

KI-generiert mit FluxPro auf 123rf.



BRIEFODRUCK Sock Exchange per Mail

Dass sich die Mailing-Experten von *briefodruck Fülle* für keinen Blödsinn zu schade sind, beweisen sie immer wieder mit der Aussendung ihres Magazins *Dor kleene Mailingfuchs*, in dem aktuelle System-Mailings und besondere Mailing-Formen vorgestellt werden.

So auch in der jüngsten Ausgabe: Bei der Aktion ›Sock Exchange‹ konnte eine alte Socke gegen ein schickes, neues Paar getauscht werden. Dafür stand natürlich ein eigens angefertigtes Antwort-Kuvert zur Verfügung. Mitmachen konnten natürlich nur die Empfänger des Magazins mit dem darin enthaltenen Spe-

BVDM

Gedruckte Gebrauchsanleitungen bewahren

Der Bundesverband Druck und Medien e. V. (BVDM) spricht sich in einer laufenden EU-Konsultation entschieden gegen den Kommissionsvorschlag aus, gedruckte Gebrauchsanleitungen faktisch abzuschaffen.

Im Rahmen der sogenannten ›Omnibus-IV‹-Initiative soll es nach dem Willen der *EU-Kommission* künftig möglich sein, Gebrauchsanleitungen nur noch digital bereitzustellen – eine Entwicklung, die aus Sicht des BVDM einen deutlichen Rückschritt im Verbraucherschutz darstellt.

Konkret sieht der neue EU-Vorschlag vor, dass Gebrauchsanleitungen für Produkte nur noch auf ausdrückliche Anforderung in gedruckter Form und lediglich innerhalb von sechs Monaten nach dem Kauf zur Verfügung gestellt werden müssen. Damit würde die bisherige Bringschuld der Hersteller in eine Holschuld der Käufer verwandelt – mit weitreichenden Folgen für Sicherheit, Inklusion und Transparenz.

Der BVDM appelliert daher an die Entscheidungsträger in Berlin und Brüssel, den Käuferschutz, insbesondere für Verbraucher beziehungsweise Patienten, zu wahren und über die Effizienzinteressen der Produkthersteller zu stellen.

> www.bvdm-online.de



zialmailing ›Sock Exchange‹ und dem entsprechenden Antwortkuvert.

> www.briefodruck.de



#PRINTPOSITIVE

Neues VDMB-Jahresmagazin

Mit der aktuellen Ausgabe seines Jahresmagazins unter dem Motto *#Printpositive* rückt der *Verband Druck und Medien Bayern (VDMB)* die Zukunftsfähigkeit der Branche in den Mittelpunkt. In einem Spannungsfeld aus Digitalisierung, nachhaltigem Wandel und wirtschaftlichen Herausforderungen zeigt das Magazin, wie innovativ und anpassungsfähig die Druckunternehmen heute agieren.

Die Beiträge des Jahresmagazins geben dafür inspirierende Einblicke in aktuelle Entwicklungen, zeigen erfolgreiche Strategien aus der Praxis und rücken die Menschen in den Mittelpunkt, die mit Leidenschaft und Know-how die Branche vorantreiben. Es geht dabei nicht nur um den Blick auf das große Ganze, sondern auch darum, was eine positive Haltung in der unternehmerischen Praxis bedeutet.

Seit Jahren beweist das VDMB-Jahresmagazin, dass Print mehr ist als Information – es ist Erlebnis. Die aktuelle Ausgabe glänzt durch ein modernes, klares Design und eindrucksvolle Haptik. Dafür vereint es besondere Papiere, anspruchsvollen Druck und ausgefeilte Buchbindetechnik. Gedruckt mit sechs leuchtenden *Pantone*-Farben von *Epple Druckfarben* bei *multi-druck* in Neusäß, auf Papieren von *Gmund*, gebunden von *Rudolph Druck* in Schweinfurt, mit Folienschnitt mit *Kurz Folie* von *Richard Mayer Buchbindermeister* veredelt und in einem maßgeschneiderten Schubert von *innokart* aus München, steht das Magazin selbst für die Innovationskraft und das hohe Qualitätsniveau bayerischer Druckereien.

