

Schade, wieder eine Chance verpasst

Was unsere Redaktion zu Weihnachten und Neujahr an Grusskarten erreichte, war schon ernüchternd. Noch nie, glauben wir uns erinnern zu können, war die Auswahl an gut gestalteten und gedruckten Karten so mickrig (von ganz wenigen Ausnahmen abgesehen). Statt dessen E-Mails oder gar nichts. Ist es das wirklich, was Agenturen, Druckereien und Verlage noch zu leisten vermögen? Was ist denn mit all den schönen Papieren, mit all den faszinierenden Veredelungsmöglichkeiten, mit guten typografischen und ideenreichen Gestaltungen? Sind etwa die Ideen ausgegangen? Fehlt es an Zeit, an Mut oder fehlt etwa das Geld für Druck und Versand?

Ganz gleich! Eine Branche, die nicht mehr in der Lage ist, ihr eigenes Können in Szene zu setzen, hat es doch kaum besser verdient, dass sich die Kunden von der Drucksache abwenden! Dann aber bitte sollte endlich das Gejammere aufhören, es würde immer weniger oder bei den falschen Druckereien gedruckt. Mit dem Jahreswechsel wurde zumindest die riesige Chance verpasst, auf die Wertigkeit von Gedrucktem aufmerksam zu machen, die Kunden mit aussergewöhnlichen Drucksachen zu überraschen und damit gleichzeitig die positiven Effekte eines gedruckten Mailings zu verdeutlichen. Denn nachweislich wirken Print-Mails weit besser und nachhaltiger als E-Mails.

Doch vielleicht war dies ja nur ein Ausrutscher. Denn es gibt genügend Aktivitäten in der Branche, die den Wert von Drucksachen hervorheben und die Lust auf Print machen. So sind wir schon gespannt auf die Ergebnisse des «Swiss Print Award», zu dem es noch nie so viele Einsendungen gab wie dieses Jahr. Über die Qualität der Einsendungen können wir noch nichts sagen, wissen aber, dass prominente Druckereien teilnehmen, von denen man hohe Qualität erwarten kann. Und noch etwas in eigener Sache: In dieser Ausgabe widmen wir Giambattista Bodoni zwei Seiten, der im November vor 200 Jahren starb. Seine Bodoni prägte über die letzten zwölf Jahre unser Druckmarkt-Logo. Seit Januar setzen wir eine Schrift von einem in unseren Augen ebenso grossen Schriftkünstler ein: Die Renaissance von Hermann Zapf, der im November seinen 95. Geburtstag beging und dem wir nachträglich noch herzlich gratulieren.

Vielleicht erleben wir ja 2014 auch eine weitere Renaissance – die unserer Branche. Denn wir sind der festen Überzeugung, dass Gedrucktes trotz aller Veränderungen noch immer viel bewegen wird.

Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalmann



Inhaltsverzeichnis

Markt & Zahlen

- 02 Portal: kreuz & quer
- 04 Nachrichten
- 04 KBA richtet sich auf veränderten Druckmaschinenmarkt aus
- 05 Mythos Wachstumsmarkt
- 08 Heidelberg stellt sich «Digital» neu auf
- 10 manroland web systems will Anteil steigern

Print & Finishing

- 12 Drucken jenseits von Rolle und Bogen
- 18 Goldgräberstimmung beim 3D-Druck
- 34 Frischzellenkur für den Offsetdruck
- 37 Sauber bei der Arbeit

Medien

- 24 Die nächste Stufe der Buchproduktion
- 28 Lehrbücher, Kataloge und vieles mehr
- 30 Mit gedruckten Magazinen erfolgreich
- 32 B2B-Entscheider vertrauen Fachmedien

Management

- 20 Einmal erfassen ist genug
- 38 Führungsrolle für das Marketing
- 40 Vielschichtige Berufsbildung

Graphic Arts

- 42 König der Drucker und Drucker der Könige
- 44 Tÿpo
- 46 Gut zum Druck – Kunst und Werbung

Aus den Kantonen

- 48 Nachrichten
- 51 Gut zum Druck!

Rubriken

- 52 Essay: Neues von nichts Neuem
- 53 Impressum / Business-to-Business

