

**TOCHTERGESELLSCHAFT** Seit Anfang 2023 ist die *Sign-Tronic S. A.* eine 100%-ige Tochtergesellschaft der *Zünd Systemtechnik AG* und firmiert nun unter dem Namen *Zund Ibérica*. Die neue Tochtergesellschaft wurde 1990 gegründet und war seit 1994 offizieller Vertriebs- und Servicepartner des Schweizer Unternehmens. *Zund Ibérica* betreut zahlreiche Kunden in Spanien, Portugal und Andorra.

**ÜBERARBEITET** Verschiedene Veränderungen am Markt haben den *Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI)* dazu verlasst, seine Muster-Einkaufs- und Verkaufsbedingungen juristisch überprüfen und überarbeiten zu lassen. Jetzt hat der Verband die AGB seinen Mitgliedern zur Verfügung gestellt. Im Rahmen von Webkonferenzen nutzten 50 Vertreter von Mitgliedsunternehmen die Möglichkeit, sich die wesentlichen Änderungen erläutern zu lassen.

**VERKAUFT** Die *Mitsubishi Paper Mills Limited* hat die Papierfabrik Flensburg verkauft. Das Unternehmen soll den Betrieb unter dem Dach des neuen Eigentümers *Quantum Capital Partners GmbH* fortsetzen. Die Papierfabrik Flensburg, die auf Thermopapiere, Inkjet-Papier und Barrierepapiere ausgelegt ist, war Teil der deutschen Tochtergesellschaft *Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH*, die weiterhin über die Papierfabrik in Bielefeld verfügt.

**DIGITAL-MARKETING** Hinter den Begriffen Online-Werbung und digitales Marketing steht eine Branche, die mit 247.000 Beschäftigten 2022 rund 19,75 Mrd. € Wertschöpfung erzielte. So eine Studie des Digitalverbands *Bitkom*.

Die Gesamtausgaben für digitales Marketing lagen 2022 bei 25,61 Mrd. €. Davon fallen 6,58 Mrd. € bei den werbetreibenden Unternehmen für Löhne und Gehälter der mit dem Online-Marketing befassten Mitarbeitern an. Den weit größeren Teil machen aber mit 19,03 Mrd. € die Ausgaben für Marketing-Dienstleistungen aus – für Konzeption, Schaltung und vor allem für die Distribution. Dabei fließen 34% der Ausgaben in Suchmaschinenwerbung, dahinter folgen Bannerwerbung mit 26%, Videos mit 18% und E-Mail-Marketing mit 8%.

Nach übereinstimmenden Zahlen verschiedener Quellen fließen davon über 60% alleine in die Taschen von *Alphabet (Google, YouTube)* und *Meta (Facebook, Instagram)*.

**JUBILÄUM** *Antalis* feiert 40-jähriges Jubiläum der Büropapiermarke *Data Copy* und startet dazu eine Kampagne, um die Geschichte der Marke zu würdigen. *Data Copy* ist ein Sortiment hochweißer und glatter Papiere.

## CROWN VAN GELDER Papierfabrik in Schieflage

Die Papierfabrik *Crown Van Gelder B. V.* im niederländischen Velsen-Noord ist in finanzielle Schieflage geraten. Der Hersteller von Papieren für grafische und Verpackungsanwendungen hat das Insolvenzverfahren angemeldet. *Crown Van Gelder (CvG)* produziert mit etwa 200 Mitarbeitern jährlich etwa 160.000 Tonnen Papier. Das Unternehmen gilt als Marktführer bei Rollenpapieren für den High-speed-Inkjet (HSI). CvG bietet zudem Offsetqualitäten, Etikettenpapiere, Verpackungspapiere mit Barrierefunktionen und Spezialitäten auf alternativer Rohstoffbasis.

## STORA ENSO Fünfte Papierfabrik verkauft

*Stora Enso* trennt sich von der Papierproduktion im Werk Hylte in Schweden, behält aber die am Standort Hylte angesiedelte Formfaser- und Biokompositproduktion der Division *Packaging Solutions*. Die Papierproduktion in Hylte mit einer Kapazität von 245.000 t Zeitungsdruckpapier pro Jahr wird an *Sweden Timber* verkauft. Der Unternehmenswert beträgt laut *Stora Enso* rund 18 Mio €.

Damit schließt *Stora Enso* seinen im März 2022 angekündigten Plan ab, vier seiner fünf Papierfabriken zu veräußern. Gleichzeitig konzentriert sich *Stora*

*Enso* auf erneuerbare Produkte in den Bereichen Verpackung, Gebäude und Biomaterial.

## EFI UND FIERY Getrennte Wege, gleiches Dach

*Electronics For Imaging (EFI)*, das seit 2019 zur *Siris Capital Group* gehört, hat den Geschäftsbereich *Fiery* als unabhängiges Unternehmen ausgegliedert. *Fiery* bleibt jedoch zu 100% im Besitz von *Siris*. Als getrennte Unternehmen unter dem gleichen Dach sollen *EFI* und *Fiery* unterschiedliche Schwerpunkte setzen. *EFI* soll sich auf das industrielle Inkjet-Geschäft konzentrieren, *Fiery* seine Position bei den Digital Front Ends (DFE) stärken und wird in Zukunft von *Toby Weiss* geführt. Gleichzeitig wurde bekannt, dass *Frank Pennisi* neuer CEO von *EFI* ist. Der bisherige CEO, *Jeff Jacobson*, wechselt in den Aufsichtsrat.

## MÜLLER MARTINI Übernahme von DGR Graphic

*Müller Martini* übernimmt zum 1. März 2023 das in Espelkamp, nördlich von Bielefeld ansässige, auf Klebebinder und Buchlinien spezialisierte Maschinenbauunternehmen *DGR Graphic GmbH*. Das Unternehmen wurde 1998 gegründet und ist spezialisiert auf die Entwicklung von Komplettlösungen rund um die Buchfertigung für Soft- und Hardcover.

Im Zuge der Übernahme gehen alle Assets aus dem Neumaschinengeschäft mit Druckweiterverarbeitungs-Maschinen auf *Müller Martini* über.

Neben dem Maschinen- und Servicegeschäft übernimmt *Müller Martini* per 1. Juli 2023 auch das Ersatzteilgeschäft von *DGR*.