Das Magazin *#Printpositive* ist Aushängeschild und Ergebnis einer engagierten Gemeinschaftsarbeit mehrerer VDMB-Mitgliedsunternehmen.

> www.vdmb.de

US-ZEITUNGEN

9% Artikel bereits mit KI

Rund 9% aller neuen Zeitungsartikel in den USA sind zumindest teilweise KI-generiert, sagt eine Studie der *Uni Maryland*. Lokalzeitungen nutzen KI demnach häufiger (9,3%) als überregionale Blätter (1,7%). Besonders häufig kommt KI bei Wetter-, Technik- und Gesundheitsthemen zum Einsatz. Allerdings wird die fast völlig fehlende Transparenz bemängelt.



SCHON EIN TREND?
Social Media geht um 10% zurück

Die österreichische Tageszeitung *Der Standard* veröffentlichte Zahlen einer Studie, nach der Menschen in 50 Ländern nur noch 140 Minuten pro Tag durchschnittlich mit Social Media verbringen. Die Studie der *Financial Times* stellte dabei fest, dass dies ein Rückgang von fast zehn Prozent, verglichen mit 2022 sei. Nach der Studie ist das Minus bei Menschen im Alter unter 30 Jahren besonders stark, obwohl sie eigentlich im Ruf stehen, soziale Medien besonders exzessiv zu nutzen.

BOT-TRAFFIC IM WEB

Immer weniger echte Nutzer

Menschliche Website-Besucher werden allmählich zur Mangelware: Eine neue Analyse zeigt, wie *Google*, *ChatGPT* und Co. mit ihren Bots die Spielregeln im Netz verändern – und warum Publisher Alarm schlagen, meldet das IT-Magazin *t3n*, das sich auf Zahlen des Paywall-Dienstleisters *Tollbit* bezieht. Im zweiten Quartal 2025 sei die Zahl echter Besucher auf Websites um rund zehn Prozent gesunken. Gleichzeitig habe sich der Anteil automatisierter Aufrufe vervielfacht. Während Anfang des Jahres noch ein Bot auf etwa 200 Menschen kam, sei es inzwischen einer auf 50. Zur Erinnerung: Bots sind kleine Computerprogramme, die bestimmte Aufgaben automatisch ausführen, um menschliches Verhalten zu imitieren oder zu ersetzen.

Besonders heikel seien dabei sogenannte »headless browser«. Diese Tools laufen unsichtbar, lösen Captchas (diese Sicherheitsmechanismen, um festzustellen, ob ein Nutzer ein Mensch oder ein Computer-Bot ist) und tarnen sich mit *Chrome*-Signatures. In den Logs wirken sie dadurch wie normale User, sind in Wahrheit aber nichts anderes als Bots. Für Publisher bedeute das: Zugriffszahlen, die auf den ersten Blick stabil wirken, sich aber nicht in Abos oder Werbeeinnahmen ummünzen lassen.

Die Zahlen machen klar, wie stark das Gleichgewicht im Netz schon ins Wanken geraten ist. Inhalte werden massenhaft von KI-Systemen genutzt. Für Geschäftsmodelle, die auf Reichweite, Werbung und Abos angewiesen sind, etwa Publisher und Verlage, ist das ein ernstes Risiko.

**Gutgläubig**

Über 70% der Deutschen kontrollieren Ergebnisse von KI-Tools wie ChatGPT nicht, sagt eine EY-Studie. Nur 27% der User hierzulande geben an, die Infos zu überprüfen – weltweit sind es 31%.

