



INHALTSVERZEICHNIS

Markt & Zahlen

- 02 Portal: kreuz & quer
- 04 Nachrichten
- 04 Über 1 Mrd. Euro Umsatz bei KBA
- 05 Flint übernimmt Siegwerk-Rollenoffsetfarben
- 06 Kromer Gruppe: «Wir bauen für die Zukunft»
- 08 Unschöne Schlammschlacht nach der Insolvenz

drupa-Countdown

- 10 Vom Stiefkind zur Zukunftstechnik

Print & Finishing

- 14 Die Spannung steigt
- 16 Europas Beta-Kunde für die KM-1
- 19 Stabil, schnell, aber bezahlbar
- 23 Abflug in eine neue digitale Ära
- 24 Digitaldruck im B1-Format
- 26 Die «Smarties» aus Wiesloch
- 52 Digitale Transformation mit KBA 4.0
- 54 Die Rolle von Canon im Rollendruck

Online Print

- 36 Einmalig – wie andere auch
- 38 Raus aus der Komfortzone!
- 46 Platzhirsch ist der lokale Drucker

Graphic Arts

- 27 Swiss Print Award 2016: ÄstheTisch
- 32 Vier Dutzend Farben

Aus den Kantonen

- 56 Nachrichten
- 58 Business-to-Business
- 59 Impressum

MIT KANONEN AUF SPATZEN?

Wer sagt eigentlich, dass in der Branche keine Power mehr drin ist? Klar, die Welt ist schlecht und die Umsätze gehen zurück. Jetzt weinen selbst die Online-Printer, wenn ihnen nur ein Wachstum von 4% prognostiziert wird (lesen Sie dazu unseren Beitrag zum Online Print Symposium ab Seite 38). Nein, ganz im Ernst: Wir finden die Zeiten spannend. Spannend wie selten – zumindest, was die Hersteller-Szene angeht.

Da kündigte Kodak zur drupa-MediaWeek Anfang März in Düsseldorf eine neue Inkjet-Plattform an, um zwei Wochen später mitzuteilen, man wolle das Tintenstrahl-Geschäft abtosseln. Canon, Fujifilm, Konica Minolta und Ricoh blieben auf derselben Veranstaltung weitestgehend auf dem Boden und HP liess nichts unversucht, von seinen Drucktechniken abzulenken. Xerox rechnete vor, dass erst 2% aller gedruckten Seiten digital gedruckt würden und man sich deshalb in einem Wachstumsmarkt bewege (nennt man so was pfeifen im Wald?). Es soll auch eine Bogen-Inkjet-Maschine geben: im Format B3. Keine Ankündigungen, die einen vom Hocker geholt hätten, über die wir aber dennoch in den nächsten Ausgaben und in den «Druckmarkt impressi- ons» berichten werden.

Dafür ging es Ende März rund. Heidelberg hatte seine B1-Inkjet-Bogenmaschine ja bereits im Februar vorgestellt (siehe Seite 24). Jetzt kündigte Landa gleich mehrere B1-Maschinen in Bogen und Rolle an und auch HP Indigo legte mit einer B1-Maschine und weiteren Modellen nach. Das wird also wohl doch noch ein heisser Tanz.

Vor allem vor dem Hintergrund, dass (wenn es denn wirklich stimmen sollte) erst 2% aller Dokumente digital gedruckt werden. Auf diesen scheinbar kleinen Markt stürzen sich nun alle mit immer mehr und grösseren Maschinen. Wird da nicht mit Kanonen auf Spatzen geschossen? Wer soll denn all die Maschinen kaufen? Verpackungsdrucker? Die werden auch von KBA und Heidelberg mit Offsetmaschinen blendend bedient. Die Online-Drucker? Die verdienen ihr Geld ebenfalls mit dem Offsetdruck. Mailinghäuser? Deren Markt geht zurück. Verlagsdrucker? Dieser Markt ist auch eher überschaubar. Akzidenzdrucker? Die haben kein Geld. Ja wer kauft denn nun?

Es gibt darauf nur zwei Antworten. Erstens: Die 2% sind doch ein so grosser Markt, dass er lukrativ ist. Denn geht man von 800 Mrd. \$ Weltmarktvolumen für Print aus, sind das immerhin 16 Mrd. \$ mit Wachstumspotenzial. Und zweitens: Jetzt werden die Geschütze in Stellung gebracht, um später einmal richtig loszuballern. Wer diese Puste nicht hat, wird in der Schlacht um Marktanteile alt aussehen. Das scheint auch Kodak dazu bewogen zu haben, die Flinte (keine Kanone) ins Korn zu werfen, bevor sich die Märkte wirklich entwickelt haben.

Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalmann

