

# ALBTRÄUME – ODER MUSS ANALOG DIGITAL WERDEN?

## INHALTSVERZEICHNIS

### Markt & Zahlen

- 04 Nachrichten
- 04 Bei Wachstum und Ertrag auf Kurs
- 05 Berliner Online-Druckerei Laserline geht an Cewe
- 06 Mit LaserTryk 200 Mio. Euro Umsatz angestrebt
- 10 Nach zehn Jahren Nachsteuergewinn
- 12 Datenschutz: Kein Kavaliersdelikt mehr
- 15 Opt-in/Opt-out: Was ist eigentlich gemeint
- 16 Schulung und Beratung für die Branche
- 18 Buchtipps: Wir gehören uns nicht mehr

### Print & Finishing

- 20 Visitenkarten: Die persönliche Sphäre
- 22 Nicht nur für den ›täglichen Kleinkram‹
- 26 Ein nicht umkehrbarer Weg
- 50 Zukunftsweisendes Konzept Finishing First
- 52 Geschnitten wird überall
- 54 Zertifiziertes Finishing
- 54 PURE: Ohne Metalle und Fotoinitiatoren
- 55 Nachrichten
- 55 Alles über Lack mit dem Spezialwissen der Profis
- 56 Jobwechsel in zwei Minuten: Jede Sekunde zählt
- 58 Und jetzt alle mal schön auf dem Teppich bleiben

### Industrial Print

- 30 Die Digitalisierung des industriellen Drucks
- 36 Digitale Wellpappenproduktion
- 38 InPrint 2017: Ideen, Networking und Lösungen

### PRINT digital!

- 40 Ein Erlebnis der nächsten Generation
- 41 Ende des Trillium-Projektes
- 42 Vorstoß ins Außergewöhnliche
- 44 Kreative Ideen mit Spezial-Folien
- 46 Über das Verkosten von Papier
- 59 Business-to-Business
- 59 Impressum

Ein Albtraum: Wir gehen in ein Restaurant, bestellen eine Kleinigkeit zu Essen und fragen nach Wein. »Rot oder Weiss?«, fragt der Kellner. »Rot«, sagen wir etwas verwirrt, unsicher, ob denn die Auswahl der Weine wirklich so groß ist, dass der Kellner die Raritäten erst noch vorsortieren muss. Doch da kehrt er schon zurück und knallt uns den Schoppen Wein hin: »Rotwein«, sagt er. Wir stutzen, probieren ... und es gruselt uns.

Noch ein Albtraum: Wir gehen zu einer Druckerei, um eine Drucksache zu bestellen. Und der Drucker fragt: »Wie viel? Glänzend oder matt?« Noch bevor wir etwas antworten können, murmelt er etwas von 90 Gramm holzfrei weiß und eilt mit dem Hinweis davon, wir sollten das PDF schicken, wenn es so weit wäre. Wir stutzen, wenden uns ab ... und es gruselt uns.

Derlei Albträume (so etwas kann ja auch nur geträumt sein, oder?) begegnen uns in vielen Bereichen des täglichen Lebens. Wir müssen hier keine weiteren Beispiele folgen lassen, wollen aber darauf hinweisen, dass es auch in einer zunehmend digital werdenden Welt mehr gibt als 1 und 0, ja und nein, schwarz und weiß, entweder oder. Gerade Drucksachen und der dazu notwendige Einsatz unterschiedlicher Techniken laden dazu ein, auch Grautöne zuzulassen, variabel zu sein und aus der Vielzahl an Möglichkeiten das jeweils Beste zusammenzustellen.

Das hoffen wir, mit diesem Heft bewusst machen zu können. Denn auch wenn sich in dieser Ausgabe fast alles um das Digitale dreht, dominieren im Alltag noch immer bewährte, analoge Techniken. Das gilt für persönliche Daten genauso wie für den industriellen Druck (Industrial Print), das gilt für Veredelungen und Verpackungen aller Art und erst recht für das Medium Papier. Deshalb empfehlen wir bei aller Euphorie um neue Techniken und Technologien auf dem ›Teppich zu bleiben‹ und in alle Richtungen offen zu sein. Vielleicht sollten wir uns sogar von dem zwanghaften ›Aus-Analog-wird-Digital‹-Gedanken und der gefühlten Notwendigkeit, Altes mit aller Gewalt durch Neues ersetzen zu müssen, befreien. Der Weg zu mehr Umsatz und Gewinn könnte nämlich genau darin bestehen, das Alte, aber Verlässliche, so zu belassen, wie es ist, und stattdessen nach wirklich neuen (digitalen) Anwendungen zu suchen.

Darüber intensiv zu diskutieren oder nachzudenken, bleibt ja vielleicht in der Advents- und Weihnachtszeit ein wenig Raum. Dazu empfehlen wir übrigens den Genuss eines guten Glases Rotwein. Wir wünschen Ihnen jedenfalls schöne Festtage, einen guten Rutsch und alles erdenklich Gute für das kommende Jahr 2018.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay