

# Zahlen bitte!

## Inhaltsverzeichnis

### Markt & Zahlen

- 02 Portal: kreuz und quer
- 06 Nachrichten
- 06 Abschied vom Anspruch als Komplettanbieter
- 08 Altana beteiligt sich an Landa
- 09 Wifag ist jetzt Wifag-Polytype Technologies
- 09 Stilllegung einer Papiermaschine
- 10 5. Media Mundo Kongress
- 11 Xfair Print & Crossmedia-Show in Wien
- 12 Stationärer Buchhandel im Aufwind
- 14 Gern gesehen: Urlaubsbilder
- 16 Printmarkt könnte sich 2014 erholen
- 20 Stabil und auf hohem Niveau

### Prepress & Premedia

- 22 Wir reparieren alles!
- 24 Brücke zwischen Design und Produktion
- 26 Meinung: Jetzt geht es auch den Agenturen an den Kragen

### Print & Finishing

- 28 Der Weg zum perfekten Inkjet-Medium
- 32 Geiz ist ganz und gar nicht geil
- 34 Edel kommt an
- 36 Neues auf Basis bewährter Maschinen
- 38 Vom Lichtpauser zum Multiprint-Anbieter
- 40 Mit neuen Trends Schritt halten
- 42 Digitaldruck mit goldenem Akzent
- 43 Neues Bücherdruck-Kapitel bei CPI
- 44 Portal
- 48 Zehn für Print

### Rubriken

- 49 Impressum / Business-to-Business

Dieses Heft ist wieder einmal gespickt mit Marktzahlen, Analysen, Trends und Prognosen. Und das mit voller Absicht. Nicht nur, weil von Mai bis 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 als Anhäufung alleine für sich im Raum stehender Zahlen und Ziffern, wie oftmals üblich, sondern mit einem Bezug zur täglichen Praxis der grafischen Branche und mit Möglichkeiten, daraus Zahlen für die eigene Zukunftsplanung abzuleiten.

Das wird uns aber nicht leicht gemacht. Etliche Zahlenwerke verstecken sich nur noch hinter Prozentangaben in Plus und Minus, vernachlässigen aber die absoluten Werte. So könnte man leicht auf die Idee kommen, den Umsatz der 7% Druckereibetriebe mit mehr als 50 Mitarbeitern auf 100% hochzurechnen. Was aber unrealistisch ist, da die 93% kleineren Betriebe nicht an die Umsatzzahlen der größeren Druckereien herankommen. Dass aber keine konkreten Zahlen für die gesamte Branche genannt werden, dass der Bundesverband Druck und Medien bei der Vorlage seines Jahresberichtes nur noch die Ergebnisse der knapp 600 größeren Druckereien als Branchenumsatz mit 12,2 Mrd. Euro bewertet, ist gelinde gesagt ein Ärgernis (siehe auch Seite 16), verfälscht die zurückliegenden Statistiken und stellt die Branche unnötig klein dar. Die Umsätze der 8.500 Betriebe mit bis zu 49 Mitarbeitern fallen schlicht und einfach unter den Tisch. Kalkuliert man jedoch pro Betrieb auch nur einem Umsatz von 100.000 Euro (was selbst einem Einmannbetrieb gelingen sollte), sind das weitere 8,5 Mrd. Euro und dann – wie bisher – deutlich über 20 Mrd. Euro Branchenumsatz.

Wenn der bvdm nun verstärkt Lobby-Arbeit in Berlin machen will, weshalb er ja von Wiesbaden in die Hauptstadt gezogen ist, behindert er sich mit den vorgelegten Zahlenwerken selbst. Wer will denn eine Branche ernst nehmen, die sich selbst klein redet und sich nur noch wegduckt, wenn E-Medien mit Zuwächsen protzen? Wer nimmt die Branche überhaupt noch wahr, wenn die Stärken nicht permanent deutlich gemacht werden? Die Initiative ›Die Zukunft wird gedruckt‹ ist ein netter Versuch, kann aber erst ein Anfang sein. Denn in der öffentlichen Diskussion und der Wirtschaftspresse finden die Branchenergebnisse längst keine Resonanz mehr. Weil der bvdm ein geradezu unmögliches Kommunikationsverhalten an den Tag legt.

Fakt ist, dass Printmedien noch immer über 60% der Werbeeinnahmen auf sich vereinigen. Und Fakt ist ebenso, dass Drucken nach wie vor einen bedeutenden Stellenwert hat. Also: Zahlen bitte! Aber aussagekräftige.



Manch einer mag sich fragen, was denn dieses Titelbild auf einer Fachzeitschrift für die Druckindustrie soll? Gehören da nicht Druck-, Falz- oder sonstige Maschinen hin? Nein! Was unsere Branche ausmacht, ist nicht die Technik, sondern es sind die wunderbaren Produkte, die hergestellt werden. Und wenn Umfragen ergeben, dass gedruckte Werke in der Bevölkerung noch immer höchst beliebt sind, ist das für uns Grund genug, einen sommerlichen Titel mit Print zu drucken.



Ihr Druckmarkt-Team  
Klaus-Peter und Julius Nicolay