Auf der Suche nach einer altersbedingten Nachfolge waren der geschäftsführende Gesellschafter *GERD DEPPING* und *Müller Martini* auch aufgrund der räumlichen Nähe von nur 5 km zum *Müller Martini*-Standort Rahden schnell einig.

Die Einbindung des *DGR*-Maschinenprogramms in das vorhandene *Müller Martini*-Portfolio wird in den kommenden Monaten erarbeitet.

## E-COMMERCE Rückgang auch im Onlinehandel

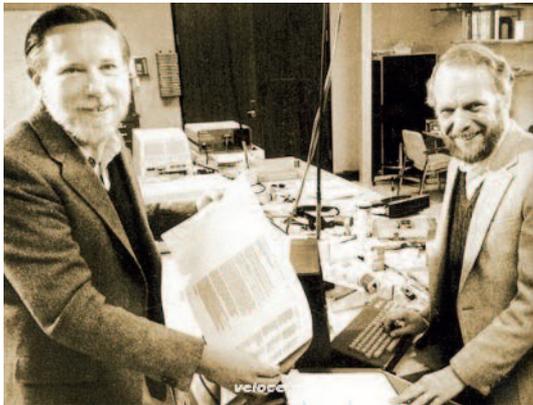
Die Kaufzurückhaltung wirkte sich in Deutschland 2022 auch auf den Onlinehandel aus. Der Umsatz sank um rund 5% auf 101,7 Mrd. €, teilte der Branchenverband *Bevh* mit. Der Online-Anteil am gesamten Einzelhandel ging von 14,3% im Jahr 2021 auf 11,8% im Jahr 2022 zurück.

Verglichen mit den Umsätzen vor der Pandemie lag der E-Commerce mit Waren 2022 immer noch 24,5% im Plus, der mit Dienstleistungen dagegen trotz Umsatzsteigerung 42% unter dem Niveau von 2019.

## JUBILÄUM Abo wurde 40 Jahre

Adobe hat den Kreativen dieser Welt mit seinen Werkzeugen den Weg ins Computerzeitalter geebnet. Und wenn ein Unternehmen in den letzten Jahrzehnten die Druckvorstufe und ganze Produktionen verändert hat, dann war es Adobe. Mit Produkten wie *PostScript*, *Acrobat* und *Photoshop* hat Adobe Softwaregeschichte geschrieben. So dürfte es kaum einen

GESCHKE forschten im *Palo Alto Research Center (PARC)* von Xerox an Systemen, die geräteunabhängig arbeiten sollten und erfanden *Interpress* als Seitenbeschreibungssprache. Da Xerox ihre Erfindung nicht vermarkten wollte, beschlossen WARNOCK und GESCHKE, ihre Ideen auf eigene Faust zu realisieren. Sie kündigten und gründeten im Dezember 1982 ihr eigenes Unternehmen: *Adobe*. Mit der Seitenbeschreibungssprache *PostScript*, den *Type1*-Schriften und



John Warnock und Charles Geschke in den 1980er-Jahren.

Rechner geben, auf dem Designer, Printproduktion, Drucktechniker und auch viele Semi-Profis Bilder, Videos oder Animationen bearbeiten, Grafiken oder Texte und Layouts entwickeln, auf dem keine Software von Adobe läuft. Das alles begann Anfang der 1980er-Jahre. JOHN WARNOCK und CHARLES

der Partnerschaft mit Aldus und Apple begann die Geschichte des modernen Publishings, die auch die Vorstufe der Druckindustrie revolutionierte, und die anhaltenden Adobe-Erfolgsge-schichte. Heute ist Adobe eines der größten Softwarehäuser weltweit.

## NACH INSOLVENZ SOL CAPITAL ÜBERNIMMT POLAR

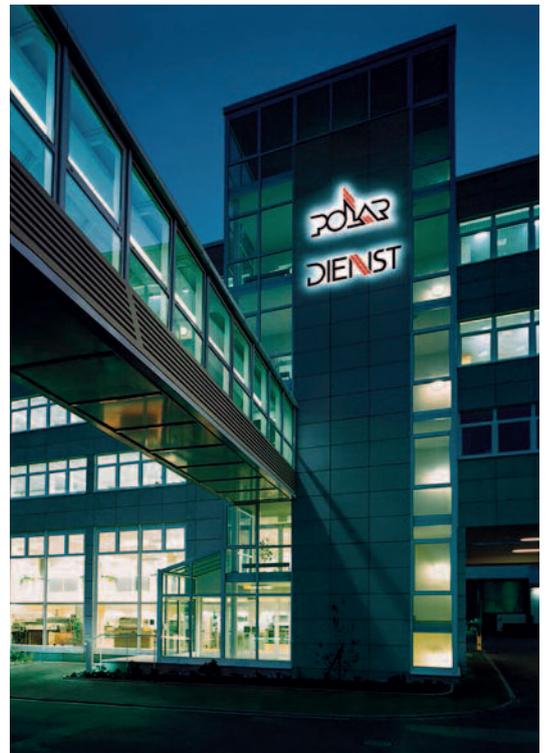
Die *Adolf Mohr Maschinenfabrik GmbH* und die *Polar-Mohr Maschinenvertriebsgesellschaft GmbH* werden nach ihrer Insolvenz im August 2022 vom Finanzinvestor *SOL Capital* übernommen.

Der österreichische Finanzinvestor sichert damit die Zukunft des Schneidemaschinenherstellers, der 117 Jahre als Familienunternehmen geführt wurde. Aufgrund von Lieferengpässen hatte die *Polar Group* 2022 ein Schutzschirmverfahren zur Restrukturierung beantragt und nach fünf Monaten beendet.

*SOL Capital Management GmbH* übernimmt 100% der Anteile der Altgesellschafter und auch die chinesische Tochtergesellschaft in Shanghai. Die neue Gesellschaft firmiert nun unter *Polar Cutting Technologies GmbH*. Hauptsitz des Unternehmens bleibt Hofheim am Taunus.

Die *Heidelberger Druckmaschinen AG* unterstützt die Investorenlösung und sichert den weltweiten Vertrieb und Service der *Polar*-Produkte.

Im Vorfeld der Einigung mit *SOL Capital* hat *Polar* ihr etwa 50.000 m<sup>2</sup> großes Werksgelände in Hofheim verkauft und damit den Weg für ein neues Werk in der Region gebnet, das heutigen Pro-



duktionsanforderungen entspricht.

