



ADAC MOTORWELT Clubmagazin feiert 100-jähriges Bestehen

Rund 1.000 Ausgaben Information, Verbraucherschutz, Reisetipps, Motorsport und Clubgeschehen: Die *ADAC Motorwelt* feiert 2025 ihr 100-jähriges Bestehen. Aktuell erreicht jede Ausgabe des heute nur noch vierteljährlich erscheinenden Mobilitätsmagazins bei einer Auflage von 2,5 Mio. im Durchschnitt 5,93 Mio. Leser. Bis zur Neuausrichtung im Jahr 2020 belief sich die verteilte Auflage in der Spitze auf fast 14 Mio. Exemplaren – damit war die *ADAC Motorwelt* jahrzehntelang die auflagenstärkste Zeitschrift in Europa. Die Geschichte der *Motorwelt* ist eng verwoben mit der deutschen Geschichte und der Entwicklung der Mobilität. Was 1925 als schlichtes Mitteilungsblatt für einige Zehntausend ADAC-Mitglieder begann, entwickelte sich zu einer der meistgelesenen Zeitschriften des Landes.



Die *Motorwelt* hat Generationen von Fahrern begleitet – vom knatternden Kleinwagen über die Entwicklungen der automobilen Vielfalt bis hin zur Elektromobilität. Überschattet vom Nationalsozialismus, als der ADAC mit anderen Autoclubs gleichgeschaltet wurde, bot der ADAC mit Gründung der Bundesrepublik 1949 seine Clubzeitschrift wieder eigenständig an. Mit dem Auto-Boom und der Zunahme an Mitgliedern entwickelte sich die *Motorwelt* vom Vereinsorgan zum Interessenvertreter der Autofahrer – mit Fokus auf Verkehrssicherheit und Verbraucherschutz. Bis heute gehören die in den 1970er-Jahren etablierten Tests und die Pannenstatistik zum festen Bestandteil des Magazins. 2020 hat der ADAC die *Motorwelt* komplett neu ausgerichtet. »Mobilität und alles, was dazu gehört, wird komplexer, ebenso die Ansprüche der Leser. Deshalb war ein Qualitätsschub für die *Motorwelt* zwingend nötig. So kann der ADAC eine attraktive Zeitschrift für seine Mitglieder kostenfrei bereitstellen«, sagt *Motorwelt*-Chefredakteur MARTIN KUNZ. Neben hochwertigem Journalismus, aufwendiger Gestaltung und der inhaltlichen Neukonzeptionierung wurde die Vertriebsstruktur neu aufgestellt. Clubmitglieder erhalten ihre Ausgabe inklusive Regionalmagazin vierteljährlich kostenlos beim ADAC sowie bei über 9.000 Filialen von Edeka und Netto Marken-Discount.



ULTRAKLAR. ULTRAPRODUKTIV.

Die prozessfreie SONORA Ultra Platte repräsentiert die Spitze der Prozessfrei-Technologie mit beispiellosen Fortschritten bei Bildkontrast, Weißlichttoleranz sowie Plattenstabilität, einschließlich der Umweltvorteile durch die Eliminierung von Verarbeitungsschmelze.



©Kodak, 2025. KODAK, SONORA und das KODAK Logo sind Marken von KODAK.

DATAFORM DIALOGSERVICES L.I.Z. GRUPPE ÜBERNIMMT DATAFORM

Zum 1. August 2025 wurde die dataform dialogservices GmbH mit Sitz in Roßtal bei Nürnberg Teil der L.I.T. Gruppe aus Brake. Die Akquisition erfolgte aus einem vorläufigen Insolvenzverfahren.



Blick ins Fulfillment- und Logistikzentrum von dataform in Roßtal. Automatisierte Intralogistik ist die Basis für ganzheitliche E-Commerce- und Fulfillment-Leistungen (Foto: dataform).

Mit dem Erwerb der *dataform dialogservices* erweitert der Logistikdienstleister *L.I.T. Group* (das Kürzel steht für Logistik, Information und Transport) sein Portfolio um Leistungen im Dialogmarketing, E-Commerce Fulfillment sowie digital unterstütztem Print- und Outputmanagement.

