

Bedrohliche Entwicklung

Wie *Der Standard* (Wien) berichtet, sind in Österreich 2023 erstmals mehr Werbegelder an internationale Digitalkonzerne wie *Google*, *Meta*, *Amazon* etc. geflossen als an die österreichischen Medien. Da es in Österreich eine Digitalabgabe und Steuern gibt, die für Werbebuchungen gezahlt werden müssen, weiss man das dort so genau.

In Deutschland beträgt der Anteil auch schon 38%.

In der Schweiz liegt der Anteil der globalen Tech-Plattformen an den Werbeumsätzen laut *Werbestatistik Schweiz 2023* auch bei über 30%.

So schafft auch die Schweizer Wirtschaft mit grossem Erfolg die einheimischen Printmedien ab.



VERBÄNDE DRUCK UND MEDIEN

Crowdfunding-finanziertes Projekt zur Gewinnung von Auszubildenden

Rund 75% der Druckereien in Deutschland geben an, unter Fachkräftemangel zu leiden und Ausbildungsplätze könnten nicht besetzt werden, weil sich Jugendliche für andere Berufswege entscheiden. Der *bvdm* und die regionalen Verbände möchten mit dem Crowdfunding-Projekt «hochDRUCK» eine Kampagne finanzieren, um junge Menschen in Social Media mit Influencern als Auszubildende für den Ausbildungsstart 2024 zu gewinnen.

Die Kampagne wird gemeinsam mit dem Personaldienstleister *Pratch GmbH* umgesetzt, wenn 50.000 € zusammenkommen. Über den Stand des Projektes informiert eine eigene Crowdfunding-Seite.

> www.startnext.de/hochdruck > www.bvdm-online.de



Ein Armutszeugnis für Print!

Print ist kein geeignetes Medium, um junge Leute anzusprechen. Das belegen jetzt die Druck und Medienverbände mit einem klassischen Eigentor. Social Media und Influencer sollen junge Menschen jetzt für einen Beruf in der Branche ködern. Ausgang ungewiss. Und ein Armutszeugnis zugleich!

Lassen sich Jugendliche nicht auch mit Print bewerben? Haben die bisherigen Kampagnen auf Ausbildungsbörsen nicht gewirkt oder die Plakate, mit denen zum Beispiel in U-Bahnen geworben wurde? Oder war das Budget zu klein?

Dann sollte Geld für eine Print-Kampagne gesammelt und die Republik grossflächig mit Plakaten geflutet werden. Mit Werbung auf Taxis, in öffentlichen Verkehrsmitteln, auf schulnahen Werbeflächen, wo sich jungen Menschen auch aufhalten. Mit Werbung also, die lokal wirkt für den Beruf und auch für die ortsansässigen Druckereien.

So liesse sich nicht nur bei Jugendlichen der Bekanntheitsgrad der Branche steigern (was über Jahre versäumt wurde). Dann steigt auch das Interesse an der Branche insgesamt und ihren Berufen! Das kostet allerdings deutlich mehr als 50.000 Euro.

nico

MEEDIA

Oberauer kauft zu

Zum 1. Januar 2024 kauft der österreichische Medienfachverlag *Oberauer* (*Kress*, *Medium Magazin*, *PR Report*, *Druck & Medien*) den Titel *Meedia* von der insolventen *BG Germany GmbH*. Damit stärkt der Verlag seine Position in der Medien- und Kommunikationsbranche und erlaubt den Eintritt in Richtung Marketing und Werbung, so die beiden Geschäftsführerinnen *DAGNY* und *VERENA OBERAUER*. Laut Verleger *Johann Oberauer* soll die gesamte Redaktion übernommen werden.

SAPPI

Aus für Werk in Lanaken

Der Papierkonzern *Sappi* wird das belgische Werk Lanaken schliessen. Darüber hatte das Unternehmen am 10. Oktober 2023 bereits informiert. Im Dezember wurde die Papierproduktion bereits eingestellt. Die endgültige Schliessung soll im 2. Quartal 2024 abgeschlossen sein. Man habe sich auf einen Sozialplan für die 581 Mitarbeiter geeinigt, teilte *Sappi* mit.

Sappi Lanaken Mill ist eine integrierte Zellstoff- und Papierfabrik mit einer Produktionskapazität von 165.000 Tonnen (t) Zellstoff für die Herstellung von 530.000 t gestrichenem, holzfreien Papier, das hauptsächlich in Europa verkauft wird. Als Grund für die Schliessung nennt *Sappi* den anhaltenden globalen Wirtschaftsschwung, der sich als härter erweise als erwartet. Andererseits ist die Reduzierung von grafischem Papier Teil der Strategie von *Sappi*. Stattdessen sollen Papiere für Verpackungen, Spezialpapiere sowie Zellstoff und Biomaterialien forciert werden.

RMS

Zusammenlegung

Nach der Zusammenlegung der *BlickGruppe*, *Ringier Axel Springer Schweiz* (*Rasch*), *Ringier Advertising* und *Ringier Mediatech & Services* unter dem neuen Dach *Ringier Medien Schweiz* (*RMS*) kommt es zu einer Reorganisation. Die Gesamtkosten der Unit sollen um 5% reduziert werden, weshalb es zu einem Abbau von rund 75 Stellen kommt.

MASCHINENBAU KURZARBEIT BEI HEIDELBERG

Der Maschinenbau schliesst das Geschäftsjahr 2023 mit einem realen Auftragsrückgang von 12% ab. Betroffen ist auch *Heidelberg* und meldet *Kurzarbeit an*.



In der Druckwerksmontage bei Heidelberg dürften derzeit die Räder stillstehen. Heidelberg hat für (vorerst) drei Monate Kurzarbeit angemeldet.

Die deutschen Maschinen- und Anlagenbauer schliessen das abgelaufene Geschäftsjahr 2023 mit einem realen Auftragsrückgang von 12% ab, wie der Branchenverband VDMA am 2. Februar 2024 mitgeteilt hat. Eine Trendwende sei weiterhin nicht erkennbar. «In den grossen Absatzmärkten Europa, den USA und China fehlt es an Vertrauen in einen dauerhaften globalen Konjunkturaufschwung, den gerade die Investitionsgüterindustrie benötigen würde», erklärt VDMA-Chefvolkswirt RALPH WIECHERS.

Im Inland verbuchten die Maschinenbau-Unternehmen 2023 ein Orderminus von 11%, aus dem Ausland kamen 13% weniger Bestellungen. Dabei betrug das Auftragsminus aus den Euro-Ländern 16%, die Nicht-Euro-Länder schlugen mit einem Rückgang von 11% zu Buche.

Kurzarbeit bei Heidelberg

Nach einigen anderen Maschinenbauern in Baden-Württemberg hat jetzt auch *Heidelberg* Teile der Produktion in Kurzarbeit geschickt. «Aktuell ist die Kurzarbeit für drei Monate vorgesehen», sagte ein Unternehmenssprecher.

Bei *Heidelberg* wird die Massnahme mit einem sich abschwächenden Auftragseingang und der angespannten Lage der Weltwirtschaft begründet. Über weitere Details erteilte *Heidelberg* keine Auskunft.

SHORTCUTS

Konica Minolta und die Fachhandelskooperation winwin Office Network kooperieren bei den Dokumenten-, IT- und Cloud-Services von Konica Minolta und beim Output Management und den Managed Print Services von winwin.

Der Marktforscher Gartner sagt voraus, dass die Verschlechterung der Qualität von Social-Media-Plattformen 50% der Verbraucher dazu veranlassen wird, ihre Aktivitäten in den sozialen Medien bis 2025 aufzugeben oder erheblich einzuschränken.

Es ist wieder mehr Falschgeld im Umlauf. Auf 10.000 Einwohner kommen sieben Blüten. Das ist zwar weit weg vom Allzeithoch 2015, dennoch liegt der Schaden bei rund 25 Mio. Euro. Dabei handelt es sich nicht nur um Banknoten, sondern auch um Münzen.

Die Zünd Systemtechnik AG rückt näher an ihre brasilianischen Kunden und hat den langjährigen Vertriebspartner in Porto Alegre übernommen.

SWISSPRINTERS Betrieb wird eingestellt

Die *Swissprinters* in Zofingen plant, den Betrieb Ende September 2024 einzustellen. Die gemeinsame Tochtergesellschaft von *Ringier* (70%) und *NZZ* (30%) beschäftigt aktuell 144 Mitarbeiter. Grund für die geplante Schliessung seien die rückläufige Nachfrage nach Druckprodukten, der Verlust wichtiger Aufträge sowie anhaltend hohe Papier- und Energiepreise. Wie das Unternehmen mitteilt, seien auch keine wirtschaftlich stabilen Zukunftsaussichten zu sehen. Zuletzt habe man im Sommer 2023 Anpassungen an der Druck-Infrastruktur vorgenommen. Für die Zeitschriften der Gruppe werde neben einer nationalen auch eine internationale Aus-

schreibung vorbereitet, da in der Schweiz nach der geplanten Stilllegung nicht mehr ausreichend Kapazitäten für die Produktion der Zeitschriften vorhanden seien. Das Haus blickt auf eine 190-jährige Geschichte zurück, die in Zofingen mit einer Druckerei von *Ringier* begann. Noch heute hat das Unternehmen seinen Hauptsitz in Zofingen und beschäftigt dort laut eigenen Angaben 122 Menschen.

SCHUMACHER (CH) Buchbinderei ist konkurs

Die *Buchbinderei Schumacher AG* im Schweizer Schmiten bei Freiburg hat aufgrund «unüberwindbarer finanzieller Schwierigkeiten» Insolvenz angemeldet. Drei Jahre, nachdem sie durch neue Investoren vor der

Pleite gerettet wurde, musste sie nach dem Verlust des grössten Kunden endgültig kapitulieren. Der Umsatz sei um etwa ein Viertel eingebrochen. Durch den Konkurs des 1840 gegründeten Unternehmens gehen rund 35 Vollzeitstellen, verteilt auf 40 Personen, verloren. Für einen Sozialplan fehlt das Geld.

©Kodak, 2023. KODAK, PROSPER, PROSPER ULTRA und das KODAK Logo sind Marken.

LIBRI-GRUPPE**Kerngeschäftsfield
Print-on-Demand**

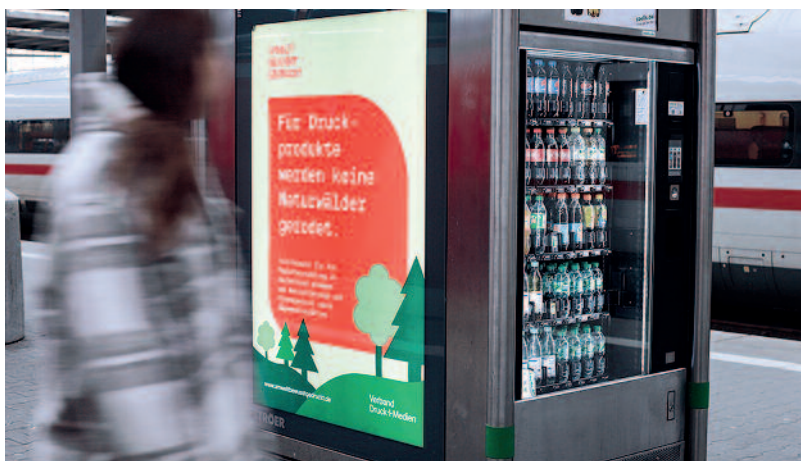
Print-on-Demand steht für die Zukunft des Buchhandels: Eine sofortige Verfügbarkeit von Millionen Titeln und gleichzeitig eine nachhaltige Buchproduktion und -logistik. Zum 1. April 2024 übernimmt die *Libri-Gruppe* in Bad Hersfeld den vollständigen Betrieb der Print-on-Demand-Buchherstellung vom langjährigen Kooperationspartner *Xerox*. Das neue Druckzentrum wurde gemeinsam mit *Xerox* aufgebaut. Nun erfolgt die Übernahme des Betriebes durch die *Libri-Gruppe*. Sämtliche Arbeitsplätze bleiben im Zuge des Übergangs erhalten.

Seit 25 Jahren ist die *Libri-Gruppe* mit *Libri* und *BoD* Vorreiter und europaweit führend in der Print-on-Demand-Buchherstellung, steht für Erfahrung und Kompetenz in der Buchlogistik. Mit der noch unter dem Vorbehalt der kartellrechtlichen Freigabe stehenden Übernahme des Betriebs von *Xerox* macht *Libri* Print-on-Demand für Verlage und Buchhandel zu einem Bestandteil seines Kerngeschäfts. Die eigenständige *BoD GmbH* konzentriert sich als führender deutscher Anbieter zukünftig auf das Self-Publishing für Autoren.

> www.libri.de

VERBÄNDE DRUCK UND MEDIEN**KAMPAGNE ZUR
NACHHALTIGKEIT VON PRINT**

Der *Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm)* und seine Landesverbände haben die Kampagne «Umwelt. Bewusst. Gedruckt.» gestartet – eine Kommunikationsoffensive zur Nachhaltigkeit von Print.



Die Kampagne «Umwelt. Bewusst. Gedruckt.» soll Vorurteile über Druck-Erzeugnisse in der Öffentlichkeit abbauen. Hier ein Plakat in München.

Die Verbände wollen durch Aufklärung das Wissen und die Wahrnehmung von Printprodukten als nachhaltige Kommunikationsmedien deutlich stärken. Informiert wird mit belegbaren Fakten über den Wert von Print – vor allem im Hinblick auf seine vergleichsweise gute Umweltbilanz.

Für die Kommunikationsoffensive wurde ein Bündel zielgruppengerechter Massnahmen entwickelt. Bestandteile der langfristig angelegten Kommunikation unter dem Motto «Umwelt. Bewusst. Gedruckt.» sind eine Themen-Website, eine Broschüre, Anzeigen, Plakatomotive, Social-Media-Angebote sowie Mailings. Die Elemente werden von den Verbänden aktiv eingesetzt und Mitglieds-Druckereien gleichzeitig als Werkzeugkasten zur Verfügung gestellt.

«Mit dieser Kampagne wollen wir über die Nachhaltigkeit von Print aufklären und Greenwashern den Wind aus den Segeln nehmen», sagt **KIRSTEN HOMMELHOFF**, die neue Geschäftsführerin des *bvdm*.



Die Kampagne startete mit der Themenwebsite www.umweltbewusstgedruckt.de, Mailings, Social-Media-Posts und Newslettern an 20.000 Adressaten. Seit dem 5. Februar werben Plakate in den Bal-

lungsgebieten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Köln, München und Stuttgart für das Umdenken hinsichtlich gedruckter Produkte.



«Mit diesem Schritt in die Öffentlichkeit wollen wir Verbraucherinnen und Verbraucher abholen, die wenig über Print wissen und anfällig für Vorurteile und Falschinformationen über die Umweltbilanz unserer Produkte sind», so **KIRSTEN HOMMELHOFF**.

Im Sinne einer optimalen Wirkung der Offensive «Umwelt. Bewusst. Gedruckt.» rufen die Verbände Unternehmen dazu auf, sich dem Engagement anzuschließen und die Kampagnenbausteine intensiv in der eigenen Kommunikation zu nutzen.

> www.umweltbewusstgedruckt.de

HEIDELBERG**Umsatz stabil,
weniger Aufträge**

Die *Heidelberger Druckmaschinen AG* erzielte in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2023/24 (April bis Dezember) «vor allem durch Wachstum im Verpackungssegment» laut Pressemitteilung einen Umsatz von 1,686 Mrd. € (Vorjahr 1,729 Mrd. €). Das Ergebnis nach Steuern war nach neun Monaten mit 34 Mio. € positiv, aber geringer als im Vorjahr (54 Mio. €).

Neben dem schwächeren konjunkturellen Umfeld warteten einige Kunden auf sinkende Zinsen sowie auf Innovationen auf der *drupa*, die im Mai beginnt, nennt *Heidelberg* die Gründe für den rückläufigen Auftragseingang. Vor dem Hintergrund des sinkenden Auftragseingangs setzt das Unternehmen seit Januar 2024 in Teilen der Produktion an mehreren Produktionsstandorten Kurzarbeit für Mitarbeitende um (siehe auch Seite 7).

«In einem schwachen gesamtwirtschaftlichen Umfeld konnte sich *Heidelberg* in den drei ersten Quartalen des Geschäftsjahres behaupten», kom-



mentiert **DR. LUDWIN MONZ**, Vorstandsvorsitzender von *Heidelberg*, die aktuelle Situation des Druckmaschinenherstellers. «Die Umsatz- und EBITDA-Entwicklung liegt im erwarteten Ergebnisbereich.»

JOINT VENTURE Ausbau in Radebeul geplant

Koenig & Bauer und die *Durst Group* haben vereinbart, in dem vor rund fünf Jahren gegründeten Joint-Venture-Unternehmen weitere Forschungs- und Entwicklungskapazitäten aufzubauen. Die geplanten Aktivitäten betreffen den Standort Radebeul.

Koenig & Bauer Durst sieht sich als weltweiter Marktführer für digitale Single-Pass-Bogendrucksysteme sowie Softwaredienstleistungen für die Faltschachtel- und Wellpappenindustrie.

Das Unternehmen nutzt die Kompetenzen und das Know-how der beiden Muttergesellschaften, um ein konkurrenzloses Portfolio an Digitaldruckmaschinen anbieten zu können. Dazu gehören die *CorruJET* und *Delta SPC 130* für den Wellpap-



Vogelperspektive auf Teile des Koenig & Bauer-Werks in Radebeul.

penmarkt sowie die gemeinsam entwickelte *VariJET 106* für den Faltschachtelmarkt.

Mit der Ankündigung zum Ausbau des Unternehmens geht auch ein Personalwechsel einher. **ROBERT STABLER**, der das Joint Venture bisher leitete, übergab die Rolle des Geschäftsführers zum



Februar 2024 an **DANIEL VELEMA**. Zuletzt war er General Manager der Prepress-Aktivitäten bei *XSYS Global*, Anbieter von Druckplatten, Sleeves

und Prepress-Geräten für die Verpackungsindustrie. > koenig-bauer-durst.com

AGFA UND EFI Kooperation beim Grossformatdruck

Agfa und *EFI* wollen im digitalen Grossformatdruck weltweit kooperieren. Danach will *Agfa* die Roll-to-Roll-Systeme von *EFI* in sein Angebot aufnehmen, während *EFI* die Highend-Hybrid-Tintenstrahldrucker von *Agfa* in sein Lösungsangebot aufnehmen will.

Die Zusammenarbeit soll erstmals auf der *Fespa* in Amsterdam vom 19. bis 22. März 2024 vorgestellt werden.

COPYFAX Graphax hält Serviceverträge

Die *Graphax AG* übernahm am 1. Februar 2024 sämtliche Serviceverträge der *Copyfax SA*. Die Entscheidung resultiert aus dem Rückzug von *SINDO PALMON* aus der Geschäftsführung von *Copyfax*.

RMGT-VERTRIEB Wessler statt Chromos

Seit dem 1. Januar 2024 ist die *Hubertus Wessler GmbH* exklusiver Partner für Vertrieb und Service von *RMGT*, *Ryobi* Offsetmaschinen. Bisher hatte die *Chromos AG* in der

Schweiz den *RMGT*-Vertrieb für die gesamte D/A/CH-Region inne. Jetzt übernahm die *Wessler* den Deutschland-Vertrieb.

Der grafische Fachhändler verfügt über ein umfassendes Portfolio von der Vorstufe über Offset- und Digitaldruck bis hin zur Weiterverarbeitung.

SWISSQPRINT Mit Solarenergie in die Zukunft

Auf der *swissQprint*-Hauptproduktionshalle ist eine Photovoltaik-Anlage in Betrieb gegangen. Sie deckt in Zukunft über 50% des jährlich anfallenden Strombedarfs des gesamten Gewerbeparks «Schützenwiese» in Kriesern ab, wo *swissQprint* seinen Hauptsitz hat. Pro Jahr produziert die Anlage rund 613.000 kWh Strom.

DIE NÄCHSTE GENERATION AccurioJet KM-1e HD

DIE REVOLUTION DES INKJETS

graphax

www.graphax.ch/km1e-hd

VERLEGERVERBAND SCHWEIZER MEDIEN DREIKÖNIGSTREFFEN IM JUBILÄUMSJAHR

Die Dreikönigstagung wird jeweils zu Beginn des Jahres vom Verlegerverband Schweizer Medien (VSM) durchgeführt. 2024 war die 25. Ausgabe in einem ohnehin speziellen Jahr für den VSM: Er feiert sein 125-jähriges Bestehen.



Der Anlass mit über 250 Persönlichkeiten aus Medien, Politik und Wirtschaft im Zürcher Aura war ein gebührender Auftakt in das Jubiläumsjahr.

Die vielschichtigen aktuellen Herausforderungen machen ANDREA MASÜGER, Präsident des Verlegerverbandes, Sorgen. Um die Schlagkraft des Journalismus in der Schweiz zu erhalten, brauche es politische Massnahmen wie den befristeten Ausbau der indirekten Presseförderung für Lokal- und Regionalzeitungen, die Anpassung des Urheberrechts an das digitale Zeitalter und den internationalen Standard (Leistungsschutzrecht) sowie eine verstärkte Rücksichtnahme der SRG auf die privaten Medien. Die scharfen Sparmassnahmen von Medienunternehmen zeigten, dass die Zeit dränge, so MASÜGER.

Chancen und Möglichkeiten der KI

Einen breiten Raum nahm bei der Tagung die Entwicklung der generativen Künstlichen Intelligenz ein. Experten, Medienwissenschaftler und Medienmanager loteten die Chancen und Risiken der neuen Technologie für Medien, Demokratie und Gesellschaft aus. Für Verlegerpräsident MASÜGER ist klar: «Die Gefahren für den Journalismus und Demokratie sind mindestens so gross wie die Chancen, die KI den Medien bringen wird.» Es gelte jetzt, die Chancen aktiv zu nutzen und die Risiken zu mindern.

So gibt der VSM seinen Mitgliedern Handlungsempfehlungen für den verantwortungsvollen Einsatz der KI im journa-

listischen Alltag und richtet gleichzeitig einen Appell an die Techplattformen: Es braucht den Schutz des geistigen Eigentums, eine faire Vergütung für die Nutzung journalistischer Inhalte, Transparenz über die Mechanismen der KI und Kooperationen zwischen Medien sowie KI-Entwicklern. Nur so könne die mediale Grundversorgung im KI-Zeitalter sichergestellt werden.

Von zentraler Bedeutung für die Medienvielfalt in der Schweiz seien aber auch Journalismusfinanzierung und der politische Wille der steigenden Desinformation entgegenzutreten.

Auch die Werbebranche ist in Verantwortung

MANFRED KLUGE, Chairman D/A/CH der Omnicom Group, sieht die Verantwortung für die notwendige Medienvielfalt und -qualität aber auch bei den Werbekunden und Mediaagenturen. Der Werbemarkt werde gemäss Prognosen bis 2026 zwar wachsen, die Verteilung sich aber weiterhin extrem Richtung Search- und Social-Media-Plattformen verschieben. Zu erwarten wäre in Folge davon ein breites Mediensterben. KLUGE fordert alle zum Handeln auf: Insbesondere Werbeauftraggebende und Agenturen selbst sollten bei der Vergabe ihrer Budgets qualitative Kriterien höher gewichten.