»Ziel ist es, die Marktführerschaft der *Polar*-Gesellschaften zu stärken und auszubauen. Mit den bestehenden Ressourcen und neuen Ansätzen haben wir beste Voraussetzungen, um neue Technologien und Lösungen zu entwickeln«, sagt HAICO STÜTING, Managing Partner der *SOL Capital Management GmbH* mit Sitz in Wien.

Gute Nachrichten gibt es auch für die rund 300 Mitarbeiter. »Die aktuellen Entwicklungen haben keine Auswirkungen auf die Arbeitsverhältnisse unserer Beschäftigten. Mit dem umfassenden Wissen unserer engagierten Fachkräfte sind wir auch im Personalbereich bestens aufgestellt«, erklärt *Polar*-Geschäftsführer THOMAS RAAB.

**SHORTCUTS** | Die *Sihl Gruppe* hat Ende November die Geschäftsaktivitäten der US-amerikanischen *Visual Imaging Products* übernommen. Das Unternehmen in Ontario, Kalifornien, vertreibt Produkte aus den Bereichen Bond Paper, Signage Media und Reprographics. • Zur Förderung von Innovationen aus den Geschäftsfeldern Papier und erneuerbare Energie ist die *Koehler-Gruppe* eine Partnerschaft mit der gemeinnützigen *UnternehmerTUM GmbH* in München eingegangen, aus der jährlich mehr als 50 Technologie-Gründungen hervorgehen. • Die *Kern AG*, Anbieter von Produkten und Dienstleistungen »von der ersten bis zur letzten Meile« und *Prolistic*, ein für die Erfassung und Sortierung von Postsendungen spezialisiertes Unternehmen, haben eine enge Zusammenarbeit im Bereich Versandlogistik und Sortiersysteme vereinbart.

# BERTELSMANN ZERSTÖRUNG DER BASTION PRINT

Wenn *Prinovis* Ende Januar 2024 ihre letzte verbliebene Tiefdruckerei in Deutschland schließt, ist es das Ende des Tiefdrucks in der *Bertelsmann Printing Group*. Mit der Stilllegung der Druckerei in Ahrensburg mit einer Belegschaft von 545 Personen setzt sich die unendliche Geschichte an Schließungen fort, die jetzt auch auf den Zeitschriftensektor übergeschwappt ist.

Von Klaus-Peter Nicolay

Seit etwa 20 Jahren schon schwächelt der europäische Tiefdruckmarkt. Die Nachfrage nach Drucksachen in hohen Auflagen (Kataloge, Zeitschriften, Prospekte und Beilagen) ist seit einem Jahrzehnt rückläufig und in den letzten Jahren überproportional gesunken. »Unsere Auftraggeber haben in den vergangenen zwei Jahren aufgrund der Pandemiefolgen und des enormen Anstiegs der Papier- und Energiepreise ihre Marketingaktivitäten immer wieder hinterfragt und häufig in Richtung digitaler Kommunikationslösungen verändert«, so *Prinovis*-

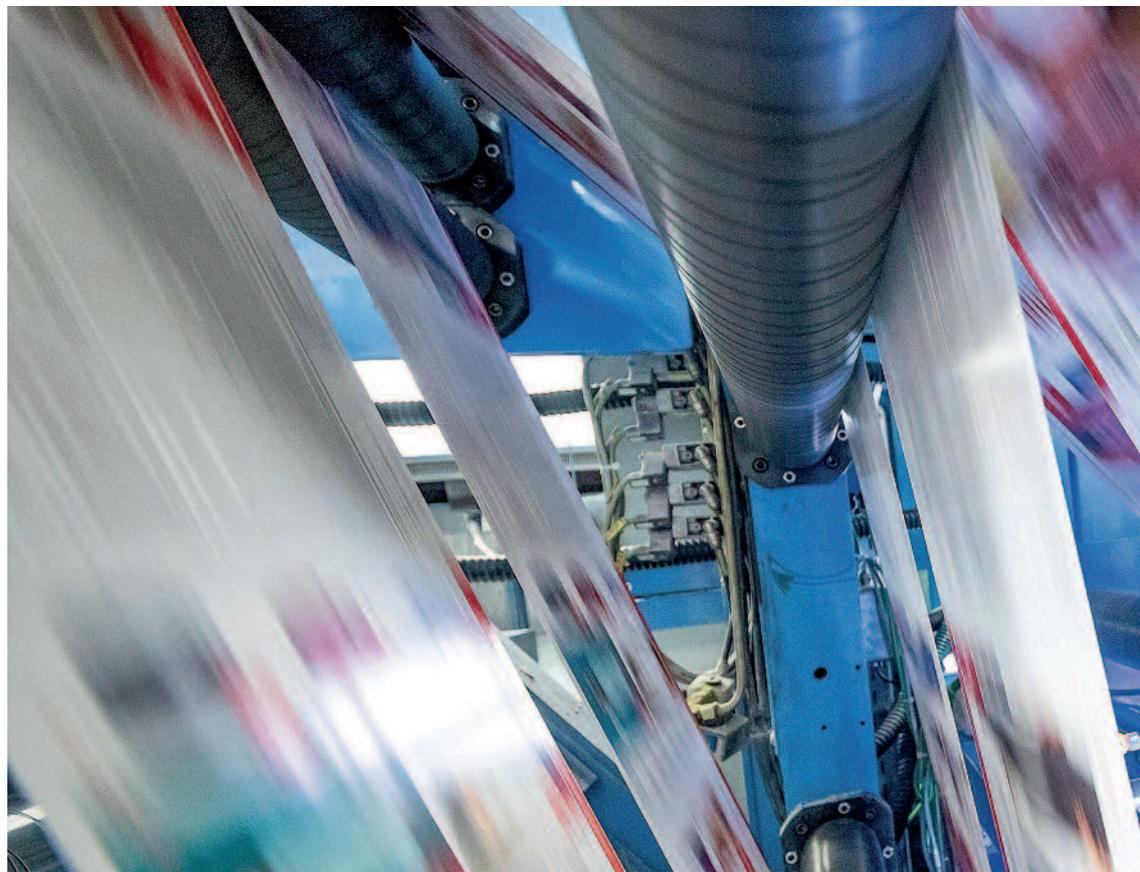


Geschäftsführer DR. ULRICH CORDES.