Der Standort bleibt nach Aussage der *L.I.T. Group* bestehen, alle 230 Mitarbeitenden würden weiterbeschäftigt. Damit setze die *L.I.T. Gruppe* zugleich einen wichtigen Meilenstein für den gezielten Ausbau ihrer Aktivitäten und Kompetenzen und erschließt neue Marktpotenziale im Dialogmarketing und Digitaldruck.

dataform verfügt über eine moderne logistische Infrastruktur

mit rund 45.000 m² Lager- und Produktionsfläche, automatisierter Intralogistik mit 18 Kommissionierstationen, etwa 30.000 Palettenstellplätzen und 90.000 Fachbodenlagerplätzen.

Das Unternehmen bietet Leistungen vom Wareneingang über Bestellabwicklung, Konfektionierung, Versandmanagement bis hin zur Retourenbearbeitung. Ergänzt wird das Fulfillment-Angebot durch ein breites Portfolio an dialogorientierten Leistungen, wie personalisierte Mailings, Digitaldruck, Katalogproduktion, Portomanagement sowie hybride Versandlösungen. Zudem übernimmt *dataform* das gesamte Outputmanagement von Rechnungen, Auftragsbestätigungen, anderen Geschäftsdokumenten sowie Customer-Care-Dienstleistungen.

Die *dataform dialog solutions GmbH* wird die Geschäftstätigkeit der bisherigen *dataform dialogservices GmbH* als operativ eigenständiges Unternehmen innerhalb der *L.I.T. Gruppe* weiterführen.

KLAUS VOLLMER, zukünftiges Mitglied der Geschäftsleitung, freut sich über die neue Perspektive: »Unser Standort, unsere Systeme und die Erfahrung unseres Teams sind eine gute Ergänzung zu den bestehenden Strukturen. Gemeinsam werden wir im Zuge der neuen Gruppen-Zugehörigkeit zusätzliche Dienstleistungen auf den Weg bringen.«

> www.dataform.group
> www.lit.de

PLOCKMATIC

Produktion geht nach Lettland

Die *Plockmatic Gruppe* wird den Großteil ihrer britischen Montagetätigkeit von Milton Keynes in ein Fertigungs-, Montage- und Logistikwerk nach Lettland verlegen. Hintergrund ist, sich noch stärker auf kosteneffiziente und hochproduktive Weiterverarbeitungssysteme zu konzentrieren. Zu den weiteren Plänen gehören die Entwicklung von Inline- und Offline-Finishing-Technologien, um die Produktion von Einzelblatt-Toner- und Inkjet-Geräten zu unterstützen. Die Bereiche Lagerhaltung, Forschung und Entwicklung, Service und Vertrieb sowie das Marketing des Tochterunternehmens *Morgana Systems* verbleiben in Milton Keynes.

LEXMARK

Xerox-Übernahme stärkt Marktposition

Xerox hat die Übernahme von *Lexmark* für einen Kaufpreis von rund 1,5 Mrd. US-Dollar abgeschlossen. So entsteht ein Unternehmen, das zu den größten Anbietern im Markt für Drucker gehört und nach eigenen Angaben bei Managed Print Services führend ist. Beide Unternehmen wollen damit ihre Marktposition stärken und gemeinsam schneller wachsen.

Das vereinte Unternehmen betreut den Angaben zufolge mehr als 200.000 Kunden in über 170 Ländern und betreibt 125 Standorte in 16 Ländern. Die Übernahme soll auch die Produktionskapazitäten erhöhen und die Vertriebsreichweite ausbauen. Dadurch erhofft sich *Xerox* Umsatzwachstum und Kosteneinsparungen, die bis Ende 2027 rund 240 Mio. \$ erreichen sollen.

ACTEGA Rechtliche Zusammenlegung

Actega, Hersteller von Speziallacken, Druckfarben, Klebstoffen und Dichtungsmassen für die Druck- und Verpackungsindustrie, hat die rechtliche Zusammenlegung seiner drei operativen deutschen Gesellschaften *Actega DS GmbH*, *Actega Rhenania GmbH* und *Actega Terra GmbH* auf die bisherige Muttergesellschaft *Actega GmbH* bekanntgegeben. Durch die Verschmelzung bildet *Actega* eine Einheit, deren neu ausgerichtete Organisationsstrukturen eine verstärkte standortübergreifende Zusammenarbeit in Deutschland ermöglichen.

»Der Zusammenschluss dieser deutschen Standorte bringe auch den Kunden und Partnern Vorteile«, sagt THORSTEN KRÖLLER, Leiter des Geschäftsbereichs *Actega* und Vorsitzender der Geschäftsführung *Actega GmbH*.

