

KOENIG &amp; BAUER

## Generationswechsel im Vorstand

**Dr. Stephen Kimmich, bisher Finanzvorstand und stellvertretender CEO, folgt zur Hauptversammlung am 4. Juni 2025 auf Dr. Andreas Pleßke als Vorstandsvorsitzender. Pleßke übernimmt Sonderaufgaben im Konzern und geht zum Jahresende in den Ruhestand. Dr. Alexander Blum wird am 1. Juli 2025 neuer CFO.**

DR. STEPHEN KIMMICH folgt als Vorstandsvorsitzender der *Koenig & Bauer AG* auf DR. ANDREAS PLESSKE.



DR. KIMMICH ist seit 2020 bei *Koenig & Bauer* und hat in dieser Zeit zunehmend mehr Verantwortung für das Unternehmen übernommen.

Er studierte Maschinenbau und Betriebswirtschaft in den USA, UK und Deutschland. Seine 25-jährige weltweite Industrie-Erfahrung im Maschinenbau und in der Automobil-Industrie haben ihm nicht nur ein tiefes Verständnis für internationale Geschäftsprozesse vermittelt, sondern auch die Fähigkeit, Unternehmen in einem dynamischen Umfeld zu führen und zu transformieren.

Für *Koenig & Bauer* hat er zunächst als CFO die Finanzbereiche, die Kapitalmarktkommunikation, IT und strategisches M&A (Mergers & Acquisitions) verantwortet. Im Dezember 2023 wurde er zum stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden ernannt und hat im April 2024 zusätzlich die Leitung des Segments Special als Segment-Vorstand übernommen. Nun erfolgt die konsequente Weiterentwicklung mit seiner Ernennung zum Nachfolger von DR. ANDREAS PLESSKE als Vorstandsvorsitzender. Die Bestellung erfolgt für fünf Jahre.

«Ich freue mich sehr, dass STEPHEN KIMMICH meine Nachfolge antritt. Er hat in den letzten Jahren als CFO und



stellvertretender CEO bewiesen, dass er *Koenig & Bauer* erfolgreich führen kann», bekräftigt DR. PLESSKE den Führungswechsel. «Mit seinem umfangreichen Wissensschatz – sowohl in unseren Märkten und Technologien, im Ma-

schinenbau als auch im Finanzwesen – ist er die ideale Besetzung für diese Position. Zudem bringt jeder Generationenwechsel auch immer neue Impulse für ein Unternehmen mit sich.»

DR. STEPHEN KIMMICH weiss um die 200-jährige Erfolgsgeschichte von *Koenig & Bauer* und hat sich in den letzten fünf Jahren «für dieses Unternehmen und unsere Branche begeistern können. Ich freue mich darauf, *Koenig & Bauer* gemeinsam mit dem neuen Führungsteam und unseren engagierten Mitarbeitenden in die Zukunft zu führen und gemeinsam mit unseren Kunden und Partnern erfolgreich zu sein.»

Die Position von DR. KIMMICH als Finanzvorstand übernimmt am 1. Juli



2025 DR. ALEXANDER BLUM. Er studierte und promovierte Betriebswirtschaft, bevor er im Industrieumfeld seine

Karriere begann. In den letzten 20 Jahren hat er unter anderem im IT-Sektor, in der Logistik sowie im Maschinenbau als CFO in diversen Unternehmen agiert. Er bringt Erfahrungen aus einem breiten Umfeld von Familienunternehmen, Private-Equity geführten sowie in börsennotierten Unternehmen mit.

DR. BLUM wird bereits am 1. Mai 2025 seine Arbeit bei *Koenig & Bauer* aufnehmen, damit ein ordentlicher Übergang der künftigen CEO- und CFO-Rollen stattfinden kann.

### Verkleinerung des Vorstands auf den Weg gebracht

Die im November 2024 angekündigte Neuaufstellung des Konzerns wird zügig vorangetrieben. Im Wesentlichen sieht diese die Reduzierung von bisher drei auf zwei Segmente und eine Verkleinerung des Vorstands von bisher fünf auf künftig zwei Vorstände vor.

