



Gänsehaut, Herzklopfen und weiche Knie

Inhaltsverzeichnis

Markt & Zahlen

- 02 Der ganz normale Wahnsinn
- 04 Portal
- 06 Der Markt gibt einfach nicht mehr her
- 08 Die Konsolidierung setzt sich fort
- 10 ›Gründer-Mentalität‹ beibehalten

Premedia & Prepress

- 12 Die Trennung von Form und Inhalt
- 16 Agfa steigt ins mobile Publishing ein
- 18 Bindeglied zwischen Kunde und Druck
- 21 Farbe ist das Nonplusultra
- 22 Bildpersonalisierung für Millionen

Print & Finishing

- 24 Mehr intelligente Drucksachen!
- 28 KBA Rapida 105 rückt an die große Schwester heran
- 30 Neue Formen des Drucks

Verpackung

- 34 Make-up für die Verpackung
- 38 Premium-Verpackungen aus Stuttgart
- 40 ›Dr‹ wie Drucker – nicht wie Doktor!

Rubriken

- 43 Showroom
- 48 Business-to-Business
- Impressum

Wahrscheinlich ging es uns genauso wie den vielen Mitarbeitern bei manroland, die am 26. November aufwachten und dachten, das alles sei nur ein schlechter Traum gewesen. Nein, kein schlechter Traum – Tatsache. Nach 167 Jahren meldete das Traditionsunternehmen manroland, drittgrößter Druckmaschinenbauer weltweit, Insolvenz an. Nachdem man seit 2008 nicht mehr in die Gewinnzone zurückkehren konnte, nachdem der Absatz an Druckmaschinen weltweit nochmals zurückging und nachdem weder die Banken, noch die Anteilseigner Geld zuschießen wollten, blieb nichts anderes als der Schritt in die Insolvenz.

Natürlich sagen jetzt wieder viele, das alles sei abzusehen gewesen. Aber es ist immer leicht, den Finger zu erheben und so zu tun, als hätte man etwas kommen sehen, nachdem es passiert ist. Wir wollen dies in dieser Ausgabe jedenfalls nicht tun, dafür aber die Situation analysieren und komprimiert aufzeigen, was sich in der Branche tut – oder, auf was sich die Branche noch einstellen muss.

Und warum uns, nachdem wir von der Insolvenz erfuhren, sogleich eine Anzeige von manroland in den Kopf kam (die wir ohne den Bodytext auf der Titelseite der ›Druckmarkt impressions 40‹ abgebildet haben), ist fast schon makaber. Aber verdrängen konnten wir das Bild von der Rose nicht mehr. Da nämlich ist die Rede von Gänsehaut, Herzklopfen und weichen Knien. Es geht schlicht und einfach um Emotionen, die eine Drucksache erzeugen kann. Für uns sind das Emotionen, die genau das treffen, was wir zurzeit erleben. Eine Branche hat weiche Knie und man bekommt Gänsehaut und Herzrasen, denkt man darüber nach, was alles noch kommen kann.

Zunächst jedoch bleibt uns die Insolvenz von manroland in der 15-jährigen Berichterstattung des ›Druckmarkt‹ über die grafische Industrie als schwarzer Freitag in Erinnerung. Und deshalb hoffen wir nach 75 Heften, dass uns ähnliche Ereignisse nicht noch öfter überraschen.



Der Umschlag dieser Ausgabe ist auf Carta Elegia 305 g/m² von M-real gedruckt. Der beidseitig gestrichene Frischfaserkarton verbindet Glätte, hohe Brillanz und Weiße auf beiden Seiten. Dank seiner Oberflächeneigenschaften eignet sich der Karton ideal für Veredelungen. Carta Elegia wurde für hochwertige Verpackungen und grafische Anwendungen entwickelt und ist erhältlich von 200 bis 380 g/m².



Ihr Druckmarkt-Team
Klaus-Peter und Julius Nicolay