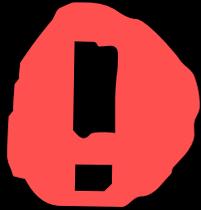


# RÜCKBLICK IN DIE ZUKUNFT

S<sub>1</sub> K<sub>5</sub> A<sub>1</sub> N<sub>1</sub> D<sub>2</sub> A<sub>1</sub> L<sub>1</sub>



W<sub>4</sub> I<sub>1</sub> E<sub>1</sub> H<sub>4</sub> A<sub>1</sub> T<sub>1</sub>

D<sub>2</sub> A<sub>1</sub> S<sub>1</sub> A<sub>1</sub> L<sub>1</sub> L<sub>1</sub> E<sub>1</sub> S<sub>1</sub>

A<sub>1</sub> N<sub>1</sub> G<sub>2</sub> E<sub>1</sub> F<sub>1</sub> A<sub>1</sub> N<sub>1</sub> G<sub>2</sub> E<sub>1</sub> N<sub>1</sub>



VANITY FAIR

April 18\* 1908



Winnert Brosch, Day & Son, Lith.

"King Dick"

LEHNEN SICH NIEMAL IN DIE ZUKUNFT  
RÜCK

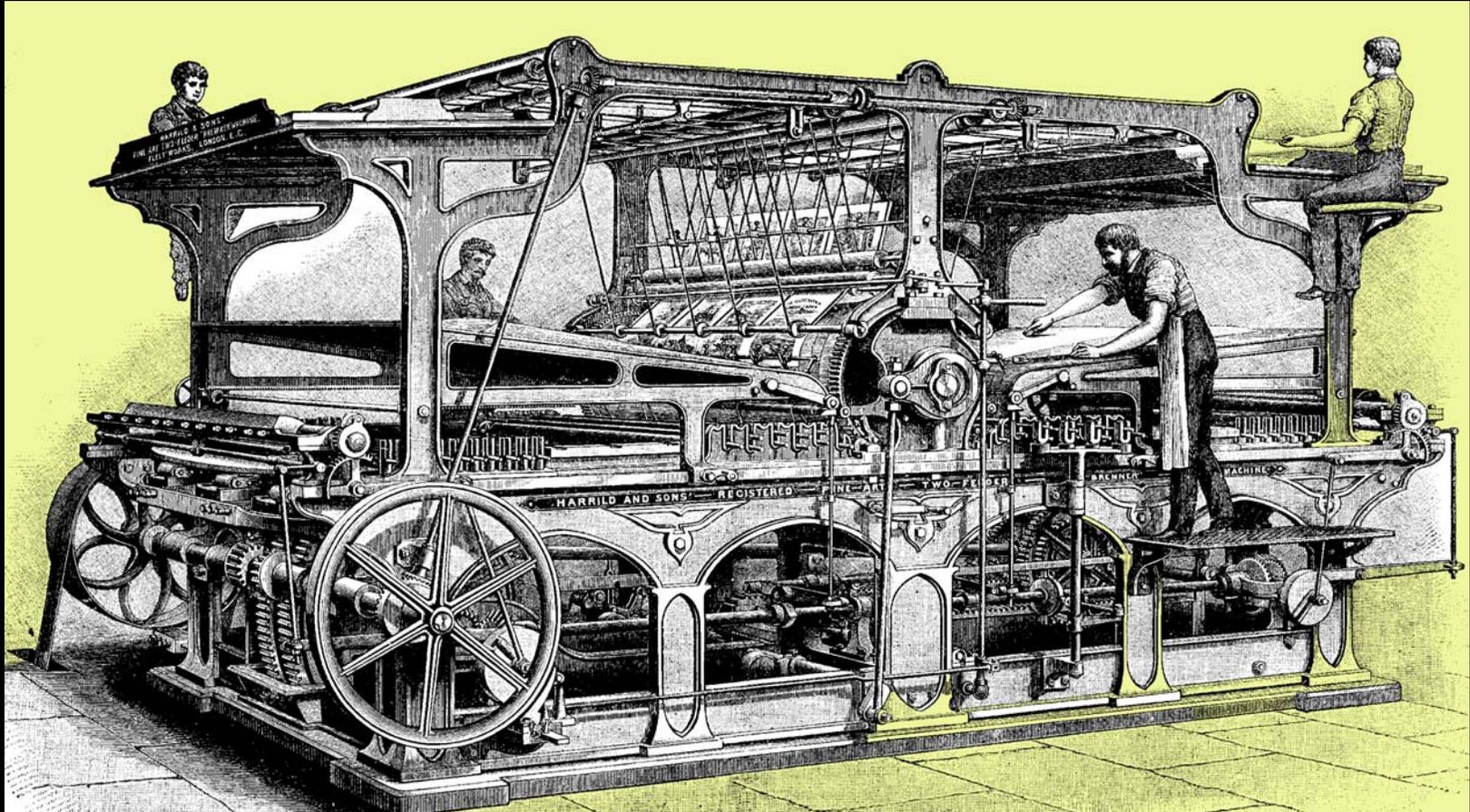
DER PSYCHOLOGE

DROUCKERÖ HABEN EINEN KRANKHAFTEN  
DROANG, SICH ZU UNTERWERFEN.  
VORO ALLEM DEN KUNDEN.



LEHNEN SICH IN DIE ZUKUNFT  
Blick zurück

DER TECHNOLOGIE  
DRUCKER GLAUBEN, SIE BESITZEN  
EINE EXKLUSIVE TECHNOLOGIE.



LENIN KAM ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT  
Blick zurück in die Zukunft

DER GEBROCHENE

DROUCKERÖ BIND DEM IDEAL VERPFLICHTET.  
NICHT DEM KAPITAL.



ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT

DER ANALYST

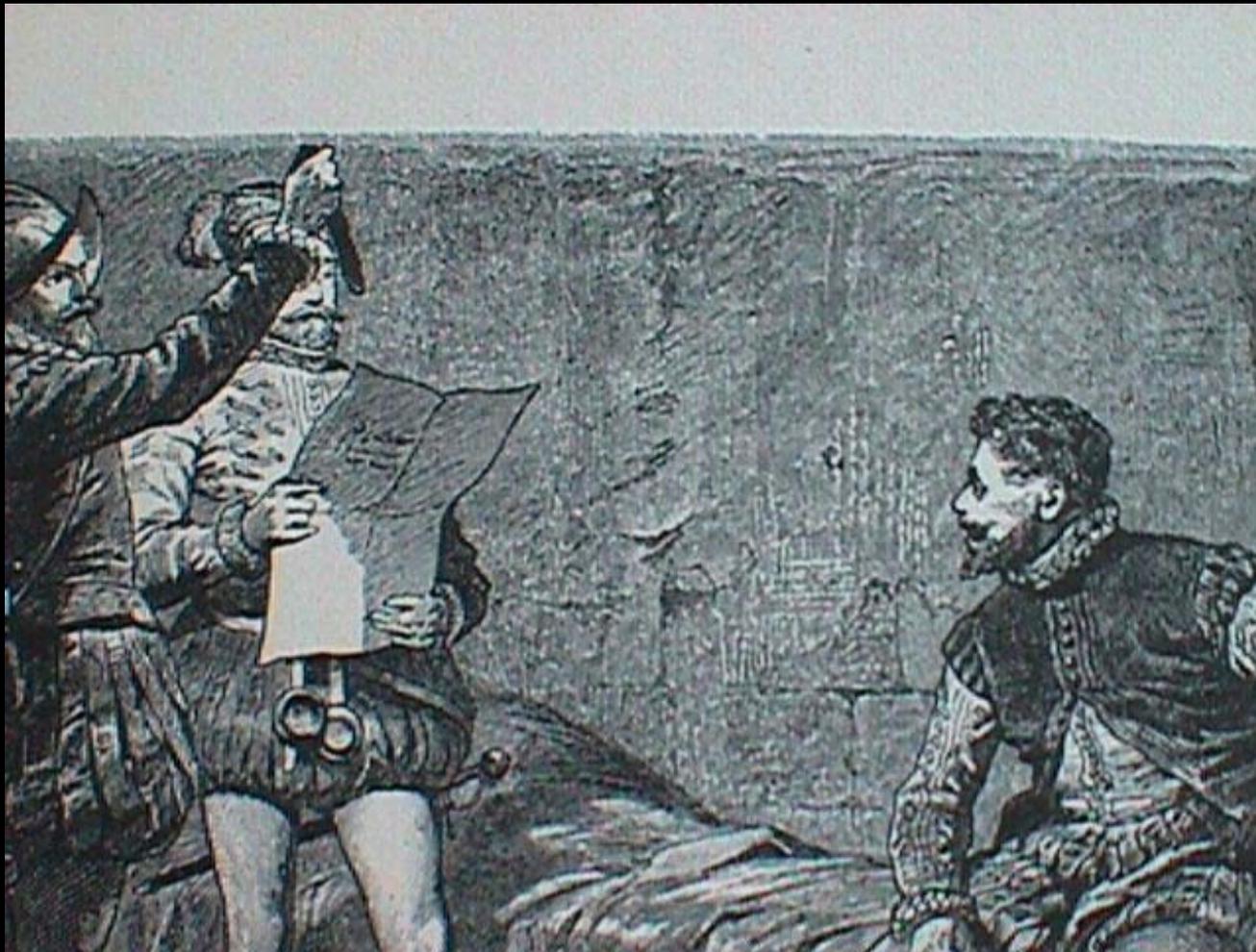
DRUCKER FOLGEN DEN FALSCHEN  
VERLOCKUNGEN. -> EIN TECHNISCHES  
FEATURE RAUBT IHNEN JEDLICHEN VERSTAND.



LENKUNGS  
Blick in die Zukunft

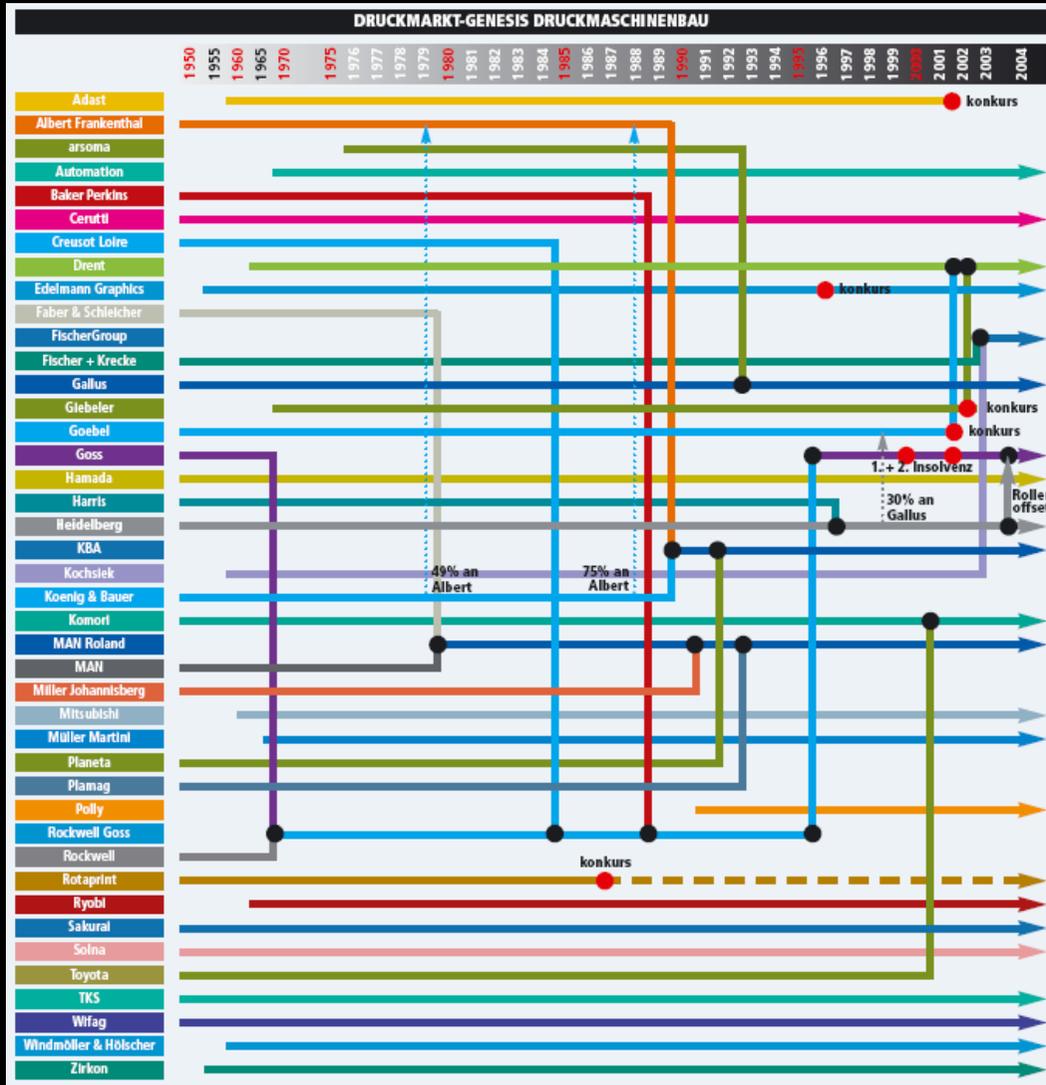
DER GEWONNE

DRUCKER VERTRAUEN NICHT DEN WAHREN  
BOTSCHAFTERN DER WIRKLICHKEIT.



BLICK IN DIE ZUKUNFT

DER HISTORIE  
JEDER ZUKUNFT LIEGT IN DER VERGANGENHEIT  
BEGRÜNDET.



LENIN KUNZ AID NI BICKJÜ9  
RÜCKBIL IN DIE ZUKUNFT

DER MOBILIST

ES GEHT EINZIG UM DIE MACHT.



BLICK IN DIE ZUKUNFT  
Blick in die Zukunft

DER MORALIST

ES GEHT EINZIG UM DIE VOR-MACHT.