**Übernahme**

Die INFOX-Unternehmensgruppe, Anbieter crossmedialer Marketing- und Logistiklösungen, hat wesentliche Geschäftsbereiche der CBS GmbH (CBS, ehemals Canon Business Services) übernommen. Die Übernahme erfolgte durch die INFOX-Tochtergesellschaft Omnidata GmbH.

**Social Media**

Wer dem Report »Digital 2026« der Social-Media-Agentur *We are social* glaubt, erfährt darin, dass 5,66 Mrd. Menschen weltweit soziale Netzwerke nutzen – das wären 68,7% der Weltbevölkerung. Damit sei Social Media der wichtigste digitale Kommunikationsraum. Oder die größte Lüge (siehe links).

**Misstrauen**

Misstrauische 48% der Deutschen fürchten bei Black-Friday-Angeboten Fake-Rabatte, bei denen die Preise zuvor künstlich erhöht wurden, um hohe Rabatte anbieten zu könne. Das zumindest geht aus einer Civey-Umfrage im Auftrag von Ebay Advertising hervor.

SEITENWENDE

taz nur noch am Samstag gedruckt

Am 17. Oktober ist die Berliner *taz* zum letzten Mal an einem Werktag gedruckt erschienen. »Seitenwende« nennt die *taz* ihren Abschied von Print und erscheint in gedruckter Form nur noch am Samstag. An den übrigen Tagen gibt es sie lediglich im Web und als E-Paper. Ziel der Zeitung ist es, 70% der bisherigen Print-Abonnenten für ein Online-Abo zu gewinnen. Zuletzt lag sie bei 57%.



POSTILLION
Satiremagazin erscheint gedruckt

Am 25. Oktober erschien das Online-Satiremagazin *Postillon* erstmals als gedruckte Zeitung in einer Auflage von 25.000 Exemplaren. Geplant ist eine monatliche Erscheinungsweise.

»Die Leute sehnen sich wieder nach etwas zum Anfassen«, glaubt Gründer und Chefredakteur STEFAN SICHERMANN. »Gleichzeitig ist eine Art Online-Ermüdung zu spüren und Hass auf Social Media, billiger KI-Müll, eine Flut an Memes, Zwei-Sekunden-Videos, Werbebanner.«

PERSONALABBAU Mediengruppe Pressedruck kürzt

Die Herausgeberin der Tageszeitungen *Augsburger Allgemeine*, *Main-Post* (Würzburg) und *Südkurier* (Konstanz), kündigt einen Personalabbau an. Über alle Fachbereiche hinweg sollen bis 2027 etwa 10% aller Jobs wegfallen. Die

BAU FERTIGGESTELLT Epson Experience Center in Neuss

Auf 2.600 m² entstand in Neuss ein Technologie- und Schulungszentrum von Epson. In den neuen Hallen zeigt das Unter-



Auf 2.600 Quadratmetern entstand in Neuss ein Technologie- und Schulungszentrum von Epson. In den neuen Hallen wird das Unternehmen großformatige Maschinen für den professionellen Textildruck, den industriellen Etikettendruck und die Produktion von Signagematerialien präsentieren.

Maßnahme, die 350 Jobs betrifft, solle »über natürliche Fluktuation, mit sozial ausgewogenen Lösungen« durchgeführt werden, teilt der Verlag mit.

Nach dessen Angaben erreicht die Mediengruppe mit den genannten Titeln bei einer täglichen Auflage von 450.000 Exemplaren rund 1,3 Millionen Leser. Die digitalen Nachrichtenportale erzielen zudem monatlich rund 50 Mio. Visits, heißt es.

Gleichzeitig kündigt *Pressedruck* an, zum 1. Januar 2026 alle Finanz-, Dienstleistungs- und IT-Bereiche im zentralen Bereich *pd.Service & Technology* zu bündeln. Hier sollen rund 300 Mitarbeiter für die Gruppe tätig sein.

