

ZU ALLERERST EIN DANKESCHÖN!

Da liegt sie nun, die 100. Ausgabe des «Druckmarkt Schweiz». Was kaum jemand für möglich gehalten hätte. Zwar gibt es den «Druckmarkt» immerhin schon 22 Jahre in Deutschland, doch dass der «Druckmarkt Schweiz» als Fachmagazin jetzt seine 100. Ausgabe publiziert, ist ja deshalb nicht selbstverständlich. Zudem sind 100 Ausgaben ja noch kein Alter und für eine Zeitschrift vielleicht eine Periode, in der man reifer, vielleicht auch besser geworden ist und eine gewisse Souveränität erreicht hat. Was zweifellos zeitaufwendig ist und bei jeder Ausgabe Tage und Wochen in Anspruch nimmt.

Leider wissen wir nicht, wie viele Minuten oder Stunden Sie Ihrer kostbaren Zeit unseren gedruckten Ausgaben widmen oder wie viele Minuten die über 15.000 Besucher der «Druckmarkt»-Seiten, die uns monatlich im Internet besuchen. Dafür jedenfalls ein herzliches Dankeschön.

Zu unserem kleinen Jubiläum – es sind ja schliesslich keine 100 Jahre – wollen wir aber keine riesige Rückschau zelebrieren und auch keine glamouröse Party schmeissen. Wir haben in dieser Ausgabe schlicht und einfach exklusive Nachrichten für Sie zusammengetragen. So, wie wir es immer tun.

In 99 Ausgaben haben wir versucht, Technik zu erläutern und Trends aus dem betriebswirtschaftlichen Umfeld samt Marketing zu beleuchten. Dabei standen für uns aber nie die Techniken im Vordergrund, sondern die Menschen, die Macher und die Anwender hinter der Technik. Was sich auch darin dokumentiert, dass wir seit der 1. Ausgabe im Oktober 2001 unsere Interviewpartner stets auch auf dem Titelbild zeigten. Mit der 100. Ausgabe verlassen wir diese Linie nur marginal. Wir haben langjährige «Weggefährten» gefragt, was für sie die bedeutenden Veränderungen in der Branche waren und was sie von der Zukunft erwarten (lesen Sie die Beiträge ab Seite 10). Es waren allerdings so viele Interviewpartner, dass wir keinem den Vorzug geben konnten, auf dem Titel abgebildet zu werden.

Die Kurzinterviews zeigen, dass es in Sachen Print spannend bleiben wird. Und dabei ist durchaus Optimismus zu spüren. Den man auch brauchen kann beim weiteren Umbau der Branche. Der ist in vollem Gange und wird weiter andauern. Aber mit dem Wandel umzugehen – das beherrscht die Branche seit Urzeiten.

Denn es tut sich auch zurzeit wahnsinnig viel. Noch sind einige Entwicklungen zu neu und zu wenig transparent, um sie in ihrer Tragkraft abschliessend

beurteilen zu können. Und sie sind erklärungsbedürftig, da sie einen Veränderungsschub anbahnen, der die Branche grundlegend verändern wird.

Schon heute beziehen viele Druckereien ihre Maschinen und Verbrauchsmaterialien bei ein und demselben Unternehmen – und eine moderne und hoch komplexe Druckmaschine ohne Service-Vertrag zu betreiben, ist keine gute Idee. Doch das ist weder neu, noch aufregend. Spektakulär sind dagegen die Weiterentwicklungen, die weit über den klassischen Weg der Investitionsplanung hinausgehen, die ganzheitliche Lösungen für Druckereien versprechen, auch vor völlig ungewohnten Denkansätzen nicht haltmachen und das Verhältnis von Maschinenbauer und Druckerei völlig umkrempeln.

In dieser Ausgabe erfahren Sie mehr darüber, wie Geschäftsmodelle einer Druckerei in sehr naher Zukunft aussehen könnten. Dabei geht es nicht um Visionen oder Hirngespinnste, sondern um heute schon greifbare Lösungen einer industriellen Fertigung und um eine zukunftsweisende Lösung für alle, die die Chancen der Digitalisierung am Schopf packen möchten.

Das zeigt aber auch, dass der Wandel in der Branche nicht «krisenbedingt» ist und es nie war – auch wenn dies heute vielfach als ursächlich gesehen wird. Die Veränderungen waren ein permanenter Wandel in der Technik, bei den Produkten, auch bei den Drucksachen selbst. Mit anderen Worten: Gerade weil sich die Branche seit Jahrzehnten ständig verändert, existiert sie überhaupt noch.

Die zurückliegenden knapp 17 Jahre waren für die Druck- und Medienindustrie eine lange Zeit, geprägt von schmerzlichen Erfahrungen ebenso wie von ermutigenden Erfolgen. Viele Prophezeiungen trafen ins Schwarze, andere lagen völlig daneben. Auch die, dass sich ein Magazin wie der «Druckmarkt Schweiz» nicht lange halten könne. Redaktion und Verlag haben das Gegenteil bewiesen und den Markt und seine Leser in nunmehr 100 Ausgaben konsequent über Trends und Fakten informiert – und dies wollen wir auch weiterhin tun.

Seit den ersten Heften versucht der «Druckmarkt» unbestechlich, unterhaltsam, zuweilen amüsant bis provokativ und auch anregend über die Gegenwart und Zukunft der Branche zu informieren. Dieser Anspruch bleibt. Denn das (für uns schauerhafte) Bild «Den Leser dort abholen, wo er steht», das Medienleute gerne verwenden, gilt für uns nicht. Es hiesse in der Konsequenz ja auch: Nur das liefern, was bequem ist, nicht aufregt und nicht zum Nachdenken anregt, denn «der Leser» (die abstrakte Kreatur) dürfe nicht zu sehr gefordert werden. Wir haben in den vergangenen Jahren genau das Gegenteil erfahren: Eben dass es Menschen durchaus schätzen, wenn ihnen auch einmal etwas «zugemutet» wird und wenn sich der Inhalt eines Fachmagazins nicht nur in «Hurra-Meldungen» der Lieferindustrie erschöpft.

Dabei sind wir der festen Überzeugung, dass es Werte in der Branche gibt, die auch weiterhin Gültigkeit haben. Trotz aller Digitalisierung und Transformation. Viel Spass bei der Lektüre.

Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalmann



KOENIG & BAUER

Vom Erfinder der Druckmaschine. Immer wieder neue Lösungen für Printprofis.

Innovationen im Printbereich haben bei Koenig & Bauer schon 200 Jahre Tradition. Von der Banknote bis zur edlen Verpackung. Wir nutzen die Digitalisierung für neue Produkte und individuelle Services. Damit erleichtern wir Ihnen das Geschäft mit mehr Performance und Qualität.

Das ist unser Anspruch aus 200 Jahren Partnerschaft mit den Druckern dieser Welt.

Print Assist AG
info@printassist.ch

koenig-bauer.com



we're on it.