

• DRUCKMARKT • impressions 134

8. SEPTEMBER 2021

PDF-Magazin für Print, Medien, Kommunikation und Design



BRANCHENBERICHTE

HISTORISCHES TIEF FÜR DIE DRUCKINDUSTRIE.

Seite 14.

MARKT & ZAHLEN

PRINT – EINE SAUBERE SACHE. Seite 12.

PAPIER & DESIGN

MIT ZAIKIO SOLL EINKAUFEN EINFACHER WERDEN. Seite 20.

Foto: Amelie Niklas-Ohlrogge on unsplash

INHALT

Klicken Sie auf Bild, Seitenzahl oder Titel, um zu dem ausgewählten Beitrag zu gelangen.



Markt & Zahlen

- 2 Editorial: Wieder Teil des Programms
- 4 Nachrichten
- 5 Elanders kauft Schätzl Druck und Medien
- 6 Geheimnisse aus dem Homeoffice
- 10 75 Jahre VDMB: Heimat, Stimme und Experte
- 12 Print: Eine saubere Sache
- 14 Historisches Tief für die Druckindustrie
- 20 Mit Zaikio soll einkaufen einfacher werden

Papier & Design

- 18 Papiertragetaschen: vielfältig und beliebt
- 19 Nachrichten
- 22 Papierhandel: Ersatz für Chromolux
- 24 Allianz für ökologische Luxusverpackungen

Print & Finishing

- 26 Print & Digital Convention

Termine, Bildung & Events

- 28 Terminkalender
- 29 Nachrichten
- 31 Impressum, Business-to-Business

IMPRESSIONS WIEDER TEIL DES PROGRAMMS

Die letzte *Druckmarkt Impressions* erschien im April 2020. Dann kam Corona. Und als wäre das nicht schon heftig genug gewesen, folgten in unserer Redaktion noch personelle Engpässe und Krankheit. Wenn ein Unternehmen wie unseres so schlank aufgestellt ist (was oftmals von Vorteil ist), kann das in einer anderen Situation schon einmal sehr eng werden. Genau darunter litten die Publikationen, die den *Druckmarkt* begleiten. So mussten zum Beispiel die *Impressions* erst einmal eine Zeit lang aussetzen.

Das wollen wir nun doch wieder ändern und neben den gedruckten Ausgaben des *Druckmarkt* in den *Impressions* wieder das veröffentlichen, was nicht auf die nächste gedruckte Ausgabe warten soll. In dieser Ausgabe mit den Schwerpunkten Markt & Zahlen sowie Papier & Design. Und die nächste Ausgabe beschäftigt sich mit Print & Finishing.

Was sich durch Corona für uns als mittlere Katastrophe darstellte (Messen fielen aus oder wurden verschoben, Anzeigenumsätze verschwanden zusehends, Kundenbesuche samt Reportagen wurden unmöglich) ist natürlich nur ein Klacks gegenüber der Situation, mit der die Druck- und Medienindustrie konfrontiert war und ist. Damit beschäftigen wir uns in unserer aktuellen Analyse auf Seite 14.

Denn das Corona-Drama ist ja offenbar noch nicht vorbei. Von einer vierten und heftigen Welle, die bereits anrollt, ist die Rede, was nichts Gutes für den Herbst bedeutet. Corona hat uns also nach wie vor im Griff. Noch immer werden Veranstaltungen abgesagt oder verschoben. So musste jüngst auch das *Online Print Symposium* in München aufgrund pandemiebedingter gesetzlicher Vorgaben auf 2022 verschoben werden. Auch in den USA wurde die Messe *Printing United*, die Anfang Oktober in Orlando, Florida, hätte stattfinden sollen, aufgrund der unsicheren Situation in der Coronapandemie kurzfristig abgesagt.

In Düsseldorf indes, wo die größte aller Print- und Medienveranstaltungen, die *drupa*, abgesagt werden musste, finden wieder Messen statt. Das ist für die Veranstalter der Kongressmesse *Print & Digital Convention*, den *f.m.p.* (*Fachverband Medienproduktion e. V.*) und die *drupa*, zumindest ein Hoffnungsschimmer. Und für die Branche könnte die Sehnsucht nach einem Präsenz-Event erfüllt werden. Die Verbindung klassischer Printkommunikation mit Digital- und Onlinestrategien in praktischen Anwendungen zu präsentieren, ist das Konzept.



Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und egal, was Sie tun, machen Sie's gut!

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur *Druckmarkt*



ZEITUNG FÜR **PRINT** - TRANSFORMATION - E-COMMERCE

BEYONDPRINT unplugged

THEMEN WIE DIGITALE TRANSFORMATION, KÜNSTLICHE INTELLIGENZ ODER E-BUSINESS PRINT LASSEN SICH NUN EINMAL NICHT IN ZWEI SÄTZEN ERKLÄREN. NEHMEN SIE SICH DAFÜR ETWAS MEHR **ZEIT** UND **LESEN** SIE DIE BEITRÄGE UNPLUGGED UND OHNE ELEKTRONISCHE VERSTÄRKUNG. FACHEXPERTISE KOMPETENT, PRAXISNAH UND ENTKRAMPFT.

VERKAUF Heidelberg hat Ende August seine Tochtergesellschaft *Docufy*, den Softwareanbieter aus Bamberg, an die Berliner Beteiligungsgesellschaft *Elvaston Capital Management* verkauft und erwartet durch die Transaktion einen außerordentlichen Ertrag von mehr als 20 Mio. €.

UMFIRMIERUNG Seit dem 1. Juli 2021 firmieren die vier zur *Möller Mediengruppe* gehörenden Unternehmen *Möller Medienagentur*, *Möller Druck und Verlag*, *Möller Medien Versand* und *Möller Neue Medien* unter dem Namen *Möller Pro Media GmbH*. Damit geht das vor den Toren Berlins ansässige Familien-Unternehmen einen konsequenten Schritt, den Mix aus analoger und digitaler Kommunikation nicht nur in seinem Leistungsangebot, sondern auch in einem ganzheitlichen Unternehmensauftritt zu kommunizieren.

FINANZIERUNGSPARTNER Die *Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (HDD)* hat eine Kooperation mit der *De Lage Landen Leasing GmbH*, der deutschen Tochter der niederländischen *De Lage Landen International B.V.* vereinbart. Die Kooperation umfasst die Mietvertragsgeschäfte rund um die *Versa-fire*-Digitaldrucksysteme in Deutschland. Die Kooperation betrifft vorerst den Markt Deutschland. In der Schweiz stehen entsprechende Verhandlungen an.

ÜBERNAHME Mit der Übernahme der *tesa*-Tochter *scribos* zum 1. September 2021 wird die *Kurz-Gruppe*, eines der führenden Unternehmen der Dünnschichttechnologie, seine Expertise und Produktpalette erweitern. *tesa scribos* hat sich in den vergangenen Jahren zu einer marktführenden Digital-Plattform mit innovativen Sicherheitsmerkmalen für Brand Protection entwickelt und bedient damit ein wachsendes Bedürfnis multinationaler Kunden, die Wert auf Markenschutz legen und weltweit nachverfolgen möchte, wo Produkt-Fälschungen eigener Marken auftauchen.

RÜCKZIEHER Anfang 2020 hatte *Google* angekündigt, keine Werbe-Cookies mehr unterstützen zu wollen. Jetzt macht der Konzern einen Rückzieher. Ende Juni gab *Google* bekannt, dass der Bann von Cookies in seinem Browser *Chrome* bis Ende 2023 aufgeschoben wird. Die Branche benötige für die Anpassung der Geschäftsmodelle mehr Zeit, heißt es.

VERBOT Viele Einwegprodukte aus Plastik dürfen seit dem 3. Juli in Deutschland nicht mehr produziert und in Umlauf gebracht werden. Betroffen sind Trinkhalme, Rührstäbchen oder Einweggeschirr etc. Auch bestimmte Trinkbecher und Einwegbehälter aus Styropor dürfen nicht mehr produziert und in den Handel gebracht werden.



PRINTMEDIEN

Zeitschriften und Magazine kommen recht gut durch die Corona-Krise

Die letzten Jahre waren hierzulande für die Printmedien kein Zuckerschlecken. Und es war zu befürchten, dass sie während der Corona-Pandemie weiter unter die Räder kommen. Der erste Lockdown im Vorjahr hatte dann auch viele Zeitungen und Zeitschriften tief ins Minus gedrückt. Im zweiten Lockdown wurden dagegen wieder mehr Titel verkauft.

