

INTERGRAF PRINT MATTERS KONFERENZ 2025

Die diesjährige Ausgabe der *Print Matters Konferenz* brachte mehr als 100 Branchenexperten aus 27 Ländern zusammen. Die von *Intergraf* und *NOPA* gemeinsam organisierte Veranstaltung fand unter Beteiligung des *World Print & Communication Forum (WPCF)* am 13. Juni 2025 in Zürich statt.

Text und Bild: **Intergraf**

Diese jährliche Veranstaltung dient als Plattform für Branchenführer, um sich zu vernetzen und die neuesten Entwicklungen und Perspektiven der grafischen Industrie zu erkunden. Vertreter nationaler Druckverbände, Druckereien, Zulieferer sowie Referenten und Delegierte aus aller Welt kamen auch dieses Mal wieder zusammen, um Erkenntnisse, Fachwissen und zukunftsorientierte Strategien auszutauschen.

Die Themenauswahl des diesjährigen Kongresses förderte spannende Diskussionen über die drängendsten Herausforderungen und Chancen für die Branche mit Schwerpunkt auf Geschäftsentwicklung, Nachhaltigkeit, Branchenausblick und Sicherheit. Es gab einen lebhaften Austausch über die Auswirkungen der KI-gesteuerten Produktion, die Konsolidierung der Branche durch Übernahmen und die Bemühungen um das Gewinnen der nächsten Generation von Druckfachleuten.

Die Konferenz bot außerdem praktische Einblicke in die Einhaltung der europäischen Entwaldungsverordnung (EUDR) und eine *ClimateCalc*-Fallstudie zu den Auswirkungen auf die Umwelt. Eine Podiumsdiskussion mit Lieferanten diskutierte die Zukunft des Drucks und bewertete die aktuellen Marktveränderungen sowie die Wirksamkeit von Print-

werbung in einer sich wandelnden Medienlandschaft.

Darüber hinaus befasste sich eine Sitzung mit dem Thema Cybersicherheit in der Zeitungsproduktion und mit den Entwicklungen in der Papierlieferkette sowie außerdem mit wichtigen Sicherheitsfragen für die Branche.

Die *Print Matters Konferenz 2025* bestätigte das anhaltende Engagement der Branche für Innovation, Zusammenarbeit und Nachhaltigkeit – und ihre wichtige Rolle im sich wandelnden Kommunikationsökosystem. Moderiert wurde die Konferenz von ULRICH STETTER, Präsident von *Intergraf* und Geschäftsführer des *Druckhaus Mainfranken*, und HÅVARD GRJOTHEIM, Präsident von *NOPA* und Arbeitsvorsitzender der *Scandbook Holding*.

Klare Strukturen schaffen

VINCE BANG, Executive Chairman der *Mattenbach AG*, hielt einen Vortrag über strategisches Wachstum durch Akquisitionen auf dem Schweizer Markt. Er skizzierte, wie Akquisitionen insbesondere im stabilen rechtlichen und wirtschaftlichen Umfeld der Schweiz als starke Wachstumsmotoren dienen können. Er stellte einen vierstufigen Akquisitionsrahmen vor und präsentierte Erkenntnisse, die die Notwendigkeit einer starken Führung, kultureller Anpassung

und einer klaren Ausrichtung nach der Akquisition unterstreicht. So betonte er, dass bei einer Firmenübernahme sofort eine klare Struktur anzustreben sei, bei der der alte Chef keinen Einfluss mehr ausüben dürfe, da dies Kunden und Mitarbeiter verunsichere.

TOBIAS KAASE, CEO der *media-print solutions GmbH*, hatte ebenfalls eine klare Botschaft: Anpassen oder untergehen. Er betonte, dass Digitaldruck, E-Commerce und Optimierung mittlerweile Grundvoraussetzungen für einen rundlaufenden Betrieb seien. Mit Blick auf das Jahr 2030 hob er intelligentes Drucken auf Basis von KI und Digitalisierung als Schlüssel zur Wettbewerbsfähigkeit und zur Schaffung von mehr Nutzen für die sich wandelnden Geschäftsmodelle der Kunden hervor.

Menschen für Print begeistern

SARAH SCHUMACHER, Gewinnerin des *Intergraf Young Talent Award 2025*, erläuterte, wie junge Men-

schen für die Branche gewonnen werden können. Ihre Kernbotschaft dabei: Eine entsprechende Strategie beginnt damit, wie wir den Wert des Drucks kommunizieren. Sie forderte klare Botschaften, engere Beziehungen zu Universitäten und vor allem Öffentlichkeitsarbeit jedes einzelnen Betriebs und übergreifende Werbung von den Verbänden. Schließlich hänge die Zukunft des Drucks davon ab, die nächste Generation für einen Beruf in Print zu begeistern.

Kommunikation war auch eine wesentliche Säule im Vortrag von KATARZYNA RYBICKA, Vice President of Strategy, Finance & Transformation bei *Walstead*. Sie hob hervor, wie Druckereien verunsicherte Kunden unterstützen können und unterstrich die Forderung nach klareren Regeln und besserer Kommunikation entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Sie stellte außerdem die Ergebnisse eines dreijährigen Forschungsprojekts zu biologisch abbaubaren Verkaufsständern aus PLA-Biopolymeren vor. Das Ergebnis: zertifizierte biologische Abbaubarkeit innerhalb von 16 Wochen und ein skalierbares Modell für nachhaltige Innovationen im Einzelhandel.