DR. ANDREAS PLESSKE hat die Nachfolgeregelungen und den gleichzeitigen Generationenübergang verbunden mit einer Neuaufstellung der Konzernsegmente, gemeinsam mit

dem Aufsichtsrat sorgfältig vorbereitet.

Durch den Wegfall der Position eines Chief Operating Officer (COO) im Dezember 2024, der Niederlegung des Amtes von CHRISTOPH MÜLLER als Vorstand im März 2025 sowie dem Ausscheiden von RALF SAMMECK, der im Juni 2025 in den Ruhestand geht, ist der Vorstand zum 1. Januar 2026 auf die geplante Grösse von zwei Personen angepasst.

### Neue Segmentstruktur

Die neue Segmentstruktur von *Koenig & Bauer*, die nur noch zwei statt bisher drei Segmente vorsieht, wird sukzessive umgesetzt.

Bereits zum 1. Dezember 2024 hat CHRISTIAN STEINMASSL die Leitung verschiedener Bereiche des Segments Special & New Technologies über-



nommen. Das Segment Paper & Packaging Sheetfed Systems wird seit 1. Februar 2025 von MARKUS WEISS verantwortet (siehe auch *Druckmarkt impressions* 147). Er hat die Nachfolge



von RALF SAMMECK angetreten, der im Juni 2025 in den Ruhestand gehen wird. Beide, STEINMASSL und WEISS, sind Mitglieder der Konzernleitung und vertreten ihr jeweiliges Segment in der Konzernleitung.

Im Zuge der strategischen Neuausrichtung hat CHRISTOPH MÜLLER bekannt gegeben, dass er im Rahmen des Generationenwechsels sein Amt als Vorstandsmitglied zum 31. März 2025 auf eigenen Wunsch niederlegt. Dies ist ein weiterer Schritt der angestrebten perspektivischen Verkleinerung von ursprünglich fünf auf künftig zwei Vorstände.

Bereits Mitte 2024 übergab MÜLLER die Position des CEO der *Digital & Webfed AG & Co. KG* an PHILIPP ZIMMERMANN, um sich als Vorstandsmitglied auf den Ausbau von Technologien und Partnerschaften im Bereich Digitaldruck zu konzentrieren.



CHRISTOPH MÜLLER spielte eine entscheidende Rolle bei der Transformation vom tradi-

tionellen Tiefdruck hin zum modernen Hochleistungs-Digitaldruck. Unter seiner Führung wurden Projekte angestossen, die das Unternehmen im Verpackungs- und Digitaldruck vorangebracht haben.

Auch die Zusammenarbeit mit Partnern wie *Sealed Air* war ein wichtiger Baustein, die den Grundstein für die Entwicklung der industriellen Digitaldruckmaschine *RotaJet* legte, die neben dem Verpackungs- und Bücherdruck auch den industriellen Hochleistungsdruck bei Dekoren und Getränkekartonagen bedient.

Zudem führte das Netzwerk von CHRISTOPH MÜLLER zu einer erfolgreichen Zusammenarbeit mit *Hewlett Packard*, bei der die Produkte *HP PageWide T1190*, *T700* und *T500* entstanden sind.

Neben diesen Partnerschaften spielte der Anteilsverkauf an *Celmac* eine wichtige Rolle beim Einstieg des Konzerns in den Wellpappdirektdruck. Diese strategischen Allianzen haben das Produktportfolio von *Koenig & Bauer* nachhaltig erweitert und die Marktposition gestärkt.

«Nach vielen Jahren in operativer Verantwortung freue ich mich, *Koenig & Bauer* auch in der nächsten Phase als Executive Advisor verbunden zu bleiben, um mein über Jahrzehnte aufgebautes Netzwerk weiterzugeben und um Kundenbeziehungen und Partnerschaften zu stärken und zu fördern. Der enge Austausch mit unseren globalen Kunden und Partnern ist für mich eine Herzensangelegenheit», erklärt MÜLLER.



