



Nur das tun, was wirklich Sinn macht

Besinnung auf das Eigentliche

Zum Jahreswechsel wird mancher wieder über Budgets brüten. Und wie selbstverständlich von einer Erhöhung der Umsätze auszugehen haben, da sich die Kosten ja (fast) naturgesetzlich immer nach oben bewegen. Zudem wissen wir ja alle: Kein Gewinn ohne Wachstum. Ach ja, wirklich?

Wir saßen dieser Tage mit einem Unternehmensberater zusammen, der fast beiläufig eine höchst interessante Bemerkung machte. Bei einem Klienten hätte er ausgerechnet, wie viel mehr das Unternehmen verdienen könnte, wenn es weniger arbeitet! Weniger Umsatz macht, weniger Aufträge hat. Denn eine Vielzahl der Aufträge war ganz einfach defizitär. Und bei entsprechender Kapazitätsanpassung kam heraus: lässt man die »schlechten Aufträge« weg, verringern sich die Verluste, erhöht sich der Gewinn. Was nicht nur logisch klingt, sondern auch ist. Und dies, so sagte er, sei symptomatisch für die Branche.

Weshalb wir raten können, diese Überlegung nicht außer Acht zu lassen. Vielleicht liegt ja auch bei Ihnen in der Konzentration auf das wirklich Wichtige der viel zitierte Schlüssel zum Erfolg. »Core Competence« ist ja eine gängige Vokabel dafür. Nur das tun, was wirklich Sinn macht. Und vor allem nicht zu tun, was Verdruss und Verlust bedeuten kann und wird.

Freilich besteht die Kunst ja gerade darin, das eine vom anderen zu unterscheiden. Ja, das Unsinnige zu erkennen, bevor man mitten drin steckt. Das ist nicht leicht. Lohnt sich aber. Und so wünschen wir statt der üblichen Formel nach frohen Festen und einem guten Rutsch diesmal für das Neue Jahr 2007 ganz einfach, es möge Ihnen gelingen, all das wegzulassen, was Sie daran hindert, gute Erfolge zu erzielen. Besinnung auf das Eigentliche, das ist es wohl.

Wir hoffen jedoch, dass das Lesen des »Druckmarkt« auch im nächsten Jahr für Sie unverzichtbar bleibt.



Klaus-Peter Nicolay
Klaus-Peter Nicolay

Hans-Georg Wenke
Hans-Georg Wenke

DRUCKMARKT 45

Fakten, Märkte, Trends, Impulse

Wo Zuneigung entsteht, spricht man davon, dass sich zwei Menschen aneinander »herantasten«, dass es zwischen ihnen »knistert«, dass sie sich »riechen können«, dass sie »Geschmack« aneinander finden. Nach dem sprichwörtlichen »ersten Blick« erzeugen neben visuellen auch taktile, akustische, olfaktorische und gustatorische Reize das »höchste der Gefühle«. Und da – wie psychologische und Packaging-Studien nachweisen konnten – im Idealfall auch zwischen Verbrauchern und Marken, Produkten, Verpackungen eine spezielle Form von Liebesbeziehung entsteht, sind Hersteller und Verpacker gut beraten, biologische Gesetzmäßigkeiten zu berücksichtigen und alle Empfindungsorgane anzusprechen. Denn nicht nur unter dem Weihnachtsbaum sind Papier und Karton die idealen



Verpackungsmaterialien. Lesen Sie dazu die Beiträge ab Seite 18 sowie die Artikel zur Veredelung unterschiedlichster Art.

Das Gespenst, der Digitaldruck sei der Feind des Offsetdrucks, ist inzwischen so zahm geworden wie ein Lamm. Denn die Realität hat längst gezeigt: Offset- und Digitaldruck nähern sich zunehmend in Form von Kooperationen und hybriden Anwendungen. Denn beide Verfahren haben ihre eigenen Stärken und können sich deshalb so perfekt ergänzen, dass man kaum noch den Unterschied zwischen den einzelnen Druckverfahren erkennt – vorausgesetzt, man setzt die richtigen Techniken ein. Fujifilm hat dies jetzt in einer hybriden Produktion seiner Kundenzeitschrift bewiesen. Lesen Sie den Beitrag auf Seite 36.

RUBRIKEN

- 1 Inhaltsverzeichnis, Editorial
- 2 News: Markt & Zahlen
- 48 Impressum

MANAGEMENT

- 10 »Think global, act local« oder doch besser umgekehrt?

MANAGEMENT

- 16 Es tun ist besser als streiten

VERPACKUNG/VEREDELUNG

- 18 Papier und Karton bleiben Verpackungsfavoriten
- 20 Verpackung ist Werbung pur
- 23 Sinn und Sinnlichkeit
- 24 Von Quantität zu Qualität
- 28 Look on the BrighSign of Live
- 30 Print-Effekte

PRINT & FINISHING

- 34 Wie man eine Massendruck-sache digital veredelt
- 36 KBA Cortina: Die Idee vom großen Kopierer

GRAPHIC ARTS

- 42 Noten aus der »chemischen Druckerey«
- 43 Fraktur mon amour

DRUCKMARKT NEWS

- 4 Heidelberg Open Houses
- 6 Canon Concerto
- 7 Schneidersöhne zuversichtlich

TECHKON



**Densitometer
Farbmessgeräte
Druckplattenmessung**

Wir beraten Sie gerne
zu Anwendungsfragen.

TECHKON GmbH
Wiesbadener Straße 27 • D-61162 Königstein
Telefon 06174-92 44 50 • Fax 06174-92 44 99
info@techkon.com • http://www.techkon.com