Dieses Kundenverhalten habe zu einem weiteren massiven Rückgang des Auftragsvolumens sowohl auf dem Akzidenz- als auch auf dem Zeitschriftenmarkt geführt.

Aufgrund dieser Entwicklungen befindet sich *Prinovis* Ahrensburg bereits seit geraumer Zeit in der Verlustzone. Ende Januar 2024 wird der letzte *Prinovis*-Tiefdruck-Standort geschlossen.

Die Geschäftsführung der *Prinovis GmbH* hatte den Betriebsrat und die Belegschaft am Standort Ahrensburg am 19. Januar 2023 im Rahmen einer Mitarbeiterversammlung über die Pläne informiert.



## Eine unendliche Geschichte an Schließungen

Das Ende der Ahrensburger Tiefdruckerei ist das letzte Glied in einer Kette von Überkapazitäten, rückläufigen Auflagen, Neuorganisationen und Schließungen. Schon 2004 führten *Bertelsmann* und der *Axel Springer Verlag* Verhandlungen über ein Zusammenlegen ihrer Tiefdruckbetriebe. Überkapazitäten am Markt bei rückläufigen Auflagen waren der Grund für den Merger. Im Sep-

tember 2004 gaben die beiden Konzerne grünes Licht für das neue Unternehmen *Prinovis*. Die *Bertelsmann*-Töchter *Arvato* und *Gruner + Jahr* besaßen einen Anteil von jeweils 37,45%, *Axel Springer* war mit 25,1% beteiligt. Mit 4.300 Mitarbeitern und etwa 1 Milliarde Euro Umsatz war *Prinovis* nicht nur das größte Tiefdruckunternehmen Deutschlands, sondern auch Marktführer in Europa. Neben den deutschen Standorten baute *Prinovis* 2006 in

Liverpool eine neue Druckerei mit drei Tiefdruckrotationen (Bahnbreiten von je 4,32 m) auf der »grünen Wiese«. Denn während in Deutschland das Angebot die Nachfrage überstieg, war der Markt in Großbritannien noch nicht gesättigt. *Prinovis* erhielt 2005 eine Grundauslastung von etwa 30% der Druckaufträge von *Bertelsmann* und *Springer*. Die Mehrheit der Aufträge kam von unabhängigen Kunden. Dennoch hatte *Prinovis* in

den Folgejahren aufgrund der Überkapazitäten am Markt wirtschaftliche Schwierigkeiten. Erste sichtbare Sparmaßnahme war der Abbau von Arbeitsplätzen in Ahrensburg und Itzehoe. 2008 schloss das Unternehmen die Druckerei in Darmstadt. Nach der Insolvenz des Großkunden *Quelle* 2009 stand auch der Standort Nürnberg auf wackligen Füßen. Als Reaktion auf die Krise wurde *Prinovis* vom klassischen Tiefdruckkonzern zum Medien-dienstleister umgebaut.

*Spiegel* als Kunden, der seit 1990 von der Druckerei des Zeitschriftenhauses *Gruner + Jahr* gedruckt wurde. Die 2005 in *Prinovis* aufgegangene ehemalige *Gruner Druck* in Itzehoe wurde daraufhin geschlossen. *Der Spiegel* wechselte zu *Mohn Media* und wurde fortan bei dieser *Bertelsmann*-Tochter im Offsetdruck produziert. 2015 dehnte auch *Prinovis* das Geschäft auf den Offsetdruck aus. Dresden war der erste Standort, an dem Tiefdruck und Offset angeboten wurden.

Für die *Prinovis*-Tiefdruckereien begann damit der Kahlschlag. Nachdem im November 2018 der letzte *Otto*-Katalog gedruckt war, kündigte *Prinovis* im April 2019 an, den Standort Nürnberg im April 2021 zu schließen. Ein halbes Jahr später, im November 2021, teilte *Prinovis* mit, auch den Druckbetrieb in Dresden wegen überproportionaler Nachfragerückgänge bei Katalogen und Zeitschriften Ende 2022 zu schließen. Im November letzten Jahres kam auch das Ende für die Druckerei in Liverpool (Ende: Juni 2023) und Ende Januar 2024 schließt der letzte Tiefdruck-Standort.

Die Print-Ausgaben von *Etern* und *Chefkoch* werden ebenfalls eingestampft und nur als digitale Version weiterleben. Das bedeutet in Summe, dass mindestens 500 Arbeitsplätze und gleichzeitig enorme Werte vernichtet werden – was natürlich Auswirkungen auf das Print-Geschäft von Bertelsmann haben muss. Denn das rückläufige Magazinsgeschäft wurde schon als Grund für die Schließung der Druckerei in Ahrensburg genannt. Dabei machte *Bertelsmann* im Geschäftsjahr 2021 rund 134 Mio. € Gewinn mit dem Verlagsgeschäft bei einem Umsatz von weit mehr als 1 Mrd. €. Diese Zahlen werden inzwischen jedoch kleiner gerechnet und müssen stattdessen für einen drohenden Verlust erhalten.

Und wenn gut zwei Dutzend Magazine eingestellt und verkauft werden, muss man auch fragen, ob *Bertelsmann* überhaupt noch Druckereien braucht? Wird der Konzern überhaupt noch an Print festhalten? Argumentative Schützenhilfe bekam *Bertelsmann*-Chef RABE am 23. Januar von *Springer*-Vorstandschef MATHIAS DÖPFNER, der in einem Interview mit der *dpa* sagte, dass es eines Tages keine gedruckte Zeitung mehr im Hause *Axel Springer* geben werde: »Erst war Digital Too, also neben Print auch digital. Dann kam Digital First. Irgendwann kommt Digital Only.« Im jüngsten Imagefilm von *Bertelsmann* wird schon herausgearbeitet, dass *Bertelsmann* eine Entertainment-Company ist. Von den zwei Minuten Imagefilm werden dem Druck ganze zehn Sekunden gewidmet. Das alles klingt nach Selbstzerstörung und nach Zerstörung der Bastion Print.



