

AKZEPTANZSTUDIE Fast 70% der deutschen Bevölkerung sind gegenüber Prospekten im eigenen Briefkasten positiv oder neutral eingestellt. Zu diesem Schluss kommt die Leserakzeptanzstudie vom *Institut für Demoskopie Allensbach*, die beim *Anzeigenblattforum* in Berlin vorgestellt wurde. Die *BVDA*-Studie beleuchtet die Akzeptanz von Beilagen in Anzeigenblättern, wie sie genutzt werden und was sie für die Orientierung in der lokalen Konsumwelt bedeuten. Danach ist der Wunsch bei der Bevölkerung stark ausgeprägt, sich regelmässig über Einkaufstipps und Angebote zu informieren. Fast zwei Drittel der Bevölkerung tun dies mindestens einmal pro Woche. Drei Viertel der Bevölkerung schätzen dabei Anzeigenblätter und Prospekte als Informationsmedium. > www.bvda.de

ÜBERNAHME Die *Sprintis Schenk GmbH* aus Würzburg, Grosshändler für Druckerei- und Werbebedarf, hat zum 1. April die *Kauer-Kunststoff GmbH* einschliesslich der Fertigungsmöglichkeiten für PVC-Sonderanfertigungen übernommen. > www.sprintis.de

NEUE PRÄSENZ Eine der grossen deutschen Unternehmensgruppen für Printproduktionen ist jetzt auf einer gemeinsamen Website im Netz zu finden: Unter www.sattler.media hat die *Sattler Media Group* die Übersicht zu ihren Leistungen an den drei Standorten Hornburg, Magdeburg und Hildesheim gebündelt. Die neue Website ist das Schaufenster der *Sattler Media Group* und ihrer neuen Marke. > www.sattler.media

NETRA ERWEITERT FILMOLUX Die zur *Blue Cap-Gruppe* gehörende *Neschen Coating GmbH*, Hersteller von Druckmedien, Funktions- und Reparaturfolien, Laminatoren sowie industriellen Beschichtungslösungen, übernimmt die schweizerische *Netra AG* und erweitert damit den Vertrieb um einen weiteren europäischen Standort. Die Schweizer Firma wird in das Vertriebsnetz der *Filmolux*-Tochtergesellschaften von *Neschen* integriert.

MOBILES BEZAHLEN Mobile Payment setzt sich immer stärker durch. Die Zahl der Nutzer in Deutschland ist laut Postbank-Studie im Vergleich zum Vorjahr kräftig gestiegen. 33% zahlen mittlerweile kontaktlos per Bank- oder Kreditkarte sowie mittels Smartphone oder -watch. Im vergangenen Jahr war es erst jeder Fünfte. > www.postbank.de

UMZUG *H + L Klebetechnik* zieht im September in ein neues und grösseres Firmengebäude. Kunden finden *H + L Klebetechnik* künftig in Neusäß/Täferingen, einem Vorort von Augsburg. Von dort liefert das Unternehmen Services und Produkte rund um Heissleim-Anwendungen. > www.hl-klebetechnik.de

BITKOM-UMFRAGE Digitale Urlaubsgrüsse

87% der Deutschen, die in diesem Jahr in den Sommerurlaub fahren, versenden von dort aus Grüsse an Familie und Freunde in der Heimat – und das zunehmend digital. 56% nutzen dafür Messenger, 20% soziale Netzwerke wie *Facebook* oder *Twitter*, weitere 20% nutzen die klassische SMS, 7% schreiben E-Mails.

Doch auch analoge Wege werden nach der repräsentative Umfrage des Digitalverbandes *Bitkom* unter 1.003 Bundesbürgern ab 16 Jahren für Urlaubsgrüsse genutzt: 55% schreiben eine Postkarte oder einen Brief. 78% der Befragten ab 65 Jahren wählen diesen Weg, aber immerhin auch 36% der 16- bis 29-Jährigen. > www.bitkom.org

STABILE REICHWEITE Gedruckte Tageszeitung

Täglich greifen 38,1 Mio. Bürger in Deutschland zu einer gedruckten Zeitung. Die Reichweite der Tageszeitungen liegt damit bei 53,9%. Das heisst, mehr als jeder zweite Deutsche ab 14 Jahren liest täglich eine Printausgabe. Ergänzt wird dies durch die steigende Reichweite der digitalen Zeitungsangebote: Sie verzeichnen täglich 14,6 Mio. Nutzer und erreichen damit 21,2% der deutschsprachigen Bevölkerung ab 16 Jahren.

Die grösste Leserschaft haben die regionalen Abonnementzeitungen mit 30,9 Mio. täglichen Printlesern. Fast die Hälfte der Bevölkerung (43,8%) liest also die regionalen Titel gedruckt, 8,6 Mio. täglich digital. Kaufzeitungen erreichen gedruckt 9,7 Millionen Leser, die überregionalen Abonnement-Zeitungen 3,3 Mio. Zwar setzen die jüngeren Zielgruppen überwiegend auf die digitalen Kanäle – 80,5% der unter 30-Jährigen nutzen mindestens einmal im Monat die digitalen Zeitungsangebote – aber immerhin ein Drittel von ihnen (28,7%) liest die Tageszeitung auch auf Papier. Für 68,7% der Leser ab 50 Jahren ist die Printlektüre nach wie vor der Favorit. > www.bdzv.de

ZIELE 2030 Keine fossilen Brennstoffe

Metsä Board, Hersteller von Premium-Frischfaserkarton, hat seine Nachhaltigkeitsziele bis 2030 veröffentlicht. Danach will

**75% ALLER
ANALOGEN FILM- UND
FOTOMATERIALIEN
SIND NOCH NICHT
DIGITALISIERT.**

**ETWA 1.000
ERINNERUNGSFOTOS
IM SCHNITT SEIEN IN
JEDEM DER RUND
40 MIO. DEUTSCHEN
HAUSHALTE VOM
VERFALL BEDROHT.**

Quelle: Digitalspezialist, Juni 2019.

das Unternehmen in seinen Kartonwerken keine fossilen Brennstoffe mehr verwenden und fossile CO₂-Emissionen eliminieren. Derzeit stammen bereits 82% des Energiebedarfs aus nicht-fossilen Energieträgern.

Darüber hinaus will *Metsä Board* den Wasserverbrauch pro erzeugter Tonne um 30% reduzieren und die Energieeffizienz bis 2030 gegenüber 2018 um mindestens 10% steigern.

Als Hauptrohstoff für die Kartonherstellung setzt *Metsä Board* zu 100% rückverfolgbares Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern ein. Bis 2030 sollen mindestens 90% aller Holzrohstoffe aus zertifizierten Quellen stammen.

> www.metsaboard.com

KONICA MINOLTA 16.000 Tonnen CO₂ ausgeglichen

Die Bekämpfung des Klimawandels stellt sich auch *Konica Minolta* mit einer Vielzahl von Massnahmen. So arbeitet *Konica Minolta* seit Juli 2015 mit *Climate Partner* zusammen und bietet eine Kompensationslösung. Kunden aus elf Ländern haben sich der Initiative angeschlossen und mehr als 10.000 Tonnen CO₂ kompensiert. In Kombination mit Aktivitäten wie der Klimaneutralität der Europazentrale in Langenhagen und der Emissionen-Kompensation von Veranstaltungen und Messen wurden über 16.000 Tonnen Treibhausgas eingespart.

> www.konicaminolta.de