CHRISTIAN STEINMASSL übernahm am 31. März 2025 als Mitglied der Konzernleitung

zusätzlich zu seinen bisherigen Aufgabenbereichen der Industrial, Vision & Protection, *Kyana* sowie dem Konzerneinkauf die Verantwortung für den Bereich Digital & Webfed innerhalb des Segments Special & New Technologies.

«Druck ist unser Kerngeschäft und Innovation unser Antrieb, daher freue ich mich auf die Aufgabe, den Bereich Digital & Webfed erfolgreich weiterzuentwickeln. Es liegen grosse Chancen vor uns im Digitaldruck mit der *RotaJet*», bekräftigt CHRISTIAN STEINMASSL. «Jeder Tag bietet neue Möglichkeiten zu lernen und etwas zu bewegen, gemeinsam mit dem Digital & Webfed-Team, unseren Kunden und den spannenden Projekten, die vor uns liegen.»

> [www.koenig-bauer.com](http://www.koenig-bauer.com)



**„Wir haben 4,5 Millionen Seiten pro Tag erreicht. Das ist ein absoluter Durchbruch.“**



**John Place, CEO**  
Mercury Print Productions




**PRINT THAT PAYS**

©Kodak, 2025. KODAK, PROSPER und das KODAK Logo sind Marken von Kodak.



Print lebt.  
Punkt.

Als Kommunikationsprofis blicken wir auf ein Vierteljahrhundert Erfahrung zurück – ein Zeitraum, in dem sich unsere Branche schneller gewandelt hat als ein

Chamäleon auf Speed. Die goldene Ära von Print & Co scheint endgültig der omnipräsenten, allwissenden, Eierlegenden Wollmilchsau namens Digital Communication geopfert worden zu sein. Ist das wirklich so?

Aus meiner Erfahrung: mitnichten. Ich habe unzählige Kampagnen als «Senior» Berater begleitet – ja, das klingt nach grauen Schläfen und Cognac am Kamin – und doch liess ich mich inspirieren von den jungen Wilden, die mit ihren digitalgetriebenen Strategien Marketingfeuerwerke zündeten. Ihre Konzepte waren smart, kreativ, vernetzt – und oft so überoptimiert, dass sie vor Performance KPIs kaum noch atmen konnten.

Und Print? Wurde belächelt. Wie ein Relikt aus einer Ära, in der man Anzeigen noch mit der Lupe aus Bleisatzfächern fischte. Integration? Fehlanzeige. Stattdessen eine digitale Kakophonie, gepusht mit absurd hohen Paid-Budgets. Doch die ernüchternde Wahrheit: Trotz datengetriebenem Targeting, Social-Media-Symphonien und omnipräsenten Clickbait-Dramaturgie blieb der ganz grosse Erfolg oft aus. Woran liegt's? Der Mensch mag sich digital fühlen, aber seine kognitive DNA ist analog geblieben. Während sich das Marketing in Windeseile in Richtung Hyperpersonalisierung katapultiert hat, verharren die Hirnwindungen der Zielgruppe immer noch in einer Welt, in der multisensorische Erlebnisse einen Unterschied machen. Print ist nicht tot – er ist nur aus dem Rampenlicht getreten, um sich neu zu erfinden.

Die Wahrheit ist: Der Erfolg liegt im Mix. In der Liaison zwischen altbewährten Printmedien und durchdachten digitalen Konzepten. Warum? Weil Print eine Haptik bietet, die kein Bildschirm ersetzt. Weil ein gut gemachtes Magazin das Hirn tiefer penetriert als ein im Vorbeiscrollen erhaschter Instagram-Ad. Weil ein durchdachtes Zusammenspiel zwischen digitalem Push und physischem Touch für Marken immer noch der Schlüssel zur unsterblichen Relevanz ist.

Fazit: Print lebt – nicht trotz der Digitalisierung, sondern wegen ihr. Wer es richtig macht, verbindet beide Welten. Und genau das ist die wahre Kunst des modernen Marketings.

Martin Jaggi, business+design AG, Eidg. Dipl. Marketingleiter