Im Rahmen der Umstrukturierung verließ *Gruner + Jahr* 2011 das Unternehmen, die Anteile des Hamburger Verlagshauses gingen innerhalb des *Bertelsmann*-Konzerns auf *Arvato* über. 2011 meldete die an Rang 2 der europäischen Tiefdruckereien geführte *schlott gruppe AG* in Freudenstadt Konkurs an. *Prinovis* erwarb unter anderem Maschinen des insolventen Konkurrenten. 2014 verlor das Unternehmen das Nachrichtenmagazin *Der*

**Der Kahlschlag beginnt**  
2015 trennte sich *Axel Springer* von seiner Beteiligung an *Prinovis*. *Bertelsmann* kaufte die 25,1%, wurde alleiniger Gesellschafter des Unternehmens und nahm die Gelegenheit wahr, die Strukturen seiner Druckbetriebe zu vereinfachen. Aus dem 2012 geschaffenen Bereich *Be Printers* entstand zum 1. Januar 2016 die *Bertelsmann Printing Group (BPG)*, in der alle Druckgeschäfte von *Bertelsmann* gebündelt sind.

### Enorme Wertevernichtung bei Gruner + Jahr

Selber Konzern, 35 km südlich, am Baumwall in Hamburg: Mitarbeiter des ehemaligen Verlags *Gruner + Jahr* erlebten am 7.



Februar die Zerschlagung des Traditions-Verlags. *Bertelsmann*- und *RTL*-Chef THOMAS RABE hatte im Oktober 2022 in einem Interview angekündigt, der Fernsehkonzern *RTL* wolle das unter dem Dach von *Bertelsmann* Anfang 2022 »erworbene« Zeitschriftensegment zur Disposition stellen. RABE wolle nur noch an den Magazinen festhalten, die »synergetisch« zum TV-Konzern passen. Nach einer monatelangen Hängepartie, in der *RTL* und RABE die Belegschaft im Dunkeln gelassen haben, herrscht jetzt traurige Gewissheit.

*Stern*, *Geo* und *Capital* sollen künftig unter dem Dach von *RTL News* geführt werden. Andere Marken wie *Brigitte*, *Gala*, *Schöner Wohnen* etc. bleiben vorerst bei *Gruner + Jahr* und sollen punktuell mit den TV- und Streaming-Geschäften von *RTL* zusammenarbeiten. Andere Magazine, insgesamt 23 Titel, haben laut *RTL*-Sprachregelung keine TV-Synergie und werden eingestellt. Weitere fünf Titel wie *Art* und *Beef* stehen zum Ver-



Um das Video zu sehen, scannen Sie bitte den QR-Code ein.



## EPPLER DRUCKFARBEN Klare Strategie für 2023

Sinkender Absatz bei Bogenoffsetdruckfarben, hohe Rohstoffpreise und enormer Kostendruck auf die Verkaufspreise der Druckfarben sind für die *Eppler Druckfarben AG* nach eigenen Angaben aktuell sehr herausfordernd.

»Für uns und viele Marktteilnehmer gibt es keine Alternative, als die Preissteigerungen aus unserer Lieferkette zumindest teilweise weiterzugeben. Nur so können wir ein gesundes Geschäft abbilden, um unserer Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und Markt gerecht zu werden«, ordnet Vorstandssprecher *Dr. Carl Eppler* die Marktentwicklungen ein. »Doch solange wir unsere Kunden mit gewohnten Benefits bei Produktqualität und Service überzeugen, halte ich das *Eppler*-Gesamtpaket weiterhin für wettbewerbsfähig.« *Eppler Druckfarben* will die Wettbewerbsfähigkeit mit einer neuen Organisation sichern, die agile und straffere Prozesse unterstützt. Dabei besinne sich *Eppler* auf drei seiner Stärken und werde diese weiter forcieren, teilt das Unternehmen mit: Innovative, qualitativ-hochwertige Bogenoffsetfarben »Made in Germany«, Kundennähe, um spezielle Anforderungen flexibel erfüllen zu können sowie Beratung und zuverlässigen Service. Dabei will die *Eppler Druckfarben AG* intensiv in die Entwicklung zukunftsgerichteter Produkte investieren.

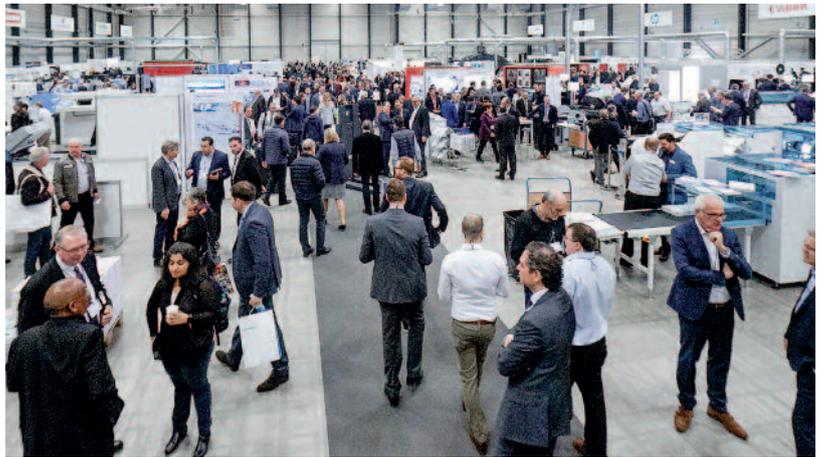
»Das derzeitige Gegeneinander im Druckmarkt – sei es zwischen Papier- und Druckindustrie, Konkurrenz unter Druckereien oder Zulieferern wie Hersteller von Druckfarben – betrachte ich mit großer Sorge. Damit schwächt sich unsere Industrie selbst, wo eigentlich starker Zusammenhalt gefordert ist. Denn nur eine vielfältige Druckindustrie wird ihre Innovationskraft und gute Zukunftsaussichten bewahren können.«



**DR. CARL EPPLER,**  
Vorstandssprecher der  
*Eppler Druckfarben AG*

## HUNKELER INNOVATIONSDAYS DAS NÄCHSTE LEVEL DER AUTOMATISIERUNG

Die *Hunkeler Innovationdays*, der Branchentreff der Digitaldrucker und Publisher, werden nach einer vierjährigen Pause vom 27. Februar bis 2. März 2023 auf dem Messegelände in Luzern ausgetragen.



Vom 27. Februar bis 2. März 2023 versammelt sich auf den *Hunkeler Innovationdays* einmal mehr die Weltelite des Digital Paper Processing.

Seit jeher zeichnet die *Hunkeler Innovationdays* ein einzigartiges Konzept aus. Auf vergleichsweise kleinem Raum treffen alle namhaften Hersteller der Branche auf Inhaber, Geschäftsführer und Führungskräfte. Das macht dieses internationale Branchentreffen weltweit einzigartig.