> www.mediengruppe-pd.de

nehmen großformatige Maschinen für den professionellen Textildruck, den industriellen Etikettendruck und die Produktion von Signagematerialien. Auch seine Automatisierungslösungen und Zukunftstechnologien wie zum Beispiel die Dry Fiber Technologie, ein Verfahren für das Recycling von Papier oder Textilien, werden dort gezeigt. Nach etwa elf Monaten Bauzeit wurden die Schlüssel des Experience Centers an *Epson Deutschland* übergeben.

www.epson.de

NACHHALTIGKEIT Engagement gewürdigt

Die Düsseldorfer *Druckstudio Gruppe* erhält den *Deutschen Nachhaltigkeitspreis Unternehmen* in der Kategorie »Druckereien«. Der Preis honoriert vorbildliche Nachhaltigkeitsleistungen in Wirtschaft, Kommunen und Forschung. Er gilt als eine der bedeutendsten Auszeichnungen für Nachhaltigkeit in Europa und orientiert sich an der Agenda 2030 der Vereinten Nationen.

Der Wettbewerb prüft alle Prozesse eines Unternehmens auf Aspekte wie Umweltverträglichkeit, Energie- und Ressourcen-



Werner Drechsler, Geschäftsführer und Gründer der Druckstudio Gruppe.

effizienz, faire Logistik und soziale Standards. Die *Druckstudio Gruppe* gehört seit Jahren zu den Vorreitern in Sachen Nachhaltigkeit in der Druckbranche und war 2024 bereits unter den drei Finalisten des Preises und ist jetzt stolz über die Anerkennung ihres Engagements in den Bereichen Klima- und Ressourcenschutz.

> druckstudiogruppe.com

ÜBERNAHME The Customization Group

The Customization Group (TCG), eine führende Plattform für personalisierte Produkte, wurde von *sendmoments.de* übernommen. Der Münchner Spezialist für Einladungs- und Grußkarten, Fotobücher sowie Event-Dekoration erweitert jetzt das Portfolio von TCG und stärkt die Position des Unternehmens im Segment »Occasion Gifting«. *sendmoments* bleibt als eigenständige Marke bestehen.

Nach der Übernahme der Assets von *ORWO* Mitte des Jahres tätigt TCG mit der Übernahme von *sendmoments* bereits die zweite Akquisition und bekräftigt damit seinen Expansionskurs sowie die Stärkung seiner Zukunftsfähigkeit.

> www.tcgroup.com

SIEGWERK Übernahme von Allinova

Die *Siegwerk Druckfarben AG & Co. KGaA*, Anbieter von Druckfarben und Lacken für Verpackungsanwendungen, hat einen Vertrag zur Übernahme von *Allinova* unterzeichnet, einem Spezialchemieunternehmen mit Expertise im Coating. Das Unternehmen mit Sitz in Hengelo, Niederlande, verfügt über eine hohe Kompetenz in der Formulierung und Produktion von wasserbasierten Dispersionen. *Allinova*s weltweit etabliertes Produktsortiment von Dis-

persionen und Klebstoffen bildet eine Ergänzung zu *Siegwerks* Coating-Portfolio.

Beide Parteien haben vereinbart, keine finanziellen Details bekannt zu geben.

> www.siegwerk.com

BUCHHANDLUNGEN Zahl der Händler geht zurück

In Deutschland gibt es immer weniger Bucheinzelhändler. Ihre Zahl erreichte 2023 mit gut 3.000 Unternehmen einen neuen Tiefststand,



wie das *Statistische Bundesamt* anlässlich der *Frankfurter Buchmesse* vom 15. bis 19. Oktober mitteilte. Das entspricht einem Rückgang um 24% in fünf Jahren.

Ein möglicher Grund dürfte neben steigenden Mieten und Personalkosten der starke Onlinehandel sein.

