

ZU ALLERERST EIN DANKESCHÖN!

- ›Druckmarkt‹ – 100 Hefte
- 06 Der ganz normale Wahnsinn
- 08 Der Blick nach vorn
- Markt & Zahlen**
- 02 Portal
- 04 Nachrichten
- 04 Drittes Quartal bei KBA
- 05 Heidelberg setzt Umbau fort, bleibt aber im Minus
- 34 Noch Luft nach oben – Zukunftsvisionen bei Flyeralarm
- 42 Marktplatz 4.0 – Print4Reseller zeigt sich visionär
- 44 Daneli: Mehr als die Summe seiner Teile
- 48 Print 4.0: Mehr als bloße Vision
- Print & Finishing**
- 16 Print sells – auch in multimedialen Zeiten
- 20 Vernetzt gestalten in der Druckerei der Zukunft
- 22 Druckerei 4.0 – Papierfluss und Datenstrom
- 46 Nicht irgendein Müsli – mein Müsli
- Technik-News**
- 24 Canon-Expo: Vielleicht erst später – wer weiß?
- 28 InPrint: Nicht alles neu, aber in einem neuen Umfeld
- 32 UR-Roboter: leicht, flexibel und unermüdlich
- 57 **Business to Business**
- 57 **Impressum**

Wer sagt denn, dass alt werden keinen Spaß macht? Der ›Druckmarkt‹ wird 2016 immerhin 20 Jahre und veröffentlicht jetzt seine 100. Ausgabe. Nein, das ist noch kein Alter – und für eine Zeitschrift vielleicht eine Periode, in der man reifer und besser geworden ist oder in der man eine Phase des Fortschritts erreicht hat. Dies wird uns die Freude an den vergangenen und (wer weiß wie viele) noch kommenden Jahren, Wochen und Minuten sicherlich nicht verderben. Wir wissen leider auch nicht, wie viele Minuten oder Stunden Sie Ihrer kostbaren Zeit unseren gedruckten Ausgaben widmen und wie viele Minuten die über 15.000 Leserinnen und Leser, die uns monatlich online besuchen. Dafür jedenfalls ein herzliches Dankeschön.

Zu unserem kleinen Jubiläum – es sind ja schließlich keine 100 Jahre – wollen wir aber keine Rückschau zelebrieren, im nächsten Jahr auch keine glamouröse Party schmeißen und uns schon gar nicht selbst feiern. Wir haben in dieser Ausgabe schlicht und einfach zum Teil exklusive Nachrichten für Sie zusammengetragen. So, wie wir es immer tun. Denn wir haben uns nie an journalistischen Theorien orientiert, dafür aber an interessanten Themen und Gesprächspartnern. Seit den ersten Heften versucht der ›Druckmarkt‹ sich unbestechlich und unterhaltsam, zuweilen amüsant bis provokativ, hoffentlich auch anregend mit seinen Leserinnen und Lesern über die Gegenwart und die Zukunft zu verständigen. Dieser Anspruch bleibt. Denn das (für uns schauderhafte) Bild »Den Leser dort abholen, wo er steht«, das Medienleute gerne verwenden, wenn sie ihre Arbeit beschreiben, gilt für uns nicht. Es hieße in der Konsequenz ja auch: Nur das liefern, was bequem ist, nicht aufregt und auch nicht zum Nachdenken anregt, denn ›der Leser‹ (die abstrakte Kreatur) dürfe nicht zu sehr gefordert werden. Wir haben in den vergangenen Jahren genau das Gegenteil erfahren. Eben dass Menschen es durchaus schätzen, wenn ihnen auch einmal etwas zugemutet wird und wenn sich der Inhalt eines Fachmagazins nicht nur in ›Hurra-Meldungen‹ erschöpft.

Was den ›Druckmarkt‹ vielleicht etwas anders macht: Wir misstrauen dem Zeitgeist und dem Mainstream. Das Modisch-Gefällige liegt uns weniger bis gar nicht. Wo alle einer Meinung sind, versuchen wir durch andere Sichtweisen den Blick auf das Wesentliche zu lenken. Ob uns das immer gelingt, können Sie besser beurteilen als wir selbst. Doch wir sind der festen Überzeugung, dass es bei aller Digitalisierung noch immer traditionelle Werte in unserer Branche gibt, die auch weiterhin Gültigkeit haben werden. Deshalb halten wir uns gerne an den Satz von Willy Brandt: »Wer das Bewahrenswerte bewahren will, muss verändern, was der Erneuerung bedarf.«



Wie lassen sich 100 Ausgaben einer Zeitschrift am Besten auf dem Cover unterbringen? Immer wieder gern genommen wird eine Collage aller bisher erschienenen Titel. Wir fanden das wenig originell und haben dies auf Seite 7 verbannt. Stattdessen haben wir alle möglichen Gegenstände zusammengestellt, mit denen wir üblicherweise bei der täglichen Arbeit zu tun haben. Dass da nun auch noch ein Nikolaus erscheint, ist der Jahreszeit geschuldet. Wir wünschen Ihnen eine schöne Weihnachtszeit.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

und aus gegebenem Anlass der Kollege links.