

Krise? Nein, ein Beben!

Krise, Krise, Krise – man kann es, man mag es bald nicht mehr hören und lesen. Jedes Mal, wenn man in die Zeitung sieht, gehen trotz Rettungspaketen wieder Arbeitsplätze verloren, melden Unternehmen Insolvenz an. Da hilft es auch nicht, nicht mehr in die Zeitung zu sehen (das würde den Zeitungen in ihrer Krise auch wiederum nicht helfen). Und aufgrund der weltweiten Investitionszurückhaltung in der Branche melden die Druckmaschinenhersteller Umsatzrückgänge und ähnliche düstere Zahlen. Dabei sind die Probleme des Maschinenbaus nur ein Teil des Dramas. Längst ist die Krise auch bei den Druckereikunden, den Werbeagenturen und damit auch bei den Druckereien angekommen.

Doch das, was als Finanz- und Wirtschaftskrise daherkommt, ist in Wahrheit nur der Auslöser für ein Beben in der Medienbranche, bei dem vermutlich kein Stein mehr auf dem anderen bleiben wird. Diese Krise beschleunigt Entwicklungen, die so oder so auf die Branche zugekommen wären. Denn in Wahrheit sind es strukturelle Probleme der Branche, die früher oder später ohnehin zur Explosion gekommen wären. Und es sind beileibe nicht nur die Tageszeitungen und Zeitschriften, die nun neue Umsatzquellen erschließen müssen, weil die Einnahmen aus Werbung und Vertrieb in Zukunft nicht mehr ausreichen. Die Krise wirkt als Beschleuniger und erhöht den Druck, die bisherigen Geschäftsmodelle zu überdenken und in Frage zu stellen.

Ganz ohne Frage ist die gesamte Medienwelt, die Kommunikation, die Werbung und die Druckindustrie reif für Veränderungen. Seit Jahren wird bereits darüber diskutiert, seit Jahren wissen wir, dass mehr Individualisierung ein Mega-Trend ist. Doch es hat sich nur marginal etwas bewegt. Wahrscheinlich, weil es unbequem war, sich mit der Thematik intensiver zu beschäftigen. Jetzt bietet sich die Chance, die Zukunft aktiv zu gestalten und neue Drucksachen mit neuen Werten zu entwickeln. Printprodukte, die etwas bewegen und beim Konsumenten etwas auslösen. Und das ist mit alten Lösungen nicht zu stemmen.

Ihr Druckmarkt-Team



Klaus-Peter
Nicolay

Jean-Paul
Thalmann

Hans-Georg
Wenke

Inhalt:

- 02 Markt & Zahlen
- 02 Krisenstimmung bei KBA
- 03 Nachrichten
- 06 Fusionswelle in der Schweiz?

- 08 Print & Finishing
- 08 Kontinuität und Innovation

- 12 Management
- 12 IRD-Jahrestagung: Selbstbewusst, mit neuer Stärke

- 18 Digitaldruck
- 18 Das bessere Produkt als Chance
- 22 Optimale Ergänzung zum Offsetdruck
- 26 Im Schwarzweiß-Druck legt Canon noch einmal nach

- 28 Standardisierung
- 28 swiss4color: Update der Visual PRINT Reference

- 40 Ökologie
- 40 HEI Eco Printing Awards
- 42 Nachhaltigkeit ist ein permanenter Prozess
- 46 Nachrichten

- 48 Nachrichten
- 48 Aus den Kantonen

- 31 Rubriken
- 31 VSD
- 38 «gib»Zürich
- 52 Impressum

Wie bitte, Sie kennen unseren
Stellenmarkt noch nicht



www.mediaforum.ch