

## GOLDENE ZEITEN FÜR DRUCKEREIEN

Nun spinnen sie komplett, die von der Redaktion. Oder was haben die sich bei dieser Headline gedacht? Nun, sie passte nicht vollständig in eine Zeile und hätte ausformuliert, so heißen müssen: »Goldene Zeiten für Druckereien, die alles anders machen, als bisher und andere«. Oder, wie es die Philosophen unter den Strategen sagen würden: Die Zukunft ist alles andere als linear. Sie ist eben keine Fortsetzung der Vergangenheit. Selbst Vokabeln und Redewendungen wie »starke Veränderungen«, »Anpassungsprozess«, »Innovation« und dergleichen mehr sind viel zu schwach, um zu beschreiben, was wirklich und völlig real passiert ist.

Die Druckindustrie, die es einstmals gab, gibt es einfach nicht mehr. Einfach so. Einfach weg. Lautlos, undramatisch, unbemerkt. Entstanden ist eine neue Druckindustrie. Ohne dass sie einen Namen hätte, ein Verband sie proklamiert hat oder die Wirtschaftszeitungen darüber berichtet hätten. Und diese »Neue Druckindustrie« – wir schreiben sie ab jetzt groß, um zu würdigen, dass sie etwas Eigenständiges ist – diese Neue Druckindustrie ist leicht zu erkennen. Wer dazugehört, bekommt von der Bank (noch) Kredit. Oder der kann Leasingraten (noch) zahlen. Der verzeichnet auch (noch) Umsatzzuwächse. Und der hat einen beneidenswerten unternehmerischen Optimismus.

Wir trafen zur Vorbereitung dieses Heftes auf solche Menschen, auf Menschen aus der Neuen Druckindustrie (die meist auch schon in der alten mitgemacht haben). Wir bekamen wahre Fluten von Meldungen und Stories, wo und wie die Probleme sind. Und wir hörten Heulen, Jammern, Klagen. Und beschlossen, nur noch einmal einen Blick zurückzuwerfen und ansonsten über die Neue Druckindustrie zu berichten. Und haben (noch) vor, dies auch weiterhin zu tun.



Ihnen ein frohes (altes) Weihnachtsfest, ein gutes Neues (aha!) Jahr. Und machen Sie 2005 alles anders als bisher, wenn Sie noch nicht Mitglied der Neuen Druckindustrie sind. Glauben Sie denen, die schon dort angekommen sind: es lohnt sich.



*Klaus-Peter Nicolay*  
Klaus-Peter Nicolay

*Hans-Georg Wenke*  
Hans-Georg Wenke



## DRUCKMARKT 33

Fakten, Märkte, Trends, Impulse

Geschlossene Gesellschaften gehören zum Repertoire der Menschen und haben womöglich das Überleben gesichert. Doch die Steinzeit ist noch lange nicht vorbei. Heute heißt die Beute Gewinnausschüttung, genauer gesagt: der Profit, den Aktien abwerfen. Um Gewinn zu machen, gilt das gleiche Prinzip, wie in grauer Vorzeit: »Lass Fremde nicht mitmachen, Behalte die Kontrolle, Sei Nummer Eins!« Marktführer oder Weltherrscher. Seite 6.



Die Finanzierung von Druckmaschinen ist zum Diskussionsthema geworden, nachdem die Banken weiterhin zurückhaltend bleiben. Viele Betriebe fordern Hilfen und »kreative« Finanzierungen von den Herstellern, die diese Finanzierungen und Rabattschlachten aber eher zur Absatzförderung denn zur Hilfe einsetzen. So gibt es erhebliche Zweifel an dieser Praxis. Finanzierungen für Betriebe ohne ausreichende Bonität müssen als »Herstellereinsparungen« gewertet werden, die dem einzelnen Betrieb allenfalls kurzfristig nutzen, der gesamten Branche aber langfristig schaden und zu Wettbewerbsverzerrungen führen. Seite 12.

Nachdem auch in den Agenturen das Sparen eingesetzt hat und viele Produzenten ihren Hut nehmen mussten, stecken die Agenturen, so scheint es, in der Krise. Denn nicht nur die zusammengestrichenen Werbebudgets machen zu schaffen – viele Agenturen haben technologisch den Anschluss verpasst. Unsere Analyse ab Seite 16.

## RUBRIKEN

- 1 Inhaltsverzeichnis, Editorial
- 2 News
- 46 Business-to-Business
- 48 Impressum

## WIRTSCHAFT

- 2 Markt & Zahlen
- 6 Weltherrschaft
- 12 Finanzierung in der Kritik

## WERBUNG &amp; PRINTPRODUKTION

- 18 Kain und Abel: Und sie schlugen sich doch
- 20 Agenturen in der Krise?
- 24 Sind Druckkunden wirklich ahnungslos?
- 26 Wir können alles!

## SOFTWARE &amp; WORKFLOW

- 28 »Chapeau« für den Acrobat
- 32 Wann rechnen sich für wen Workflow-Systeme?

## VORSTUFE &amp; DRUCK

- 33 News Prepress
- 34 Überdruck, über Druck und über den Druck hinaus
- 36 Aus Freude am Drucken
- 38 Edel drucken – edel schützen
- 42 Großformat und geringe Kosten
- 43 News Druck & Papier
- 48 Alternative zum Bogen?

## DIGITALDRUCK

- 40 Meine Briefmarke

## PAPIER &amp; TYPOGRAFIE

- 44 Aus Liebe zum Buch
- 45 News Papier & Druck