Die jetzt veröffentlichten Zahlen der alljährlich erscheinenden *Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA)* zeigen jedoch, dass Corona in den meisten Segmenten für stabile oder gar steigende Reichweiten gesorgt hat. Zu den größten Gewinnern zählen unter anderem Frauentitel mit Reichweitzuwächsen von 20% bis 30%. Auch Kochzeitschriften legten kräftig zu. Höhere Reichweiten erzielten auch diverse Autotitel. Reichweitenrieße bleibt die *Apothekenumschau* mit monatlich über 18 Millionen Lesern.

Doch nicht alle Titel kamen so gut durch das Corona-Jahr. Die großen *Springer* Zeitungs-Titel gehören zu den Verlierern des vergangenen Jahres, während andere überregionale Zeitungen zulegen konnten. Auch bei der vierteljährlichen *IVW*-Auflagenstatistik, bei der seit Jahren die roten Zahlen dominieren, werden für das zweite Quartal 2021 steigende Verkaufszahlen gemeldet. Insgesamt blieben die Reichweiten im Vergleich zum Vorjahr jedoch nahezu unverändert. Gemessen am allgemeinen Trend im Printbereich kann das als Erfolg gewertet werden.

LANGZEITSTUDIE

Positive Signale sendet auch die repräsentative »Langzeitstudie Medienvertrauen« der *Mainzer Johannes-Gutenberg-Universität*. Am Ende des Pandemiejahres 2020 schenkten 56% der erwachsenen Be-

völkerung den etablierten journalistischen Medien Vertrauen. In den vier Jahren zuvor waren es 41% bis 44% und 2015 sogar nur 28%. Während das Vertrauen auf Rekordniveau anstieg, erreichte der Anteil der Misstrauischen in der jüngsten Befragung mit 16% einen Tiefstand. 28% enthielten sich eines Urteils und antworteten mit »teils, teils«. Auch dies war der niedrigste Wert der letzten sechs Jahre. Einzelne Medienwissenschaftler übten zwar Kritik an der Corona-Berichterstattung, doch aus Sicht der Bevölkerungsmehrheit haben journalistische Medien in der Krise ihre Orientierungsfunktion erfüllt. 65% fanden die Berichterstattung über Covid-19 hilfreich, »um zu verstehen, was gerade passiert«. 16% fanden die Berichte weniger hilfreich, 19% antworteten »teils, teils«.

SCHÄTZL DRUCK TEIL DER ELANDERS PRINT & PACKAGING GROUP

Der schwedische Konzern *Elanders Print & Packaging Group*, zu der auch die *Elanders GmbH* in Waiblingen gehört, hat *Schätzl Druck und Medien* aus Donauwörth gekauft. Der Nettoumsatz von *Schätzl* lag in den letzten zwölf Monaten bei 15 Mio. €.

»Mit der Übernahme von *Schätzl* wird *Elanders* einer der flexibelsten Digitaldrucker in Zentral-Europa und stärkt seine Position im Markt individueller Druckprodukte«, heißt es in einer Mitteilung von *Elanders*. *Schätzl* ist Spezialist für Mass Customization und ergänzt die Strategie der *Elanders Group* im Onlineprint und bei individualisierten Druckprodukten.

»ULRICH SCHÄTZL und sein Team haben es verstanden, alte Zöpfe abzuschneiden und die traditionelle Offsetdruckerei in einen agilen Dienstleister umzubauen«, sagt SVEN BURKHARD, Vorstand der *Print & Packaging Group* bei *Elanders*. »Die Übernahme von *Schätzl* ermöglicht uns in fast allen Segmenten des Digitaldrucks unsere Leistungen mit kürzerer Time-to-Market-Zeit anzubieten.« *Elanders* ist bereits ein führender Digitaldrucker in Europa und hat sich als Zulieferer von Onlinedruckern und mit eigenen Marken einen Namen gemacht und bietet im



Sven Burkhard (links) und Ulrich Schätzl nach der Vertragsunterschrift (Bild: Elanders/Schätzl Druck & Medien).