In seiner 14. Auflage steht das international bedeutende Branchentreffen unter dem Motto »Next Level Automation«. Ein Schwerpunkt der *Hunkeler Innovationdays* 2023 liegt folglich auch auf einer durchgängigen Workflow-Automation und automatisierter Prozesse. Dazu haben etliche der fast 100 Aussteller Europa- und Weltpremierer angekündigt.

Weil Auflagen zusehends sinken, steigt auch die Notwendigkeit, immer häufiger Produktionslinien umzustellen. Manuelle Eingriffe müssen minimiert oder vollständig eliminiert werden. Nur so lassen sich Kosten sparen und die Margen steigern. Denn vom Automatisierungsgrad hängt es letztlich ab, wie wirtschaftlich und profitabel auf Produktionslinien von der weißen Papierrolle bis zum Endprodukt gearbeitet wird.

Rund 100 Partner werden in den beiden Hallen auf dem Luzerner Messegelände neue Produkte, Peripherie und digitale Druck- und Verarbeitungsprozesse prä-

sentieren. Unter den Partnern der *Hunkeler Innovationdays* finden sich alle bekannten Hersteller von Druck- und Finishing-Systemen, Software-Entwickler sowie Anbieter von Veredelungs- und Verbrauchsmaterial. Wie bei früheren Events werden einige der Aussteller den exklusiven Charakter der *Hunkeler Innovationdays* wiederum nutzen, ihre Neuentwicklungen als Europa- oder Weltpremierer vorzustellen.

Auf den Produktionssystemen der *Gen8*-Systemreihe informiert die *Hunkeler AG*, wie weit die Automatisierung von Produktionsabläufen fortgeschritten ist. Mehrere Aussteller sind zudem vernetzt und demonstrieren auf ihren Druck- und Finishingssystemen aufeinander abgestimmte und zusammenhängende Produktionsabläufe. So gewinnen die Besucher einen Einblick in vielseitige Szenarien mit einer hohen Praxisrelevanz.

Der Eintritt an die *Hunkeler Innovationdays* 2023 ist kostenlos. Eine Registrierung im Vorfeld der Veranstaltung ist jedoch erforderlich.

> [www.innovationdays.com](http://www.innovationdays.com)

## BVDM Mineralölverordnung vom Tisch

Seit Jahren hatte das *Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)* die sogenannte Mineralölverordnung vorbereitet. Überraschend landete der Entwurf Mitte Dezember 2022 auf der Tagesordnung des *Bundesrates*. Sowohl die Verordnung als auch ein für die Druckindustrie folgenreicher Vorschlag für eine ergänzende Entschließung wurden abgelehnt.

Gegen den Vorstoß des *BMEL*, in der Verordnung genaue Regeln für die Verhinderung der Migration von Mineralölbestandteilen in Verpackungen auf Lebensmittel, zum Beispiel durch Barrieren, vorzuschreiben, hatte sich der *Bundesverband Druck und Medien* von Beginn an gestemmt, da es nicht als gesichert gilt, dass bedruckte Verpackungen der einzige Eintragungsweg für Mineralöl sind. Zum anderen führen Kunststoffbarrieren zu neuen Problemen beim Recycling für einen funktionierenden Altpapierkreislauf. Angesichts der schwerwiegenden Auswirkungen,

die eine entsprechende Verordnung gehabt hätte, ist der *bvdm* erleichtert, dass die Interventionen bei den Staatskanzleien und zuständigen Ministerien der Bundesländer erfolgreich waren. Auch die enge Abstimmung mit dem *Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV)* und dem *Medienverband der freien Presse (MVFP)* hat das Anliegen der Druck- und Verlagswirtschaft unterstützt.  
> [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

## PRINT IS THE FOCUS Gmund Award in den Startlöchern

Unter dem Motto »print is the focus« begibt sich der Papierhersteller vom Tegersee bereits zum achten Mal auf die Suche nach herausragenden Druck- und Designstücken aus *Gmund*-Papier. Mitmachen können Druckereien, Verarbeiter, Verlage, Designer, Agenturen, Marken und Künstler aus aller Welt. Die Teilnahme ist kostenlos.

Es werden nur Projekte bewertet, die aus *Gmund*-Papier gefertigt sind. Eine Ausnahme bildet die Kategorie »Book«, bei der der



Buchblock aus einem anderen Material gefertigt werden kann, soweit es keinen signifikanten Einfluss auf das Design und die Kreativität des Werkes hat.

Bewertet werden die Qualität von Druck und Verarbeitung, der Erfolg des Druckproduktes auf dem Markt, der Dreiklang von Druck, Verarbeitung und Papier sowie Innovationskraft, Kreativität und Design.

Die Preise werden in sieben Kategorien vergeben, zudem gibt es den Sonderpreis *Green Innovation*. Der Einreichungszeitraum läuft noch bis 28. April 2023, die Jurysitzung ist Anfang Mai und die Preisverleihung findet im Rahmen des *Unfolded Festivals* am 23. Mai 2023 statt.  
> [www.gmundaward.com](http://www.gmundaward.com)

## ZUSAMMENARBEIT Solimar und Triumph-Adler

Die *TA Triumph-Adler GmbH*, Spezialist für die digitale Bürokommunikation, und der Softwareentwickler *Solimar Systems* haben eine Vertriebszusammenarbeit bekannt gegeben, in deren Rahmen *TA Triumph-Adler* alle Lösungen der modularen *Solima-Chemistry*-Plattform in der D/A/CH-Region vertreibt.

»Die *Solimar* Workflow-Lösungen für den Druck sind ein wichtiger Baustein unserer Go-to-Market-Strategie, um Inkjet-Produktionsdrucker mit einem optimierten Workflow anzubieten«, sagt *OLAF STAMMER*, Leiter Solution Portfolio Management bei *TA Triumph-Adler*.

*Solimar Chemistry* ist eine modulare Plattform, die darauf ausgerichtet ist, digitalen Druckereien mehr Detailsicht und Flexibilität im Drucksaal als auch in der digitalen Dokumentenverarbeitung zu ermöglichen. Besonders interessant ist die Lösung *iConvert*, mit der *IPDS*-Druckdaten in *PostScript* oder *PDF* umgewandelt werden können.