> www.actega.com

ANTALIS Übernahme von Club Groupe

Antalis gibt bekannt, dass es eine verbindliche Vereinbarung zur Übernahme von *Club Groupe*, *Digital Printing France* und *Technical Digital Printing* unterzeichnet hat. *Club Groupe* ist ein anerkannter Akteur im Bereich der visuellen Kommunikation in Frankreich. Diese Akquisition ist Teil der Strategie von *Antalis*, seine führende Position in Europa zu festigen, insbesondere auf dem französischen Markt nach der kürzlichen Übernahme von *Poi-too Adhésifs*. Die Vereinbarung

steht noch unter den üblichen aufschiebenden Bedingungen. Mit dieser neuen Akquisition wird *Antalis* seine Kompetenz im Bereich der visuellen Kommunikation in Frankreich durch die Integration eines Portfolios treuer Kunden, eines erfahrenen Vertriebsteams und eines soliden Netzwerks von technischen Partnern erheblich stärken.

> www.antalis.de

ÜBERNAHME TCG übernimmt Orwo Net

The Customization Group (TCG, *Picanova GmbH*), einer der führenden Anbieter von personalisierten Print-on-Demand-Produkten unter anderem mit den Marken *MeinFoto* und *merchOne*, hat die Übernahme der insolventen *Orwo Net GmbH* erfolgreich abgeschlossen. Mit der Integration des Traditionsunternehmens stärkt TCG seine Produktionskapazitäten in Europa deutlich und setzt ein klares Zeichen für Wachstum, Arbeitsplatzsicherung und technologische Transformation am Standort Bitterfeld-Wolfen.

Die *Orwo Net GmbH*, hervorgegangen aus der traditionsreichen Marke *Orwo* (>Original Wolfen<), ist seit mehr als einem Jahrhundert eine feste Größe im Bereich Fotoprodukte. Nach dem im März 2025 gestellten Insolvenzantrag übernimmt TCG nun die wesentlichen Vermögenswerte des Unternehmens, sichert den Fortbestand des Produktionsstandorts Bitterfeld-Wolfen und übernimmt einen Großteil der Mitarbeiter. Nicht übernommene Arbeitsverhältnisse werden im Rahmen des Insolvenzverfahrens unter größtmöglicher sozialer Verantwortung beendet.

> www.tcggroup.com

HARVARD STUDIE Ist KI der Tod der Karriereleiter?

Eine *Harvard*-Studie mit 285.000 Unternehmen zeigt, dass sich durch Künstliche Intelligenz (KI) die Job-Strukturen verändern. In der in den USA durchgeführten Studie wurde deutlich, dass KI junge Arbeitnehmer stärker betrifft als erfahrenere Kollegen. Dieses Phänomen ist auch hierzulande in der Agenturszene zu erkennen – und steht exemplarisch für andere Branchen.



In Agenturen bricht in Folge der Möglichkeiten von KI die Nachfrage nach Juniors ein, jenen Berufsanfänger, die entweder gar keine oder bis zu drei Jahre Erfahrung auf dem Arbeitsmarkt haben. Gleichzeitig werden fast nur erfahrene Mitarbeiter mit langjähriger Berufserfahrung (Seniors) gesucht. Bilder freistellen, Präsentationen vorbereiten, Fotos suchen und auswählen – alles Arbeiten, die bisher von Juniors durchgeführt wurden, erledigt KI in Sekunden. Dies machen die Seniors jetzt also mithilfe von *ChatGPT* oder anderen KI-Tools nebenbei und liefern so denselben Output, als arbeiteten ihnen mehrere junge Kollegen zu – das allerdings zu einem Bruchteil der Kosten. Die *Harvard*-Forscher nennen das »Seniority-Biased Technological Change«, also einen technologi-

schen Wandel unter Berücksichtigung der Erfahrung. Im Klartext: Die Einstiegsjobs verschwinden, weil die Karriereleiter keine unteren Sprossen mehr hat. Profitieren wir also gerade von einer Technologie, die der nächsten Generation den Einstieg verwehrt?

