

INNOVATIV SEIN NOT MACHT ERFINDERISCH

INHALTSVERZEICHNIS

Markt & Zahlen

- 02 Nachrichten
- 02 Heidelberg: Umsatzwachstum in Sicht
- 04 KBA baut neues Democenter in Würzburg
- 06 Hat KBA die Krise gemeistert?

Online-Print

- 10 Welche Rolle spielt Print in der digitalen Welt?
- 12 Weitere Expansion durch Zukauf
- 14 Forever Start-up?

Premedia

- 24 Systeme sind nur Teile des Mosaiks

Print & Finishing

- 28 Print als handwerkliche Kunst
- 32 Fachbeirat für die Praxis in der Standardisierung
- 34 Low Energy bringt Einsparungen
- 36 Pharmadruck im Halbformat
- 44 Digitales Folienprägen
- 46 Geld wird in der Buchbinderei verdient
- 48 Vollendete Tatsachen
- 50 Industrielle Druckereien erhöhen Gesamtproduktivität

Digitaldruck

- 38 Mit UVgel und von der Rolle
- 40 Bernina setzt auf Insourcing
- 41 Heidelberg Primefire 106: MPS startet Pilotphase
- 42 Digitaldruck auf Standardpapieren
- 52 Inkjet für den industriellen Druck

Aus den Kantonen

- 51 Nachrichten
- 53 Business-to-Business
- 53 Impressum

Um Erfolg zu haben, muss man innovativ sein. Klar, dem wird jeder zustimmen. Und es scheint, als ginge ohne Innovation nichts mehr. Von innovativen Lösungen ist zu lesen, manchmal gar von neuen Innovationen (was soll eine Innovation denn sonst sein, als neu?) und von Revolutionärem. Gemeint sind stets Erfindungen und Entwicklungen, Neuerungen oder Erneuerungen. Innovation kann also vieles bedeuten und muss zunächst noch nicht einmal gewinnbringend sein. Setzt sich eine Neuerung durch, wird sie auch wirtschaftlich relevant, dann kann man durchaus von einer Innovation sprechen. Das aber zeigt der Markt. Eine Innovation kann nämlich auch evolutionär gewachsen und ein gezielter Veränderungsprozess sein.

So gesehen ist alles, was weniger Aufwand für gleichwertige oder höhere Qualität bedeutet, innovativ. Solchen Entwicklungen begegnen wir nahezu auf Schritt und Tritt. Online-Print beispielsweise ist innovativ, auch wenn nicht mehr ganz neu, weiterentwickelte Druck- oder Bindetechniken können innovativ sein und auch eine neue Idee für altes Handwerk kann innovativ sein. Also lässt sich auch für die Eigenschaft «innovativ sein» ein Werte- und Kriterienbündel definieren, das gleichzeitig ein Crash-Kurs in Unternehmensstrategie sein könnte.

Innovativ sein könnte heissen, über die eigenen Grenzen hinauszuschauen, um wachsen zu wollen. Das erscheint zunächst einmal wenig spektakulär, weil es eigentlich jedes Unternehmen beherzigen wird. Also, neuer Versuch: Innovativ sein heisst, zeitnah nach den Bedürfnissen, Gesetzen und Veränderungen des Marktes zu handeln. Nicht schlecht, ist aber eigentlich auch nur das, was ebenfalls jedes Unternehmen permanent tun muss, um am Ball zu bleiben. Innovativ ist, wer sich mit Technologie-Visionen beschäftigt und nicht nur nach dem schaut, was das Heute anzubieten hat. Das kommt dem, was innovativ sein kann, schon sehr nahe. Weil es auch den Mut, Risiken einzugehen, beinhaltet. Innovativ sein heisst aber automatisch auch, die Zukunft aktiv zu gestalten. Und das durchaus mit Visionen, die ein wenig wild sein können und ein wenig verrückt klingen dürfen, die aber in jedem Fall von einem eigenen Profil und vom Glauben an sich selbst zeugen. Innovativ sein und werden kann also nur der, wem es gelingt, sich vom Tagesgeschäft zu lösen und eigenen Ideen nachzugehen.

Und wenn schon überall das Klagegedicht angestimmt wird, wie hart die Zeiten sind, wie schwer und kompliziert alles geworden ist und unter welchem enormen Druck man in diesen Krisenzeiten steht, hilft vielleicht einmal mehr eine Binsenweisheit weiter: Not macht erfinderisch.



Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalmann

