.com