Consumer- und B2B-Bereich Services vom Foto-buch über Print bis zu intelligenten Verpackungen ein breites Produktportfolio an. »*Schätzl* ist für uns ein wichtiger Baustein unserer Zukunftsstrategie«, so SVEN BURKHARD. ULRICH SCHÄTZL, CEO von *Schätzl Druck & Medien*, ergänzt: »Wir haben gezielt in Schnittstellen zu unseren Online-Kunden investiert und eine hochautomatisierte Produktion aufgebaut. So können wir neue Wege in der Produktion nahezu unabhängig von der Auflage gehen. Insbesondere in der Buchpro-

duktion haben wir gemeinsam mit *Elanders* die Nase vorn«. *Schätzl* ist für viele Onlinedrucker die verlängerte Werkbank. »Neben 13 Niederlassungen in neun Ländern auf vier Kontinenten realisieren wir jetzt mit vier deutschen Standorten Print von der Großauflage im Inkjet in Waiblingen über individuelle, kleinvolumige Auflagen in Donauwörth bis zu Verpackungen in Klein- und Großauflage in Kaisheim und Herrenberg«, so BURKHARD weiter. Er sieht auf Abnehmerseite einen Anstieg der Print-on-Demand-Nachfrage.

HEIDELBERG

Profitables Wachstum in den nächsten Jahren?

Die *Heidelberger Druckmaschinen AG* ist für das neue Geschäftsjahr 2021/22 (1. April 2021 bis 31. März 2022) aufgrund einer sich aufhellenden Auftragslage und positiver Effekte aus der Transformation des Konzerns zuversichtlich, wieder auf einen profitablen Wachstumskurs zurückzukehren. Daher rechnet das Unternehmen nach eigenen Angaben trotz anhaltender Unsicherheiten bezüglich Dauer und Umfang der negativen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie für das Geschäftsjahr 21/22 mit einem Umsatzanstieg von 1.913 Mio. € auf mindestens 2,0 Mrd. €. Lesen Sie mehr dazu im Interview mit *Heidelberg*-CEO RAINER HUNSDÖRFER auf Seite 12.

PREMIUM PRINT

hofmann infocom und Neef + Stumme bündeln Kräfte

hofmann infocom und *Neef + Stumme* stehen nach eigenen Angaben für hoch qualitative Druck- und Kommunikationslösungen. Jetzt bündeln die beiden Unternehmen ihre Kräfte unter einem neuen Dach, nachdem die Nürnberger *hofmann infocom* zum Jahreswechsel 2020/21 die Nachfolge mit der *Navigator-Gruppe* regelte. Mit der Wittinger *Neef + Stumme* bündeln zwei Premium-Anbieter unter dem Dach der *Navigator Medien Holding* ihre Kräfte. Der Zusammenschluss bringe eine optimale Abdeckung in Vertrieb, Produktion und Logistik, heißt es in einer Pressemeldung. »Mit dem Zusammenschluss wird ein Zeichen für Kontinuität in einem anspruchsvollen Markt gesetzt. Bei *Neef + Stumme* haben wir dasselbe Qualitätsverständnis wie bei *hofmann infocom*. Die gegenseitige Befruchtung der Geschäftsmodelle rundet die Angebotspalette ab«, erläutert Geschäftsführer ANDREAS BAUER. Die *Navigator Medien Holding* ist Teil der *Navigator-Gruppe*, einer Industrieholding, die seit 2016 mittelständische Unternehmen erwirbt und entwickelt. Die Gründer und Gesellschafter CHRISTIAN MUSCHICK und DR. JOCHEN BRINKMANN leiten die Geschicke der Gruppe, die in den Bereichen Medien, Verpackungsmaschinen, Werkzeugbau, Stoffspritzguss und Sicherheitstechnik aktiv ist.

> www.hofmann-infocom.de > www.neef-stumme.de

> www.navigator-group.eu

SHORTCUTS | *posterXXL* ist neues Mitglied im *Verband Druck- und Medien Bayern (VDMB)*. Das Unternehmen zählt zu Deutschlands führenden Onlinedruckern für Fotoprodukte und ist eine Tochterfirma der *Photobox Group*. • Der *Fachverband Faltschachtel-Industrie e. V. (FFI)* wächst weiter und begrüßt den Verpackungsspezialisten *Graphische Betriebe KIP* aus Neuenhaus als neues Mitglied. • Die *Heidelberg Digital Unit (HDU)* erhält zum dritten Mal in Folge einen *Capital Award* als eines der besten Digitalallabore Deutschlands. • *Scodix*, Anbieter digitaler Druckveredelungssysteme, ist jetzt an der Börse von Tel Aviv gelistet und hat beim Börsengang rund 19 Mio. US-Dollar an frischem Kapital eingesammelt. • Die *Bernd Schwegmann GmbH*, Anbieter von Druckchemikalien, feiert dieses Jahr ihr 70-jähriges Bestehen. 1951 hatte BERND SCHWEGMANN das Familienunternehmen gegründet und wird heute in dritter Generation von SEBASTIAN SCHWEGMANN geführt.

