



Vor der Erholung schon die nächste Krise?

Inhaltsverzeichnis

Markt & Zahlen

- 02 Portal
- 04 Nachrichten
- 08 Heidelberg übernimmt Digitaldruckmaschinen-Hersteller
- 10 Die ›nachlaufende‹ Branche
- 36 Vom PC über das Internet zur ›Wolke‹
- 38 Die digitale Spaltung Deutschlands

Verpackung

- 16 Lehren aus 2010 ziehen
- 18 Verpackung: Dirigent der Markenkommunikation
- 20 m-real: Das Holz vor der Tür
- 24 Außen hui, innen pfui?
- 26 Aktionsplan zur Mineralölminimierung

Print & Finishing

- 30 Alkoholfreier Cocktail
- 32 Schnell muss es gehen
- 34 Alles öko? Logisch!
- 46 Integrierte Dienstleistung für Verlage

Management

- 40 Cloud-Computing: Flexibel, günstig, sicher
- 44 Wandel erfordert Weitblick

Rubriken

- 48 Business-to-Business
- 48 Impressum

Dieses Heft ist wieder einmal gespickt mit Marktzahlen, Analysen, Trends und Prognosen. Und das mit voller Absicht. Nicht nur, weil im Juli – schon fast einer Tradition folgend – insbesondere von Verbänden die Zahlen des Vorjahres vorgelegt werden, sondern weil es aus Sicht unserer Redaktion wichtig ist, über das Zahlenwerk der Druckindustrie und naher Branchen zu informieren. Aber nicht so oberflächlich wie es im Internet oder in der Tagespresse üblich ist, wo Informationen oftmals nur hintereinander gestellt werden. Wir wollen mit unseren Beiträgen den Bezug zur Praxis herstellen und eine Basis für die Zukunftsplanung bieten.

So wird bei der Analyse der Branchenzahlen (siehe Beitrag auf Seite 10) einmal mehr die Abhängigkeit von der werbetreibenden Wirtschaft deutlich. Hier gibt es neben den weniger erfreulichen Daten des Jahres 2010 zumindest einen Hoffnungsschimmer: Die Werbung soll, wenn auch moderat, wieder wachsen. Dies ist zwar ein positives Signal, doch wirkt sich dies immer zeitversetzt aus. Das heißt, erst wenn die Budgets wieder aufgestockt werden, können auch Druckereien und Verlage davon profitieren. So gesehen ist die Druckindustrie eine ›nachlaufende Branche‹, wie es der bvdm-Hauptgeschäftsführer Dr. Paul-Albert Deimel definiert.

Dennoch lässt das wenigstens Raum für Hoffnung – ein verlässlicher Indikator ist es allerdings nicht. Denn der Schimmer am Horizont könnte sich zu schnell wieder verdunkeln, wie die aktuellen Entwicklungen in Politik und Wirtschaft zeigen. Die globalen Konjunktur- und Marktrisiken sind nach Einschätzung vieler Unternehmen nach wie vor hoch – insgesamt hätten sie sogar noch zugenommen. Die Verschärfung der Schuldenkrise einiger europäischer Staaten, die hohe Staatsverschuldung der USA und die nervösen Börsen könnten die gesamtwirtschaftliche Dynamik wieder einbremsen.

Oder mit anderen Worten: Bevor sich die Branche wieder erholt hat, ist die nächste Krise schon da. Das allerdings wird die krisenerprobte Druckindustrie auch wieder wegstecken können. Behaupte ich – in der Hoffnung, dass es sich bewahrheitet.



Sie finden in dieser Ausgabe neben Branchenzahlen Beiträge rund um die Themen Drucktechnik, Verpackung und neue Trends in der Computertechnik. Dabei zeigt sich, dass ›Cloud Computing‹ die Druckindustrie inzwischen eingeholt hat. **Schwerpunktthemen der nächsten Ausgabe**, die Ende September erscheint, sind Zeitungstechnik, Digitaldruck und Web-to-Print.



Ihr

Klaus-Peter Nicolay

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur Druckmarkt