

Himmelhoch- jauchzend ins Elend?

Eine hervorragende drupa für die Aussteller, ein unerwartet gutes Investitionsklima und Erfolg auf der ganzen Linie – so zumindest der Eindruck nach Messeschluss. Schon wenige Tage später aber gab es neben Jubelmeldungen Nachrichten, die nicht zur »Gutelaune-Stimmung« passten. Von notwendigen Sparkursen, Gewinnwarnungen und Insolvenzen war auf einmal die Rede (siehe Nachrichten ab Seite 2). Die genannten Gründe jeweils: sich verschlechternde Marktbedingungen, der Dollarkurs und steigende Energie- und Rohstoffkosten. Und um das Ganze abzurunden, fordern Unternehmensberater wie Verbände die Druckereien auf, die gestiegenen Preise an die Kunden weiterzugeben, die das »akzeptieren müssen«, so Verbandsfunktionäre. Auf der einen Seite also jauchzen, auf der anderen Seite Elend?

Aufgrund steigender Preise, Inflationsängsten und Verunsicherung wegen einer nicht abzusehenden Zukunft (was übrigens schon immer so war und niemand ändern kann) scheint »Schlechtelaune-Stimmung« zu sein. Und da sollten Kunden, die seit Jahren am Preis für Drucksachen drehen, plötzlich ein Einsehen mit der Branche haben? Nur weil Energie- und Rohstoffkosten steigen? Steigen die nicht auch bei den Kunden? All dies führt nicht weiter, sondern ist nur das übliche Spiel, weiter an der Preisspirale zu drehen. Und die Kunden werden aufgrund des eigenen Preisdrucks weiterhin versuchen, die Preise zu drücken, statt sie zu akzeptieren.

Es kann in solchen Zeiten nur der offene Dialog weiterhelfen. Über die Preiskeule lassen sich gute Kundenverbindungen sicherlich nicht verbessern oder konstant halten. Aber über die Kommunikation. Denn für die grafische Branche – inzwischen auf dem Sektor Umweltschutz und Nachhaltigkeit geradezu eine Vorzeige-Industrie geworden – bietet sich erstmals seit langer Zeit wieder die Chance, in die Offensive zu gehen. Hohe Qualität und Liefertreue wie bisher und gleichzeitig Wege beim Energiesparen und Umweltschutz aufzeigen: das werden die Kunden und Drucksacheneinkäufer sicherlich akzeptieren.

Ihr Druckmarkt-Team



Klaus-Peter
Nicolay

Jean-Paul
Thalmann

Hans-Georg
Wenke

Inhalt:

- 02 Markt & Zahlen
- 02 Die Papierindustrie in Nöten
- 03 Papierfabrik Scheufelen insolvent
- drupa-Rückblick
- 10 Print braucht eine starke Lobby
- 12 Eine riesige Marktforschungsplattform
- 16 Weit entfernt von der Realität
- 66 Sind Sie auch drogenabhängig?
- Premedia & Prepress
- 20 Workflow? Welcher Workflow?
- 22 Ist CtP nur noch ein notwendiges Übel?
- 24 Nachrichten
- Digitaldruck
- 28 Digitaldruckvarianten sind omnipräsent
- Print & Finishing
- 34 Beeindruckende Vielfalt im Offsetdruck
- 39 Nachrichten
- 40 Mechanik und Datenströme
- 44 Auf und neben der drupa
- 64 Der »gesunde Offsetdruck«
- Ökologie
- 56 Wie grün war eigentlich die drupa?
- 60 Der Komplize vom Zollikerberg
- 63 Nachrichten
- Nachrichten
- 68 Aus den Kantonen
- Rubriken
- 49 VSD
- 46 «gib»Zürich
- 80 Impressum

Wie bitte, Sie kennen unseren
Stellenmarkt noch nicht



www.mediaforum.ch