XAAR**Übernahme von FFEI**

Xaar, der in Oxford ansässige britische Hersteller von Inkjet-Druckköpfen, hat die *FFEI Ltd.* übernommen. *FFEI* gilt als innovativer Systementwickler und -integrator für Digitaldruckanwendungen im industriellen Umfeld. Damit unterstreicht *Xaar* seine Wachstumsstrategie und verschafft sich eine breitere Basis.

INTERGRAF**Ulrich Stetter ist neuer Präsident**

ULRICH STETTER wurde in der Generalversammlung am 27. Mai

2021 zum neuen Präsidenten der *Intergraf* gewählt. Er folgt auf CEES VERWEIJ, der den Posten in den vergangenen vier Jahren innehatte. STETTER ist Geschäftsführer der *Schleunungsdruck GmbH*, Marktheidenfeld, und bereits seit 2018 Mitglied des Vorstandes von *Intergraf*.

Intergraf ist der europäische Verband der Druckindustrie mit Sitz in Brüssel und vertritt als Dachverband die Interessen von 21 Mitgliedern aus 20 Ländern. *Intergraf* arbeitet mit der Europäischen Union zusammen, um die Wettbewerbsfähigkeit der Druckindustrie durch Interessenvertretung, Informationsaustausch, Networking, sozialen Dialog und europäische Projekte zu unterstützen.

OUTPUT.AG**Business Development neu besetzt**

Seit dem 1. Mai 2021 verstärkt IRIS HAGEMANN als Leiterin Business Development die *output.ag*. Durch ihre bisherigen Führungs-



positionen bei Xerox verfügt IRIS HAGEMANN über 20 Jahre Erfahrung im Marketing, in der strategischen Geschäftsentwicklung und im Vertrieb. In ihrer Position nimmt sie eine zentrale Rolle bei der Vermarktung der Lösung *bitkasten* ein.

»Wir freuen uns sehr über den Zugewinn von IRIS HAGEMANN. Mit ihrer Expertise wird sie den Bereich ausbauen und so das langfristige Wachstum des Unternehmens unterstützen«, sagt CHRISTIAN GERIKE, seit 1. April 2021 neuer CEO der *output.ag*. Er trat die Nachfolge von Gründer PETER VORDEL an, der sich aus dem operativen Geschäft der *output.ag* zurückgezogen hat.



> www.output.ag

Mehr Informationen zur *output.ag* und dem *bitkasten* finden Sie in unserem Interview in *Druckmarkt* 134.



MEHR
INFOS:
HEFT 134
SEITE 12

EPSON-STUDIE**GEHEIMNISSE AUS DEM HOMEOFFICE**

In neuen, von *Epson* initiierten Untersuchungen zeigt sich, dass es beim Arbeiten im Heimbüro seit März 2020 oft abenteuerlich zugeht. Dazu wurden im Januar und Februar 2021 insgesamt 1.000 Besitzer von *Epson*-Druckern in elf europäischen Ländern befragt.

Danach sind 51% »Heimarbeit« der Meinung, dass ihr Arbeitsplatz ihren Bedürfnissen nicht in vollem Umfang entspricht.

In den Monaten seit den ersten Lockdowns gaben 55% der Befragten an, an allen möglichen Orten in der Wohnung gearbeitet zu haben, unter anderem im Schlafzimmer, Flur, Badezimmer und auf der Toilette, auf dem Dachboden und im Garten.

Eine Minderheit von 6% hat sogar in ihren Autos gearbeitet. Mehr als die Hälfte (52%) hat andere Vorrichtungen als einen Schreibtisch zur Arbeit genutzt. Dazu gehören der Boden, Kisten oder Kästen, das Bügelbrett, das Sofa und das Bett.

Zu Hause Arbeitende hatten laut *Epson*-Studie mit Ablenkungen zu kämpfen. 64% der Befragten gaben an, bei wichtigen Aufgaben unterbrochen worden zu sein, weil es an der Tür klingelte. Zudem wurden 30% abgelenkt, weil es zu heiß oder zu kalt war.

