

Wann fängt die Zukunft an?

Inhaltsverzeichnis

Markt & Zahlen

- 02 Portal: kreuz und quer
- 04 Nachrichten
- 04 KBA richtet sich auf den veränderten Druckmaschinenmarkt aus
- 05 Heidelberg strebt Jahresüberschuss an
- 06 manroland web systems will Anteil steigern
- 07 Heidelberg stellt sich ›Digital‹ neu auf
- 10 Ein starkes Paket für Vorstufe und Druck

Print & Finishing

- 12 Printplus: Einmal erfassen ist genug
- 16 Drucken jenseits von Bogen und Rolle
- 20 Goldgräberstimmung beim 3D-Druck
- 22 Gedruckte Elektronik kommt voran
- 26 Frischzellenkur für den Offsetdruck
- 29 Schnell, brillant und ökologisch
- 46 Portal

Medien

- 30 Neues von nichts Neuem
- 32 Mit gedruckten Magazinen erfolgreich
- 34 B2B-Entscheider vertrauen Fachmedien

Verpackung & Veredelung

- 36 Digital gedruckt und veredelt?
- 40 Die Verpackung im digitalen Zeitalter
- 42 The Paper Skin – Haut aus Papier

Rubriken

- 49 Impressum / Business-to-Business

Enttäuschungen lassen sich nur vermeiden, wenn man keine all zu hohen Erwartungen hat. Das trifft auf vieles zu und könnte ebenso gut ein Motto für unsere Branche im Jahr 2014 werden. Denn das alte Jahr endete noch einmal mit wenig Erfreulichem und das neue Jahr startete mehr als verhalten. Das zeigt auch das Konjunkturprogramm des bvdM, nach dem nur 7% der befragten Druckunternehmen mit einer Verbesserung der Geschäftslage rechnen, die sich saisonbedingt ohnehin nur im Dezember leicht verbesserte. Von Aufbruchstimmung ist also keine Rede. Auch dieses Jahr werden Druckereien wieder kooperieren, fusionieren, schrumpfen, aufgeben oder in die Insolvenz schlittern. Wer will da noch mit beiden Händen Geld ausgeben? Dies bekamen zuletzt auch die Mitarbeiter von KBA zu spüren, als der Konzern im Dezember ankündigte, weiter schrumpfen zu müssen. Denn der Verkauf und damit auch der Bau von Druckmaschinen lahm, weil nur noch wenig in neue Maschinen investiert wird. Zu wenig, um Strukturen aufrecht zu erhalten, wie man sie bisher kannte. Und damit wird auch deutlich, dass die Krise im Druckmaschinenbau viel tiefer sitzt als bisher befürchtet.

Auf der anderen Seite liest man jeden Tag von Neuem und Verheißungsvollem. Die Zukunft liegt im Multiscreen-Marketing, in der gedruckten Elektronik, im ›Native Advertising‹, im 3D-Druck, im Verpackungsdruck, im Mobile Payment und und und. Alles schön und gut, aber wann fängt diese Zukunft an? 2014, erst 2020 oder 2030? Und was macht man so lange? Sich auf die Zukunft vorbereiten und dabei das Geschäft vernachlässigen, mit dem man heute sein Geld verdient?

Sicher nicht. Aber man sollte sich durchaus mit neuen Technologien beschäftigen. Zumal vieles auch bei den Drucktechniken neu entsteht. Deshalb beleuchten wir in dieser ersten Ausgabe des ›Druckmarkt‹ im Jahr 2014 vergleichsweise junge Techniken, die auf den ersten Blick nicht sehr viel mit dem traditionellen Druck zu tun haben: zum Beispiel gedruckte Elektronik oder der 3D-Druck. Bei genauerem Hinsehen wird man schnell feststellen, ob das Techniken sind, die man selbst einsetzen will oder kann, oder man sich erst gar nicht weiter damit beschäftigen will. Doch viele dieser Techniken und Anwendungen sind noch gar nicht zu Ende gedacht und warten nur darauf, mit neuen Ideen belebt zu werden. Bestes Beispiel sind die neuen Trocknungsvarianten der Druckmaschinenhersteller in Verbindung mit hochreaktiven Farben. Das war vor zwei Jahren noch Zukunftsmusik und hat sich zu einem handfesten Trend im Offsetdruck etabliert. Wenn man sich also mit noch fremden Techniken auseinandersetzt – auch wenn es nur gedanklich ist – hat die Zukunft schon begonnen.



Die Fortsetzung des Titelbildes zeigt, um was es geht: Eine Papierqualität aus der Kollektion ›Constellation Jade‹ von Fedrigoni ersetzt bei der hochwertigen Leica-Kamera erstmals das Leder. Was den italienischen Papierhersteller nur einige Bögen Papier kostet, dafür aber erheblichen Imagewert bringt. Vielleicht ist das auch ein Wink dafür, dass Papier und mit ihm die gedruckten Medien zu Premiumprodukten aufsteigen. Dem Image der Branche würde es nicht schaden.



Ihr Druckmarkt-Team
Klaus-Peter und Julius Nicolay