

15.02.2017 - 11:26 Uhr

## Die Wachstumsstory von Heinz Wurzel in Waiblingen im neuen "Druck & Medien"

-----  
Erstausgabe hier bestellen  
<http://ots.de/tFSty>  
-----

Salzburg/Frankfurt (ots) - Vor vierzehn Jahren hat Heinz Wurzel als 48-Jähriger in Waiblingen seine erste Druckerei übernommen. Heute zählen zu seiner Gruppe 13 Unternehmen an sieben Standorten. Im Laufe des Jahres will er nun in Esslingen einen neuen Standort für 200 Mitarbeiter beziehen. Die Wachstumsstory ist Titel im neuen "Druck & Medien", das heute mit einem völlig neuen Konzept und Design erscheint.

"Mit dem neuen "Druck & Medien" richten wir uns gezielt an die Führungskräfte unserer Branche. Mit Strategieggesprächen, Cases und Dossiers zeigen wir, was innovative Drucker heute leisten - als Anregung und Inspiration für die ganze Branche", erklärt Herausgeber Johann Oberauer die neue Richtung des renommierten Branchentitels.

Spannende Beispiele für innovative Unternehmen gibt es viele in Deutschland. Im neuen "Druck & Medien" präsentieren die Macher ausführlich ihre Überlegungen und Strategien. Wie Druckereien der Akzidenz-Falle entkommen, zeigt zum Beispiel Langebartels & Jürgens. Die Hamburger Traditionsdruckerei hat ihr Angebot in den vergangenen Jahren stetig erweitert und sich nun ein starkes Standbein als Verpackungs- und Displayproduzenten geschaffen. Der Norderstedter Dienstleister Book on Demand druckt Bücher nach Bedarf. Jetzt rüstet das Unternehmen auch die Weiterverarbeitung auf. Was er sich davon erwartet, sagt Geschäftsführer Yogesh Torani im neuen "Druck & Medien". Das Beispiel Druckhaus Fried. Schmücker in Lönigen fertigt auf einer neuen Anlage Kalender aus Falzbogen. Die technischen und ökologischen Vorteile erklärt Geschäftsführer Reiner Hörner. Produktionsprozesse, die sich selbstständig steuern und automatisiert ablaufen, Druckmaschinen-Bediener, die nur noch bei Bedarf oder gar nicht mehr eingreifen müssen - das war eine große Vision und ein Innovations-Thema der drupa 2016. Mittlerweile ist dieses in der Praxis angekommen. Drei Druckereien berichten in "Druck & Medien" über ihre ersten Erfahrungen mit dem Push-to-Stop-Konzept von Heidelberger Druckmaschinen. Ein 14-seitiger-Technik-Teil gibt eine umfassende Übersicht über Digitaldruckmaschinen. Und das 16-seitige Dossier im neuen "Druck & Medien" beschäftigt sich ausschließlich mit dem Thema Papier.

"Ich bin fest überzeugt, dass die Zeit für ein 14-tägig oder selbst monatlich erscheinendes Magazin für die Druckbranche vorbei ist. Das Internet hat auch bei uns seine Spuren hinterlassen - und uns zugleich ganz neue Chancen und Aufgaben eröffnet", erklärt Herausgeber Johann Oberauer einleitend in der ersten Ausgabe. Das Ziel ist, einen Relevanzwettbewerb zu gewinnen und dafür braucht es andere Ideen als Branchenmedien bisher geboten haben. "Druck & Medien" wird daher alle zwei Monate erscheinen, allerdings deutlich umfangreicher und tiefer als bisher. Das Einzelheft kostet mit dem Dossier 22,- Euro, das Jahresabo 125,- Euro.

Zusätzlich sind eigene Touren von "Druck & Medien" in Vorbereitung. "Mit Hausbesuchen bei besonders interessanten Druckern wollen wir die persönliche Begegnung und das persönliche Gespräch zwischen Profis fördern", sagt Oberauer. In Kürze folgt dann ein neues digitales Angebot für die schnellen Nachrichten.

Verantwortlich für die inhaltliche Umsetzung ist Chefredakteur Thomas Fasold, der zusammen mit Verena Oberauer auch das Konzept mitentwickelt hat. Das neue Design hat Gaby Ampt von der Hamburger Agentur "Superscreen" gestaltet.

"Druck & Medien" ist international mit der renommierten "Print Week" in London vernetzt, mit der unter anderem gemeinsam auf der drupa 2016 die mehrsprachige Produktion von "drupa daily" verantwortet wurde.

Kontakt:

Johann Oberauer, Herausgeber, Tel. +43 664 2216643, E-Mail:  
[johann.oberauer@oberauer.com](mailto:johann.oberauer@oberauer.com)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005497/100799060> abgerufen werden.