



# Das Gegenteil von »blinde Kuh«

## Inhalt:

- 01 Editorial
- 02 Markt & Zahlen
- 04 Kurzarbeit: Leitfaden für die Praxis
- 07 Kommentar: Branche läuft Gefahr, sich selbst zu zerstören
- 08 Schwächeln die Riesen nur?
- Management
- 12 Schubumkehr
- 16 Kann Print in neue Märkte wachsen?
- Web-to-Print und Web-to-Business
- 20 Web-to-Print ist Mainstream
- 22 WtB: Mehr als Web-to-Print
- Digitaldruck
- 30 Das bessere Produkt als Chance
- 34 Optimale Ergänzung zum Offsetdruck
- 37 Im Schwarzweiß-Druck legt Canon noch einmal nach
- Print & Finishing
- 38 Jeder Schuss muss sitzen
- 39 MBO: Start des neuen Trainings- und Service-Centers
- 40 Die Wertschöpfung potenzieren
- 42 Vollausrüstung für die Verpackung
- 44 Wertigkeit neu erleben
- 45 Nachrichten
- Ökologie
- 46 HEI Eco Printing Awards
- 48 Impressum

Von Managern wird erwartet, dass sie wissen, wo es lang geht. Allerdings spürt man zurzeit, dass auch die Führungs-Elite nicht so genau weiß, wie es weitergeht oder wohin die Wege führen. Da werden gerne Vergleiche aus der Schifffahrt herangezogen, nach denen der einzige Fixpunkt der Nebel zu sein scheint, aus dem immer wieder Probleme auftauchen. Gleichzeitig haben sich Geschwindigkeit und Heftigkeit der Veränderungen in der Wirtschaft massiv erhöht und werden zunehmend von nicht-linearen Vorgängen bestimmt. Was gestern war, gilt nicht für das Heute und aus dem Heute lässt sich nicht ableiten, was morgen sein wird. Stellt sich also die Frage, inwieweit es in einer solchen Situation noch Strategien geben kann. Schließlich bedarf Strategie der Planbarkeit.

Strategie wird mit vielerlei Bedeutungen belegt und selbst Lexika widersprechen sich. Strategie kann einfach nur »Wichtiges« bedeuten, Langfristiges oder Kriegskunst – ist also Chefsache. Strategie kann planvolles Vorgehen bedeuten oder die Grundprinzipien, nach denen man täglich Entscheidungen fällt. Eine genaue Definition zu finden ist offenbar genau so schwer wie die richtige Strategie. Einigt man sich auf den kleinsten gemeinsamen Nenner, ist Strategie jedoch das Gegenteil von »Blinde Kuh«-Spielen.

Und wenn Strategie sinnvoll sein soll, dann ja wohl im Nebel. Denn sie sollte der professionellen Vorbereitung auf sich ändernde Situationen dienen. Nur dann fährt man nicht unvorbereitet in eine Nebelwand. Auch wenn es verlockend ist, im Nebel den Rückleuchten des Vordermanns zu folgen, kann dies gerade bei unternehmerischen Strategien gefährlich sein. Denn Strategie verlangt Distanz, um Entscheidungen unabhängig vom herrschenden Trend zu treffen. Aus diesem Grund kann und darf niemand nach einer allgemeinen Strategie fragen, suchen oder verlangen. Die Entscheidungen – vor allem strategische – muss jeder selbst treffen. Deshalb kann es auch keine Rezepte geben, die den Weg weisen. Auch wenn es noch so schön wäre. Vielleicht aber helfen die in unserer aktuellen Ausgabe angesprochenen Themen ein wenig bei der Urteils- oder Strategiefindung.

Ihr

Klaus-Peter Nicolay  
Chefredakteur Druckmarkt

