



DANIEL MÜLLER,
Geschäftsführer
und Inhaber der
Schweizer OFS-
Group in Pfaff-
nau, ist nach län-

gerer und mit grosser Geduld ertragener Krankheit im Alter von nur 41 Jahren verstorben. Sein Leiden hat er nie zum Thema erhoben, sondern sich in seine Arbeit gestürzt, sich für seine Kunden eingesetzt.

Er hat in den letzten zehn Jahren aus dem Verbrauchsmaterialhändler ein erfolgreiches Softwarehaus gebildet und blieb trotz dieses Wandels eigenständig, während andere entweder die Segel strichen oder übernommen wurden.

Mit ihm verlieren die Mitarbeiter der OFS-Group einen vorbildlichen Vorgesetzten und einen liebenswerten und hilfsbereiten Freund. Die grafische Industrie in der Schweiz verliert mit ihm einen mutigen, seriösen Unternehmer und äusserst fachkundigen Kollegen.

Für uns in der Redaktion war er immer ein angenehmer und interessanter Gesprächspartner mit «Ecken und Kanten» und vor allem stets ehrlichen Worten. Wir können nunmehr nur fassungslos den frühen Tod von Daniel Müller zur Kenntnis nehmen – auch wenn es noch so schwer fällt, dies zu verstehen. Adieu, Daniel Müller.

Klaus-Peter Nicolay
Jean-Paul Thalmann

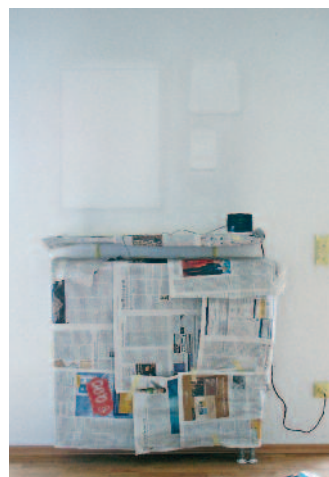


Der Zentralvorstand des Viscom hat die Verbandsspitze des VSD zu Gesprächen aufgefordert, die das Ziel verfolgen, einen einzigen Branchenverband zu bilden. Der Viscom ist der Auffassung, dass ein einziger, starker Verband notwendig ist, um die aktuellen und schweren Aufgaben zu meistern. Der VSD hat bereits Gesprächsbereitschaft signalisiert. Mehr über die Hintergründe erfahren wir in einem Gespräch mit Viscom-Direktor Dr. Thomas Gspöner. Mehr dazu auf [Seite 8](#).

printed in switzerland

Sie haben vielleicht die Replik auf unser Editorial aus dem Heft 60 in der aktuellen Ausgabe des Kollegen-Blattes «Viscom» gelesen. Wir haben mit den Kollegen in St.Gallen vereinbart, dass wir es nun nach dem Hin und Her dabei bleiben lassen. Also, von unserer Seite kein weiterer Kommentar. Aber fairerweise natürlich eine Richtigstellung: Die Marke «printed in switzerland» (wie man oben erkennen mag) ist für jedermann zugänglich und nicht, wie von uns behauptet, nur Viscom-Mitgliedern vorbehalten. Sorry für den Fehler!

Kürzlich ist das Druckmarkt «Marketing-Glossar» erschienen. Es beschäftigt sich mit den verschiedenen Marketing-Konzepten, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, PR und nicht zuletzt dem Verkauf. Auf 180 Seiten kommen nicht alleine theoretische Grundlagen zur Sprache, viel mehr ist das «Marketing-Glossar» an der Praxis der Druck- und Medienindustrie mit Beispielen angelehnt. Damit wird es zum Nachschlagewerk, das mit falschen oder zweifelhaften Zuordnungen aufräumt.



Auch wenn den Zeitungen ständig der nahe Tod vorausgesagt wird, sind sie noch immer sehr lebendig. Was moderne Zeitungstechnik heute zu leisten imstande ist und weshalb sich Zeitungen hierzulande nicht mit den US-Zeitungen vergleichen lassen, ist ein Schwerpunkt dieser Ausgabe. Mehr ab [Seite 14](#).