## Weltherrschaft

Es geht nicht um Details: Es geht um alles. Denn für die »Welt-Herrschaften« kann es nur einen geben

BLICK IN DIE ZUKUNFT  
Blick zurück in die Zukunft

# DIE REALITÄT

WENN ZWEI SICH STREITEN ...



Mrs. Apple & Mr. Microsoft

BLICK IN DIE ZUKUNFT  
IN DEN BLICK RÜCK

DIE REALITÄT

... FREUT SICH DER DRITTE



The master of the universe

BLICK IN DIE ZUKUNFT  
RÜCK IN DIE ZUKUNFT

DAS REALITÄT

... FREUT SICH DER DRITTE

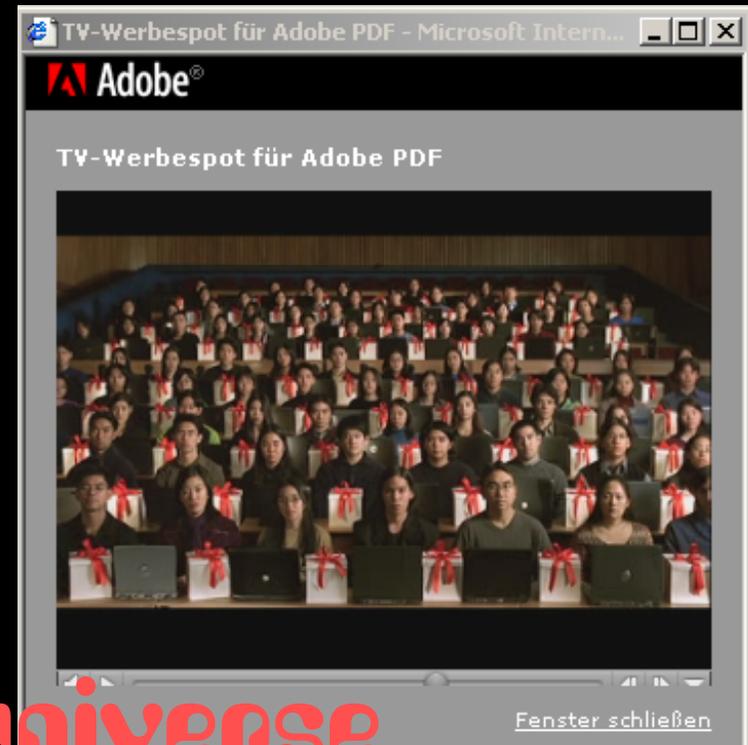
deutsch:

ein aktiv Seiender

englisch:

a do be

The master of the universe



KÜCKJÜILB IN DIE ZUKUNFT



Alle Dokumente sind PDF.

Und alles, was gedruckt wird, ist ein Dokument.

Und alles, was PDF ist, kommt aus Computern.

Und alle Computer können PDF.

Und wir sind die Computer-

Dokumentenformatmacher dieser Welt.

RÜCKBLICK IN DIE ZUKUNFT

D<sub>2</sub> I<sub>1</sub> E<sub>1</sub> G<sub>2</sub> E<sub>1</sub> N<sub>1</sub> I<sub>1</sub> A<sub>1</sub> L<sub>1</sub> E<sub>1</sub>  
E<sub>1</sub> R<sub>1</sub> F<sub>4</sub> I<sub>1</sub> N<sub>1</sub> D<sub>2</sub> U<sub>1</sub> N<sub>1</sub> G<sub>2</sub>  
V<sub>4</sub> O<sub>1</sub> N<sub>1</sub> A<sub>1</sub> D<sub>2</sub> O<sub>1</sub> B<sub>3</sub> E<sub>1</sub>



Die einheitliche  
Verpackung von  
Dokumenten.

KÜCKJÜB IN DIE ZUKUNFT  
BLICKJÜB

D<sub>2</sub> A<sub>1</sub> S<sub>1</sub> P<sub>3</sub> R<sub>1</sub> O<sub>1</sub> B<sub>3</sub> L<sub>1</sub> E<sub>1</sub> M<sub>3</sub>  
D<sub>2</sub> E<sub>1</sub> R<sub>1</sub>  
D<sub>2</sub> R<sub>1</sub> U<sub>1</sub> C<sub>3</sub> K<sub>5</sub> B<sub>3</sub> R<sub>1</sub> A<sub>1</sub> N<sub>1</sub> C<sub>3</sub> H<sub>4</sub> E<sub>1</sub>

Produzieren wir Containerinhalte  
oder transportieren wir Container? ?



KÜCKJÜJL IN DIE ZUKUNFT

Klug, wie die  
Druckindustrie nun einmal  
ist, fand sie die Antwort:  
**wir tun beides !!!**

**Wir sind Hersteller und  
Transporteure von ganz guten und  
ganz tollen Dokumenten.**

KÜCKJÜR IN DIE ZUKUNFT

Weil sie es so gewohnt war.



KÜCKJGILB IN DIE ZUKUNFT  
BLICKJÜR

Die

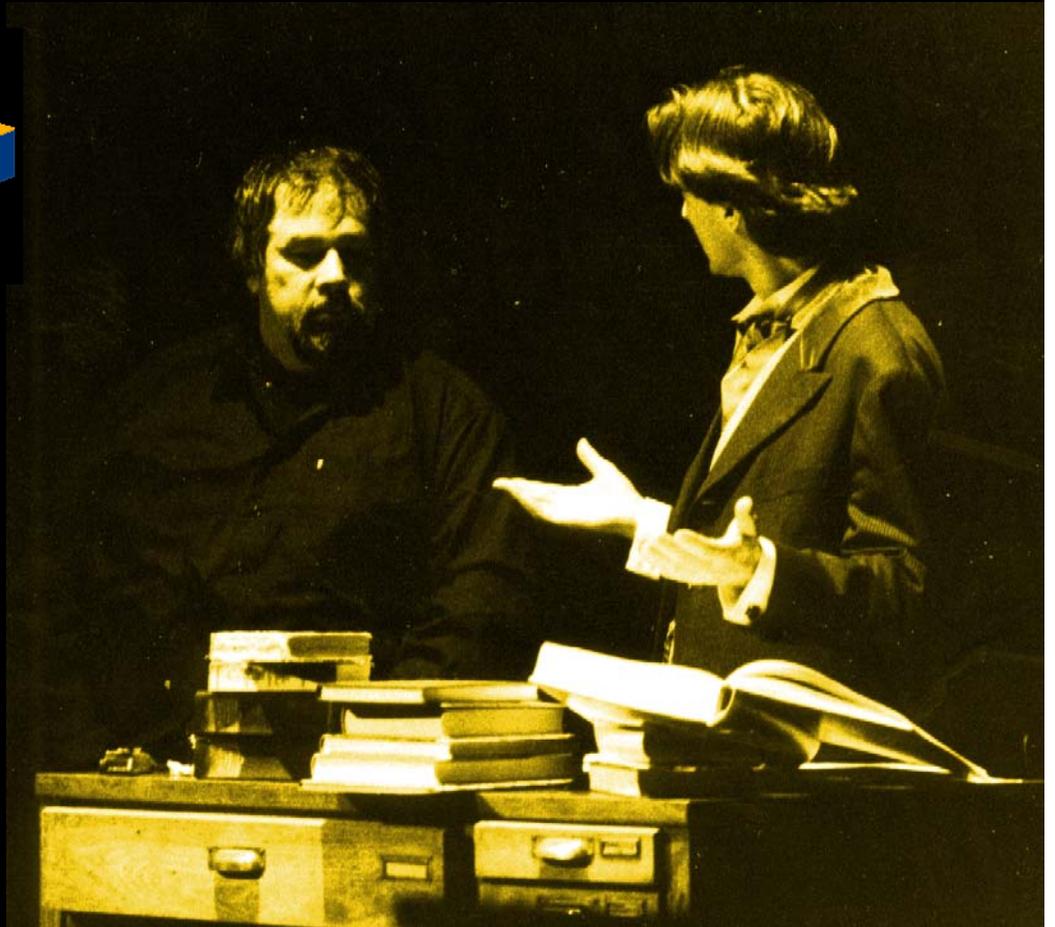
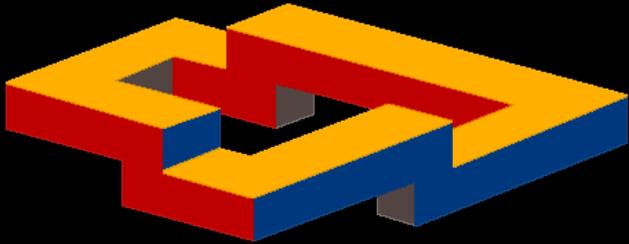
DRUCKINDUSTRIE

passte damit überhaupt  
nicht mehr in das Schema  
der übrigen Industrie und  
verpasste das Wichtigste:



BLICK IN DIE ZUKUNFT  
RÜCK IN DIE ZUKUNFT

# DIE NICHTLINEARE ZUKUNFT



KÜCKJÜB IN DIE ZUKUNFT

D I E  
N I C H T L I N E A R E  
Z U K U N F T

## DIE STRATEGIE NACH 2005

Je mehr eine Druckerei das tut, was sie immer tat, desto weniger wird sie in Zukunft zu tun haben. **Und umgekehrt.**

KÜCKJGILB IN DIE ZUKUNFT

*Die nichtlineare Zukunft :::: :::*

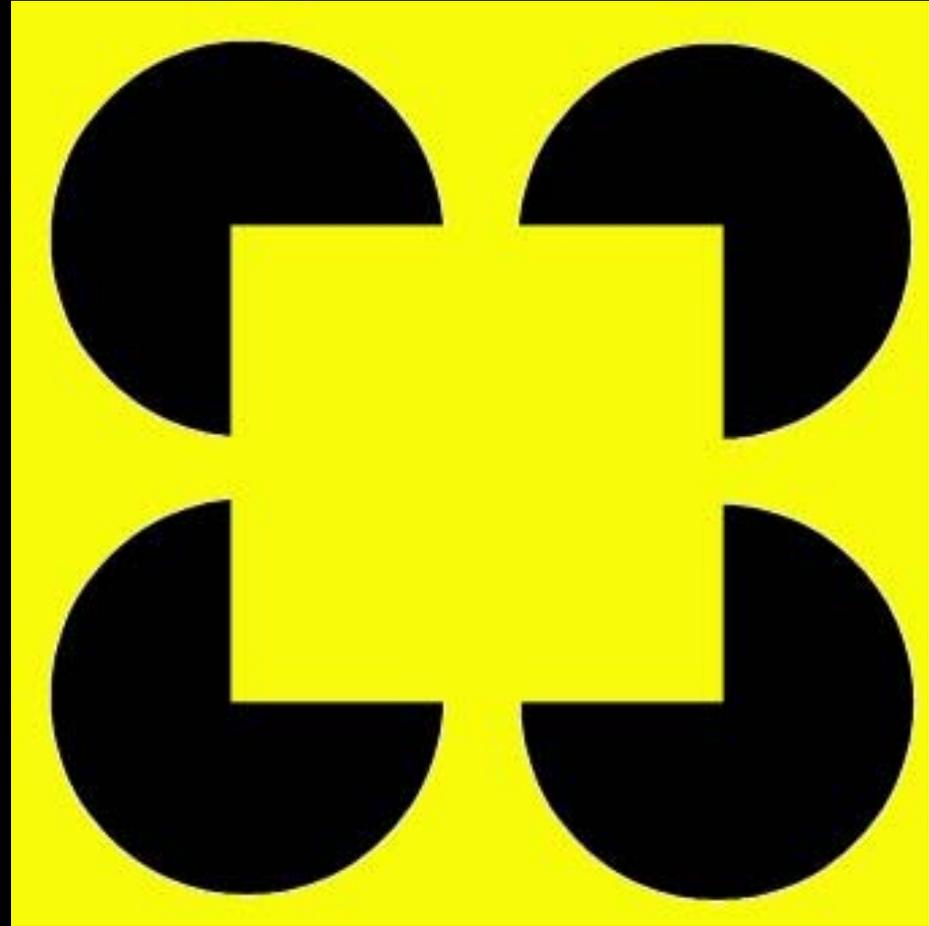
## DIE STRATEGIE NACH 2005

Je mehr eine Druckerei in Prozesse investiert und sich darauf spezialisiert, desto weniger wird sie zu klagen haben. Löhne lohnen sich nicht mehr.

STOP

## Die nichtlineare Zukunft :: :: :

Nicht auf den Effekt  
(das Ergebnis)  
konzentrieren.  
Sondern auf die  
Struktur (das,  
woraus der  
Effekt besteht).



KÜCKJILB IN DIE ZUKUNFT

DIH DUMSTEN MAROKEDINGFÄLER:  
Wir liefern Qualität!



Ja, Gottfried Stutz,  
was denn sonst ???

KÜCKJILB IN DIE ZUKUNFT

DIH DUMSTEN MARKETINGFÄLER:

Wir machen alles,  
was Sie  
wollen!

Worauf  
Kunden mit  
Druckern machen,  
was sie wollen !!!



BLICK IN DIE ZUKUNFT  
RÜCKBLICK IN DIE ZUKUNFT

DIE DUMMSTEN MARKETINGFÄHIGEN:  
Über den Preis können  
wir reden!



Preise sind  
Werte. Werte  
sind Emotionen !!!

KÜCKJGILB IN DIE ZUKUNFT  
ENKUNZ ID NI BILCKJÜJ

DIE DÜMSTEN MARKETINGFÄLER:

Wir bleiben klein und  
flexibel!



Unsere

Leistung begeistert  
nur wenige Kunden.

Und ist improvisiert!!!

KÜCKGILB IN DIE ZUKUNFT

# DIE NACHTLANEBARE ZUKUNFT 2005

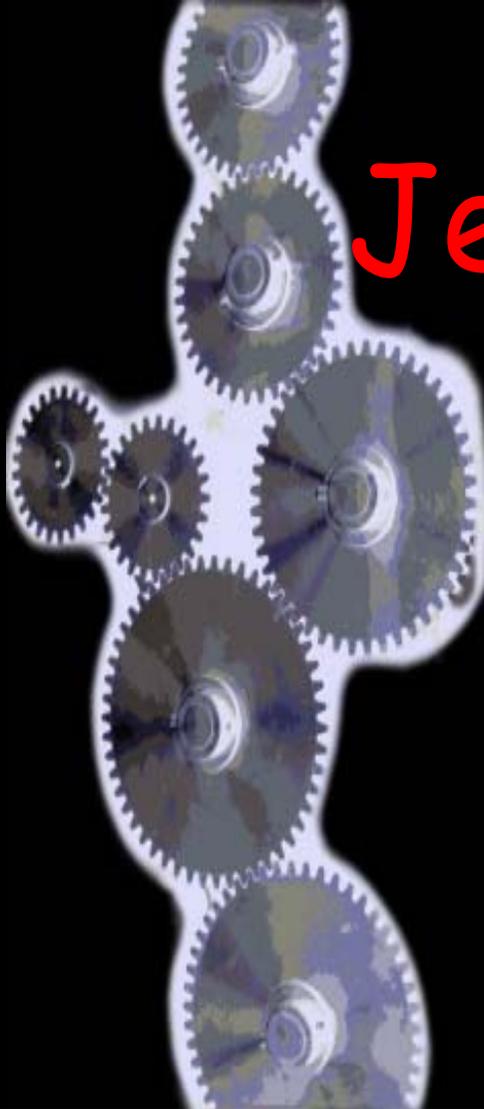


Vernetzung  
Prozesse  
Streamlining



BLICK IN DIE ZUKUNFT

# Das Nachtlanerke Zukunft 2005



Jedes Unternehmen  
ist ein Verlag.  
Jede Druckerei  
ein Dienstleister  
für Publisher.

KÜCKBIL IN DIE ZUKUNFT

# DAß NACHTLANDE ZUKUNFT 2005

(Welt)Standards  
besser als  
die Konkurrenz  
bedienen und  
erfüllen.



BLICK IN DIE ZUKUNFT

# DAS NACHTRÄGLICHE ZUKUNFT 2005

Messen und Prüfen  
an Stelle von  
Heldentum  
und Esoterik.



KÜCKJILB IN DIE ZUKUNFT

# DAß NACHTLANERBE ZUKUNFT 2005

Und klüger investieren:

1:1

in Menschen  
und Maschinen



KÜCKGILB IN DIE ZUKUNFT

## DIE NICHTLINEARE ZUKUNFT 2005

Die Zukunft der Druckereien lag damals nicht in der Druckerei und ihrer Technik, sondern in Händen und Hirnen derer,

KÜCKJGILB IN DIE ZUKUNFT

## DIE NICHTLINEARE ZUKUNFT 2005

die begriffen haben,  
dass man Drucksachen  
herstellen muss, die  
Kunden zu erfolgreichen  
Helden machen.

Und zwar ...

KÜCKJGIL IN DIE ZUKUNFT

DIE NICHTLINEARE ZUKUNFT 2005

so einfach, wirkungsvoll  
und sicher wie möglich.

BESSER ALS DIE  
KONKURRENZ.

SCHNELLER. HÖHER. WEITER.

BLICKZÜRÜCK IN DIE ZUKUNFT

# Am besten lesen Sie



**Hans-Georg Wenke**

Dipl.-Ing., Chefredaktor

**wenke @ druckmarkt-schweiz.ch**