

ZWISCHEN HOFFEN UND BANGEN

Es war die Hoffnung, dass nach dreijähriger Investitionszurückhaltung der Knoten platze und wieder eingekauft werde, die viele Hersteller motivierte. Doch mit diesem drupa-Erfolg hatte ernsthaft keiner gerechnet. »Business is back!« jubelte Heidelberg-Chef Bernhard Schreier schon zur Messehalbzzeit und auch bei praktisch allen anderen Herstellern lag man deutlich über den Erwartungen. Doch von Euphorie wie zur drupa 2000 ist man weit entfernt. Denn wengleich die Verkäufe auf der drupa ein deutliches Signal gesetzt haben: der Branche geht es noch längst nicht gut.

Wer die »Hurra«- und Installationsmeldungen nach der drupa analysiert, merkt sehr schnell, wo die Vorstufenanbieter, die Druck- und Verarbeitungsmaschinenhersteller inzwischen ihre Märkte haben: Weltweit überall, am wenigsten aber im deutschsprachigen Raum. So ist auch die Äußerung von Bernhard Schreier gegenüber Wirtschaftsjournalisten zu verstehen, nach der man bei Heidelberg über eine Fabrik in China nachdenke. Zwar räumte Schreier ein, es könne sich höchstensfalls um Teilefertigung und Montage handeln, doch mit solchen Überlegungen steht Heidelberg beileibe nicht alleine – schließlich bietet Asien derzeit das größte Wachstum.

Ganz im Gegensatz zum mitteleuropäischen Markt. Das seit längerer Zeit prophezeite Druckersterben aufgrund von Überkapazitäten hat (nicht nur hierzulande) eingesetzt, wird weitergehen und betrifft große wie kleine Betriebe gleichermaßen. Dabei wird der Trend zur kompletten Vernetzung vielen Druckereien den Rest geben: Es wird nicht jeder industriell fertigen können, viele werden an Profitabilität und Effektivität gegenüber anderen noch weiter verlieren und abstürzen. Weil viele gar nicht mehr die Puste haben, Investitionen anzupacken, um technisch Up-to-date zu bleiben. Oder weil man die erforderlichen Organisations- und Strukturänderungen im eigenen Betrieb nicht durchziehen kann.

Schlimm nur: Dies alles hat mit der immer wieder heraufbeschworenen konjunkturellen Belebung nichts zu tun, denn der wahre Indikator, der für eine Wende in der Druckindustrie stehen könnte, gibt nicht viel Anlass zur Hoffnung. Die Werbung – schließlich machen werbeorientierte Aufträge zwei Drittel aller Umsätze in der Branche aus – wird nicht, wie manche hoffen, boomen und von jetzt auf gleich die gesamte Power finanzieller Mittel in die Printmedien pumpen. Nichts spricht dafür – im Gegenteil scheinen große Teile der Budgets in andere Bereiche der Werbung abzuwandern.

Es wird also Zeit, sich mit neuen Dienstleistungen auseinander zu setzen. Zumal die »grafische Zunft« den Schritt zur wirklichen Industrie, zur Druckindustrie geschafft hat. Sie ist quasi »In der Gegenwart angekommen«. Und damit beschäftigt sich diese Ausgabe. Denn die drupa 2004 war (mit einem Abstand von einigen Wochen betrachtet) radikaler, als es vorher jemand vermuten konnte.



Klaus Peter Nicolay
Klaus Peter Nicolay

Hans-Georg Wenke
Hans-Georg Wenke



DRUCKMARKT 31

Fakten, Märkte, Trends, Impulse



Es war »die radikalste drupa von allen« ist das Resümee der Druckmarkt-Redaktion. Deshalb versuchen wir, die massiven Änderungen in verschiedenen Beiträgen unterzubringen. »In der Gegenwart angekommen« ist nach Meinung der Redaktion die bisherige Druckindustrie. Erst seit dieser drupa darf sich diese Industrie wirklich »Druckindustrie« nennen. Denn das industrielle Fertigen beginnt erst jetzt und wird die Branche weiter in Atem halten. Die Beiträge finden Sie ab Seite 2.



Es gibt Papierfabriken, die stellen Massenpapiere her – Millionen Tonnen pro Jahr. Es gibt Papierfabriken, die sich auf bestimmte Sorten spezialisiert haben und diese ebenso massenweise produzieren. Und dann gibt es eine Papiermacherfamilie, die lediglich 4.000 Tonnen Papier pro Jahr herstellt – dafür aber massenweise Ideen und eben so viele Papiersorten entwickelt hat. Wir haben die in diesem Jahr 175 Jahre alte Büttenpapierfabrik Gmund am Tegernsee besucht und berichten über Tradition und Moderne der Papierherstellung. Seite 50.



RUBRIKEN

- 1 Inhaltsverzeichnis, Editorial
- 4 News
- 7 Zipper schimpft
- 64 Impressum

DRUPA & BRANCHE

- 2 Die radikalste drupa von allen
- 4 News Markt & Zahlen: drupa übertrifft Erwartungen
- 12 Werbung: Erholung nur langsam erwartet
- 18 In der Gegenwart angekommen
- 24 drupa innovation parc: Experiment gelungen

SOFTWARE & WORKFLOW

- 28 »PDF on the Fly« – die neue Publishing-Revolution
- 34 News Premedia
- 36 CtP als Dienstleistung: Nische mit Wachstum

DRUCK

- 38 News Print & Finishing
- 42 Digital und vernetzt: JDF-Workflow von KBA und Hiflex
- 44 Erlebnis Drucksache: Holzer Druck und Medien

PAPIER

- 48 News Papier & Bedruckstoffe
- 50 Papier-Design vom Tegernsee: 175 Jahre Papierfabrik Gmund

VERARBEITUNG & DIGITALDRUCK

- 58 Die Bucharchitekten: Buchbinderei Burkhardt

BUSINESS-TO-BUSINESS

- 62 Register für Dienstleistungen, Produkte und Services