

Bei einem Seminar fragten wir neulich die Anwesenden, alle- samt Manager aus der Druck- industrie: „Wer arbeitet in einem Unternehmen, das vor zehn Jahren schon bestand?“ Es meldeten sich rund 15%. Nur aus Spaß fragten wir wei- ter, wer denn glaube, dass das Unternehmen, in dem er jetzt arbeitet, auch in 10 Jahren noch existiert. Logisch, wir erwarteten, alle würden sich melden. Doch spontan und wie selbst- verständlich meldeten sich: auch nur 15%.

Diese Abfrage haben wir inzwischen mehrfach wiederholt. Immer mit dem in etwa gleichen Resultat. Es geht dabei nicht um die Prozent- zahl als exakte Größe, aber als eine Größenordnung. Denn sie stimmt erstaunlich mit den Prognosen über- ein, die wir vor zehn und 15 Jahren gewagt hatten. Seinerzeit, DTP und DTR waren in vollem Gange, behaupteten vor allem die etablierten Drucker und allen voran der Bundesverband Druck, alle Betriebe könnten diesen lächerlichen Angriff von außen gut

abfangen und überstehen. Und ein hochrangiger Repräsentant des Bundesverbandes Druck beschied uns vor vier Jahren noch mitleidig, dass „solche Mode-Erscheinungen wie das Internet“ nicht einer eigen- en Organisationsform innerhalb der Firmen- und Verbandsstrukturen wert wären.

Die Zahl der Druckbetriebe ist in der Tat seit dem Aufkommen des Inter- net insgesamt nicht (wesentlich) zurückgegangen. Im Gegenteil, es kamen sogar einige Neueinsteiger hinzu. Allerdings reduziert sich die Zahl der Druckereien alter Prägung zusehends. Und Druckereihaber, die sich damit brüsten (jetzt wörtlich) „Internet, ISDN und so Zeugs kommt mir nicht ins Haus!“ haben wohl die geringsten Chancen, den Wandel zu überleben. (Vielleicht sind es aber auch nur 15%.)

Auch aus zig ehemaligen selbstän- digen Herstellern und Anbietern der letzten und erst recht der vorletzten Drupa sind nur noch wenige (weni- ger als ein dutzend Keyplayer!) ver- blieben. Und mindestens ebenso viele sind hinzugekommen. Vor zehn Jahren wies man Xerox noch die Ecke „Bürozubehör“ zu, heute wol- len sie Heidelberg überholen. Die Welt der Druckindustrie existiert also weiter, aber sie besteht aus neuen Menschen, neuen Firmen, neuen Philosophien, neuen Strategi- en, neuen Systemen und neuen Technologien. Die jeweils „Überle- benden“, jene symbolischen 15%, mögen hoffentlich so etwas sein

wie jener Sauerteigrest, den man von Teig zu Teig weiterverwendet und der als Bakterienstamm Haus- halte, Hausfrauen und Hausrezepte überlebt und neu belebt hat.

Doch die Wahrscheinlichkeit, dass die Druckindustrie samt ihren Auf- gaben und Beziehungen völlig neu definiert wird, wächst von Tag zu Tag. Die Anbieter, fast alle Anbieter, haben sich darauf eingestellt und reagiert. Ob freiwillig oder gezwun- gen, sei hier nicht weiter betrachtet. Unsere Tabelle auf Seite 7, einzigar- tig in dieser Form, gibt davon bered- tes optisches Zeugnis: in den letzten Jahren ist „alles“ anders geworden im Beziehungsgeflecht der Herste- ller. Software dominiert fast schon über Hardware – die Marktübersich- ten ab Seite 29 sind beeindruckend lang und differenziert.

„Gesetzt“ wird heute mit automati- sierenden Programmen; etwas, was wir schon 1985 vorausgesagt haben und das von den damaligen sich für etabliert haltenden Fachleuten und -journalisten mit dem Hinweis quit-

tiert wurde, man möge uns ins Irren- haus einweisen. „Die Sekretärin ersetzt nie die Setzer“ war gängiges Schlagwort. Haben wir auch nie behauptet, sondern immer nur „die Programmierer ...“. Aber das hörten die meisten wegen des Schaumes vor dem Mund schon gar nicht mehr richtig.

Lassen wir also alle Emotionen zur Seite. Analysieren wir: Die Druckvorstufe ist „software-dri- ven“ und wird durch Formate, Stan- dards, Automatismen und Funktio- nen bestimmt. Die Programmierer jedoch sind „IT-driven“, nehmen Wissen und Ideen aus der Welt der Datenverarbeitung und passen sie, wenn überhaupt, auf die Denke und Arbeitsgewohnheiten der Vorstu- fen-Fachleute und Drucker an. Nur noch wenige Jahre, und Setzen, Reproduzieren, Druckformenzusam- menstellung und sogar das Drucken sind nichts anderes als „graphic data output on printing press“. Ein Knopfdruck. 85 % werden auch das nicht glau- ben, wetten?

Zur vorliegenden Ausgabe

Geräte und Maschinen ändern sich oft schneller als es Investo- ren lieb ist. Gerade zu Messen wie der drupa, die gerade vor der Tür steht.

Gerade deshalb ist es so wichtig, sich einen Überblick zu verschaf- fen, wo und bei wem es Neues gibt. In unseren Tabellen auf den folgenden Seiten sind die Her- steller mit Kontaktadressen und deren Maschinen, Geräte, Hard- und Software mit technischen Daten (so weit bekannt) aufge- führt. Produkte, die neu zur dru- pa kommen, sind mit dem Sticker „neu“ gekennzeich- net. Da nicht alle Hersteller ihre Messeneuheiten im Vorfeld der drupa veröffentlicht haben, erheben die Tabellen keinen An- spruch auf Vollständigkeit.

Nach der drupa wird Druckmarkt alle relevanten Bereiche der Druckindustrie noch einmal im Detail beleuchten und den Stand nach der Messe dokumentieren.

Ihre Druckmarkt-Redaktion



Klaus-Peter Nicolay



Hans-Georg Wenke

15 Prozent. Alles andere ist Verlust

Oder: Es wird immer schwerer, die Zukunft der Druckindustrie einzuordnen