

KI-generiert mit FluxPro auf 123rf.



BRIEFODRUCK Sock Exchange per Mail

Dass sich die Mailing-Experten von *briefodruck Fülle* für keinen Blödsinn zu schade sind, beweisen sie immer wieder mit der Aussendung ihres Magazins *Dor kleene Mailing-fuchs*, in dem aktuelle System-Mailings und besondere Mailing-Formen vorgestellt werden.

So auch in der jüngsten Ausgabe: Bei der Aktion «Sock Exchange» konnte eine alte Socke gegen ein schickes, neues Paar getauscht werden. Dafür stand natürlich ein eigens angefertigtes Antwort-Kuvert zur Verfügung. Mitmachen konnten natürlich nur die Empfänger des Magazins mit dem darin enthaltenen Spe-

BVDM

Gedruckte Gebrauchsanleitungen bewahren

Der Bundesverband Druck und Medien e. V. (BVDM) spricht sich in einer laufenden EU-Konsultation entschieden gegen den Kommissionsvorschlag aus, gedruckte Gebrauchsanleitungen faktisch abzuschaffen.

Im Rahmen der sogenannten «Omnibus-IV»-Initiative soll es nach dem Willen der *EU-Kommission* künftig möglich sein, Gebrauchsanleitungen nur noch digital bereitzustellen – eine Entwicklung, die aus Sicht des BVDM einen deutlichen Rückschritt im Verbraucherschutz darstellt.

Konkret sieht der neue EU-Vorschlag vor, dass Gebrauchsanleitungen für Produkte nur noch auf ausdrückliche Anforderung in gedruckter Form und lediglich innerhalb von sechs Monaten nach dem Kauf zur Verfügung gestellt werden müssen. Damit würde die bisherige Bringschuld der Hersteller in eine Holschuld der Käufer verwandelt – mit weitreichenden Folgen für Sicherheit, Inklusion und Transparenz.

Der BVDM appelliert daher an die Entscheidungsträger in Berlin und Brüssel, den Käuferschutz, insbesondere für Verbraucher beziehungsweise Patienten, zu wahren und über die Effizienzinteressen der Produkthersteller zu stellen.

> www.bvdm-online.de



zialmailing «Sock Exchange» und dem entsprechenden Antwortkuvert.

> www.briefodruck.de



#PRINTPOSITIVE

Neues VDMB-Jahresmagazin

Mit der aktuellen Ausgabe seines Jahresmagazins unter dem Motto *#Printpositive* rückt der *Verband Druck und Medien Bayern (VDMB)* die Zukunftsfähigkeit der Branche in den Mittelpunkt. In einem Spannungsfeld aus Digitalisierung, nachhaltigem Wandel und wirtschaftlichen Herausforderungen zeigt das Magazin, wie innovativ und anpassungsfähig die Druckunternehmen heute agieren.

Die Beiträge des Jahresmagazins geben dafür inspirierende Einblicke in aktuelle Entwicklungen, zeigen erfolgreiche Strategien aus der Praxis und rücken die Menschen in den Mittelpunkt, die mit Leidenschaft und Know-how die Branche vorantreiben. Es geht dabei nicht nur um den Blick auf das grosse Ganze, sondern auch darum, was eine positive Haltung in der unternehmerischen Praxis bedeutet.

Seit Jahren beweist das VDMB-Jahresmagazin, dass Print mehr ist als Information – es ist Erlebnis. Die aktuelle Ausgabe glänzt durch ein modernes, klares Design und eindrucksvolle Haptik. Dafür vereint es besondere Papiere, anspruchsvollen Druck und ausgefeilte Buchbindetechnik. Gedruckt mit sechs leuchtenden *Pantone*-Farben von *Epple Druckfarben* bei *multi-druck* in Neusäß, auf Papieren von *Gmund*, gebunden von *Rudolph Druck* in Schweinfurt, mit Folienschnitt mit *Kurz Folie* von *Richard Mayer Buchbindermeister* veredelt und in einem massgeschneiderten Schubert von *innokart* aus München, steht das Magazin selbst für die Innovationskraft und das hohe Qualitätsniveau bayerischer Druckereien.

