

# NACH DER DRUPA IST VOR DER DRUPA

## INHALTSVERZEICHNIS

### Markt & Zahlen

- 02 Nachrichten
- 06 Den Schwung der drupa nutzen
- 09 Hohe Auslastung im High-Volume-Segment
- 10 Kommerzielle Kommunikation
- 14 Digitaler Lärm

### Online Print

- 16 Flyerline: Unten rechts zählt!
- 21 Nachrichten

### drupa Review

- 22 Von den Medien zum Marketing
- 24 Das Ende der Sinnkrise?
- 26 Automatisiert in die Zukunft
- 30 Mehr Zeit für mehr Geschäft
- 31 Eco3 für den Offset und die Cloud für Prepress
- 32 Kodak hat sich erneuert
- 34 Eine Überdosis Digitaldruck?
- 38 Toner, Inkjet & Kumpene
- 42 The Show is going on
- 46 Der Druckmaschine ist es egal
- 50 Kreatives Magazin CORTISSIMO
- 51 Print hat sich kraftvoll zurückgemeldet
- 52 Eine duftende drupa für Lacke von Follmann
- 54 Die Hightech-Buchbinderei
- 58 Auf Effizienz getrimmt
- 60 Besuchermagnet Smart Finishing
- 62 Digitale Power für die Branche
- 64 Gewinner und Verlierer der drupa
- 70 Urlaubs-Feeling auf der Messe
- 73 Business to Business
- 73 Impressum

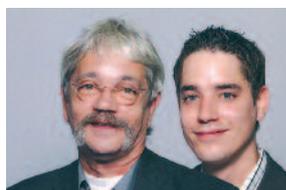
Vielleicht ist es etwas übertrieben, wenige Tage nach dem Abschluss der drupa 2016 schon an die nächste, die drupa 2020, zu denken. Aber einige dürften sich schon jetzt auf die drupa 2020 vorbereiten: Gemeint sind die Ingenieure in Software und Konstruktion, die über die gerade fertiggestellten Produkte hinaus denken, und all jene, die auf der drupa 2016 Technologiestudien oder Prototypen zeigten. Für die Kollegen in den Entwicklungsabteilungen ist der Abschluss einer Messe immer auch der Auftakt für neue Projekte. Schließlich lernen sie auf einer Messe nicht nur die Bedürfnisse der Kunden hautnah kennen, sie lernen auch von den Ideen ihrer Kollegen und vom Wettbewerb. Und dies ist für die Ingenieure oft genug Ansporn für neue Schaffenskraft.

Doch vier Jahre sind eine lange Zeit in einer kurzlebigen Welt, in der sich die Innovationszyklen nahezu überschlagen. Da kann schon einiges passieren, da können sich Dinge aufeinander zubewegen oder auseinanderdriften – eben so, wie es die Vergangenheit immer wieder gezeigt hat und wie es auch auf der diesjährigen drupa im Vergleich zur Vorgängermesse offensichtlich geworden ist. Da wurden Vorurteile gerade gerückt und ehemalige Visionen zu Realitäten.

- Print und Online sind keine Feinde mehr, sondern werden im Medienmix wie selbstverständlich nebeneinander und kombiniert eingesetzt.
- Online-Druck und E-Commerce sind nicht mehr die verhassten Job-Killer, sondern werden als Partner und Herausforderung in einem Markt gesehen, der sich weiterhin verändert.
- Qualität und Produktivität schließen einander nicht mehr aus, sondern sind planbar und kalkulierbar geworden.
- Automatisierung und Standardisierung sind keine Schimpfwörter mehr, sondern werden von kleinen wie großen Unternehmen umgesetzt.
- Industrialisierung und Lean Production sind keine Fantasien mehr, sondern werden von Druckereien unter dem neuen Schlagwort Print 4.0 angestrebt. ›Druckerei mit industrieller Produktion‹ wird von vielen inzwischen wie ein Adelstitel geführt.

Mit anderen Worten: Anwendungen, Techniken und deren Effizienz sind heute so vielfältig wie nie. Jetzt geht es darum, dass jeder Einzelne die jeweils beste Kombination für sich und sein Unternehmen findet und das Beste daraus macht. Die Konzepte sind da, die Techniken auch.

Und die nächste drupa, da sind wir uns sicher, wird wohl noch mehr Integration, noch mehr über- und ineinandergreifende Techniken sowie noch enger zusammenwachsende Märkte mit sich bringen.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay