

## Bedrohliche Entwicklung

Wie *Der Standard* (Wien) berichtet, sind in Österreich 2023 erstmals mehr Werbegelder an internationale Digitalkonzerne wie *Google*, *Meta*, *Amazon* und *TikTok* geflossen als an die österreichischen Medien.

Da es in Österreich eine Digitalabgabe und entsprechende Steuern gibt, die für Werbebuchungen gezahlt werden müssen, weiß man das dort so genau.

In Deutschland liegt der Anteil von *Google*, *Meta*, *Amazon* und *TikTok* an den medienübergreifenden Netto-Werbeumsätzen laut *OMG*, dem *Verband der Mediaagenturen*, auch schon bei etwa 38%.

So schafft auch Deutschlands Wirtschaft mit großem Erfolg die einheimischen Medien 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](http://www.startnext.de/hochdruck) > [www.bvdm-online.de](http://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.*

### AACHENER ZEITUNG Mediahuis erwirbt restliche Anteile

Der Verlag der Aachener Zeitung gehört künftig zu 100% zur belgischen Mediahuis-Gruppe, nachdem die restlichen 30% der Anteile erworben wurden. Anfang 2022 hatte Mediahuis bereits 70% der Anteile von den Gründerfamilien der Aachener Zeitung erworben. Die restlichen 30% hielt die Rheinische Post Mediengruppe, die ihre Anteile verkauft hat. Die Mediahuis-Gruppe mit Sitz in Antwerpen ist in Belgien, den Niederlanden, Irland und Luxemburg aktiv. Bekannte Marken sind De Standaard in Brüssel oder De Telegraaf in Amsterdam.

### 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 Ausschreibung vorbereitet, da in der Schweiz nach der geplanten Stilllegung nicht mehr ausreichend Kapazitäten für die Produktion der Zeitschriften vorhanden seien. »Ich bedaure die Schließung sehr«, wird MICHAEL RINGIER, Verwaltungsratspräsident der Ringier AG, in der Mitteilung zitiert. Das Medienhaus blicke auf eine 190-jährige Geschichte zurück, die in Zofingen mit einer Druckerei 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.

**LIBRI-GRUPPE**  
Kerngeschäftsfeld  
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 (siehe dazu auch unseren Beitrag auf Seite 32). 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.

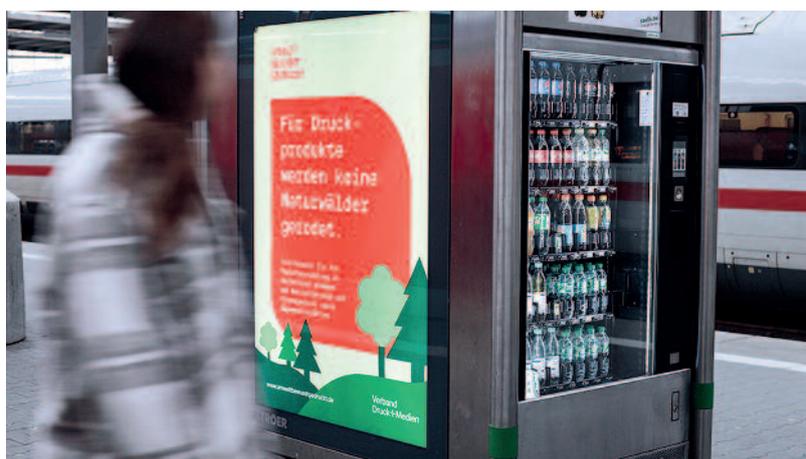
Seit 25 Jahren ist die Libri-Gruppe mit Libri und BoD Vorreiter und europaweit führend in der Print-on-Demand-Buchherstellung, steht für Erfahrung und Kompetenz in der Buchlogistik. Mit der noch unter dem Vorbehalt der kartellrechtlichen Freigabe stehenden Übernahme des Betriebs von Xerox macht Libri 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](http://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](http://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 (siehe auch Seite 41).