Auch die Zahl der im Buchhandel tätigen Personen ist im selben Zeitraum gesunken – um 19% auf 22.620 Personen. Der Umsatz nahm im selben Zeitraum dagegen um 9% auf knapp 4,0 Mrd. € zu.

CH MEDIA

MILLIONEN-INVESTITION IN ZEITUNGSTECHNIK

CH Media baut in Aarau die nach eigenen Angaben »modernste und leistungsfähigste Zeitungsdruckerei der Schweiz«. Dazu investiert das Unternehmen einen zweistelligen Millionen-Betrag.



Am Hauptstandort in Aarau investiert CH Media einen niedrigen zweistelligen Millionenbetrag in die Druckinfrastruktur.

Zusammen mit der Druckerei am Standort St. Gallen soll bis 2027 ein Verbund entstehen, der in Technologie, Automatisierung und Servicequalität »neue Maßstäbe im Schweizer Zeitungsdruck« setzt, heißt es.

Kern der Investition sind ein zusätzlicher Hochleistungsfalzapparat von Koenig & Bauer sowie der Ersatz der Versandlinie durch eine flexible Lösung von Ferag. Ergänzt werden diese Investitionen durch weitere Modernisierungen entlang der gesamten Produktionskette. Dazu zählen die Optimierung der Drucklinien, Robotik-Lösungen in der Logistik sowie neue, durchgängig vernetzte Prozesse von der Vorstufe bis zur Distribution.

»Diese Großinvestition ist ein Leistungsversprechen an unsere Kundinnen und Kunden: Wir bieten höchste Kapazität, Qualitätssicherheit und Liefertreue. So sichern wir die Produktion für unsere eigenen Titel sowie für Drittkunden auf Jahre hinaus«, erklärt STEFAN WABEL, als COO von CH Media verantwortlich für den Geschäftsbereich Zeitungsdruck.

Die Investition erfolgt zum einen vor dem Hintergrund einer fortschreitenden Konsolidierung im Printmarkt. Nach der Schließung verschiedener Schweizer Druckzentren will CH Media zusätzliche Verantwortung für die Versorgungssicherheit und Planbarkeit im nationalen Zeitungsdruck übernehmen.

Zum anderen unterstützt die Investition eine konsequente Wachstumsstrategie: Bereits

seit Anfang 2025 druckt CH Media die Luzerner Zeitung mit ihren Regionalausgaben und den Boten der Urschweiz zusätzlich zu den bisherigen Publikationen in Aarau.

2026 kommt das Bieler Tagblatt von Gassmann Media hinzu. Damit druckt CH Media in ihren Druckereien in Aarau und St. Gallen insgesamt 25 Tageszeitungen, die Wochenendpublikation Schweiz am Wochenende sowie 27 Gratisanzeiger und eine Vielzahl an weiteren Publikationen, darunter das Migros-Magazin, die Coop-zeitung und das Touring-Magazin.

»Der Zeitungsdruckmarkt in der Schweiz verändert sich gerade fundamental, und diese Chance wollen wir nutzen. Denn unsere Vision ist klar: Wir sind das führende Kompetenzzentrum für die gedruckte Zeitung in der Schweiz. Mit modernen, effizienten Anlagen, hoher Automatisierung und klaren Qualitätsstandards sind wir für unsere Kunden ein verlässlicher Partner. Aus diesem Grund ist die neueste Investition für uns von zentraler Bedeutung«, sagt MICHAEL WANNER, CEO von CH Media.

Mit dem Kundenwachstum und der Großinvestition in Aarau verfolgt CH Media konsequent ihre Strategie im Druckmarkt. Zusammen mit dem Standort St. Gallen will das Medienunternehmen bis 2027 zum führenden Zeitungsdrucker in der Schweiz werden.

