

Mehr Raum für mehr Informationen

Es ist inzwischen keine Neuigkeit mehr, sondern eher eine Dauer-Nachricht: Im Verlagswesen greift der Rotstift immer weiter um sich. Zeitungen und Zeitschriften werden eingestellt oder nur noch im Internet publiziert, Verlage drucken nicht mehr selbst, sondern schliessen ihre Druckhäuser und lassen drucken, Verlagshäuser kooperieren oder fusionieren. Alleine in Deutschland stieg die Zahl der Akquisitionen laut einer Studie der Unternehmensberatung Bartholomäus & Cie im vergangenen Jahr um 10% auf 246 Übernahmen und Beteiligungen an. Dabei ist das Umsatzvolumen der Kaufobjekte von 3,5 Mrd. € auf 6,2 Mrd. € gestiegen. Für die steigende Zahl sind in erster Linie die grossen Verlagsgruppen Springer, Holtzbrinck, Bertelsmann oder Gruner + Jahr verantwortlich. Bertelsmann etwa avancierte durch die Fusion der Buchverlage Random House und Penguin zum grössten Buchverlag der Welt. Mit 56 Übernahmen und Beteiligungen entfielen die meisten Transaktionen im Jahr 2012 jedoch auf die Fachmedien.

Was dem noch alles folgt, wissen wir nicht. Wir wissen aber, dass wir 2012 in den Ausgaben «Druckmarkt» und «Druckmarkt Schweiz», in unserem PDF-Magazin «Druckmarkt impressions» und den verschiedenen Ausgaben der «Druckmarkt Collection» über 1.200 Seiten publiziert haben – vorwiegend gedruckte Seiten, aber auch Online im Internet.

Und wir wollen den «Druckmarkt» in diesem Jahr noch weiterentwickeln. Sie haben es vielleicht schon auf der Titelseite bemerkt: Da hat sich etwas verändert. Richtig, wir haben das Layout des Druckmarkts modifiziert. Aber bitte – von einem Relaunch ist hier nicht die Rede. Wir haben damit das Layout für die oben genannten Publikationen weitestgehend vereinheitlicht und brauchen (trotz schrumpfendem Anzeigenvolumen) einfach mehr Platz für mehr Informationen. Denn wir wollen uns noch mehr als Magazin mit Blick auch auf branchennahe Entwicklungen präsentieren und den Geruch einer biedereren Fachzeitschrift hinter uns lassen. Inhaltlich wie gestalterisch. Was schlicht und einfach bedeutet: Wir sparen nicht an der Qualität oder beim Umfang. Einsparpotenziale gibt es auch an Stellen, wo es Ihnen als Leser nicht auffällt.

Damit haben wir uns für die nächsten Monate einiges vorgenommen und hoffen, dass Sie uns als Leser dabei begleiten werden. Denn nur mit einer treuen und für eine treue Leserschaft lässt sich das bewerkstelligen.

Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalmann



Inhaltsverzeichnis

Markt & Zahlen

- 02 Portal
- 04 Nachrichten
- 04 «BaZ» wird künftig bei Tamedia gedruckt
- 05 Ipex verliert an Bedeutung
- 06 850.000 Tonnen Papier weniger
- 07 MB Bäuerle wird weitergeführt
- 08 TV vor Print und Online

Management

- 12 Anwalt der Unternehmen
- 40 Es war einmal ...

Print & Finishing

- 16 Die Zeitung mit neuen Ideen stärken
- 20 Highspeed-Inket: Hype oder echte Alternative
- 24 Neustart für die digital gedruckte Zeitung?
- 26 Bingo und andere Volltreffer
- 28 Das Papier muss da druch
- 34 Über den Wert von Print
- 50 SX, die Formel für Vielfalt
- 53 Wenden und lackieren im Renntempo

Standardisierung

- 42 Die Zeit war reif
- 48 So werden Normen erstellt

Aus den Kantonen

- 54 Wir haben sehnlchts auf diese Maschine gewartet
- 56 Deutsch-Schweizerische Zusammenarbeit
- 58 Nachrichten

Rubriken

- 36 VSD
- 64 Impressum / Business-to-Business

So viele Jobs.

**Da können Sie
lange googeln.**

medienjobs.ch
Stellenmarkt der Kommunikationsbranche