Bildquelle: Tower Products

TOWER PRODUCTS EUROPE

Neuer Hersteller von Druckchemikalien

Das niederländische Handelshaus *Wifac* und der amerikanische Druckchemikalienhersteller *Tower* haben ein Unternehmen unter dem Namen *Tower Products Europe* in Mijdrecht, Niederlande, gegründet. Beide Gesellschaften sind zu je 50% Eigentümer: *Tower* liefert die Rezepturen, *Wifac* das Produktions- und Vertriebsnetz. Zunächst sollen Feuchtmittelzusätze, Waschmittel, Reiniger und Produkte für alkoholfreie Drucktechniken in den Niederlanden hergestellt werden, durch die *Fogra* zertifiziert und auf der Präferenzliste der Druckmaschinenhersteller platziert werden. Im Laufe des Jahres 2019 soll die Produktion dann aufgestockt werden und der Vertrieb vom deutschen Standort Emmerich am Rhein erfolgen.

> *www.wifac.nl*

FUSION

Schneider übernimmt EBA-Graphimex

Die Schneider & Co. AG investiert weiter in den Standort Westschweiz. Nachdem 2009 die in Le Mont-sur-Lausanne ansässige EBA-Graphimex SA übernommen wurde, fusionierten die beiden Unternehmen zum 1. Januar 2019.

Schneider setzt den Fokus nach eigenen Angaben auf den Kundennutzen und will den bestmöglichen Service vor Ort bieten. Verkauf und Kundendienst werden verstärkt und in Administration und Marketing sollen Synergien genutzt werden. Dazu gehören ein einheitlicher Marktauftritt, die Zusammenführung des IT-Systems, des Lagers und der Buchhaltung. Auch der technische Kundendienst soll ausgebaut werden. Die gewonnen Ressourcen sollen den Kunden zu Gute kommen.

> *www.schneider.swiss.de*

FELDMUEHLE-INSOLVENZ

Aus für grafische Papiere

Wie gemeldet, ist die *Feldmuehle GmbH*, die im Frühjahr 2018 die insolvente *Feldmuehle Uetersen* übernommen hatte, insolvent. Das Unternehmen sei durch gestiegene Energiekosten, Rohstoffe und unter den Erwartungen liegenden Umsatzerlösen ungeplant belastet worden, heisst es in einer Stellungnahme. Dies hätten auch Preiserhöhungen nicht kompensieren können.

Feldmuehle stellte bisher jährlich rund 250.000 Tonnen Papier für klassische Printprodukte und Verpackungen her. Jetzt soll die Produktion von grafischen Papieren eingestellt und die Papiermaschine 2 stillgelegt werden.

Künftig will sich *Feldmuehle* auf Spezialpapiere wie nass- und laugenfeste Etikettenpapiere sowie Verpackungspapiere konzentrieren.

> *www.feldmuehle-uetersen.com*

HEAVEN 42

Igepa lässt Papier weiter produzieren

Die Stilllegung der Papiermaschine bei der *Feldmuehle* hat auch Konsequenzen für das Premiumpapier *Heaven 42,* das bis zum Jahreswechsel 2017/2018 von der *Papierfabrik Scheufelen* hergestellt wurde. Nach deren Insolvenz im Januar 2018 erwarb die *Igepa group* die Marken- und Vertriebsrechte an *Heaven 42* und liess das Papier nach Original-Rezeptur bei der *Feldmuehle* herstellen. Nach deren erneuter Insolvenz und der Stilllegung der Papiermaschine für grafische Papiere wird das die Premiummarke nun von einer anderen, nicht näher benannten Papierfabrik hergestellt.

> *www.igepagroup.com*

KEINE RUHE BEIM PAPIER

Arjowiggins beantragt Insolvenz

Der französische Papierkonzern *Sequana* hat verschiedenen Berichten zufolge für sein Tochterunternehmen *Arjowiggins* die Eröffnung eines Schutzschirmverfahrens sowie für drei französische Papierwerke von *Arjowiggins* Insolvenz beantragt. Zuvor war Ende Dezember der geplante Verkauf von *Arjowiggins* gescheitert. In einem Marktumfeld mit historischen Höchstpreisen für Zellstoff und sinkenden Volumen war es dem Unternehmen offenbar nicht gelungen, die Kosten in den Griff zu bekommen. Die Aktie wurde am 7. Januar 2019 aus dem Handel genommen. Inzwischen seien aber auch britische Gesellschaften betroffen, teilt der Branchendienst *Euwid* unter Bezug auf eine Unternehmensmeldung mit: Für *AW UK Holdings, Arjo Wiggins Fine Papers* und einige weitere Unternehmen sei Insolvenz beantragt worden.
Arjowiggins ist Hersteller grafischer Spezialpapiere und neben dem Papiergrosshändler *Antalis* ein weiterer *Sequana*-Geschäftsbereich.
> *www.arjowiggins.com*

SCHEUFELEN

Investoren setzen auf Graspapier

Die *Papierfabrik Scheufelen GmbH* in Lenningen hat weitere Investoren für ihr Graspapier-Konzept gewonnen. Wie es in einer Mitteilung heisst, glauben Investoren an das Potenzial von Papieren aus Grasfaser und hätten daher in die Papierfabrik investiert. Dies habe zu einer «signifikanten Erhöhung des Eigenkapitals» geführt. Nähere Angaben machte das Unternehmen nicht. Das neue Kapital soll für den Ausbau der Graspapier-Produktion eingesetzt werden. Das Papier kann für die Herstellung von Notizblöcken, Büchern und Schreibpapier sowie für Verpackungen (Wellpapp- und Faltschachteln) eingesetzt werden und zu einer Alternative für aus Plastik hergestellten Produkten werden. Bei der Herstellung aus Grasfaser werden nach Angaben von *Scheufelen* 50% weniger Kohlenstoff, Energie und Chemikalien eingesetzt, was im Vergleich zur Papierherstellung mit aus Holz gewonnener Zellulose eine Ersparnis von etwa 6.000 Liter Wasser pro Tonne Fasermaterial bedeute.
> *www.scheufelen.com*

EINKAUFSVERBUND DRUCK

Aktiv auf die Verschärfung im Beschaffungsmarkt reagieren

Von Christian Schaffrath

In einem schrumpfenden Marktumfeld und angesichts des Wandels beim Bedarf an Printprodukten wachsen die Herausforderungen für Druckereien. Gleichzeitig führt die Konsolidierung in Industrie und Handel (Übernahmen, Insolvenzen etc.) zu Einschränkungen der Produktvielfalt. Warben vor 20 Jahren noch gut 30 Papierlieferanten um die Gunst der Kunden, ist die Zahl auf eine Handvoll zurückgegangen; 2019 droht mit der Verschmelzung der *Inapa*-Tochter *Papier Union* und *Papyrus Deutschland* eine weitere Verschärfung. So steuern wir im Papiermarkt auf Angebotsoligopole zu. Zudem ist mit einer deutlichen Papierverknappung zu rechnen. In naher Zukunft könnten über 1,6 Millionen Tonnen grafische Papiere aus dem europäischen Markt verschwinden – nicht zuletzt durch die Neuausrichtung von Papierfabriken auf Verpackungspapiere und -pappen.
Während wir in der vergangenen Zeit von einem Käufermarkt profitierten, sehen wir uns nun mit einem Verkäufermarkt konfrontiert. Die weniger gewordenen Lieferanten und Hersteller werden zusehends stärker, Wahl- sowie Ausweichmöglichkeiten schrumpfen weiter und Lieferzeiten und Servicekosten steigen kontinuierlich an. In Druckereien ist aufgrund der Kostensteigerungen und einer schlechteren Ertragssituation ein Wettlauf um Effizienz und Kostenreduzierung entstanden.
In der Folge nutzen immer mehr Druckereien die Stärken von Einkaufsgemeinschaften. Mit über 50.000 Jahrestonnen in Deutschland und Österreich gehört die *Einkaufsverbund Druck GbR (EVD)* zu den am besten aufgestellten Zusammenschlüssen. Die in der *EVD* kooperierenden Betriebe können dabei das Know-how der gesamten Gruppe nutzen.
Das Angebot geht inzwischen über die Papierbeschaffung und eine Restebörse hinaus: Auch beim Einkauf von Farben und Platten oder bei der Investition in Maschinen bündeln die *EVD*-Mitglieder ihr Know-how und nutzen ihr Gewicht am Markt.
> *www.einkaufsverbunddruck.de*

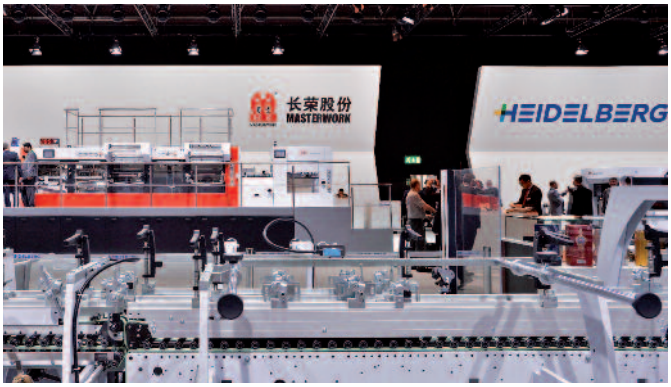
FUSION Zum 1. Februar 2019 wird aus *Walter Digital* das Unternehmen *Walter digitalSolutions* und ein Schwesterunternehmen von *Esser printSolutions* in Bretten. *Walter Digital* produziert mit 50 Mitarbeitern im Rollen- und Bogendigitaldruck und hatte im August 2018 als Teil der *Heer Medien Holding* Insolvenz angemeldet. Im Zuge des Sanierungsprozesses wurde nach einem passenden Investor gesucht. «Wir kennen das Unternehmen *Esser* schon längere Zeit und haben uns als Kollegenbetriebe immer wieder gegenseitig ausgeholfen. Da wir im gleichen Markt tätig, technisch ähnlich aufgestellt sind und Synergien schaffen können, lag es nahe, Gespräche zu einer gemeinsamen Zukunft zu suchen», sagt Axel Walter. Die *Esser printSolutions GmbH* mit etwa 65 Mitarbeitern ist für ihre Vorreiterrolle im Highspeed-Inkjet bekannt. Markus Esser führt das Unternehmen seit 2001 und hat es als feste Grösse im deutschen Digitaldruckmarkt etabliert.

AUSBAU Die *Dr. Wirth Prepress GmbH,* eine Tochter der *Dr. Wirth Gruppe* mit Sitz in Frankfurt, hat bisher den technischen Service für Vorstufenprodukte der *Heidelberger Druckmaschinen AG* für Kunden in der Region Südwest angeboten. Zum 1. Januar übernahm die *Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (HDD)* die Serviceverträge, Kundendaten und Mitarbeiter der *Dr. Wirth Prepress GmbH*. Der Standort des Unternehmens in Rheinstetten (Flexo- und Tiefdruck) bleibt davon unberührt. > *www.heidelberg.com*

MANAGEMENT-BUY-OUT *Eversfrank* hat *ppi Media* zum 1. Januar 2019 an das Management veräussert. Im Rahmen des Management-Buy-outs übernehmen die bisherigen Geschäftsführer Dr. Hauke Berndt und Manuel Scheyda zusammen mit dem Investor Alexander Eck das Softwareunternehmen, das *Eversfrank* 2012 von der *manroland AG* übernommen hatte. *ppi Media* hat über 100 Mitarbeiter an den Standorten Kiel, Hamburg und Chicago und vertreibt seine Lösungen vom medienübergreifenden Redaktionssystem bis zum kompletten Verlagsworkflow in mehr als 20 Ländern. > *www.ppimedia.de*

ZUKAUF Der Rollenoffsetmaschinenhersteller *manroland Goss web systems* hat den niederländischen Spezialisten für gebrauchte Rollenoffsetmaschinen, *GWS Printing Systems,* im Dezember 2018 übernommen. > *www.manroland-web.com*

DGUV-VORSCHRIFT Als eine der ersten Druckereien hat die *Badisches Druckhaus Baden-Baden GmbH* von der Kooperation zwischen *S.E.M.* und *Koenig & Bauer* profitiert. Im Rahmen der Durchführung der sogenannten Unfallverhütungsvorschriften der *Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung* (*DGUV*-Vorschrift 3) klappte das Zusammenspiel beider Unternehmen problemlos.



HEIDELBERG UND MASTERWORKS

MASTERWORKS BETEILIGT SICH AN HEIDELBERG

Offiziell heisst es, *Heidelberger* wolle die Marktposition im Verpackungsdruck weiter ausbauen und dazu die langjährige Partnerschaft mit der chinesischen *Masterwork Group* erweitern. Doch das ist nur der Aufhänger.

Der Kern der Nachricht geht weit darüber hinaus: Es geht um eine nennenswerte Beteiligung der chinesischen *Masterwork Group* am Druckmaschinenhersteller. Durch eine geplante Kapitalerhöhung von 8,5% am Grundkapital gewinnt *Heidelberg* einen strategischen Ankeraktionär und kann gleichzeitig sein Eigenkapital stärken. Vorbehaltlich der Zustimmung der relevanten Gremien soll die Massnahme bis Ende März 2019 umgesetzt werden. Die durch die Kapitalerhöhung fliessenden finanziellen Mittel sollen zur beschleunigten Umsetzung der digitalen Agenda und zur allgemeinen Unternehmensfinanzierung verwendet werden.

«Vorstand und Aufsichtsrat von *Heidelberg* begrüssen die Vertiefung der

seit Jahren erfolgreichen Zusammenarbeit mit *Masterwork*. Dadurch erschliessen sich uns weitere Potenziale im wachsenden Verpackungsdruck und vor allem im grössten Einzelmarkt der Welt, China», kommentiert Rainer Hundsdörfer, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens, die Beteiligung. «Wir erwarten eine deutliche Effizienzverbesserung und eine bessere Auslastung unserer Werke weltweit. Ich möchte dabei betonen, dass dies nicht zu einer Schwächung unserer Heimatstandorte in Deutschland führen wird. Wir freuen uns, mit *Masterwork* einen weiteren langfristig orientierten Investor gewinnen zu können, der von der Innovationsstärke, der Strategie und dem Zukunftspotenzial von *Heidelberg* überzeugt ist.»

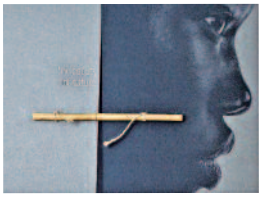
Heidelberg und die börsennotierte *Masterwork*, die zu den grössten chinesischen Anbietern in der Weiterverarbeitung von Verpackungen gehört, verbindet seit einigen Jahren eine enge Partnerschaft im Verpackungsmarkt. *Masterwork* hat 2014 die Postpress-Packaging-Technologien der *Heidelberg Druckmaschinen AG* erworben, die wiederum den weltweiten Vertrieb verantwortet.

«*Heidelberg* ist für uns der ideale Partner, um gemeinsam die Wachstumspotenziale im Verpackungsdruck zu nutzen. Unsere Beteiligung an dem Traditionsunternehmen unterstreicht unsere Absicht zur langfristigen Zusammenarbeit und unsere Überzeugung in Bezug auf die strategische Ausrichtung des Unternehmens», sagt Li Li, Präsidentin von *Masterwork*.

> *www.heidelberg.com*

LUST AUF PRINT

Print hat längst neue Dimensionen erreicht. Drucken ist multimedial, multidimensional und multisensorisch. Gedrucktes ist so verwandlungsfähig, erlebnisreich und qualitativ hochstehend wie kein anderes Medium. Print ist Impulsgeber in der Kommunikation und eine unantastbare Grösse im Medienmix. Agenturen, Verlage, Drucker, Buchbinder und ihre Auftraggeber können beim ‹Swiss Print Award› mit ihren Druck-Erzeugnissen beweisen, wie kreativ, ideenreich, erfolgreich und kommunikativ bedrucktes Papier sein kann.



Abbildungen: Eingereichte Arbeiten für den ‹Swiss Print Award› 2018.

Einsendeschluss verlängert

30. April 2019

↘ Für den Wettbewerb ‹Swiss Print Award 2019› kann alles eingereicht werden, was gedruckt wurde: Imagewerbung, Broschüren, Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Bücher, Mailings, auch vernetzte Printprodukte und crossmediale Arbeiten, Etiketten, Verpackungen, POS-Materialien wie Displays sowie Aussenwerbung, Plakate etc.

↘ Die Arbeiten müssen im zurückliegenden Jahr oder bis zum Einsendeschluss am 30. April 2019 aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.

↘ Teilnahmeberechtigt sind alle Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Hersteller, Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe mit von ihnen erstellten oder beauftragten Drucksachen. Einreichen kann jeder, der an der Entstehung der Drucksache beteiligt war.

↘ Die unabhängige Jury, bestehend aus Agentur-, Verlags- und Druckprofis, Typografen, Designern und Papierexperten bewertet die eingereichten Arbeiten nach Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität und Kreativität.

↘ Mehr über den ‹Swiss Print Award›, die Träger und die Wettbewerbsbedingungen auf www.swiss-print-award.ch

AWARD

2019

Bildquelle: ocusfocus | 123rf.com

MEDIENKONSUM

PRO TAG VIER STUNDEN BEWEGTBILD

Der Medienkonsum verändert sich weiterhin. Fernsehen und Video gewinnen, doch bleiben Zeitschriften und Zeitungen trotz digitaler Angebote stabile Grössen im Medienkonsum der Deutschen. Das Lesen von Büchern erfreut sich dabei weiter grosser Beliebtheit.

Drei Stunden und 59 Minuten verbringen deutsche Medienkonsumenten täglich mit der Nutzung von bewegten Bildern. Den grössten Anteil davon nimmt mit 87% noch immer TV mit knapp 210 Minuten ein. Europaweit liegt die Nutzungsdauer bei 4 Stunden und 5 Minuten. Sie hat damit im Verlauf der vergangenen 25 Jahre um 56 Minuten zugelegt, wie aus den TV Key Facts hervorgeht, die *RTL Ad Connect* vorgestellt hat. Dabei gehe der Trend zum Video über andere Kanäle als TV.

Deloitte-Studie 2018: Print bleibt stabil

Weit interessanter erscheint aber der Media Consumer Survey, den der Wirtschaftsprüfer *Deloitte* alle zwei Jahre vorlegt. Danach bleiben Zeitschriften und Zeitungen trotz digitaler Angebote eine stabile Grösse im Medienkonsum der Deutschen. Die Beliebtheit von Büchern wächst sogar. Das Fazit der Analyse: Digitale Angebote wachsen, aber Print bleibt stabil.

Nach der *Deloitte*-Studie 2018, in der 2.000 Konsumenten im Alter zwischen 14 und 75 Jahren befragt wurden, lesen 34% der Deutschen altersübergreifend täglich eine gedruckte Zeitung – vor zwei Jahren lag der Anteil bei 33%. Digitale Nachrichten werden überwiegend werbefinanziert (also kostenlos) oder als E-Paper gelesen. Inzwischen seien aber mehr Nutzer bereit, für einzelne Artikel im Internet zu zahlen.

Auch bei Zeitschriften ist die Popularität seit 2016 unverändert. Für Wachstum sorgen aber laut *Deloitte* die digitalen Angebote: E-Paper und digitale Flatrate-Angebote gewinnen an Bedeutung. Besonders in den mittleren Altersgruppen sei die Verbreitung der E-Papers beachtlich. Die Studie will herausgefunden haben, dass 48% der zwischen 25 und 34 Jahre alten Konsumenten inzwischen mindestens einmal pro Woche das E-Paper einer Zeitschrift lesen.

Wachstum verzeichnete gegenüber der Studie aus dem Jahr 2016 das Segment der gedruckten Bücher. Eine ‹digitale Disruption› sei im Buchmarkt nicht ansatzweise erkennbar. 47% der Befragten griffen mindestens einmal pro Woche zum gedruckten Buch, ein Anstieg von 4% gegenüber 2016. 20% der Deutschen würden sogar täglich Bücher in Papierform lesen. E-Books entwickelten sich komplementär zu gedruckten Büchern ebenfalls positiv, etwa als handliche Alternative für unterwegs oder im Urlaub. Die meisten E-Book-Leser gibt es in den mittleren Alterssegmenten.

Doch nicht für alle klassischen Medien geben die Studienergebnisse Entwarnung. So habe das lineare Fernsehen in den vergangenen beiden Jahren in fast allen Altersgruppen Zuschauer verloren. Und auch das Radio verzeichne signifikante Rückgänge unter jungen Hörern.

ATLANTIC ZEISER
Teil geht an die Coesia Gruppe

Atlantic Zeiser, Spezialist für Kartenpersonalisierung und Verpackung, gehört nun zur *Coesia Gruppe,* einem Firmenverbund aus 21 Industrie- und Verpackungsunternehmen mit Sitz in Bologna. Im September 2018 wurde die Akquisition der *Atlantic Zeiser*-Geschäftsfelder Kartenpersonalisierung und Verpackung sowie der Mehrheitsbeteiligung an *Tritron,* Hersteller von Spezialtinten für den digitalen Industriedruck, abgeschlossen. *Atlantic Zeiser* behält seinen Sitz in Emmingen-Liptingen. Thomas Obitz, bisher kaufmännischer Geschäftsführer von *Atlantic Zeiser,* wird das neue Unternehmen leiten und auf Wachstumssegmente beim Inline-Printing konzentrieren. In der Verpackung seien das vor allem Pharma, Kosmetik und Fast Moving Consumer Goods, im Kartensegment betreffe es ID-, Kredit- und Kundenkarten. Nicht Teil der Akquisition sind die Aktivitäten in der Banknotenserialisierung und Individualisierung von Sicherheitsdokumenten. Sie verbleiben in der Züricher *Orell Füssli Gruppe,* die seit 2003 alleiniger Eigentümer ist, und werden in deren Holding als *Zeiser GmbH* weitergeführt.