Der Haken an der Sache

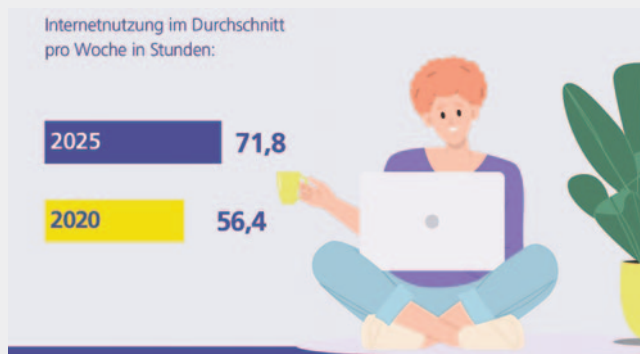
Die Leistungssteigerung durch KI wird zwar Inhaber oder Controller freuen, ist aber sehr kurz gesprungen. Denn woher kommen in zehn Jahren die erfahrenen

Leute, wenn wir sie heute nicht mehr ausbilden? Denn ohne die Jahre des Lernens und des Scheiterns, des Hineinwachsens in Beruf und Branche fehlt genau die Erfahrung, die Künstliche Intelligenz nicht hat: Das Verständnis dafür, warum eine Kampagne floppen kann, die Fähigkeit, aus einem vagen Briefing eine kreative Lösung zu machen oder eine Idee in eine druckreife Lösung umzusetzen. Bisher ist Print bei der Ausbildung standhaft geblieben, sucht Auszubildende und beschäftigt sie auch. Diese Tugend könnte Print für junge Menschen gegenüber anderen Branchen attraktiv machen. Schließlich wird die Zukunft der Druckindustrie nicht alleine durch Technologie bestimmt oder im Management entschieden, sondern auch von jungen Menschen.

POSTBANK DIGITALSTUDIE

DEUTSCHE SIND DREI TAGE/WOCHE IM NETZ

Die Bundesbürger verbringen so viel Zeit im Internet wie nie zuvor – und das vor allem mit dem Smartphone. Das ist das Kern-Ergebnis der repräsentativen Postbank Digitalstudie 2025.



Knapp 72 Stunden pro Woche ist jeder Deutsche im Schnitt online – das sind drei Tage! Vor fünf Jahren lag die Internetnutzung noch bei rund 56 Stunden wöchentlich. 18- bis 39-Jährige verbringen jede Woche sogar fast 86 Stunden im Internet.

»Das Internet ist der zentrale Taktgeber im Alltag. Messenger, Streaming, aber auch das mobile Banking sind für viele inzwischen selbstverständlich«, sagt THOMAS BROSCHE, Leiter Digitalvertrieb der Postbank. »Das Smartphone ist zum ständigen Begleiter geworden, mit großem Abstand vor Laptops, Tablets und PCs.« Wie wichtig das Smartphone für das digitale Leben ist, zeigt auch die Nutzungsdauer. Mit keinem anderen Gerät verbringen die Bundesbürger mehr Zeit im Internet: Fast 26 Stunden sind sie damit pro Woche online – fast zehn Stunden mehr als noch vor fünf Jahren. Dahinter rangieren Notebooks und Laptops mit gut elf Stunden und erst dann Desktop-PCs mit fast zehn Stunden.

Was machen die Deutschen online?

81% nutzen mehrmals pro Woche bis täglich Messenger-Dienste wie WhatsApp oder Signal. 70% suchen gezielt nach Informationen und Nachrichten, ebenso viele sind regelmäßig in sozialen Netzwerken wie Instagram und Facebook aktiv. Jeweils rund die Hälfte der Befragten schaut Videos auf YouTube und Filme oder Serien auf Streaming-Plattformen oder erledigt online Bankgeschäfte.

Jüngere zeigen digitale Sättigung

Die intensive Nutzung führt bei vielen aber auch zu einer Sättigung: 72% der Befragten wollen ihre Online-Aktivität nicht weiter steigern. Knapp 20% wollen die Zeit im Internet sogar bewusst einschränken. 36% der 18- bis 39-Jährigen wollen künftig weniger online sein und sich zum Beispiel persönlich mit Familie und Freunden treffen.

Für die Postbank Digitalstudie 2025 wurden zwischen Mai und Juni dieses Jahres 3.050 Bundesbürger befragt.

