



## PAPIERHANDEL

### Inapa unter neuem Dach

Der Papiergroßhändler *Inapa Deutschland GmbH* hatte aufgrund eines Liquiditätseingpasses am 22. Juli Insolvenz angemeldet. *Inapa Deutschland*, die größte Ländergesellschaft innerhalb der *Inapa Gruppe*, war 2020 durch den Zusammenschluss von *Papier Union* und *Papyrus Deutschland* entstanden und unterhält in Deutschland 16 Standorte, ein Logistiknetz mit über 110 Lkw und beschäftigt mehr als 750 Mitarbeiter. Seit Oktober gehört das Unternehmen zu *Japan Pulp & Paper (JPP)*. Übernommen wurden die Unternehmen *Inapa Deutschland*, *Inapa ComPlott* und *Inapa Packaging*. Der Übernahmevertrag wurde bereits unterzeichnet, die Integration ist zum 1. Dezember 2024 vorgesehen.

## CONTINENTAL

### Ende mit Walzen und Sleeves

*Continental* stellt ihr Geschäft mit Walzen und Sleeves für industrielle Anwendungen, unter anderem die Druckindustrie, bis Ende des Jahres ein. Hintergrund für diese Entscheidung des *Continental*-Unternehmensbereichs *ContiTech* ist ein seit einigen Jahren anhaltend schwieriges Marktumfeld mit hohem Wettbewerbs- und Kostendruck. Von der Einstellung sind rund 20 und Mitarbeiter in Waltershausen in Thüringen betroffen.

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

## EuGH

### Big Tech muss zahlen

Eine krachende Niederlage mussten die beiden US-amerikanischen Tech-Giganten *Apple* und *Google* Mitte September in Luxemburg kassieren. Der *Europäische Gerichtshof (EuGH)* bestätigte die

Milliardenstrafen der *EU-Kommission*. *Google* wurde wegen Machtmissbrauchs zu 2,4 Mrd. € Strafe verurteilt, *Apple* muss wegen unrechtmäßiger Vergünstigungen Steuern in Höhe von 13 Mrd. € plus Zinsen nachzahlen.

Auf *Google* dürften noch weitere Unannehmlichkeiten zukommen: Denn wegen Missbrauchs der Marktmacht beim Betriebssystem *Android* ist ein Verfahren anhängig, in dem es um eine Strafzahlung von 4,1 Mrd. € geht. Und ebenso wegen Wettbewerbsverzerrung durch den *Google*-Dienst *AdSense* ist ein Verfahren anhängig, bei dem es um 1,49 Mrd. € geht.

## 100 JAHRE Büchergilde Gutenberg

In einer Jubiläumsausstellung im *Museum für Druckkunst* feierte die *Büchergilde Gutenberg* an ihrem Gründungsort in Leipzig ihr 100-jähriges Bestehen.

Die *Büchergilde* ist ein wichtiges Element der deutschen Buchkultur. Ursprünglich aus dem Gewerkschaftsumfeld entstanden, ist sie heute eine eingetragene Verlagsgenossenschaft. Sie hat eine große künstlerische und buchhandwerkliche Tradition. Insbesondere die illustrierten Bücher begründeten den in der Verlagswelt hervorragenden Ruf der *Büchergilde*, die bis in die Gegenwart hinein zahlreiche Prämierungen und Auszeichnungen für Buchgestaltung erhalten hat.

Die Ausstellung in Leipzig machte 100 Jahre *Büchergilde* mit allen Sinnen begreifbar mit historischen Büchern, Original-Illustrationen oder besonderen Materialien. Und sie erzählte abenteuerliche Geschichten und stellte Höhepunkte sowie Umbrüche einer bewegten Historie vor.

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

## CANON

### Nachhaltigkeitspreis

Europas höchste Auszeichnung für ökologisches und soziales Engagement geht in der Kategorie Informationstechnologie an die *Canon Deutschland GmbH*. Die deutsche Niederlassung des japanischen Konzerns hat mit zahlreichen Initiativen rund um Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility die Jury überzeugt und sich an die Spitze des Wettbewerbsumfeldes mit 25 Bewerbern setzen können.

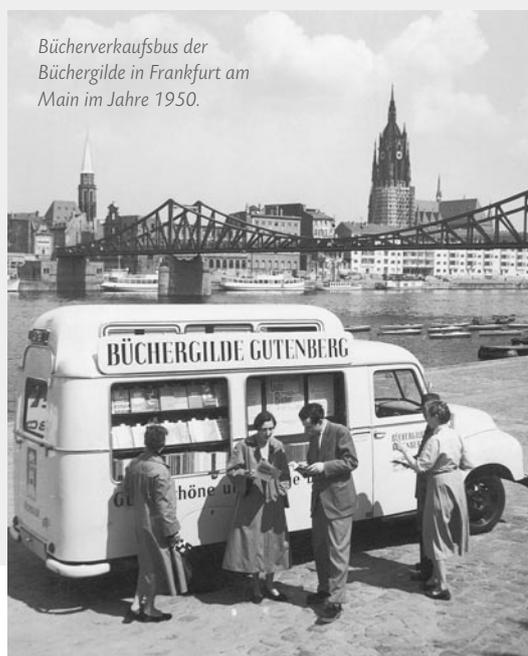
> [www.canon.de](http://www.canon.de)

## MEDIEN

### Wenig Vertrauen in Social Media

77% der Befragten einer *Allensbach*-Studie für den *MVFP* halten die TV-Programme von *ARD* und *ZDF* für vertrauenswürdige Quellen, 65% nennen die regionale Tageszeitung. Überregionale Titel folgen mit 57%. In den ostdeutschen Bundesländern vertrauen überregionale Zeitungen nur 29% der Befragten. Auch die wöchentlichen Nachrichtenmagazine *Spiegel* und *Focus* liegen mit 33% unter dem gesamtdeutschen Wert von 48%.

Soziale Medien fallen noch weiter ab. Nur 12% halten sie für zuverlässig, für 57% sind sie unglaubwürdig.



*Bücherverkaufsbus der Büchergilde in Frankfurt am Main im Jahre 1950.*

**GRUNDSTEINLEGUNG** Epson baut ein neues Experience Center in Neuss. Auf 2.600 m<sup>2</sup> entsteht ein Technologie- und Schulungszentrum für großformatige Maschinen für Textildruck, Signage, industriellen Etikettendruck, Roboter und Dry Fiber Technologie (Trockenfasern), die in Recyclingverfahren zum Einsatz kommt. Die Fertigstellung ist Ende 2025 geplant.

**JUBILÄUM** Screen Europe feiert 50-jähriges Jubiläum. Seit seiner Gründung im Jahr 1974 wurde Screen Europe zu einem Partner für mehr als 190 Druckunternehmen in 40 Ländern der EMEA-Region.

**INSOLVENZ** Die Stark Druck GmbH hat beim Amtsgericht Pforzheim ein Schutzschirmverfahren beantragt. Ziel sei es, über geeignete Sanierungsmaßnahmen im laufenden Betrieb eine Stabilisierung der Gruppe herbeizuführen und so zukunftsfähig am Markt teilzunehmen. Die beiden Tochtergesellschaften BlueLane GmbH und Konmedia GmbH seien nicht betroffen.

**SCHREIBFAUL** Rund 9% der Deutschen haben binnen eines Jahres privat keinen einzigen Brief verschickt, sagt eine Forsa-Umfrage. 43% gaben an, immerhin bis zu fünf Briefe verschickt zu haben. Lediglich 3% senden mehr als 50 Briefe pro Jahr. 20% der Befragten halten die Deutsche Post zudem für unzuverlässig.

**PORTOERHÖHUNG** Auf 95 Cent könnte das Porto für einen Standardbrief (aktuell 85 Cent) 2025 steigen, nachdem die Bundesnetzagentur der Deutschen Post eine Erhöhung um durchschnittlich 10,5% erlaubt hat. Für Pakete liegt der Erhöhungsspielraum bei 7,2%.

**UNPRODUKTIV** Unnötige 8,7 Stunden pro Woche verbringen Angestellte mit wenig produktiven Tätigkeiten, unnötigen Meetings oder redundanten Aufgaben, stellt eine Stepstone-Umfrage fest. Um ihre Leistung zu steigern, wünschen sich 46% bessere Kommunikation ihrer Führungskraft und 37% einfachere Prozesse.

## GUTENBERG-MUSEUM

# Gutenberg-Bibeln digitalisiert und öffentlich zugänglich



Microbox durchgeführt, die sich seit Jahren mit der Digitalisierung von analogem Kulturerbe beschäftigt.

Die Aufbereitung und das Bereitstellen der Aufnahmen hat die Universitätsbibliothek der Johannes Gutenberg-Universität übernommen. Auf diesem Weg sind die wertvollen Bücher der Fachwelt und der Öffentlichkeit weltweit digital zugänglich.

Interessierte können die Bibeln in der Onlinemaske durchblättern und Details in hoher Auflösung entdecken.

Die gesamten Bände können als PDFs und einzelne Seiten als JPG-Bilddateien heruntergeladen werden. Der Bibeltext kann außerdem online nach Wörtern durchsucht werden.

Der Direktor des Gutenberg-Museums ULF SÖLTER begriff die Kampagne als

Bis heute gehören die GUTENBERG-Bibeln zu den schönsten und wertvollsten gedruckten Büchern und bilden den einzigartigen Auftakt des Buchdrucks mit beweglichen Lettern.

Zwei von weltweit insgesamt nur 49 erhaltenen Exemplaren befinden sich im Gutenberg-Museum in Mainz und werden seit ihrem Zugang in die Sammlung in den Jahren 1925 und 1978 dauerhaft präsentiert. Bisher konnten die Bibeln allerdings nur in der Schatzkammer des Museums bestaunt werden.

Nach einer erfolgreichen Digitalisierungskampagne mit mehreren Projektpartnern kann nun im Portal »Gutenberg Capture« der Johannes Gutenberg-Universität Mainz online in den GUTENBERG-Bibeln geblättert werden.

Die Aufnahmen der einzelnen Seiten wurden in Kooperation mit der Bad Nauheimer

Teil eines komplexen Erneuerungsprozesses: »Das Gutenberg-Museum befindet sich aktuell in einer Phase der Transformation. Unser Auftrag ist, das analoge Erbe GUTENBERGS für die Nachwelt zu erhalten und Lösungen dafür zu erarbeiten, wie das Museum seinem Anspruch, auch im digitalen Raum erlebbar zu sein, entsprechen kann.«

Die digitalisierten Bibeln werden zudem von der Universität an das sich im Aufbau befindliche Kulturportal Rheinland-Pfalz, an die Deutsche Nationalbibliothek (DNB) sowie an die Europeana (dem Portal für digitales Kulturerbe Europas) weitergegeben, um die Mainzer GUTENBERG-Bibeln auf nationaler und internationaler Ebene besser sichtbar zu machen.

> <https://gutenberg-capture.ub.uni-mainz.de>

# VISTAPRINT WERBEARTIKEL BEEINFLUSSEN MARKEN

Für Unternehmen sind Werbegeschenke eine beliebte Maßnahme, die Markenbekanntheit und Kundenbindung zu steigern. Welche Werbeartikel liegen im Trend und welche Eigenschaften sollten sie haben?

Text und Bilder: VistaPrint

**K**leine Geschenke erhalten die Freundschaft – diese Weisheit gilt nicht nur im privaten, sondern auch im beruflichen Kontext. Ob eine kleine Tüte Süßigkeiten oder ein Regenschirm mit einem Markenlogo darauf verschenkt wird: Die meisten Menschen freuen sich über kostenlose Werbeartikel. Das geben 62% der 2.000 Menschen an, die an einer deutschlandweiten und repräsentativen Studie von VistaPrint und YouGov teilgenommen haben.

Unternehmen haben mit Werbegeschenken ein effektives und kostengünstiges Mittel, um die Bekanntheit und Kundenbindung zu steigern: 81% der Befragten, die kostenlose Werbeartikel erhalten haben, nutzen diese Produkte im Alltag. So kommen sie immer wieder mit der Marke in Kontakt – das Logo prägt sich ein. 76% erinnern sich an den Absender des Werbegeschenks und 71% geben sogar an, dass Werbegeschenke die Markenwahrnehmung positiv beeinflussen.



Kein Wunder also, dass 42% der Befragten, die in der Vergangenheit kostenlose Werbeartikel erhalten haben, anschließend Produkte derjenigen Marke gekauft haben. 46% von ihnen haben die Marke sogar weiterempfohlen. Werbegeschenke können also unglaublich wertvoll für eine Marke sein – bei vergleichsweise geringem Invest. Denn sie wirken lange nach.

## Die beliebtesten Werbeartikel

In welche Werbeartikel sollten Kleinunternehmen und Marken investieren? Welche Produkte

sind so beliebt, dass Konsumenten sie gern nutzen würden? Welche Produkteigenschaften sind den Befragten besonders wichtig?

Die Nützlichkeit der Werbeartikel steht für die Mehrheit der Befragten im Vordergrund (66%), an zweiter Stelle spielt die Nachhaltigkeit des Produkts eine große Rolle (23%). Wenn man sich anschaut, welche Aufmerksamkeiten Werbetreibende verschenken, dann ist der Spitzenreiter der Stift oder Kugelschreiber (44%), gefolgt von Tragetaschen (30%), Notizblocks (26%) und Süßigkeiten (25%).

Ein interessantes Ergebnis für alle Unternehmen, die sich eine sehr treue Kundschaft aufgebaut haben: 52% der Befragten würden sogar Geld für Produkte ausgeben, die das Logo ihrer Lieblingsmarke tragen.

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



## BERBERICH PAPIER Partnerschaft mit Lenzing Papier

Die Carl Berberich GmbH und Lenzing Papier pflegen eine langjährige Zusammenarbeit. Lenzing Papier ist ein traditionsreiches Unternehmen, das sich seit vielen Jahrzehnten einen exzellenten Ruf als umweltfreundlicher Hersteller von Recyclingpapier aufgebaut hat.

Zusätzlich zu den Recyclingpapieren der Marke VIVUS nimmt Berberich ab sofort die Papierqualitäten von Lenzing in das Sortiment auf.

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

## ANTALIS Erweitertes Sortiment

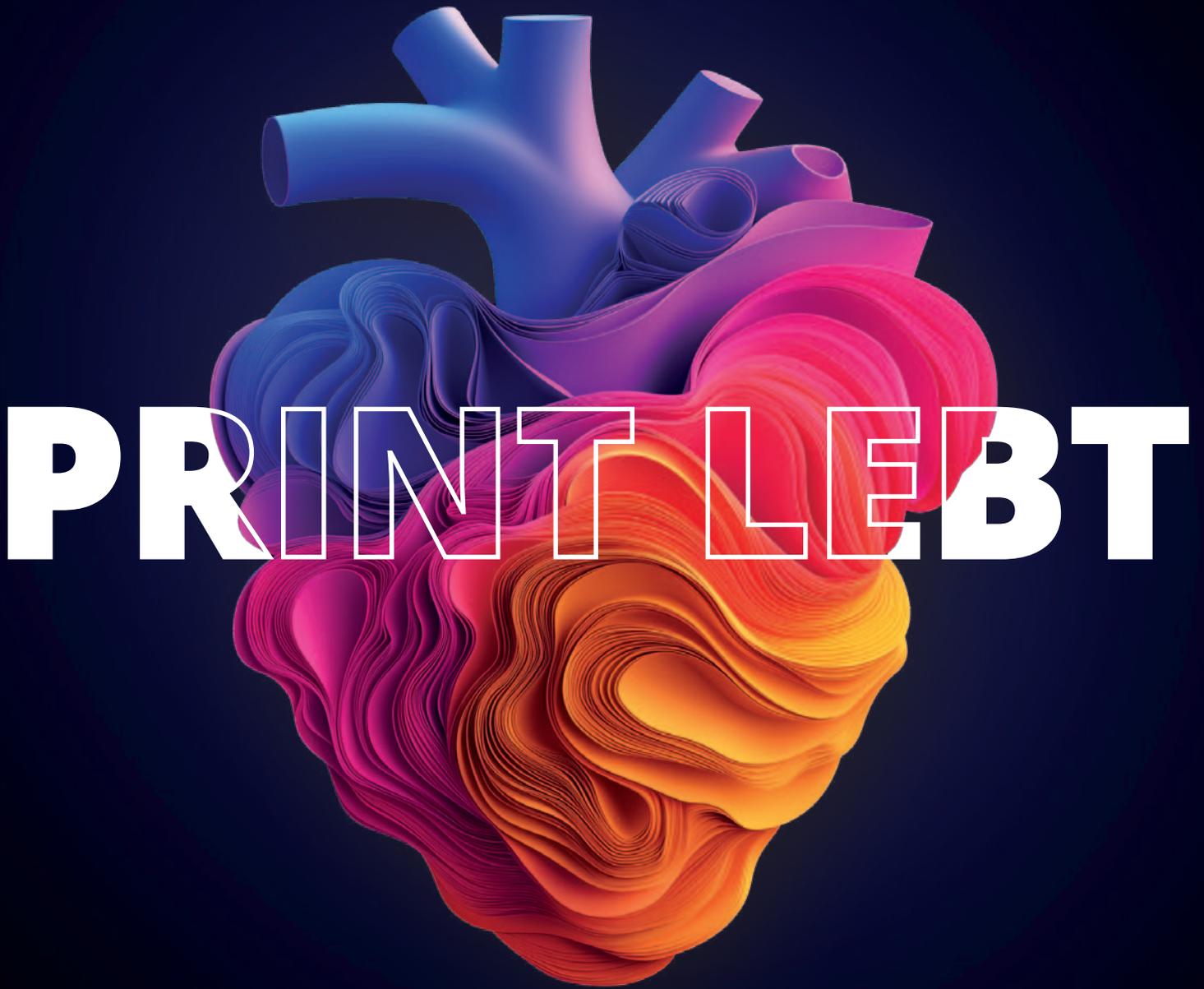
Antalis hat neue Marken in sein Sortiment aufgenommen: Yupo, Priplak, Polyart, Tyvek von DuPont und die neuen Kartonmarken CrownBoard Prestige und Craft von Billerud. Die Materialien bieten eine Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten.

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

## SAPPI CO<sub>2</sub>-Fußabdruck reduziert

2023 hat das Werk Kirkniemi von Sappi Europe auf erneuerbare Energie aus Biomasse umgestellt und damit die Emissionen um 90% reduziert. Dadurch konnte der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von Sappi Galerie-Papiersortiment insgesamt um 55% reduziert werden, und es wird erwartet, dass der Wert bis Ende des Jahres auf 70% ansteigt.

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



# PRINT LEBT

Die Initiative

## WE.LOVE.PRINT



Werde Teil  
der Initiative!

**JETZT  
BIST  
DU  
DRAN!**



... steht für eine starke Printbranche mit Zukunft.  
Ein Netzwerk, von dem alle profitieren. Eine Initiative,  
die alle(s) miteinander verbindet.



**UND VIELE MEHR!**