

Kommen und Gehen, Resignation und Mut

Allianzen und Partnerschaften kommen und gehen. Das ist nicht neu und wird immer so sein. Während wir in diesem Heft die Allianz von Heidelberg und Fujifilm genauer beleuchten, die in den nächsten Jahren erhebliche Veränderungen im Markt mit sich bringen könnte, werden Sie mit dieser Ausgabe gleichzeitig Zeuge, wie eine seit Beginn des «Druckmarkt Schweiz» bestehende Partnerschaft nach gut zwölf Jahren zu Ende geht.

Zum letzten Mal werden Sie in diesem Heft auf sechs Seiten vom VSD über dessen Aktivitäten informiert. Sicher kein Grund, Tränen zu vergiessen. Der Verband will auf anderen Wegen mit seinen Mitgliedern kommunizieren. Schade ist aber, dass der VSD dabei offensichtlich das Potenzial völlig ungenutzt lässt, das ihm die druckende Branche bietet, um mit kleiner werdenden Zielgruppen effektiv zu kommunizieren. Das kann nur als Eingeständnis gewertet werden, dass der Verband (oder seine Führungsriege) nicht mehr an Print glaubt. Kopf in den Sand stecken, resignieren, aufgeben – so nennt man das wohl (lesen Sie dazu auch die Lesermeinung auf der folgenden Seite).

Doch es geht auch anders. Kurz vor Redaktionsschluss hatten wir nämlich ein überraschend ermutigendes Erlebnis, als wir zunächst glaubten, ein junger Mann wolle sich bei uns um eine Lehrstelle bewerben. Völlig falsch. Auf unsere negative Antwort («wir bilden leider nicht aus») kam prompt die Reaktion: «Vielen Dank für Ihre Antwort. Es handelt sich jedoch um ein Missverständnis. Ich habe mich nicht bei Ihnen um eine Lehrstelle beworben, sondern nur nachgefragt, ob es möglich ist, in Ihrer Zeitschrift ein Inserat zu veröffentlichen.» Und ganz keck hängte er seiner Mail ein Inserat an mit dem Hinweis: «Ich wäre Ihnen sehr dankbar, wenn Sie mich bei meiner Lehrstellensuche unterstützen.»

Natürlich tun wir das: Auf Seite 47 finden Sie das Gesuch von Fabio Ulrich neben einer weiteren Stellenanzeige. Wir tun das schon deshalb gerne, weil wir damit den Mut eines jungen Menschen belohnen wollen, der hartnäckig die Chance in seinem «Traumberuf» sucht. Wir tun es auch deshalb gerne, weil wir damit zeigen können, dass unsere Branche lebt, dass diese Branche eine Zukunft hat und dass Print etwas bewirken kann.

In diesem Sinne lassen wir das Jahr 2013 gehen und das neue Jahr kommen. Und das nicht in der Hoffnung, sondern in der Überzeugung, dass unsere Branche trotz aller Veränderungen noch immer viel bewegen wird.

Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalmann



Inhaltsverzeichnis

Meinung

- 02 Die Ohrfeige
- 02 Pflästerlipolitik

Markt & Zahlen

- 04 Portal: kreuz & quer
- 06 Nachrichten
- 08 Traumpaar Fujifilm und Heidelberg?
- 12 Die neue Kodak ist am Start

Medien

- 14 Printwerbung animiert
- 54 E-Book «How to»

Print & Finishing

- 16 Goodbye «Grosser Tiegel Offset»
- 18 Heute ist wieder kein Käse entstanden
- 48 Ein starkes Commitment für Print
- 50 Potenziale der Weiterverarbeitung
- 52 Botschafter der Marke Gmund

Web-to-Print

- 22 Menschen machen Geschäfte!
- 24 Drucken Sie noch oder lassen Sie schon?
- 28 Der Online-Print-Markt in der Schweiz
- 31 Ungeahnte Möglichkeiten mit WtP
- 32 Flexible Web-to-Print-Lösungen

Management & Bildung

- 34 Die Welt von morgen gestalten
- 38 Wie im richtigen Leben
- 46 Führungsaufgaben in der Druck- und Verpackungstechnologie

Aus den Kantonen

- 56 Nachrichten
- 62 Schweizer Bogenoffset-Tag

Rubriken

- 40 VSD
- 64 Impressum / Business-to-Business