EMOJIS**62% fühlen sich durch Emojis verwirrt**

Herzchen, Kuss und Winkehand, Smiley, Sonne und Rake – Emojis gehören für viele Menschen in Deutschland zu jeder Textnachricht dazu. 21% nutzen sie in jeder ihrer Nachrichten, Frauen mit 25% häufiger als Männer mit 17%. Bei den unter 30-Jährigen garnieren 34% jede Nachricht mit einem Emoji und bei den über 65-Jährigen sind es 12%. Nach der repräsentativen Befragung des Digitalverbands Bitkom kommunizieren lediglich 14% komplett Emoji-frei.

»Emojis sind zu einer eigenen Form der digitalen Sprache geworden. Sie helfen, Emotionen auszudrücken, Botschaften zu verstärken und die Tonalität in der schriftlichen Kommunikation klarer zu machen«, sagt DR. KONSTANTIN PEVELING, Social-Media-Experte des Bitkom. »Emojis schaffen Nähe – auch über Sprachgrenzen hinweg.«

Man kann aber durchaus auch anderer Meinung sein!

Der Schriftgestalter ERIK SPIEKERMANN ist bekennender Emoji-Hasser. Er hält die kleinen Grins-, Zwinker- oder Heul-Gesichter für einen Rückfall in »die Bronzezeit der Sprache«: Statt Verbindlichkeit und Komplexität produzierten sie Oberflächlichkeit und Missverständnisse. Das bestätigt auch die Studie von Bitkom: Nicht immer fällt es den Empfängern leicht, die Botschaft hinter den Emojis zu entschlüsseln. Bei 62% haben Emojis schon zu Verwirrungen in Konversationen geführt. Und 20% sagen: »Ich bin von Emojis genervt«.

Zwar hat Bitkom auch nachgefragt, welche Emojis die beliebtesten sind. Dafür ist uns der Platz aber zu schade.

WKS-GRUPPE**Übernahme der Colordruck Solutions**

Die WKS Gruppe, Essen, baut ihre Marktposition in der Druckindustrie aus und hat die Print Media Group GmbH übernommen. Diese betreibt unter dem Namen ColorDruck Solutions eine Bogenoffset- und Digitaldruckerei in Leimen bei Heidelberg. Bisheriger Gesellschafter der Print Media Group GmbH war die Dierichs Druck+Media GmbH in Kassel. Im Zuge der Einbindung von ColorDruck erweitert die WKS Gruppe ihr Leistungsportfolio und stärkt ihre fachliche Kompetenz im Bogenoffset und Digitaldruck. Das Portfolio der WKS Gruppe umfasst neben Rollenoffsetdruck auch Bogen- und Digitaldruck, Weiterverarbeitung, Logistik und Cross-Media-Services wie Marketingportale und Closed-Shops.

ECO3**Investition in saubere Lufttechnologie**

ECO3, Anbieter von Druckvorstufen- und Drucklösungen, feierte einen Meilenstein beim Bau einer RTO-Anlage (Regenerative Thermal Oxidizer) zur thermischen Abgasreinigung in seinem Werk in Wiesbaden. CHRISTIAN TEBROKE, CEO von ECO3, bezeichnet die Investition in Höhe von rund 3 Mio. € als »Signal für die Stärkung der Produktion in Wiesbaden«, die wesentlicher Bestandteil des globalen Produktionsnetzwerks

und damit der mittelfristigen Strategie sei. ECO3 bietet eine breite Palette integrierter Lösungen für Akzidenz-, Zeitungs-, Verpackungs- und Etikettendruckereien. Zu den Lösungen gehören Druckplatten, CtP-Systeme, Workflow- und Druckmanagement-Software sowie Druckerchemikalien.
> www.eco3.com

PERLEN PAPIER Stellenabbau in der Papierfabrik

Der Schweizer Hersteller von Pressepapieren passt aufgrund der anhaltend herausfordernden Marktsituation seine Produktionskosten an. Unter anderem soll bei *Perlen Papier* das Personal reduziert werden.

Mit einer Neuausrichtung soll die Zukunftsfähigkeit des Produktionsstandorts in Perlen gesichert und die Kostenbasis nachhaltig optimiert werden. Die anhaltend schwache Papiernachfrage und eine sich weiter akzentuierende Konsolidierung im europäischen Papiermarkt sorgen für ein anspruchsvolles Marktumfeld, erklärt der Hersteller von Zeitungsdruckpapieren und LWC.

