

## WILLKOMMEN IM VERDRÄNGUNGSWETTBEWERB

Es scheint so, als käme wieder Schwung in die Landschaft der gedruckten Medien. Da lässt sich verfolgen, dass Zeitungen wieder schwarze Zahlen schreiben (auch wenn dies mit Sonderpublikationen, Buch- oder Filmserien realisiert wird), dass Zeitungen wieder in schwere Technik investieren, dass Relaunches in Design, Farbe und Format bei den Tageszeitungen anlaufen und dass die Zahl der Zeitschriftentitel an den Kiosken zunimmt. Und die Druckmaschinenhersteller sehen selbst im Jammertal Deutschland wieder eine Zunahme der Investitionen.

Das sieht auf den ersten Blick nicht schlecht aus. Aber tatsächlich passiert folgendes: Die großen Verlage stürzen sich auf Nischenmärkte im Magazinbereich, Tageszeitungen ordern kombinierte Cold- und Heat-set-Rotationen und werden mit diesen in der Lage sein, noch heftiger im ohnehin schon umkämpften Akzidenzmarkt mitzumischen. Gleichzeitig bilden sich immer größere Druckereien, die aufgrund ihrer Kapazitäten enorme Druckvolumen abdecken. Gemeint sind hier nicht nur Häuser wie Arvato, sondern auch branchenfremde Unternehmen wie Arques, die eine Druckerei nach der anderen aufkaufen, sich damit zu Big Playern aufblähen und drucken, was das Zeug hält.

Gleichzeitig werden die Kosten für die Herstellung von Drucksachen immer höher. Druckplatten und Farbe werden teurer, Papier schon traditionsgemäß und die Energie- und Logistikkosten steigen ebenfalls. Dies über die Stückkosten abfedern zu wollen, ist der Weg in die falsche Richtung und würde bedeuten: höhere Auflagen (was wenig realistisch erscheint). Oder aber immer mehr Drucksachen.

Immer mehr Drucksachen für einen Markt, der immer weniger liest? Von zehn Stunden Medienkonsum entfallen nur 65 Minuten auf das Lesen von Zeitungen, Magazine und Bücher. Dabei ist nicht festzustellen, dass die Verbraucher der Drucksache in Zukunft mehr Beachtung schenken wollen oder auch nur einen Cent mehr für Drucksachen ausgeben werden. Da ist es auch nur wenig beruhigend, dass sich 43% der Deutschen zu Weihnachten ein Buch wünschen. Also: Willkommen im Verdrängungswettbewerb.

Wir haben in dieser Ausgabe einige dieser Trends zusammengetragen und wollen einige Anregungen geben, was denkbar und was machbar ist – auch jenseits neuer Techniken. Vielleicht finden Sie in den Tagen



zwischen Weihnachten und dem neuen Jahr Gelegenheit, ein wenig über die Zukunft – Ihre Zukunft und die Ihres Unternehmens – nachzudenken.

Wir wünschen Ihnen ein frohes Weihnachtsfest und ein gutes neues Jahr.



*K Nicolay*  
Klaus-Peter Nicolay

*Hans-Georg Wenke*  
Hans-Georg Wenke



## DRUCKMARKT 39

Fakten, Märkte, Trends, Impulse

Wie bedrohlich sind Großdruckereien für den Rest der grafischen Industrie? Mit dem Segen der EU-Wettbewerbshüter ging die Gründung von Prinovis über die Bühne, dem Zusammenschluss der Druckaktivitäten der drei Medienhäuser Gruner + Jahr, Axel Springer und Arvato Bertelsmann. Die Strategie scheint klar. Große Druckkapazitäten werden mit hohen Produktivitätsvorteilen gekoppelt, um die Stückkosten gering zu halten für



das Mengengeschäft. Der Aufbruch in neue Preiskämpfe ist eingeläutet. Rudolf Zeinhofer versucht in seinem Beitrag ab Seite 6 eine Antwort auf die Frage zu finden, mit welchen Mitteln sich kleine und mittlere Druckereien gegen diesen Trend stemmen können.

Seit September 2003 befindet sich Eastman Kodak in einer heftigen Umbauphase. Neben dem rückläufigen Geschäftsfeld konventionelle Fotografie sollen neue, zukunfts- und wachstumsorientierte Bereiche etabliert werden und in einem Restrukturierungsprogramm soll Kodak zu einem »digitalen Unternehmen« werden. Dazu hat Kodak zahlreiche Akquisitionen vor allem im Bereich der Drucktechnik vorgenommen und mit der Integration der Unternehmen in die Kodak Graphic Communications Group (GCG) begonnen. Unser Beitrag ab Seite 14.

Der Bereich Large Format Printing ist inzwischen zu einer Arena der Aufkäufe geworden. Dahinter steckt wohl die Strategie, dem Siebdruck erhebliche Marktanteile abzunehmen. Wie sich die Entwicklung zur Zeit darstellt, lesen Sie ab Seite 38.

## RUBRIKEN

- 1 Inhaltsverzeichnis, Editorial
- 37 Business-to-Business
- 48 Impressum

## NEWS

- 2 Markt & Zahlen
- 12 Markt & Zahlen
- 18 Print & Finishing
- 28 Print & Finishing

## WIRTSCHAFT

- 4 Kommentar: Den letzten beißen die Hunde
- 6 Analyse: Zwangsläufig gegenläufig

## WORKFLOW, CTP &amp; DRUCK

- 14 Kodak Graphic Communications Group: Digitale Transformation
- 20 Flexibilität durch neue Technologien
- 24 ISY 3 adjust: Prüfen und kommentieren
- 32 Frische Zeitungsluft beflügelt Violet-CtP
- 44 PDFX-ready: Ist Faktor X die Unbekannte?

## BOGEN- UND ROLLENDRUCK

- 18 Korngenaue Pudereinstellung für den Offsetdruck
- 30 Augsburg Extralarge
- 36 Dauerbrenner Saison

## LARGE FORMAT PRINTING

- 38 Kampf der Giganten
- 43 Outdoor und ganz groß