Außerdem griffen die Befragten auf ungewöhnliche Verhaltensweisen zurück, da sie ihre Kollegen nicht treffen konnten. 34% haben während eines Online-Meetings Kamera und Mikrofon abgeschaltet, um andere Dinge zu erledigen. 26% haben einen Anruf in Unterwäsche oder im Schlafanzug



In der *Epson*-Studie geben Arbeitnehmer Geheimnisse aus ihrem Leben im Homeoffice preis.

entgegengenommen und 5% haben zugegeben, während der Arbeitszeit eingeschlafen zu sein. Vielleicht sind Ablenkungen und unbefriedigende Ausstattung die Ursache dafür, dass bei 45% der Befragten die Motivation nachlässt.

So gaben 38% der Studienteilnehmer an, einen besseren Stuhl zu benötigen, 35% möchten einen besseren Monitor und mehr als ein Viertel (26%) sagen, dass sie einen neuen Drucker benötigen.

Keine vorübergehende Angelegenheit

»Das Heimbüro ist für viele in ganz Europa die neue Norm des Arbeitens geworden und wird nach den lokalen Lockdowns und der Covid-Krise fortgesetzt werden. Dies konfrontiert Mitarbeiter mit allen möglichen Herausforderungen und Sorgen.

Kurz gesagt: Das Arbeiten im Heimbüro kann sehr stressbehaftet sein«, stellt JÖRN VON AHLEN, Leiter Marketing bei der *Epson Deutschland GmbH*, fest. »Die Bürou Ausstattung sollte jedoch nicht dazu beitragen«. Viele würden gerne weiterhin im Heimbüro arbeiten. Daher gehe es um neue Arbeitsprozesse und darum, die besten Hilfsmittel dafür zu finden. Die Mitarbeiter sollten ihre Arbeitgeber darauf ansprechen, wenn sie Unterstützung benötigen, um auch zu Hause produktiv arbeiten zu können.

In Zukunft werden voraussichtlich mehr Menschen im Heimbüro arbeiten. Es wird geschätzt, dass bis Ende 2021 rund 25% bis 30% der Belegschaft an mehreren Tagen pro Woche im Heimbüro arbeiten werden.



**Museum
für
Druckkunst
Leipzig**

Kulturerbe Drucktechnik Erleben

druckkunst-museum.de

**Tragen Sie dazu bei, die Drucktechniken
zu bewahren und lebendig zu vermitteln!**

Spendenkonto:

IBAN DE92 8605 5592 1100 3969 14



**Immaterielles
Kulturerbe**
Wissen. Können. Weitergeben.

Eintrag im
Bundesweiten Verzeichnis
Künstlerische Drucktechniken des
Hochdrucks, Tiefdrucks, Flachdrucks,
Durchdrucks und deren Mischformen

KOENIG & BAUER Auftragseingang im 2. Halbjahr

Nach Angaben von *Koenig & Bauer* ist das erste Halbjahr 2021 für den Konzern positiv verlaufen. Die Kunden hätten rund 28% mehr bestellt als im Vorjahreszeitraum. Der Zuwachs an Aufträgen im Segment Special um rund 45% sticht besonders hervor. So verbuchte die Tochtergesellschaft *MetalPrint* einen der besten Auftragseingänge in der Firmengeschichte. Auch das Segment Sheetfed steigerte den Auftragseingang erneut und erreichte ein Plus von rund 30%, wovon der überwiegende Anteil dem wachsenden Verpackungsdruck zuzuordnen ist.
> www.koenig-bauer.com

UMBENENNUNG Böwe Systec wird Bowe Group

Die in Augsburg ansässige *Böwe Systec* gibt sich einen neuen Markenauftritt. Das für seine Lösungen zur Automatisierung von Prozessen rund um Kuvertiersysteme, Brief- und Paketsortierung sowie Integrationslösungen für die Intralogistik bekannte Unternehmen tritt künftig als *Bowe Group* auf.