PRISMA 6,9 Mio. Druckauflage plus 1,7 Mio. E-Paper

Der Düsseldorfer *Prisma-Verlag* hat einen Deal mit sechs neuen Tageszeitungen als Trägertitel eingefädelt. Seit dem 1. Juli liegt das gedruckte Wochenmagazin einem vollwertigen TV- und Unterhaltungsteil dem *Anzeiger*



für *Harlingerland* und der *Emder Zeitung* bei. Ab dem Jahreswechsel erscheint *Prisma* dann auch in der *Frankfurter Neue Presse*, den *Lübecker Nachrichten*, dem *Offenburger Tageblatt* und als Beilage der *Walsroder Zeitung*. Die Gesamtauflage steigt ab 2026 somit in der IVW-Zählung auf 8.600.908 Exemplare, darunter 1.688.195 E-Paper.

PAPYRUS SCHWEIZ Partnerschaft mit Planzer

Per 1. Januar 2026 übernimmt die *Planzer Transport AG* das Dispositions- und Fahrpersonal sowie die Fahrzeuge von der *Papyrus Schweiz AG*. Mitarbeiter, Know-how und Distributionsstandorte bleiben erhalten. »Unser Anspruch ist es, für unsere Kunden ein zuverlässiger und wettbewerbsfähiger Geschäftspartner zu sein. Mit *Planzer* haben wir einen Partner gefunden, der es uns ermöglicht, unser Serviceniveau langfristig abzusichern und auszubauen«, sagt ANDRÉ MOHLER, Sales Director Print, *Papyrus Schweiz*. Die Partnerschaft zwischen *Papyrus Schweiz* und *Planzer* unterstreicht den gemeinsamen Anspruch, die Distributionsqualität laufend zu optimieren.

FKS/Duplo DuSense DDC-810 Pro Veredeln Sie Ihre Zukunft mit digitaler UV-Spot-Lackierung

FKS
GRAFISCHE MASCHINEN
ALLES NACH DEM DRUCK

Highlights

- UV-Spotlackierung von 10 Mikron – 80 Mikron in einem Durchgang
- Für Offset- und Digitaldrucke bis zu 750 x 364 mm und 450 g/m²
- Verwendung von 600 x 600 dpi Piezo Druckköpfen
- Automatisierter Rüstvorgang (Barcode-Erkennung)



KOENIG & BAUER

INITIATIVE ›PROTECTED AT PRINT‹

Mit der Initiative *protected at print* gibt Koenig & Bauer Vision & Protection neue Impulse für eine erweiterte Wertschöpfungskette. Anwender sollen in die Lage versetzt werden, sich von reinen Dienstleistern zu vollwertigen Schutzpartnern für ihre Kunden zu entwickeln.

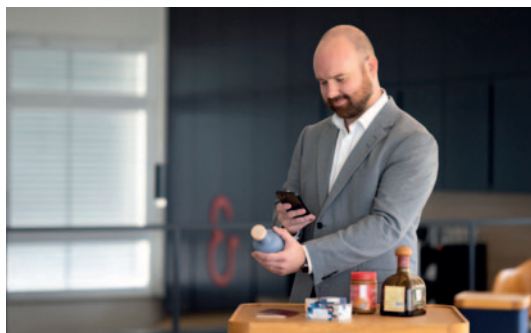
Koenig & Bauer Vision & Protection bietet unter dem Dach von *protected at print* Technologien, die direkt im Druckprozess angewendet werden können, darunter *Stegano*, *Daktylo* und *Ovjera*. Durch

den und Druckaufträge eingesetzt werden kann, was den Produktschutz für Druckereien höchst effizient macht. Produktpiraterie kostet Unternehmen jährlich Milliarden, nicht nur

Um die Implementierung so einfach und flexibel wie möglich zu halten, hat das Team von Koenig & Bauer Vision & Protection darauf geachtet, dass keine Änderungen an Lieferketten oder den bestehenden Prepress-Workflows erforderlich sind.

