



# Auf der Flucht nach vorn

## Inhaltsverzeichnis

### Markt & Zahlen

- 02 Portal
- 04 Nachrichten
- 05 Heidelberg und Ricoh starten Kooperation
- 08 Von wegen digitale Gesellschaft ...
- 10 Rohstoffpreise: Das Baguette wird teurer
- 14 UPM erwirbt Myllykoski
- 16 Wird Print zum Premium-Produkt?
- 20 Individualisiert am Leser vorbei

### Premedia, Prepress & Print

- 22 Mehrwert durch JDF
- 24 Mit Weitsicht zur Prozessintegration

### Print & Finishing

- 28 Innovationen gegen den Kostendruck
- 30 Das richtige Weiß in allen Farben
- 32 Poing setzt ein Zeichen
- 36 Innovative Tage in Luzern
- 38 Digitaldruck mit spürbarem Mehrwert

- 40 Papier & Bedruckstoffe  
Spitzenleistung in Weiß

- 44 Ökologie  
Ressourcen- und Energie-Effizienz

- 47 Rubriken
- 48 Business-to-Business
- Impressum

Lange Zeit belächelt, vom Offsetdruck geradezu angefeindet, präsentiert sich der Digitaldruck inzwischen als Marktmacht, als nicht mehr wegzudenkende Drucktechnik, die den Markt verändert hat und wohl auch weiterhin verändern wird. Und zwar nicht zum Negativen – inzwischen profitiert die gesamte Branche davon. Denn gerade dann, wenn Auflagen kleiner, Lieferzeiten immer kürzer und die Margen schmäler werden, bietet sich der Digitaldruck als meist sinnvolle Alternative zum konventionellen Offsetdruck an. Und zwar mehr denn je. Das haben auch die Druckmaschinenhersteller erkannt. Während KBA noch auf der Suche nach einer geeigneten Lösung ist, sind Heidelberg (siehe Seite 5) und manroland (Seite 32) wieder zurück im Digitaldruck – dieses Mal aber nicht mit eigenen Lösungen, sondern in Kooperationen mit Océ beziehungsweise Ricoh. Wobei sehr unterschiedliche Marktsegmente adressiert werden: einmal der Rollenbereich mit typischen Märkten wie Zeitung, Mailing oder Buchproduktion (siehe auch Seite 36), andererseits der Bogenbereich für Akzidenzen aller Art.

Was deutlich macht, dass der Digitaldruck in fast allen Bereichen einen Fuß in der Tür hat. Denn neben den genannten Segmenten ist digitales Drucken längst im Etikettenmarkt zu Hause und wird zunehmend für spezielle Verpackungen eingesetzt. Daneben hat der Digitaldruck völlig neue Märkte geschaffen, wenn man nur an den Bereich der personalisierten Drucksachen und Short-Run-Aufträge denkt, die Druckjobs ermöglichen, die vor der Digitaldruck-Ära keine Aufträge für die Branche waren.

Digitaldruck ist also eine hervorragende Erweiterung der Dienstleistung Druck. Und die Vorteile dieser hybriden Druckwelt – Offset plus Digitaldruck – sind unübersehbar, weil sie in allen Bereichen neue Gestaltungsspielräume auch für neue Geschäftsmodelle geben. Vielleicht ist das der Weg, mit dem sich Print im Medienmix behaupten kann. Und vielleicht nimmt dies auch ein wenig den Wettbewerbsdruck, wenn man sich von der Masse befreit – wie unser Titelbild symbolisieren soll. Wenn man so will, ist es die Flucht nach vorn!



›Befreien Sie sich vom Wettbewerbsdruck‹ titelte Creo im Sommer 2002 in einer Anzeige, die aufforderte, mit Creo-Software die Kundenbindung zu erhöhen. Das Bildmotiv, das wir auf unserem Titel einsetzen, hat von seiner Überzeugungskraft nichts verloren, will es doch dazu animieren, den entscheidenden Sprung zu machen, um sich aus dem Getümmel zu befreien.



Ihr

*Klaus-Peter Nicolay*

**Klaus-Peter Nicolay**  
Chefredakteur Druckmarkt