ZUERST EINMAL EIN **HERZLICHES DANKESCHÖN**

Wer sagt denn, dass älter werden depressiv macht? Der *Druckmarkt Schweiz* wird 2026 immerhin 25 Jahre alt und veröffentlicht seine 150. Ausgabe. Aber wie wir wissen, ist das für eine Zeitschrift ja noch kein Alter, vielleicht eine Periode, in der man mit den Monaten und Jahren vielleicht reifer oder besser geworden ist. Wir wissen nicht, wie viele Minuten oder Stunden Ihrer kostbaren Zeit Sie unseren gedruckten Ausgaben widmen und wie lange sich die vielen Tausend Leserinnen und Leser auf unseren Internetseiten umsehen, recherchieren oder lesen. Dafür jedenfalls ein herzliches Dankeschön.



Zu unserem kleinen Jubiläum – es sind ja schliesslich keine 100 Jahre – wollen wir aber keine ausgedehnte Rückschau zelebrieren, auch keine glamouröse Party schmeissen und uns schon gar nicht selbst feiern. Wir haben in dieser Ausgabe aber ganz exklusive Beiträge für Sie zusammengetragen. So wie wir es bisher schon immer gemacht haben.

Seit den ersten Heften versucht sich der *Druckmarkt Schweiz* fundiert, unterhaltsam, zuweilen provokativ bis amüsant und hoffentlich auch anregend mit seinen Leserinnen und Lesern über die Gegenwart und die Zukunft der Druckbranche zu verständigen. Dieser Anspruch bleibt. Denn das (für uns schauderhafte) Bild «Den Leser dort abholen, wo er steht», das Medienleute gerne verwenden, wenn sie ihre Arbeit beschreiben, gilt für uns nicht. Es hiesse in der Konsequenz ja auch: Nur das liefern, was bequem ist, nichts, was aufregt oder zum Nachdenken anregt, denn manche Journalisten glauben, ‹der Leser› (diese 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 Hersteller erschöpft.

Was den *Druckmarkt* vielleicht etwas anders macht als andere Zeitschriften: Wir misstrauen dem Zeitgeist und dem Mainstream. Das Modisch-Gefällige liegt uns weniger bis gar nicht. Wo alle einer Meinung sind, versuchen wir durch andere Sichtweisen den Blick auf das Wesentliche zu lenken. Ob uns das immer gelingt, können Sie besser beurteilen als wir selbst.

Doch wir sind der Überzeugung, dass es bei aller Notwendigkeit zur Veränderung traditionelle Werte in der grafischen Branche gibt, die auch weiterhin ihre Gültigkeit haben. Der deutsche Politiker Willy Brandt hat einmal gesagt: «Wer das Bewahrenswerte bewahren will, muss verändern, was der Erneuerung bedarf.»

Daran wollen wir uns bei unserer Arbeit halten. Denn es ist nicht alles erhaltenswert, was auf den ersten Blick so erscheint – damit muss auch die Druckindustrie leben. Aber es lohnt sich auch nicht, jedem Hype hinterherzulaufen.

Dazu haben wir in diesem Heft Artikel zusammengetragen, die die Vielfalt der aktuellen Themen in Print zeigen: vom Jubiläum eines bedeutenden grafischen Fachhändlers über eine Reportage der fast 100-jährigen *Druckerei Dietrich*, der Transformation eines grossen Herstellers bis zu KI-Agenten, die demnächst einkaufen gehen sollen. Das erschien uns in der Jubiläumsausgabe wichtiger als ein grosses Fest.





Wir wünschen Ihnen viel Spass bei der Lektüre.

Klaus-Peter Nicolay
Jean-Paul Thalmann

KOENIG & BAUER



Driving IMPACT through People

... indem wir Ihr Team befähigen, die Technologie von morgen zu meistern

Dem weltweiten Fachkräftemangel begegnen wir partnerschaftlich auf Augenhöhe. Wir stellen Ihnen nicht bloss exzellente Maschinen zur Verfügung, sondern begleiten Ihr Team kontinuierlich mit umfassenden Trainings- und Ausbildungsangeboten. Dank unserer lokalen Expertenteams vor Ort und einer enormen Reaktionsgeschwindigkeit stellen wir sicher, dass Sie jederzeit das volle Leistungspotenzial Ihrer Anlagen ausschöpfen können.

Koenig & Bauer (CH) AG
info@koenig-bauer-ch.com

we're on it.