

Selbst Schuld

Gerne schiebt man vieles auf die Konjunktur. Wenn die Umsätze sinken, beispielsweise. Oder wenn man möchte, dass man guten Mutes ist. Dann trällert man solche Sprüche wie »Die Konjunktur zieht wieder an«. Als wäre sie je ausgezogen. Denn Konjunktur ist immer. Fragt sich nur, für wen.

Denn in vielen Bereichen der Wirtschaft gibt es die Konjunktur-Profiteure. Das sind ähnliche Geschäfte-Macher, wie man sie auch zuweilen unter den »Kriegsgewinnlern« findet. Sie leben von anderer Leute Not und Bedarf. Das ist – prinzipiell – legal und keineswegs verwerflich. Allein, es ist ein Geschäft ohne Stabilität. Wetterwendisch, zufällig.

Viel Druckgeschäft war und ist auch so. Geht's der Wirtschaft gut, boomt die Werbung, brummt das Drucken. So einst landläufige Meinung. Ein Zusammenhang, der so nicht mehr stimmt. Wir stellen immer mehr und fast nur noch fest: gutgehende Druckereien laufen fast konjunkturschwankungs-unabhängig gut – und schwächelnde Betriebe der Branche erholen sich nicht mehr, nur weil woanders wieder der Aufschwung da ist. Die Konjunktur ist längst kein Motor mehr fürs Druckgeschäft.

Es sind, tausendmal gesagt, ein jedes Mal bestätigt, ausschließlich die spezifischen Leistungsmerkmale, das »besser sein als andere«, das zu Wachstum und Ertragsstabilität führt. Wer heute gute Geschäfte macht, ist ebenso »selbst Schuld« wie derjenige, der klagt und jammert. Entschuldigungen, es wäre ja die Konjunktur, die »böse« Wirtschaft, die Kunden halt, zählen nicht mehr, weil es nicht mehr stimmt.

Glück, sprich Erfolg, ist heute wieder das, wovon das Sprichwort sagt, ein jeder sei dazu der eigene Schmied. Auf Hilfe von außen, auf die Welle, die andere mitträgt, darf keiner mehr hoffen. Sie wird nicht mehr kommen. Und so ist auch dieses Heft wieder für Leute, die nicht auf den Zufall warten, sondern die auf dem Markt mit einem eigenen Profil aktiv sind.

Ihr Druckmarkt-Team



Hans-Georg Wenke
Hans-Georg Wenke



J.P. Thalmann
Jean-Paul Thalmann



Klaus-Peter Nicolay
Klaus-Peter Nicolay

DRUCKMARKT 34

Fakten, Märkte, Trends, Impulse

Koller übernimmt den grafischen Bereich von Typon, MAN Roland und KBA schreiben Rekordzahlen und Agfa wird zum Jahresende in drei Bereiche aufgesplittet. Dabei dachte man schon, es könne sich nicht mehr viel verändern. Was die Veränderungen in der Schweiz angeht, werden wir am Ball bleiben. Was Agfa betrifft, haben wir noch einmal einen Blick zurückgeworfen, wie es zu der neuen Entwicklung kam. Die Story dahinter ab [Seite 6](#).

Standardisierung nur auf die technischen Abläufe einzugrenzen, ist zu kurz gesprungen. Deshalb wollen wir die Diskussion lieber auf die vielfältigen Möglichkeiten vor, während und nach der Produktion lenken. Dazu finden Sie auf den folgenden Seiten und in den nächsten Ausgaben Informationen in Hülle und Fülle. In dieser Ausgabe ab [Seite 16](#).



Die zum 3. Druckmarkt-Award »Best in Print« eingereichten Arbeiten machten es der Jury nicht leicht: Erstmals brachte das Punktesystem zwei Erstplatzierte (Borer Druck und Niedermann Druck) hervor und einen Zweiten (die Agentur Pompany's). Allerdings gibt es neben den drei Hauptgewinnern noch ein knappes dutzend »besondere Leistungen«, die wir im Laufe der nächsten Hefte vorstellen werden. Unser Resümée und ein Gespräch mit Sieger Christian Borer lesen Sie ab [Seite 51](#).



RUBRIKEN

- 1 Inhaltsverzeichnis, Editorial
- 2 News Markt & Zahlen
- 12 Aus den Kantonen
- 64 Impressum

MITTEILUNGEN

- 33 VSD/ISG
- 40 «gib»Zürich

UNTERNEHMEN

- 6 Agfa Graphics
- 46 Océ: Wachstum
- 48 Anderhub Druck-Service

PREPRESS, PRINT, FINISHING

- 30 DirectDrive und HiPrint
- 46 Showroom

STANDARDISIERUNG

- 16 Mehr als eine Urkunde
- 18 Aller guten Dinge sind drei
- 22 CMS: Schöner als die Realität
- 26 Farbmatrik im Drucksaal
- 28 Faktor Farbmanagement

AUS- UND WEITERBILDUNG

- 41 Diener vieler Herren
- 44 Gestatten, Häme Ulrich

GRAPHIC ARTS

- 52 Best in Print
- 54 Borer Druck

TOP-JOBS

Wie bitte, Sie kennen unseren Stellenmarkt noch nicht



www.mediaforum.ch