»Je mehr wir online sind, desto mehr sehnen wir uns nach etwas Greifbarem.«

JENNIFER KOLLOCEK

Nachhaltig und transparent handeln

MANUELA TEODORESCU, General Manager bei *Paragon*, stellte vor, wie *Paragon Western Europe* seinen CO₂-Fußabdruck mit *ClimateCalc* verwaltet.

Angesichts komplexer Emissionen an den 22 Standorten des Unternehmens und Millionen von Druckaufträgen habe das Unternehmen dieses branchenspezifische Tool eingeführt, das auf die Methodik von *Intergraf* abgestimmt ist und für mehr Transparenz und Kontrolle sorgt. Das Ergebnis seien konsolidierte Emissionsdaten, rückverfolgbare CO₂-Berechnungen auf Produktebene und eine bessere Abstimmung auf die Nachhaltigkeitserwartungen der Kunden.

Haptische Wirkung des Drucks

JUSTIN CAIRNS, Leiter der Offline-Produktion bei *Ogilvy UK*, hob hervor, wie die haptische Natur des Drucks die Wahrnehmung der Verbraucher auf eine Weise prägt, die digitale Medien nicht nachahmen können. Er erklärte, dass wir gedruckten Materialien instinktiv einen höheren Wert und mehr Vertrauen beimessen, insbesondere wenn sie gut verarbeitet oder aufwendig produziert sind. In einer Zeit, die von flüchtigen digitalen Eindrücken geprägt ist, bietet der Druck die seltene Chance, eine sinnvolle und dauerhafte Bindung beim Verbraucher zu erzeugen, die beim Publikum eine tiefere Resonanz findet.



Die diesjährige Ausgabe der *Print Matters*-Konferenz brachte mehr als 100 Branchenexperten aus 27 Ländern zusammen.

Druck erregt Aufmerksamkeit

JENNIFER KOLLOCZEK, European Planning, Marketing & Innovation Senior Director bei *Canon*, bot einen umfassenden Überblick über die sich wandelnde Rolle des Drucks inmitten großer gesellschaftlicher Veränderungen. Unter Berufung auf futuristische Erkenntnisse betonte sie, dass trotz der anhaltenden Expansion des Digitalen der Druck sich durch seine Fähigkeit auszeichnet, Aufmerksamkeit zu erregen, Vertrauen aufzubauen und in einem virtuellen Zeitalter physische Relevanz zu schaffen. Wie sie es ausdrückte: »Je mehr wir online sind, desto mehr sehen wir uns nach etwas Greifbarem.«

Strukturelle Veränderungen beim Papier

CLEMENS UNTERBERGER, Director Marketing & Sales Operations bei *Sappi*, gab einen Einblick in die strukturellen Veränderungen

auf dem europäischen Papiermarkt und wies auf einen Rückgang der Nachfrage und eine zunehmende Marktkonsolidierung hin.

Angesichts der zunehmend schwierigen Prognosen betonte er, dass *Sappi* sich weiterhin darauf konzentrieren wolle, den Wert, die Rentabilität und die Nachhaltigkeit des Drucks entlang der gesamten Lieferkette zu unterstützen.

Entwaldungsverordnung

LAETITIA REYNAUD, Senior Policy Advisor bei *Intergraf*, gab einen Überblick über die bevorstehende europäische Entwaldungsverordnung (EUDR) und deren Auswirkungen auf Druckereien. Angesichts der nahenden Fristen für die Umsetzung mahnte sie die Notwendigkeit einer frühzeitigen Vorbereitung an.

Über die Zukunft des Drucks

CHARLES JARROLD, CEO von *BPIF*, leitete die Podiumsdiskussion

mit JENNIFER KOLLOCZEK, JOCHEN BENDER (Senior Executive bei *Heidelberg*) und BRUNO MÜLLER (CEO bei *Müller Martini*). Sie diskutierten über sich wandelnde Kundenanforderungen, die Rolle von KI und Automatisierung, Nachhaltigkeit und Herausforderungen für die Belegschaft. Die wichtigste Erkenntnis: Die Zukunft des Drucks hängt von Innovation, Anpassungsfähigkeit und einer engeren Zusammenarbeit zwischen Lieferanten und Druckereien ab.

Wachsende Bedrohung Cyberkriminalität

Die Konferenz endete mit einer eindringlichen Botschaft von DICK RANZIEN, CEO der *Rodi Groep*, der davor warnte, dass Cyberkriminalität eine wachsende, aber oft unterschätzte Bedrohung für die Druckindustrie darstellt. Angesichts zunehmender Digitalisierung forderte er die Unternehmen dazu auf, der Cybersicherheit nicht erst nachträglich, sondern als zentralen Pfeiler der Unternehmensresilienz Priorität einzuräumen.

Die Konferenz wurde von der *Kurz-Gruppe* gesponsert und von *dpsuisse – swiss digital + print association* unterstützt.

Die nächste *Print Matters* Konferenz findet am 5. Juni 2026 in Budapest, Ungarn, statt.

> www.intergraf.eu



Wir schlagen den Bogen

KONZEPT, DESIGN, WERBUNG, REALISIERUNG

arcus design hat sich als kleine und flexible Agentur auf die Produktion von Zeitschriften spezialisiert, ohne das übrige Spektrum an Kreativleistungen zu vernachlässigen: Wir schlagen den Bogen von der Idee über das Layout und den Text bis zur Umsetzung als Drucksache oder als Auftritt im Internet.

arcus design & verlag oHG
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel
+49 (0) 26 71 - 38 36



www.arcusdesigns.de