INSOLVENZEN

Weitere Pleiten bei Print, Höchststand bei Agenturen

Das Sterben von Druckereien hat inzwischen ein Maß angenommen, dass einem die Tränen kommen müssen. Und es scheint kein Ende nehmen zu wollen. Im November 2025 bewerteten die vom ifo Institut befragten Entscheider der Druck- und Medienunternehmen ihre aktuelle Geschäftslage schlechter als im Vormonat. Die Bewertungen des aktuellen Auftragsbestandes im BVDM-Konjunkturtelegramm fallen weiterhin überwiegend negativ aus. Lediglich 7% der befragten Unternehmen beurteilen den Auftragsbestand positiv, während 53% eine neutrale Bewertung und 40% eine negative Einschätzung abgeben.

Ungewohnt sind jedoch die Meldungen aus der Agenturszene. Hier hat sich die Zahl der Agenturinsolvenzen in Deutschland verdoppelt. Das ergibt eine iBusiness-Auswertung des Insolvenzregisters.

Nach den Insolvenzbekanntmachungen des Justizportals des Bundes und der Länder hat die Zahl der Insolvenzen von Agenturen in Deutschland 2025 einen Höhepunkt erreicht. Stand November haben sich 183 Agenturen insolvent gemeldet. Das sind aktuell doppelt so viele wie im Vorjahr, doch lässt sich davon ausgehen, dass die Zahl für das Jahr 2025 den Wert von 200 Agenturinsolvenzen überschreitet.

In den vergangenen zwei Jahren hätten sich damit rund 3% der Agenturen aus dem Markt verabschiedet.

Bis 2018 wuchs die Zahl der deutschen Agenturen noch kontinuierlich. Doch nach den Zahlen des Statistischen Bundesamtes schrumpft die Zahl seither.

Die Zahl der Agenturen in Deutschland hatte 2020 den niedrigsten Wert seit 2011 erreicht. Die bislang letzte Zählung nennt 9.670 Unternehmen, 2017 zählte Destatis knapp 13.000 Agentur-Unternehmen ohne Einzelgesellschaften. Zusammen mit Einzelgesellschaften waren im Jahr 2020 insgesamt 27.846 Agenturen aktiv – nach knapp 32.000 im Jahr 2018.

PAPIERFABRIK KIRKNIEMI

Sappi Europe streicht 175.000 t

Sappi Europe will die Papiermaschine PM 2 in der finnischen Papierfabrik Kirkniemi in Lohja schließen. Entsprechende Pläne hatte der Papierhersteller im Sommer angekündigt. Nun hat Sappi Europe bestätigt, dass die PM 2 Ende 2025 endgültig außer Betrieb genommen wird. Dadurch verringert sich die jährliche Produktionskapazität des Standorts um rund 175.000 Jahrestonnen.

Die Schließung der PM 2 werde zum Abbau von 93 Arbeitsplätzen führen, hieß es.

Die Papierfabrik Kirkniemi betreibt derzeit drei Papiermaschinen mit einer Gesamtkapazität von etwa 750.000 Jahrestonnen gestrichenen Magazinpapieren (LWC und MWC).

STANDORT KAUKAS UPM schließt Papierfabrik

Ende Juli hatte UPM Pläne zur Einstellung der Papierproduktion an seinem Standort UPM Kaukas und die Verlagerung der Produktion gestrichener Papiere in Finnland nach Rauma angekündigt. Die Papiermaschine PM 1 wird nun während des vierten Quartals 2025 geschlossen. Dadurch verringert sich UPMs Produktionskapazität an gestrichenen Papieren um jährlich 300.000

Jahrestonnen. Die Stilllegung hat Auswirkungen auf 220 Personen.

PAPIERFABRIK ALFELD Konzentration auf Spezialpapiere

Sappi Europe hat das im Juli angekündigte Konsultationsverfahren für die Papierfabrik Alfeld abgeschlossen: Die Stilllegung zweier Papiermaschinen samt Formatausrüstung ist beschlossen, rund 180 Planstellen werden abgebaut. Das Werk in Alfeld werde sich künftig auf Spezial- und Hochbarrierepapiere konzentrieren. Bisher verfügt die Papierfabrik über eine jährliche Produktionskapazität von 120.000 Jahrestonnen Sulfitzellstoff sowie fünf Papiermaschinen für insgesamt 275.000 Jahrestonnen Papier und Karton.