Das Magazin *#Printpositive* ist Aushängeschild und Ergebnis einer engagierten Gemeinschaftsarbeit mehrerer VDMB-Mitgliedsunternehmen.

> www.vdmb.de

US-ZEITUNGEN

9% Artikel bereits mit KI

Rund 9% aller neuen Zeitungsartikel in den USA sind zumindest teilweise KI-generiert, sagt eine Studie der *Uni Maryland*. Lokalzeitungen nutzen KI demnach häufiger (9,3%) als überregionale Blätter (1,7%). Besonders häufig kommt KI bei Wetter-, Technik- und Gesundheitsthemen zum Einsatz. Allerdings wird die fast völlig fehlende Transparenz bemängelt.



SCHON EIN TREND?
Social Media geht um 10% zurück

Die österreichische Tageszeitung *Der Standard* veröffentlichte Zahlen einer Studie, nach der Menschen in 50 Ländern nur noch 140 Minuten pro Tag durchschnittlich mit Social Media verbringen. Die Studie der *Financial Times* stellte dabei fest, dass dies ein Rückgang von fast zehn Prozent, verglichen mit 2022 sei. Nach der Studie ist das Minus bei Menschen im Alter unter 30 Jahren besonders stark, obwohl sie eigentlich im Ruf stehen, soziale Medien besonders exzessiv zu nutzen.

BOT-TRAFFIC IM WEB

Immer weniger echte Nutzer

Menschliche Website-Besucher werden allmählich zur Mangelware: Eine neue Analyse zeigt, wie *Google*, *ChatGPT* und Co. mit ihren Bots die Spielregeln im Netz verändern – und warum Publisher Alarm schlagen, meldet das IT-Magazin *t3n*, das sich auf Zahlen des Paywall-Dienstleisters *Tollbit* bezieht. Im zweiten Quartal 2025 sei die Zahl echter Besucher auf Websites um rund zehn Prozent gesunken. Gleichzeitig habe sich der Anteil automatisierter Aufrufe vervielfacht. Während Anfang des Jahres noch ein Bot auf etwa 200 Menschen kam, sei es inzwischen einer auf 50. Zur Erinnerung: Bots sind kleine Computerprogramme, die bestimmte Aufgaben automatisch ausführen, um menschliches Verhalten zu imitieren oder zu ersetzen.

Besonders heikel seien dabei sogenannte «headless browser». Diese Tools laufen unsichtbar, lösen Captchas (diese Sicherheitsmechanismen, um festzustellen, ob ein Nutzer ein Mensch oder ein Computer-Bot ist) und tarnen sich mit *Chrome*-Signatures. In den Logs wirken sie dadurch wie normale User, sind in Wahrheit aber nichts anderes als Bots. Für Publisher bedeute das: Zugriffszahlen, die auf den ersten Blick stabil wirken, sich aber nicht in Abos oder Werbeeinnahmen ummünzen lassen.

Die Zahlen machen klar, wie stark das Gleichgewicht im Netz schon ins Wanken geraten ist. Inhalte werden massenhaft von KI-Systemen genutzt. Für Geschäftsmodelle, die auf Reichweite, Werbung und Abos angewiesen sind, etwa Publisher und Verlage, ist das ein ernstes Risiko.

**Gutgläubig**

Über 70% der Deutschen kontrollieren Ergebnisse von KI-Tools wie ChatGPT nicht, sagt eine EY-Studie. Nur 27% der User hierzulande geben an, die Infos zu überprüfen – weltweit sind es 31%.

**Übernahme**

Die INFOX-Unternehmensgruppe, Anbieter crossmedialer Marketing- und Logistiklösungen, hat wesentliche Geschäftsbereiche der CBS GmbH (CBS, ehemals Canon Business Services) übernommen. Die Übernahme erfolgte durch die INFOX-Tochtergesellschaft Omnidata GmbH.