GRAPHAX Zeichen für den Umweltschutz

Die Graphax AG stärkt ihre Nachhaltigkeitsbemühungen, indem sie ihre Fahrzeugflotte um zwei elektrisch betriebene smart #1 erweitert. Dieser Schritt markiert den Beginn einer umfassenden Transformation der Flotte, die derzeit fast 100 Fahrzeuge umfasst.

MODEL-GRUPPE Rekordhohe Investitionen

Die im Verpackungssegment tätige Model-Gruppe erzielte im vergangenen Geschäftsjahr einen Gruppenumsatz von 921 Mio. CHF, was einem Rückgang zum Vorjahr von 24% entspricht. Dieser ergab sich durch eine gesunkene Absatzmenge der Wellkartonverpackun-

Die Investitionen mit 246 Mio. CHF (Vorjahr 152 Mio. CHF) erreichten einen Rekordwert. Investitionsschwerpunkte waren zwei neue Wellkartonmaschinen inklusive Neubauten für Nymburk (CZ) und Bilgoraj (PL), neue Flexo-, Offset- und Digitaldruckmaschinen sowie der Umbau der Papierfabrik in Eilenburg in Sachsen.

Die Gruppe stellte in den 15 Produktionsstandorten (Schweiz, Deutschland, Polen, Tschechien und Kroatien) knapp 1,3 Mrd m² Wellkartonverpackungen beziehungsweise Wellkartonbögen und 474.000 Tonnen Verpackungspapier für die Wellkartonherstellung her, was einer Steigerung von 2% beziehungsweise ca. 8.000 Tonnen gegenüber dem Vorjahr entspricht. An den Standorten für die Herstellung von Karton-



Das Gebäude der Model Holding AG in Weinfelden.

gen um 7%, einem Preisrückgang und Änderungen im Produktportfolio.

Im Durchschnitt beschäftigte die Model-Gruppe 4.335 Mitarbeiter (Vorjahr 4.541), davon 764 in der Schweiz.

faltschachtel ist das Produktionsvolumen um 13% zurückgegangen.

KOENIG & BAUER

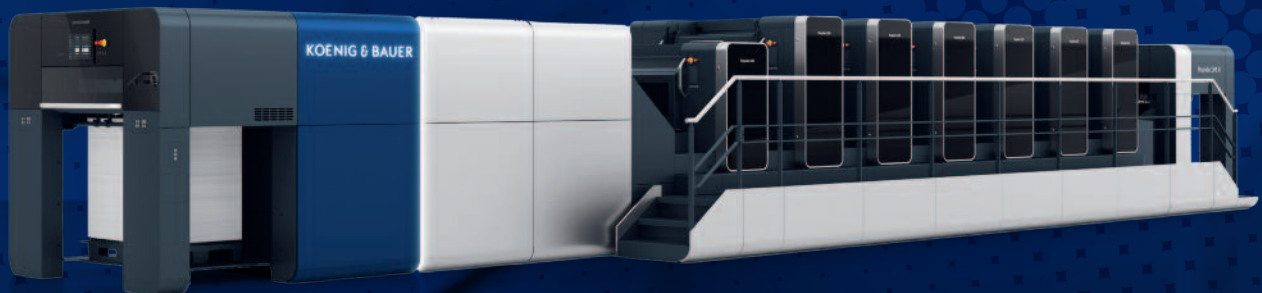


drupa

28. Mai -
07. Juni 2024
Düsseldorf
www.drupa.de

Rapida 106 X

Schnellste Jobwechsel –
damit Sie mehr Ziele erreichen



Die Rapida 106 X verschenkt keine Sekunde: Durch extrem kurze Jobwechsel erreicht sie maximalen Output. Drucken Sie bis zu 20.000 Bogen pro Stunde – auch im Wendebetrieb. Platten- und Bedruckstofflogistik, parallele Rüstprozesse und digitale Services stellen sicher, dass Sie Ihre Ziele jederzeit erreichen.

Besuchen Sie uns auf der drupa 2024 in Halle 16

Koenig & Bauer (CH) AG
info@koenig-bauer-ch.com

we're on it.