



Mehrwerte. Umsatzströme. Hilfe!

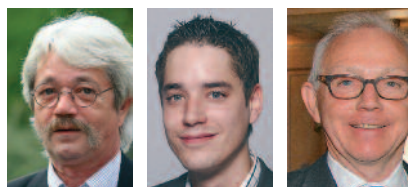
Eine Unzahl an «Pre-drupa-Events» und sonstigen Veranstaltungen haben wir in den letzten Wochen absolviert, was angesichts der bevorstehenden drupa nichts Besonderes ist. Dass die Themen dabei so breit gestreut waren wie die Vielfalt, die die drupa 2012 bieten wird, ist auch nicht ungewöhnlich. Das Angebot reicht von der Einzelplatz-Software, Workflows und Web-Shops über den digitalen Druck in all seinen Ausprägungen bis hin zu Offsetdruck und Weiterverarbeitung. Doch so unterschiedlich die einzelnen Fakultäten auch sind, es ist bei vielen Herstellern eine grosse Gemeinsamkeit festzustellen: Das Vokabular hat sich nahezu angeglichen.

Hersteller (ob gross, ob klein, ob Software-Hersteller oder Maschinenbauer) betonen, sie seien Solution Provider (sie bieten also Lösungen an). Die Solutions beinhalten selbstverständlich revolutionäre Technologien, die höchste Qualität und Produktivität bieten. Ebenso versteht sich von selbst, dass alle «grün» sind und Umweltschutz sowie Nachhaltigkeit geradezu verkörpern. Jetzt aber wollen sie ihren Kunden auch noch helfen, neue Geschäfte zu kreieren, Umsatzströme zu generieren und Mehrwerte zu schaffen. Wie hilfsbereit man doch sein kann, wenn man etwas verkaufen will! Was uns zu einem Rundumschlag veranlasst hat, der längst fällig war. «Mal kräftig eine reinhauen» lesen Sie auf Seite 50. Denn mit ihren kernigen Sprüchen haben einige Hersteller und ihre PR-Agenturen schon mal voll ins Schwarze des Marketing-Sumpfes getroffen.

Ob sie mit ihren Lösungen aber auch den Nagel auf den Kopf getroffen haben und Systeme erdacht sowie gebaut haben, die die Branche wirklich braucht, können wir noch nicht beantworten. Ebenso wenig können wir den Wahrheitsgehalt der Versprechen überprüfen, fragen uns aber dennoch, ob dies nicht wieder nur Blasen sind. Denn können die Hersteller ausser dem Bereitstellen von Technik wirklich dazu beitragen, das Geschäft eines Kunden anzukurbeln? Ausgewachsene Unternehmer wissen schliesslich selbst, ob und wann sie die Hilfe eines Herstellers benötigen. Es gibt genügend Beispiele, bei denen Unternehmer die zündenden Ideen hatten, die später mit Hilfe der Technik umgesetzt wurden. Es ist wohl auch besser, wenn man es bei dieser Formel belässt.

Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalmann



Inhaltsverzeichnis

Markt & Zahlen

- 02 Portal
- 04 Nachrichten
- 10 Es geht um den Kundennutzen

drupa

- 15 The Show Must Go On!
- 16 Eine Branche im Wandel
- 18 Plattformstrategien
- 20 Die Vorstufe wird zum Automat
- 22 Aussteller-Vorschau Prepress
- 26 Total digital
- 28 Aussteller-Vorschau Digitaldruck
- 36 Wie viel Innovation verträgt der Offsetdruck?
- 38 Aussteller-Vorschau Print
- 42 Mechanik und Datenströme
- 45 Aussteller-Vorschau Finishing

Kommunikation

- 50 Mal kräftig eine reinhauen
- 70 Was reden die denn da?

Management & Bildung

- 62 Pioniere im Publikationsmanagement

Aus den Kantonen

- 64 Mit minimalen Punkten zu maximaler Qualität
- 66 Nachrichten

Rubriken

- 54 VSD
- 60 swiss4color
- 72 Impressum / Business-to-Business

Wie bitte, Sie kennen unseren
Stellenmarkt noch nicht



www.mediaforum.ch