SWIPEN Suchtartiges Verhalten

Etwa ein Viertel der Menschen in Deutschland zeigen ein suchtartiges Nutzungsverhalten auf Social Media, sagt eine repräsentative Studie der Uni Bochum. Demnach ist die Sucht bei Unter-20-Jährigen mit 51,3% besonders verbreitet. Bei 20- bis 39-Jährigen sind es 34,9%. Laut der Studie nutzen 96% aller Erwachsenen Social Media. Mit Swipen ist das Wischen mit dem Finger über einen Touchscreen gemeint.

HEIDELBERGER DRUCKMASCHINEN AG 20 JAHRE PRODUKTION IN SHANGHAI

Mit dem Spatenstich für einen eigenen Produktionsstandort in China setzte Heidelberg vor zwei Jahrzehnten ein Zeichen. Heute hat sich der Standort zu einer tragenden Säule des gesamten Unternehmens entwickelt.



Der Standort Shanghai ist tragende Säule in der Wachstumsstrategie für das Kerngeschäft von Heidelberg – die Aufnahme zeigt die Endmontage.

So markierte das Geschäftsjahr 2024/25 einen Rekord mit rund 1.500 montierten Druckwerken, einer Exportquote von 40% und Lieferungen in 70 Länder. Mittlerweile wurden über 16.000 Druck- und Lackierwerke beziehungsweise knapp 3.300 Druckmaschinen aus dem Werk Shanghai ausgeliefert. Damit leistet das Werk einen wesentlichen Beitrag für die Marktposition von Heidelberg in China und verschafft dem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil.

Das Werk in Shanghai umfasst eine Fläche von 100.000 m², davon 70.000 m² Produktionsfläche, verteilt auf drei Montagehallen. Beschäftigt werden rund 600 Mitarbeiter, die Druckwerke für das Mittel- und Großformat der Speedmaster Modelle CX 92, SX 102 und CX 104 produzieren.

Der chinesische Druckmarkt ist für Heidelberg ein Wachstumstreiber mit globaler Relevanz und zugleich der größte Einzelmarkt für Druckmaschinen weltweit. Anfangs wurden am Standort Shanghai Maschinen in Standardkonfigurationen gefertigt, vor allem für den chinesischen Markt. Doch mit wachsender Erfahrung

und steigender Nachfrage wurde das Werk auch für komplexere Modelle und internationale Märkte relevant.

In China selbst entwickelt sich besonders der Verpackungsdruck dynamisch: Fast 50% der chinesischen Druckindustrie entfallen auf Verpackungen und Etiketten und insbesondere der Markt für Faltschachteln wächst jährlich um rund 3%. 75% der chinesischen Kunden von Heidelberg kommen aus dem Verpackungssegment. Bei modernen Bogenoffsetsystemen hält Heidelberg in China einen Marktanteil von rund 50%.

Auch der Akzidenzdruck bleibt für Heidelberg in China weiterhin ein bedeutender Markt – insbesondere für kleinere Auflagen und individualisierte Anwendungen. Insgesamt steigt für dieses Segment auch in China die Nachfrage nach flexiblen, hochproduktiven und kosteneffizienten Lösungen in Verbindung mit digitalen Drucktechnologien.