> [www.umweltbewusstgedruckt.de](http://www.umweltbewusstgedruckt.de)

**HEIDELBERG**  
Umsatz stabil,  
weniger Aufträge

Die Heidelberg 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 Wellpappenmarkt sowie die gemeinsam entwickelte *VariJET 106* für den Faltschachtelmarkt. Mit der Ankündigung zum Ausbau des Unter-

nehmens 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](http://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-Tintenstrahl-drucker von *Agfa* in sein Lösungsangebot aufnehmen will.

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

## RMGT-VERTRIEB Wesseler statt Chromos

Seit dem 1. Januar 2024 ist die *Hubertus Wesseler 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 übernommen. Jetzt übernahm die *Wesseler* den Deutschland-Vertrieb.

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

# FKS/Duplo System 7000i

## Leistungsstarke Broschürenfertigung bis 240 Seiten



### Produkt-Highlights

- Große Formatvielfalt wie A4 quer oder CD-Broschüren
- Optional integrierter Buchrückenformer auch bei dickeren Broschüren
- Einrichtung innerhalb von 60 Sekunden

# BUCHMARKT MEHR UMSATZ, ABER WENIGER ABSATZ

Der Börsenverein des Deutschen Buchhandels in Frankfurt am Main hat für die aufeinanderfolgenden Jahre 2022 und 2023 eine Bilanz des Buchhandels veröffentlicht, die eher gemischt ausfällt.



Der stationäre Buchhandel steht auch 2024 weiter unter Druck (Bild: Sebastian Willnow/dpa).

Im Vergleich zum Vorjahr ist der Umsatz bei den zentralen Vertriebswegen, zu denen der Sortimentsbuchhandel, Bahnhofsbuchhandlungen, Kaufhäuser, Supermärkte und E-Commerce zählen, um 2,9% gestiegen.

Beim stationären Buchhandel gab es, wie auch im Gesamtmarkt zwar ein Umsatzplus, aber auch ein Absatzminus. Der Umsatz ist im Vergleich zu 2022 um 2,8% gestiegen, das Absatzminus lag bei 2,2%.

»Auch die Buchbranche bekommt die herausfordernden Zeiten zu spüren. Doch hat der Buchhandel gegenüber einem schwachen Vorjahr wieder Umsätze gutgemacht. Denn gerade in schwierigen Zeiten nutzen Menschen Bücher, um ihr Wissen zu erweitern, abzuschalten, aber auch, um sich mit den aktuellen Realitäten auseinander-



zusetzen«, erläutert KARIN SCHMIDT-FRIDERICHS, Vorstandsvorsitzende des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels.

So sticht die Belletristik mit einem überdurchschnittlichen Wachstum heraus. Neben einer Umsatzsteigerung von 7,7% ist es auch die einzige Warengruppe, die ein Plus von 1,2% bei der Zahl der verkauften Bücher erreichte.

Darauf folgen die Sachbücher mit 2,7% Umsatzgewinn sowie Kinder- und Jugendbücher mit einem Plus von 2,4%. So konnte 2023 an die Vor-Corona-Umsätze angeknüpft und darüber hinaus ein Zuwachs von 1,6% im Vergleich zu 2019 erreicht werden.

Das Umsatzplus trotz geringerem Absatz ist jedoch das Resultat gesteigener Buchpreise um 4,9%. So kostete ein Buch im Jahr 2023 durchschnittlich 15,07 €, während es 2022 noch 13,59 € kostete.

Für das kommende Jahr erwartet der Börsenverein, dass Buchhandlungen und Verlage weiter unter wirtschaftlichem Druck stehen werden. »Kunden sind noch immer zurückhaltend im Konsum. Weniger Frequenz in den Innenstädten bedeuten auch, dass in den Buchhandlungen weniger entdeckt wird. Zudem nimmt der Kostendruck in den Unternehmen bei Energie, Beschaffung und Herstellung nur langsam ab. Im Buchhandel sind Maßnahmen wie der im vergangenen Jahr gestartete Kulturpass wichtig. Als ausgezeichnetes Instrument, junge Menschen an Kulturangebote vor Ort heranzuführen, sollte er trotz angespannter Haushaltslage unbedingt weitergeführt werden«, so KARIN SCHMIDT-FRIDERICHS.