## MEHRWEGPFLICHT Kein Handlungsbedarf

Werden in der Gastronomie Speisen oder Getränke »to go« verkauft, müssen den Kunden seit dem 1. Januar 2023 Mehrwegalternativen für die Verpackung angeboten werden. Die Mehrwegpflicht gilt für Lebensmittel sowie Einweg-Getränkebecher, unabhängig von der Materialart. Bei Speisen müssen für kunststofffreie Einwegverpackungen wie Pizzaschachteln, Papiertüten, Alufolie oder Ähnliches keine Alternativen angeboten werden. Übersteigt die Verkaufsfläche 80 m<sup>2</sup> nicht und sind nicht mehr als fünf Mitarbeiter beschäftigt, dürfen vom Verbraucher selbst mitgebrachte Behältnisse befüllt werden. Für die Mehrheit der Druckereien dürfte die Mehrwegpflicht also keine Relevanz haben. Es besteht kein zusätzlicher Handlungsbedarf.

# HUNKELER INNOVATIONSDAYS

## 27. FEBRUAR BIS 2. MÄRZ

Müller Martini zeigt zwei Neuigkeiten: als Weltpremiere den Hybrid-Sammelhefter *Prinova Digital* und die mit einer *De-Stacker*- und *Sortier-Lösung* ergänzte *VBA/Vareo PRO/InfiniTrim*-Linie.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!  
[mullermartini.com/hid](http://mullermartini.com/hid)

Your strong partner.

MÜLLER MARTINI

**PRINT****Erwartungen an das Jahr 2023**

Während die mit der Corona-Pandemie einhergegangenen Maßnahmen Schritt für Schritt zurückgefahren wurden, hat der Krieg in der Ukraine die Wirtschaft in Deutschland und weiten Teilen der Welt in ihren Grundfesten erschüttert. Vor allem die explodierenden Energiepreise haben Privathaushalte und Unternehmen getroffen. Energie wurde über das gesamte Jahr 2022 im Schnitt um 34,7% teurer, wie das *Statistische Bundesamt* jüngst bekanntgab.

Die Inflation in Deutschland ist Ende Dezember zwar um 0,8% gesunken, befindet sich mit +8,6% aber noch immer auf sehr hohem Niveau. Über das gesamte Jahr 2022 lag die Inflation bei +7,9% und deutlich über dem Wert von +3,1% im Jahr zuvor. Das geht auch an der Druckindustrie nicht spurlos vorbei, wie das Konjunkturtelegramm des *bvdm* regelmäßig zeigt. Auch wenn die Einschätzungen zum Geschäftsklima und zur Geschäftslage negativ bewertet werden, blicken die Unternehmen positiver in das neue Jahr.

Für 2022 hat das *Statistische Bundesamt* ein Wachstum des Bruttoinlandsproduktes (BIP) von 1,9% bekannt gegeben. Die Wirtschaftsleistung habe damit erstmals wieder über dem Wert vom Jahr 2019 gelegen. Die Chancen, dass Deutschland an

einer Rezession vorbeikommt, haben sich laut Jahreswirtschaftsbericht der Regierung damit vergrößert. Für 2023 wird ein Wirtschaftswachstum von 0,2% erwartet. Die Teuerungsrate werde mit 6,0% aber auf hohem Niveau verharren.

Die Sorgen werden die Wirtschaftsunternehmen also auch 2023 weiter begleiten. Wenngleich allgemein gilt, dass Unternehmen, die sich frühzeitig digital transformiert haben, widerstandsfähiger gegenüber den Entwicklungen im Markt sind und sich schneller und flexibler anpassen können.

**Preisniveau bleibt hoch**

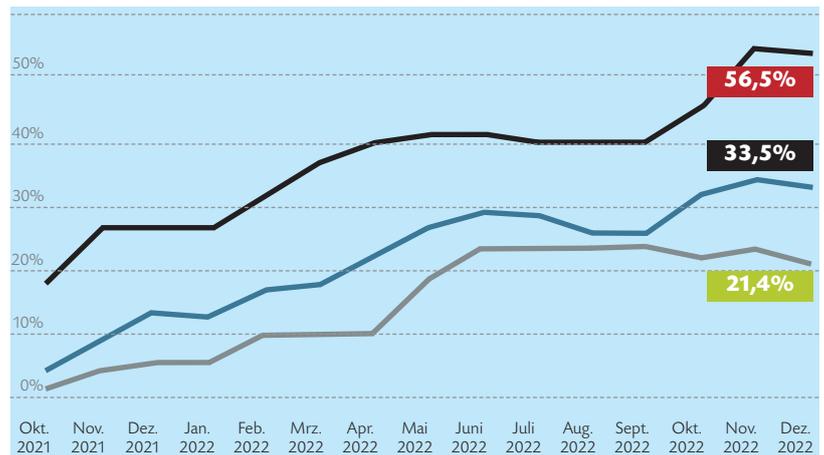
So sind auch die Erwartungen der Onlineprint-Industrie an das Jahr 2023 gestiegen, wobei ein gewisser Gewöhnungseffekt erkennbar wird. Die Betriebe haben sich längst darauf eingestellt, dass Papier frühzeitig bestellt werden muss und auch nicht immer jede Papiersorte verfügbar ist. Man nimmt, was man bekommt, und auch die Kunden haben sich damit arrangiert.

Das Preisniveau wird 2023 voraussichtlich hoch bleiben. Allerdings steigt auch die Akzeptanz für höhere Preise auf der Kundenseite, da alle Lebensbereiche von Preissteigerungen betroffen sind.

Ausführlich lässt sich darüber und weitere Entwicklungen auf dem *Online Print Symposium* am 23. und 24. März 2023 im *Munich Science Congress Center* in München diskutieren.

**ONLINEPRINT****PREISSPIRALE DREHT WEITER NACH OBEN**

Nach einer kurzen Verschnaufpause haben die Preise bei Onlineprint im 4. Quartal 2022 wieder angezogen, wie der *Zipcon Onlineprint Preis Index (ZOPI)* zeigt.



Die Grafik zeigt die erhebliche Spanne der prozentualen Preissteigerungen zwischen 21,4% und 56,5% sowie deren Mittelwert (33,5%).