»Die in Shanghai gefertigten Maschinen stehen in Sachen Qualität und Effizienz denen vom Stammsitz Wiesloch in nichts nach«, betont Heidelberg-CEO JÜRGEN OTTO.

www.heidelberg.com

JUGENDLICHE KI-Nutzung für Hausaufgaben

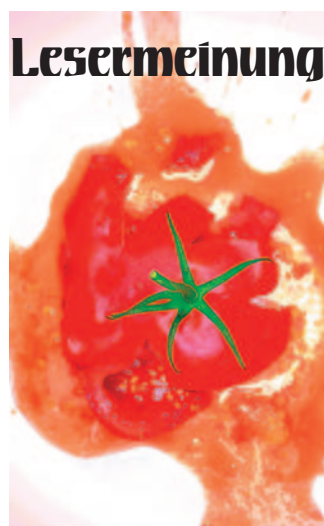
Mehrheitliche 91% der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland nutzen künstliche Intelligenz, belegt die *JIM-Studie 2025* (Jugend, Information, Medien). Das sei ein Zuwachs um 29 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. 74% nutzen KI für Hausaufgaben und zum Lernen, 47% zur Unterhaltung. Wichtigstes Recherche-Tool sind Suchmaschinen wie *Google* mit 68%, gefolgt von *Chat GPT* mit 39%.

Ob das im Sinne der Erfinder ist, die künstliche Intelligenz der Wirtschaft anpreisen, um effektiver zu arbeiten? Möglicherweise sind damit auch die Nutzerzahlen nicht korrekt.

WERBE-PAUSE Werbeausgaben sinken weiter

Die Brutto-Werbeausgaben in Deutschland sind auch im Oktober wieder deutlich gesunken, meldet *Nielsen*. Setzt sich der Trend fort, könnte der vom Marktforscher erfasste Werbemarkt auch das Gesamtjahr mit einem Minus abschließen. Im Oktober sind 3,5 Mrd. € in Werbung geflossen – 100 Mio. € oder 2,7% weniger als im Vorjahr. Das Minus in der Jahresbilanz verdoppelt sich dadurch auf 0,6%.

TV-Werbung verliert im Oktober 4,5% und in der Jahresbilanz 4,2%. Außenwerbung schrumpft nach starkem Wachstum um knapp 5%. Nur zwei Gattungen können zulegen: Zeitungen und Radio.



Zum Artikel »Lässt sich der Digitaldruck digitalisieren?« in Heft 159. erhielten wir eine Zuschrift von Dr. Andreas Kraushaar, Fogra.

Sie sprechen in dem Artikel zentrale Punkte an, die den Unterschied zwischen Offset- und Digitaldruck sehr treffend beschreiben. Genau aus diesem Grund wurde der Prozess-Standard Digitaldruck (PSD) von Anfang

an nicht als bloße Kopie des PSO gedacht, sondern als eigenständiger Ansatz. Während sich der Offsetdruck durch die Kontrolle weniger primärer Prozessparameter »bottom-up« standardisieren lässt, folgt der Digitaldruck einem »top-down«-Prinzip: Die Qualität wird hier nicht aus dem Prozess heraus, sondern durch die prozesstypunabhängige Nachstellung einer definierten Referenz erreicht – etwa eines Offset- oder Ziel-Farbraums. Das bedeutet: Standardisierung funktioniert, nur eben anders. Der PSD schafft genau dafür den Rahmen – inklusive überprüfbarer Kriterien, Messgrößen und Toleranzen, die für alle Technologien gelten.

So entsteht Transparenz und Vergleichbarkeit, ohne die Vielfalt der Systeme einzuschränken. In diesem Sinne ist der PSD kein Versprechen, das er nicht halten kann, sondern eine realistische und praxisnahe Antwort auf die Vielfalt des Digitaldrucks.

Eine neue Ära im Flachbettdruck

Entdecken Sie die komplett neue Plattform

+23 %

Mehr Output
Neu bis 341 m²/h

10

Farbkanäle
Grenzenlose Kreativität

1350 dpi

Unübertroffene Qualität
Heute und in Zukunft

100 %

Swiss Made
Höchste Zuverlässigkeit



swissqprint

High-End UV-LED-Drucker
Perform beyond the average

www.swissqprint.com