

125 HEFTE DRUCKMARKT MIT DEM WANDEL UMGEHEN

Vor Ihnen liegt die 125. Ausgabe des *Druckmarkt Schweiz*. Das wäre doch eigentlich ein Grund zum Feiern, ein Anlass, die Entwicklungen der Branche in den letzten zwei Jahrzehnten noch einmal Revue passieren zu lassen, ein dickes Jubiläumsheft zu publizieren oder aber andere Dinge zu tun, die üblicherweise mit Jubiläen verbunden sind. Ballons steigen lassen etwa. Machen wir aber nicht. Denn irgendwie steht uns zurzeit nicht der Sinn nach Feiern. Und wenn einem nicht danach ist, sollte man eine Feier getrost verschieben. Auf später, irgendwann.

Denn was sollen wir feiern, wenn nur rund 1.500 Kilometer entfernt ein brutaler und sinnloser Krieg tobt, weil in Moskau jemand wahnsinnig geworden ist? Sind die steigenden Preise für Energie ein Grund zum Feiern oder sollen wir die Papierknappheit hochleben lassen? Ist es etwa einen Jubel wert, wenn es in den Wirtschaftsteilen der Tagespresse vor lauter Inflation und Rezession schon wieder nach Finanzkrise riecht? Ganz zu schweigen von den immer weiter sinkenden Umsatzzahlen der Druckindustrie (nicht nur in der Schweiz). Und überhaupt – Corona haben wir ja auch noch nicht hinter uns.

Vor diesem Hintergrund würde ein Rückblick auf 125 Hefte wohl niemand helfen; wahrscheinlich würde sich auch niemand dafür interessieren. Denn ein solcher Rückblick würde zutage tragen, dass wir damals, im Oktober 2001, noch «rosige Zeiten» hatten, obwohl alle von Krise sprachen und darüber klagten, wie schlecht die Zeiten jetzt und wie golden sie 20 Jahre zuvor waren.

Als der *Druckmarkt Schweiz* erstmals erschien, befand sich die grafische Industrie gerade einmal wieder in einer Krise und auf dem Sprung in eine neue Ära. Und was hat sich seitdem geändert? Wenig. Die Druckindustrie befindet sich gerade in einer Krise und ist auf dem Sprung in eine neue Ära. Das Drucken ist zwar nicht mehr, aber vielfältiger geworden. Viele Druckereien sind inzwischen durch Automation und Vernetzung geprägte «Druckfabriken» und auch andere arbeiten an neuen Geschäftsmodellen digitaler Art unter Nutzung von IT, Datenströmen und dem Internet.



Statt also nun ein «Jubiläumsheft» zu machen, das sich in der Vergangenheit suhlt, konzentrieren wir uns auf die aktuellen Trends der Branche. Davon gibt es genügend, wie es die Statements, Einschätzungen und Visionen in diesem Heft skizzieren und die zeigen, dass es in Sachen Print spannend bleiben wird. Dabei sind aber Mut und Optimismus nötig, die beim weiteren Umbau der Branche nötig sind. Der ist bereits in vollem Gange und wird noch länger andauern.

Eines beruhigt dabei allerdings. Mit dem Wandel umzugehen – das beherrscht die Branche seit Urzeiten.

Aber doch noch etwas zu 125 Ausgaben *Druckmarkt Schweiz*. Seit den ersten Heften haben wir versucht, unterhaltsam, zuweilen amüsant bis provokativ und auch anregend über Gegenwart und Zukunft der Branche zu informieren. Dieser Anspruch bleibt. Denn wir wissen, dass Sie, unsere Leser, es schätzen, wenn ihnen auch einmal etwas «zugemutet» wird und wenn sich der Inhalt eines Fachmagazins nicht nur in «Hurra-Meldungen» der Lieferindustrie oder in der Selbstbeweihräucherung eines Verbandes erschöpft.



In diesem Sinne wünschen wir Ihnen viel Spass bei der Lektüre.

Klaus-Peter Nicolay
Jean-Paul Thalmann



Papier und Umwelt – Verantwortung wahrnehmen

Als erstes Papiergrosshandelsunternehmen in Europa wurde Papyrus 2003 mit dem FSC-Zertifikat ausgezeichnet. Heute sind über 60% des Gesamtassortiments mit dem FSC-Label versehen, und weit über 50% der Transporte werden auf dem Bahnweg abgewickelt. Die führende Position als ver-

antwortungsbewusstes Unternehmen hat Papyrus Schweiz mit einer klimaneutralen Logistik weiter ausgebaut und setzt damit den vor Jahren beschrittenen Weg konsequent fort. Auch in Zukunft gelten die Anstrengungen einer nachhaltigen Nutzung unserer wertvollen Umwelt.

Kontaktieren Sie uns, wir beraten Sie gerne: nachhaltigkeit.ch@papyrus.com

PAPYRUS 