**Social Media**

Wer dem Report «Digital 2026» der Social-Media-Agentur *We are social* glaubt, erfährt darin, dass 5,66 Mrd. Menschen weltweit soziale Netzwerke nutzen – das wären 68,7% der Weltbevölkerung. Damit sei Social Media der wichtigste digitale Kommunikationsraum. Oder die grösste Lüge (siehe links).

**Misstrauen**

Misstrauische 48% der Deutschen fürchten bei Black-Friday-Angeboten Fake-Rabatte, bei denen die Preise zuvor künstlich erhöht wurden, um hohe Rabatte anbieten zu könne. Das zumindest geht aus einer Civey-Umfrage im Auftrag von Ebay Advertising hervor.

SEITENWENDE

taz nur noch am Samstag gedruckt

Am 17. Oktober ist die Berliner *taz* zum letzten Mal an einem Werktag gedruckt erschienen. «Seitenwende» nennt die *taz* ihren Abschied von Print und erscheint in gedruckter Form nur noch am Samstag. An den übrigen Tagen gibt es sie lediglich im Web und als E-Paper. Ziel der Zeitung ist es, 70% der bisherigen Print-Abonnenten für ein Online-Abo zu gewinnen. Zuletzt lag sie bei 57%.



POSTILLION
Satiremagazin erscheint gedruckt

Am 25. Oktober erschien das Online-Satiremagazin *Postillon* erstmals als gedruckte Zeitung in einer Auflage von 25.000 Exemplaren. Geplant ist eine monatliche Erscheinungsweise.

«Die Leute sehnen sich wieder nach etwas zum Anfassen», glaubt Gründer und Chefredakteur STEFAN SICHERMANN. «Gleichzeitig ist eine Art Online-Ermüdung zu spüren und Hass auf Social Media, billiger KI-Müll, eine Flut an Memes, Zwei-Sekunden-Videos, Werbebanner.»

CH MEDIA

MILLIONEN-INVESTITION IN ZEITUNGSTECHNIK

CH Media baut in Aarau die nach eigenen Angaben «modernste und leistungsfähigste Zeitungsdruckerei der Schweiz». Dazu investiert das Unternehmen einen zweistelligen Millionen-Betrag.



Am Hauptstandort in Aarau investiert CH Media einen niedrigen zweistelligen Millionenbetrag in die Druckinfrastruktur.

Zusammen mit der Druckerei am Standort St. Gallen soll bis 2027 ein Verbund entstehen, der in Technologie, Automatisierung und Servicequalität «neue Massstäbe im Schweizer Zeitungsdruck» setzt, heisst es.

Kern der Investition sind ein zusätzlicher Hochleistungsfalzapparat von Koenig & Bauer sowie der Ersatz der Versandlinie durch eine flexible Lösung von Ferag. Ergänzt werden diese Investitionen durch weitere Modernisierungen entlang der gesamten Produktionskette. Dazu zählen die Optimierung der Drucklinien, Robotik-Lösungen in der Logistik sowie neue, durchgängig vernetzte Prozesse von der Vorstufe bis zur Distribution.

«Diese Grossinvestition ist ein Leistungsversprechen an unsere Kundinnen und Kunden: Wir bieten höchste Kapazität, Qualitätssicherheit und Liefertreue. So sichern wir die Produktion für unsere eigenen Titel sowie für Drittkunden auf Jahre hinaus», erklärt STEFAN WABEL, als COO von CH Media verantwortlich für den Geschäftsbereich Zeitungsdruck.

Die Investition erfolgt zum einen vor dem Hintergrund einer fortschreitenden Konsolidierung im Printmarkt. Nach der Schliessung verschiedener Schweizer Druckzentren will CH Media zusätzliche Verantwortung für die Versorgungssicherheit und Planbarkeit im nationalen Zeitungsdruck übernehmen.