## ONLINE VS. OFFLINE

### Deutsche shoppen wieder häufiger offline

Nach dem starken Anstieg des Online-Shoppings während der Corona-Pandemie kehren die Deutschen in den stationären Einzelhandel zurück. Der Anteil derjenigen, die mindestens die Hälfte ihrer Einkäufe online erledigen, ist von einem Drittel 2022 auf 26% gesunken. 18- bis 39-Jährige bilden hier die Ausnahme und kaufen weiterhin deutlich mehr online ein als Personen ab 40 Jahren.

Nach der repräsentativen »Digitalstudie 2023« der Postbank kaufen 30% der Deutschen im Internet, was ebenfalls einen Rückgang im Vergleich zu den Vorjahren darstellt. 2021 waren es noch 39%. Die Hauptgründe für den Online-Einkauf sind die bequeme Lieferung nach Hause (69%), die günstigen Preise und die größere Auswahl (jeweils 53%). Gegen den Online-Kauf spricht aus Sicht der Einkäufer der Wunsch, die Ware vor dem Kauf sehen, anfassen und ausprobieren (39%) sowie sofort mitnehmen zu können (37%).

#### ONLINE VS. OFFLINE

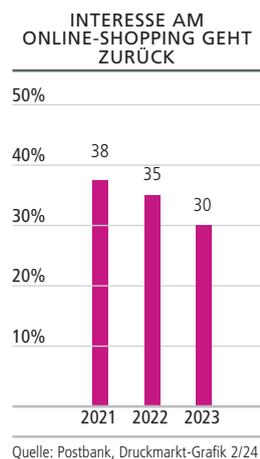


Quelle: Postbank, Druckmarkt-Grafik 2/24

nen (37%). 35% wollen den örtlichen Einzelhandel unterstützen.

»Das Einkaufsverhalten normalisiert sich wieder nach Ende der Corona-Beschränkungen und der Nachholeffekt spielt dem Einzelhandel in die Karten. Gerade für die Jüngeren ist jedoch Online-Shopping nicht mehr wegzudenken«, sagt THOMAS BROSCHE, Leiter Digitalvertrieb der Postbank.

Wie im Vorjahr spielt für die Menschen beim Onlineshopping der Umweltschutz eine Rolle: So befürworten laut Studie 83% ein gesetzliches Verbot der Retouren-Vernichtung und 79% bevorzugen Anbieter, die nachhaltige Verpackung verwenden. Angeblich bestellt knapp die Hälfte der Online-Käufer nur noch Produkte, die sie voraussichtlich nicht zurückschicken müssen.



Quelle: Postbank, Druckmarkt-Grafik 2/24

we create  
the future



**drupa**

no. 1 for printing  
technologies



Jetzt Ticket kaufen  
[www.drupa.de/  
ticket](http://www.drupa.de/ticket)



## think digital - be sustainable

Seien Sie dabei, wenn sich die internationale Printbranche auf der drupa 2024, der weltweit führenden Fachmesse für Drucktechnologien, trifft. Als Schwerpunktthemen stehen die beiden Megatrends Nachhaltigkeit und Digitalisierung, die entscheidenden Treiber globaler Transformation, im Fokus. Erleben Sie, wie Innovationen die Branche verändern. Profitieren Sie von hochkarätigem Wissenstransfer und intensivem Networking.  
drupa 2024 - we create the future

28. Mai - 7. Juni 2024

Düsseldorf

[www.drupa.de](http://www.drupa.de) #drupa2024     [drupa.com/blog](http://drupa.com/blog)



Messe  
Düsseldorf