

ÖKO-DRUCKEREI Gugler steht vor Sanierung

Während Druckereien in Deutschland den Gewinn von Nachhaltigkeitspreisen feiern, hat die *Druckerei Gugler* in Melk an der Donau ein Sanierungsverfahren beantragt.

Die Ursachen dafür seien die allgemeine wirtschaftliche Lage, die hohen Produktions- und Rohstoffkosten und die gleichzeitig geringere Nachfrage nach Printprodukten.

Es ist nun geplant, die *Gugler GmbH* mithilfe eines Investors fortzuführen. Seit der Gründung im Jahr 1989 sei der Jahresumsatz des Unternehmens auf über 11 Mio. € gestiegen. Aufgrund des international guten Rufs und des Know-hows im Öko-Druck gebe es bereits Interesse von Investoren aus der Druckbranche.

HEIDELBERG Teilnahme im UN Global Compact

Die Vereinten Nationen haben die Aufnahme von Heidelberg in die weltweit bedeutendste Initiative für nachhaltige Unternehmensführung bestätigt. Als Teilnehmer des *UN Global Compact* unterstützt der Druckmaschinenhersteller die zehn Nachhaltigkeitsprinzipien des *UN Global Compact* zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korrup-



tionsbekämpfung. »Wir haben uns bereits in der Vergangenheit aktiv für Umweltschutz und soziale Verantwortung eingesetzt und werden diese Bemühungen durch das Mitwirken im *UN Global Compact* weiter verstärken«, sagte DR. LUDWIN MONZ, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg.



Wer noch nicht von der Notwendigkeit des Klimaschutzes überzeugt ist, sollte sich das Schicksal des Inselstaates Tuvalu im Südpazifik vor Augen halten, der wie kein anderes Land vom Anstieg des Meeresspiegels bedroht ist. Australien wird jetzt alle 11.000 Einwohner als Klimaflüchtlinge aufnehmen und bietet ihnen aufgrund der Bedrohung durch den Klimawandel Aufenthalts- oder Bürgerrechte. Tuvalu wird – wie andere Inseln in der Region auch – in den nächsten Jahrzehnten weitgehend überschwemmt werden.

PROGRAMMATIC PRINT ALLIANCE PPA SCHWIMMT GEGEN DEN MAINSTREAM

Mit GOETHE'S Zitat »Widerspruch macht produktiv« hatte die *Programmatic Print Alliance (PPA)* am 18. Oktober 2023 zu ihrer zweiten Jahresversammlung nach Frankfurt am Main eingeladen.



Mit 40 Teilnehmern kamen doppelt so viele Mitglieder und Interessierte wie vor einem Jahr zur Jahrestagung. PPA-Mitglieder kommen aus allen Produktionsbereichen des Programmatic Print: Software-Häuser, Print Service Provider, Lettershops, Maschinenhersteller, Prepress Studios, Post-Dienstleister und Kreativagenturen.

Dem Tagungsmotto folgend lotste das Führungstrio der PPA – RÜDIGER MAASS, GERHARD MÄRTTERER und GUDRUN AYDT – durch den Tag und argumentierte dabei gehörig gegen den digitalen Mainstream, die Vorurteile gegen Print und den unreflektierten Umgang mit Online-Medien. Denn überall ist eine digitale Müdigkeit festzustellen, sodass wieder haptische Medien wie Print gefragt werden. Dabei wird Print durch Programmatic Print digitaler, automatisierter und viel schneller.

Da auch die drei Redner des Tages Widerspruchsgeist versprühten, wurde es ein Tag voller Inspirationen, angeregten Diskussionen und neuen Ideen für die Zukunft. So postulierte SVEN MÜLLER, CEO von *AutLay*, in seinem Vortrag: »Widerspricht den Neophobikern – KI macht Print noch programmatischer.« RAIMUND LEYKAUF, Geschäftsführer der Agentur *DialogKomplex*, widerlegte am Beispiel einer BMW-Motorradkampagne mit Katalog und den Response-Ergebnissen die Vorurteile gegen Print. Und JOACHIM GLOWALLA von *MSM-Media* sprach »Wider das Old School Print Buying«. Er zeigte dabei, wie man Budgets entfesselt, die dann ins Programmatic Print fließen können.

Im Rahmen der Jahrestagung wurde auch die intensivierte Zusammenarbeit mit dem DDV *Deutscher Dialogmarketing Verband* diskutiert. MARTIN JACOBI, Vizepräsident im DDV, stellte bei der Diskussion fest, dass »printbasiertes Dialogmarketing ein neues Level erfährt«, mahnte aber an, dass alle Beteiligten geschlossen an der stärkeren Wahrnehmung dieser sehr effektiven Gattung arbeiten müssten. »Die Vorteile liegen auf der Hand: Programmatic Print ist eine Bereicherung für den Omnichannel-Mix jedes Unternehmens.«

Ebenso positiv fiel auch der Ausblick aufs kommende Jahr 2024 aus. Dazu zwei Highlights:

Die *PPA-Academy* wird erstmals Experten fürs Programmatic Print ausbilden.

Zweitens werden die PPA und der *f:mp* die *Print & Digital Convention* in Halle 3 der *drupa* abhalten und dabei ihren Mitgliedern eine Plattform für Plug & Play-Messeauftritte bieten.

Hinzu kommt, dass die PPA auf der *drupa* die »Guided Tours« zu den Themen Programmatic Print und High Speed Inkjet inhaltlich verantwortet.

> www.programmatic-print.org