Zum anderen unterstützt die Investition eine konsequente Wachstumsstrategie: Bereits

seit Anfang 2025 druckt CH Media die Luzerner Zeitung mit ihren Regionalausgaben und den Boten der Urschweiz zusätzlich zu den bisherigen Publikationen in Aarau.

2026 kommt das Bieler Tagblatt von Gassmann Media hinzu. Damit druckt CH Media in ihren Druckereien in Aarau und St. Gallen insgesamt 25 Tageszeitungen, die Wochenendpublikation Schweiz am Wochenende sowie 27 Gratisanzeigen und eine Vielzahl an weiteren Publikationen, darunter das Migros-Magazin, die Coopzeitung und das Touring-Magazin.

«Der Zeitungsdruckmarkt in der Schweiz verändert sich gerade fundamental, und diese Chance wollen wir nutzen. Denn unsere Vision ist klar: Wir sind das führende Kompetenzzentrum für die gedruckte Zeitung in der Schweiz. Mit modernen, effizienten Anlagen, hoher Automatisierung und klaren Qualitätsstandards sind wir für unsere Kunden ein verlässlicher Partner. Aus diesem Grund ist die neueste Investition für uns von zentraler Bedeutung», sagt MICHAEL WANNER, CEO von CH Media.

Mit dem Kundenwachstum und der Grossinvestition in Aarau verfolgt CH Media konsequent ihre Strategie im Druckmarkt. Zusammen mit dem Standort St. Gallen will das Medienunternehmen bis 2027 zum führenden Zeitungsdrucker in der Schweiz werden.

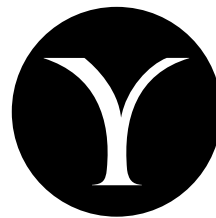
Lesermeinung



Zum Artikel «Lässt sich der Digitaldruck digitalisieren?» in Heft 145 erhielten wir eine Zuschrift von Dr. Andreas Kraushaar, Fogra.

Sie sprechen in dem Artikel zentrale Punkte an, die den Unterschied zwischen Offset- und Digitaldruck sehr treffend beschreiben. Genau aus diesem Grund wurde der Prozess-Standard Digitaldruck (PSD) von Anfang an nicht als blosser Kopie des PSO gedacht, sondern als eigenständiger Ansatz. Während sich der Offsetdruck durch die Kontrolle weniger primärer Prozessparameter «bottom-up» standardisieren lässt, folgt der Digitaldruck einem «top-down»-Prinzip: Die Qualität wird hier nicht aus dem Prozess heraus, sondern durch die prozessstypunabhängige Nachstellung einer definierten Referenz erreicht – etwa eines Offset- oder Ziel-Farbraums. Das bedeutet: Standardisierung funktioniert, nur eben anders. Der PSD schafft genau dafür den Rahmen – inklusive überprüfbarer Kriterien, Messgrößen und Toleranzen, die für alle Technologien gelten.

So entsteht Transparenz und Vergleichbarkeit, ohne die Vielfalt der Systeme einzuschränken. In diesem Sinne ist der PSD kein Versprechen, das er nicht halten kann, sondern eine realistische und praxisnahe Antwort auf die Vielfalt des Digitaldrucks.



PAPYRUS

SMARTER WAYS FOR
BETTER DAYS

MultiArt® Volume ist das neue Mitglied
unserer Premium Papierfamilie Multi™.



MultiArt® Volume — VOLUMINÖSES, MATT GESTRICHENES PAPIER MIT ERSTKLASSIGEN EIGENSCHAFTEN

Es wird aus hochwertigen Rohstoffen hergestellt und spricht mit seiner angenehmen Haptik, guten Opazität und hohen Helligkeit mehrere Sinne an. Dieses Qualitätspapier ist besonders für anspruchsvolle Druckaufträge geeignet wie Bild- und Kunstbände, Designbücher, Broschüren und Einladungen.