Auf dem Hiflex-Anwendertreffen im Juni erläuterte Thomas Reichhart (Geschäftsführung Hiflex) die Architektur des Hiflex Cloud Computing. Dieses ermöglicht einen hoch-performanten Internet-Zugriff auf das gesamte MIS-System und verwendet OpenOffice zur Gestaltung des Schriftverkehrs.

Mehr zu dem neuen Produkt von Hiflex und allgemein zum Thema Cloud-Computing auf den [Seiten 42 und 46](#).

209 MILLIONEN

Kataloge verteilte Ikea dieser Tage weltweit, 11,5 Millionen mehr als 2010. In Deutschland sind es 30,6 Millionen, mehr als in jedem anderen der 39 belieferten Länder. Es folgen die USA mit 22,7 Mio. und Frankreich mit 17,4 Mio. Exemplaren. Quelle: Wirtschaftswoche 5. 9. 2011



Als das Bauen von Druckmaschinen noch Handarbeit war und das Drucken selbst noch etwas Heldenhaftes hatte, spielte die Schnellpressenfabrik Albert in Frankenthal eine grosse Rolle. Heute ist sie Teil der KBA-Gruppe und feiert ihr 150-jähriges Jubiläum. Mehr dazu lesen Sie im Internet in unserem PDF-Magazin «Druckmarkt impressions 36».



Ein eher seltenes Vergnügen: Die rund 100 Teilnehmer des manroland «Newspaper Summit» dinierten im Druckzentrum Barleben Mitte September direkt neben dem Versandraum der Zeitungsdruckerei. Danach erlebten sie live, wie sich mit moderner Vorstufe, Druck- und Versandraumtechnik sowie komplexer Vernetzung Zeitungen herstellen lassen. Automatisches Drucken, wie es manroland im Herbst 2008 angekündigte, ist Realität geworden. Mehr auf Seite 18.



Drucken Sie noch oder lassen Sie schon ...? «Druckmarkt» hat sich im Internet umgesehen und die 100 aktivsten Internet-Druckereien ausfindig gemacht. Web-to-Print ist also gesellschaftsfähig geworden. Die Übersicht finden Sie in der Ausgabe 74 des «Druckmarkt» in Deutschland und ist im Internet einzusehen.



Für die «Wiesn»-Erlebnisse warten die zünftigen Dirndl- und Bier-Books von Gmund auf ihre Einträge. Sie werden gerne gezückt, weil sie einfach schön sind und perfekt zum Oktoberfest-Outfit passen.

Die urigen Bier-Books, erhältlich in A5 und A6 in den Farben Pils und Bock mit kariertem Innenpapier, haben einen Einband aus Gmund Bier Papier. Das Papier ist mit Hopfen und Malz produziert und damit prädestiniert für den Einsatz auf dem Oktoberfest.

In Anlehnung an die bayerischen Trachten sind die Gmund Dirndl-Books mit echtem Dirndlstoff bezogen. Mit unterschiedlichen Stoffdesigns stehen sie in den Farben rot, mint, pink, lila, braun und grün sowie in A5 und A6 zur Auswahl.

➤ www.gmundboutique.com



ZWISCHEN DEN DRUCKMARKT-AUSGABEN

DRUCKMARKT impressions

Das erste PDF-Magazin für Kommunikation, Design, Print & Publishing



Die Fülle an Nachrichten, die wir in unseren gedruckten Ausgaben nicht unterbringen oder die News, die nicht auf das nächste Heft warten können, finden Sie im PDF-Magazin «DRUCKMARKT impressions». Die etwa 14-tägig erscheinenden Ausgaben beschäftigen sich vor allem mit technischen Themen rund um Premedia und Prepress, um Druck, Veredelung, Finishing und Verpackung bis hin zur Medien- und Zeitungsproduktion und anderen relevanten Segmenten der Print- und Publishing-Industrie.

«DRUCKMARKT impressions» ist kein gewöhnlicher Newsletter, sondern ein vollwertiges Magazin, das neben der Print-Version von «DRUCKMARKT» erscheint und die moderne Form einer Fachzeitschrift repräsentiert: mit Bildstrecken, Nachrichten, Hintergrundberichten und Links zu weiterführenden Informationen. Das macht «DRUCKMARKT impressions» zum lebendigen Medium, das die Berichterstattung des «DRUCKMARKT» aktuell ergänzt. Kostenlos zu abonnieren unter:

www.druckmarkt.com

Wissen, wo es lang geht ...

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.