Der *Zipcon Onlineprint Preis Index*, den das Beratungsunternehmen *Zipcon consulting* seit 2020 führt, erfasst in der Produktgruppe Flyer neun Anbieter: *Vistaprint*, *Wir-machen-Druck*, *Unitedprint/print24*, *Onlineprinters*, *Flyeralarm*, *Saxoprint*, *Online-drucken*, *Redprintgroup* sowie *source-e*. Angefragt wird bei allen ein Auftrag mit 10.000 Flyern im Format DIN A5, beidseitig vierfarbig bedruckt und auf 135 g/m<sup>2</sup> Papier glänzend.

Die durchschnittliche Preissteigerung für diesen Auftrag lag Ende September 2022 noch bei 25,2% gegenüber dem Indexwert vom Juni 2020, im Dezember schon bei 27,5%.

Während *Unitedprint/print24* mit 58,1% im Dezember die höchste Preissteigerung für die Flyer aufgerufen hatte, markierte *Vistaprint* mit -12,3% den geringsten Preis gegenüber der Erhebung vor über zwei Jahren. Zwischen diesen beiden Extremen sortierten sich die anderen Anbieter ein.

Eine ähnliche Entwicklung wie bei den Flyern lässt sich auch bei den sieben Anbietern (wie vorher, aber außer *Vistaprint* und *source-e*) erkennen, die der *ZOPI* regelmäßig für den Warenkorb erfasst. Der Warenkorb umfasst zusätzlich zu den 10.000 Flyern auch Broschüren (32 Sei-

ten, A4, geheftet, beidseitig bedruckt) und Visitenkarten (4/4-farbig, ohne Veredelung).

Bei den Preisen für den Warenkorb ging die Entwicklung nach einer Stagnation im 3. Quartal 2022 nach oben: Der durchschnittliche Preis stieg von 26,6% im September auf 33,5% im Dezember. Mit einer Erhöhung der Preise um 56,5% gegenüber der Ersterhebung setzte auch hier *Unitedprint/print24* den Maximumwert. Den geringsten Preissprung machte *Flyeralarm* mit 21,4%.

Somit war der November 2022 beim Warenkorb mit einem Plus von 35,0% der für die Kunden teuerste Monat – knapp vor dem Dezember.

Auffällig ist zudem, dass die Spanne zwischen den niedrigsten und höchsten Preisanpassungen größer geworden ist. Was darauf hindeutet, dass Onlinedruckereien die gestiegenen Kosten unterschiedlich stark an die Kunden weitergeben.

Die Zahlen bestätigen damit aber nur, was wohl jeder mit dem Jahr 2022 verbinden wird: enorme Preissteigerungen in allen Bereichen. Schließlich wird Energie überall benötigt – da machen die Unternehmen der Druckindustrie keine Ausnahme.

## PRINTPLUS UND ZAIKIO **TAGESAKTUELLE PAPIERPREISE**

Papierpreise verändern sich sehr kurzfristig. Dies veranlasst Druckereien, die Preise telefonisch einzuholen. Ein aufwendiger und fehleranfälliger Weg, der vereinfacht werden kann.



Schwankende Papierpreise gehören zum aktuellen Tagesgeschäft. Mit einer Lösung von Printplus und Zaikio lässt sich mit den tagesaktuellen Preisen auf Knopfdruck arbeiten.

Materialbewirtschaftung war in der Vergangenheit für viele Druckereien ein unkritischer Prozess. Die Preise veränderten sich nur gelegentlich und konnten manuell oder über die vom Lieferanten gelieferte Preisliste eingelesen werden. Die hohe Dynamik der letzten Monate machen die Preispflege jedoch aufwendig.

Seit 2022 ist die Anbindung *Printplus Druck* zu *Zaikio* und zu den Lieferanten verfügbar. Mit der Version 2 der Schnittstelle kalkulieren Anwender von *Printplus Druck* auf Knopfdruck mit den tagesaktuellen und für den Betrieb ausgehandelten Preisen. Eine zusätzliche Preisabstimmung mit dem Lieferanten ist nicht mehr notwendig.

Der digitale Prozess endet jedoch nicht mit der Preis- und Verfügbarkeitsanfrage. Wird der Auftrag ausgelöst, können über die Anbindung die benötigten Materialien bei Lieferanten angemeldet und auf den geplanten Produktionstermin reserviert werden. Der Preis und die Verfügbarkeit werden sofort in digitaler Form be-

stätigt. Ein wichtiger Schritt, der auch die Kommunikation mit den Kunden der Druckerei vereinfacht. Sind Auflage, Umfang, Termin und auch das Material für den Auftrag fixiert, wird die Bestellung über das System ausgelöst. Alles ohne manuelle Schritte.

Über die Plattform von *Zaikio* können diverse Lieferanten auf die gleiche Art und Weise angebunden werden. Dies gilt nicht nur für Papierlieferanten: Bei *Heidelberg* beispielsweise können auch Platten und Farben über diesen Prozess bestellt werden. *Printplus* sieht den Vorteil der Plattform in der einheitlichen Schnittstelle für verschiedene Lieferanten. Bisher mussten Schnittstellen individuell je Anbieter programmiert werden. Dies verhinderte einheitliche Prozesse.

Der Papierhersteller *Sappi* und die Papierhändler *Antalis* und *Metapaper* sind bisher mit *Zaikio* vernetzt. »Wir sind täglich mit weiteren Lieferanten in Kontakt, die Plattform wächst laufend«, sagt **MATTHIAS PRINZ**, Managing Director von *Zaikio*.



**CCE INTERNATIONAL**  
Corrugated & Carton Exhibition

## **EUROPAS WICHTIGSTES BRANCHENEVENT**

**14. - 16. März 2023 | Messe München**

Nehmen Sie an der 6. Internationalen Fachmesse für die Wellpappen- und Faltschachtelindustrie teil. Entdecken Sie die neuesten Technologien auf Europas einzigem Marktplatz für die Branche und erfahren Sie, wie Sie Ihr Geschäft ankurbeln können!

### **WARUM SICH EIN BESUCH LOHNT**

- Entdecken Sie hautnah die neuesten Technologien und lernen Sie innovative Produkte und Maschinen kennen
- Knüpfen Sie Kontakte in der Branche sowie wirkungsvolle und dauerhafte Geschäftsbeziehungen
- Gewinnen Sie wertvolles Insiderwissen und informieren Sie sich über die aktuellen Trends und Themen der Branche

**WEITERE INFORMATIONEN:**

**WWW.CCE-INTERNATIONAL.COM**

Zusammen mit:  
**INPRINT**  
MÜNCHEN