



INHALTSVERZEICHNIS

Markt & Zahlen

- 04 70 Jahre Chromos: Ein Jubiläum zum Abschied
- drupa-Countdown
- 02 Messerungang: Chancenlos nach Plan A
- 12 Print ist überall
- 14 drupa 2016: Das Wort hat der Präsident
- 20 Blitztraining gegen Messestress
- 24 Das ganz grosse Kimo gedruckter Anwendungen
- 28 Vorstufe: Automatisiert, wegrationalisiert und vergessen?
- 30 Autonom arbeitende Systeme werden zunehmen
- 32 Hype, Modewort oder Geschäftsmodell?
- 34 Digitaldruck: Tritt das Personalisieren in den Hintergrund?
- 38 Mit neuen Lösungen den Durchbruch feiern
- 42 Digitaldruck und Grossformat: Ein Traumgespann?
- 44 Offset: In aller Ruhe weiterdrucken
- 48 Finishing: Vom Digitaldruck wachgeküsst?
- 50 Die Digitalisierung des industriellen Drucks
- 54 Verpacken ist nicht nur Drucken

Graphic Arts

- 58 Von Hand- und Druckschriften
- 60 Swiss Print Award 2016: Nach dem Award ist vor dem Award
- 66 Business-to-Business
- 67 Impressum

NUR EIN VERSUCH:
TRENDSSCOUT

Diese Ausgabe ist etwas anders ausgefallen, als Sie es gewohnt sind und wahrscheinlich auch anders, als es andere Fachmagazine zu einer anstehenden Messe üblicherweise praktizieren. Zwar ist diese Ausgabe nahezu komplett auf die bevorstehende drupa 2016 zugeschnitten, wenn Sie jetzt aber eine Vorschau auf das Ausstellungsprogramm der Hersteller erwarten, «Standbesprechungen» oder Produktaufzählungen, werden Sie derartiges im vorliegenden Heft vergeblich suchen. Diese Meldungen haben wir in unseren «Druckmarkt impressions», den PDF-Magazinen im Internet, untergebracht. Die können Sie downloaden und bei Bedarf auch gerne ausdrucken, wenn Sie glauben, dass Ihnen diese Ankündigungen als Orientierung auf der Messe dienen können.

Wir selbst werden uns jedenfalls an diese Vorschau halten und uns als Trendscouts versuchen, wie wir es im Artikel über Chromos (Seite 4) beschrieben haben. Dabei werden wir alles, was wir im Vorfeld der drupa noch nicht selbst beurteilen können (weil es Informationen von Dritten sind), so weit wie möglich mit Fakten belegen und mit eigenen Augen sehen wollen, um ein einigermaßen klares Bild gewinnen zu können und abzuschätzen, welche Systeme denn wirklich der Rede wert und vielleicht sogar empfohlen werden können. Denn nach den Erfahrungen zurückliegender Messen wissen wir ja alle, dass nicht alles Gold ist, was glänzt. Deshalb wird es «Pfadfinder»-Berichte auch erst nach der Messe geben.

So lange haben wir in diesem Heft eine umfangreiche Sammlung an Artikeln über die Trends in der Branche und die Techniken für die Branche zusammengestellt. Dabei werden natürlich auch einige der zu erwartenden Highlights der drupa zumindest erwähnt. Aber was sollen wir jetzt hier beschreiben, was Sie im Heft sowieso finden?

Wir sind jedenfalls jetzt schon selbst gespannt auf das nächste Heft. Die Spannung wächst von Tag zu Tag. Denn die drupa 2016 wird anders sein, als alle Vorgängerveranstaltungen. Wir haben sogar das Gefühl, dass sie noch viel interessanter wird, als in den zurückliegenden Jahren. Weil wir die grosse Erwartungshaltung der Anwender im Markt und die der Hersteller spüren. Klar, alles nur ein Gefühl, vielleicht aber auch ein Stück «Trendscouting» mit einem gewissen Gespür für das Kommende.

Immerhin ist es für den Junior im Team (Julius) schon die zweite drupa als Redakteur, Jean-Paul als Senior hat irgendwann (weitsichtig genug) auch einmal die eine oder andere drupa ausgelassen, aber für den alten Nicolay wird es die elfte drupa seit seiner Lehre sein. Er glaubt zwar, es hätte sich seitdem einiges verändert, aber das Kribbeln vor einer Messe sei geblieben.

Es gibt offensichtlich Menschen, die sich wohl nie als Trendscout eignen!

Ihr Druckmarkt-Team

Klaus-Peter Nicolay
Julius Nicolay
Jean-Paul Thalman