Varnish protect ›aegis‹ verwendet gebrauchsfertige, manuell aufs Druckbild anpassbare Lackplatten, die sich wie jede Standard-Lackplatte in das Lackwerk integrieren lassen. Dies gewährleistet, dass es keine Beeinträchtigung der Produktionsgeschwindigkeit oder -qualität gibt und bietet maximale Flexibilität auf verschiedenen Druckmaschinen und Technologien. Zudem ist die Technologie kompatibel mit einer breiten Palette von getesteten Lacken. Marken, die ihre Produkte mit dieser Technologie schützen lassen, können die Echtheit der Erzeugnisse mithilfe der App *a verification app (ava)* überprüfen. Die unsichtbaren Daten können so einfach gelesen und verifiziert werden. Die App, eine robuste Multi-Technologie-Plattform, ermöglicht eine schnelle Offline-Verifizierung von Euro-Banknoten und aktivierten Verpackungen.

> www.koenig-bauer.com



Marc Hunsänger, Director Protection Technologies bei Koenig & Bauer Vision & Protection, zeigt, wie einfach es sein kann, Druck-Erzeugnisse zu schützen und zu überprüfen.

die direkte Integration dieser Sicherheitslösungen erhöht sich nicht nur die Produktsicherheit, sondern auch die Produktionseffizienz.

Als erstes Produkt dieser Initiative stellt Koenig & Bauer *varnish protect ›aegis‹* vor. Diese innovative Lackschutzlösung nutzt die *Stegano*-Technologie, um versteckte Informationen wie Codes oder Bilder nahtlos in die Lack-schicht von Druck-Erzeugnissen zu integrieren, ohne das Produktdesign oder bestehende Produktionsprozesse zu beeinträchtigen. Ein herausragender Vorteil ist, dass eine einzige Lackplatte für unterschiedliche Kun-

durch Umsatzeinbußen, sondern auch durch schwindendes Kundenvertrauen und einen beschädigten Markenruf. *Varnish protect ›aegis‹* ist hierbei ein wirksames Werkzeug, um mit kryptografischer Sicherheit und sofort aktivem Herkunftsnachweis, der eine Rückverfolgbarkeit bis auf die Chargenebene ermöglicht, die Integrität von Marken zu festigen. Das Tool ist ideal geeignet, um Waren in kritischen Märkten wie Baby-nahrung, Gesundheitsprodukte, Pharmazeutika und Spielzeug zu schützen und Authentizität dort zu gewährleisten, wo es am wichtigsten ist.

DR. HÖNLE AG Namensänderung und Rebranding

Der UV-Spezialist Dr. Hönle AG vereint seine Unternehmensgruppe unter einer starken, zukunftsorientierten Marke: Sowohl die Tochtergesellschaften als auch die Muttergesellschaft firmieren künftig unter *Hoenle* – so wird die Dr. Hönle AG zur *Hoenle AG*.



Dieser Schritt spiegelt die Weiterentwicklung der Gruppe wider und sorgt für Klarheit.

Hoenle ist seit vielen Jahren die Muttergesellschaft einer Gruppe von verschiedenen Industrie-Spezialisten für UV- und Klebstofftechnologien, die seit 2023 in drei Geschäftsbereiche gegliedert sind: Curing, Disinfection und Adhesive Systems.

Die gemeinsame Unternehmensmarke wird begleitet von einem neuen Corporate Design und einer neuen Website.

> www.hoenle.com

CCS DEUTSCHLAND Übernahme durch Paragon

Die im Frühjahr angekündigte Übernahme der *Computershare Communication Services GmbH (CCS Deutschland)* ist durch *Paragon* nun abgeschlos-

sen. *Paragon* ist ein globaler Unternehmensdienstleister.

CCS Deutschland hat in München bislang jährlich 250 Millionen Druckseiten und 40 Millionen physische Dokumentensendungen mit modernster Produktionstechnologie hergestellt. Zudem ist *CCS* Anbieter von Omnichannel-Kundenkommunikation.

Der neue Standort wird *Paragon* im Sinne der Multi-Site-Strategie ermöglichen, schneller auf Kundenanfragen zu reagieren, zur Optimierung von Postdienstleistungen beitragen und damit zur Senkung von Kosten und Kohlenstoffemissionen.

> www.paragon.world

FELDMUEHLE Restrukturierungsmaßnahmen

Nach intensiven Gesprächen mit dem Betriebsrat hat die *Feldmuehle* die geplanten Restrukturierungsmaßnahmen umgesetzt. Wesentliche Elemente dieser Reorganisation sind Anpassungen der Produktionskapazitäten, Veränderungen im Management sowie im Schichtsystem.

Im Zuge der Reorganisation am Standort Uetersen wird auch der Vertrieb neu aufgestellt.