DIGITALES ZEITALTER
Marktangebot wird umgestellt

Unternehmen in Europa bewerten ihr Marktangebot neu, um mit den Kundenanforderungen Schritt halten zu können. Einer Studie im Auftrag von *Ricoh Europe* zufolge gehen 24% der 3.300 befragten Führungskräfte in KMU aus 23 Ländern davon aus, dass sie in den nächsten fünf Jahren völlig andere Dienstleistungen und Produkte anbieten werden.
Angesichts der Veränderungen gaben 59% an, dass Innovation höchste Priorität hat. Das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Nachfrage nach mehr Produktvielfalt und steigende Qualitätsansprüche haben den grössten Einfluss darauf, wie Marktangebote relevant bleiben können.
Deshalb gehen 91% davon aus, dass sie ihr Angebot zumindest teilweise umstellen werden. Technologie gilt als unerlässlich für den Innovationsprozess. 45% der Entscheider planen daher, datengestützte Erkenntnisse für die Entwicklung ihres Produktangebots zu nutzen. Es gibt allerdings noch immer Bedenken: 59% wünschen sich Zugang zu besseren Arbeitsplatztechnologien, 42% wollen eindeutigere Informationen zur Finanzierung und 39% sehen komplexe Vorschriften als Herausforderung an.
> *www.ricoh.de*

KOENIG & BAUER UND DURST
50/50-JOINT-VENTURE IM DIGITALDRUCK

Vollautomatische Single-Pass-Digitaldrucklösungen samt Peripheriesystemen für die Faltschachtel- und Wellpappenindustrie sind das Ziel des 50/50-Joint-Ventures zwischen *Koenig & Bauer* und *Durst*.

Das geplante Joint-Venture soll seinen Sitz in Deutschland haben und für Entwicklung, Integration, Bau und Vertrieb der wasserbasierten Single-Pass-Digitaldruckanlagen verantwortlich sein. Über das Joint-Venture soll auch das Tinten- und Servicegeschäft für die über das globale Netzwerk der beiden Muttergesellschaften vertriebenen Maschinen abgewickelt werden. Bis zur drupa 2020 soll die VariJet für den digitalen Faltschachteldruck fertiggestellt werden. Die hatte *Koenig & Bauer* schon zur *drupa* 2016 mit dem damaligen Kooperations-Partner *Xerox* angekündigt. Dieses Projekt kam aber nie zum Laufen.

Claus Bolza-Schünemann, CEO von *Koenig & Bauer,* sieht im Joint-Venture-Partner *Durst Phototechnik* «aufgrund des vorhandenen Know-hows und der grossen Erfahrung im Inkjet sowie der qualitativ hochwertigen Lösungen den idealen Partner für das neue Projekt». Schliesslich bieten die Digitaldruckpioniere aus Südtirol seit 25 Jahren Inkjet-Lösungen, sehen sich als Technologieführer im Bereich des Inkjet-Druckverfahrens und haben in Branchen wie dem Keramik-, Textil- und Wellpappendruck bereits zur digitalen Transformation von Produktionsprozessen beigetragen. So-

wohl in der grafischen Industrie als auch bei der Oberflächendekoration gelten die *Durst*-Drucksysteme als Massstab für Druckqualität und Produktivität. Für Christoph Gamper, CEO der *Durst Phototechnik AG,* ist das Joint-Venture «ein ‹Perfect Match›, denn durch die Zusammenführung unserer Stärken werden wir die Digitalisierung in der Verpackungsindustrie vorantreiben. Beide Unternehmen gleichen sich in ihrer Kultur und strategischen Ausrichtung und beide sind Technologieführer in ihren Bereichen. Mit der Partnerschaft empfehlen wir uns noch stärker als Highend-Systemanbieter für die Industrie.»

> *www.koenig-bauer.com*

Hochautomatisiert für einen effizienten Workflow in der Druckweiterverarbeitung.
www.mullermartini.com/finishing4-0

Your **strong partner.**

MÜLLER MARTINI