SPRINTIS Domain der Schönherr GmbH

Seit dem 28. Juli 2021 werden die Besucher der Domain www.schoenherr.de auf den Onlineshop des Fachgroßhändlers *Sprintis*

umgeleitet. *Sprintis* hat die Domain der seit März insolventen *Schönherr GmbH* übernommen. Zwischen beiden Unternehmen bestanden langjährige Kunden- und Lieferantenbeziehungen. *Sprintis* zählt zu den führenden Anbietern von Binde- und Präsentationssystemen samt Zubehör und verfügt über ein umfangreiches Produktsortiment.
> www.sprintis.de

RINGIER Osteuropa-Geschäft

Axel Springer ordnet sein Joint-Venture mit dem Schweizer Medienunternehmen *Ringier* in Osteuropa neu und konzentriert sich in Zukunft auf den größten Markt Polen. *Ringier* übernimmt mit Ungarn, Serbien, der Slowakei und den baltischen Staaten Estland, Lettland und Litauen das Osteuropageschäft. In der Slowakei bleibt *Springer* allerdings auch weiterhin beteiligt.

LENNINGER PAPIER Produktion eingestellt

Der traditionelle Papierstandort im baden-württembergischen Lenningen muss einen weiteren Rückschlag hinnehmen. Nach den Insolvenzen der *Papierfabrik Scheufelen* in den Jahren 2018 und 2019 wurde in verkleinertem Maßstab zunächst auf die Produktion von Graspapier und dann auf die Herstellung von Papier auf Basis der Ackerpflanze



Aumüller Druck hat die Weichen für die Zukunft gestellt. Volker Dollinger (Bildmitte) wird dritter Geschäftsführer neben Stefan (links) und Christian Aumüller.

»Durchwachsene Silphie« gesetzt. Mitte August 2021 dieses Jahres wird die *Silphie Paper GmbH* diese Papier-Produktion beenden.

AUMÜLLER DRUCK Für die Zukunft gut aufgestellt

Bei *Aumüller Druck* in Regensburg nutzt man die Zeit der Covid-19-Pandemie, um die Weichen für die Zukunft zu stellen. Die geschäftsführenden Gesellschafter STEFAN und CHRISTIAN AUMÜLLER leiten das Familienunternehmen mit rund 120 Mitarbeitern in der vierten Generation. Nun wird die Geschäftsleitung erstmals um eine Person erweitert, die kein Familienmitglied ist: VOLKER DOLLINGER, seit fast 30 Jahren im Unternehmen, wird dritter Geschäftsführer. CHRISTIAN AUMÜLLER dazu: »Wir wollen das unablässige Engagement und die umfassende Fachkompetenz von Herrn DOLLINGER angemessen honorieren.« VOLKER DOLLINGER war treibende Kraft bei vielen Innovationen

und hat sich bei *Aumüller* insbesondere um die Digitalisierung verdient gemacht. Auch extern, bei Feldtests für die *Heidelberger Druckmaschinen AG*, schätzt man ihn als Gesprächspartner auf Augenhöhe.
> www.aumueeller-druck.de

IGEPA GROUP Geschäftsführung erweitert



Seit 1. April 2021 ergänzt GUNNAR FECKEN die Geschäftsführung der *Igepa group GmbH & Co. KG* in Hamburg als Geschäftsführer Einkauf. Die ersten 20 Jahre seiner beruflichen Laufbahn verbrachte der Betriebswirt in verschiedenen (einkaufsbezogenen) Positionen innerhalb der *otto group*. Die letzten neun Jahre war er als Bereichsleiter Einkauf International & Qualitätsmanagement in der *hagebau GmbH & Co. KG* tätig. »Mit seinen Erfahrungen als Prokurist einer Verbundgruppe sowie der Expertise im internationalen

Einkauf und seinem frischen Blick auf die Branche wird Herr FECKEN die *Igepa group* bei der erfolgreichen Weiterentwicklung unterstützen«, sagt Dr. JÖRG SENSBURG stellvertretend für die Gesellschafter der *Igepa group*.
> www.igepagroup.com

SIEGWERK Dr. Nicolas Wiedmann neuer CEO

Nach einer dreimonatigen Übergangszeit mit seinem Vorgänger HERBERT FORKER hat Dr. NICOLAS WIEDMANN am 1. April 2021 die Verantwortung als CEO von *Siegwerk* übernommen. Der neue CEO wird die jüngste strategische Ausrichtung von *Siegwerk* zu einem Unternehmen für zirkuläre und digitale Verpackungslösungen weiter vorantreiben und dabei das Unternehmenswachstum auch mit neuen Geschäftsmodellen jenseits der traditionellen Druckfarben weiter beschleunigen. WIEDMANN ist entschlossen, *Siegwerks* kundenorientierten Ansatz durch flexible und innovative Prozesse sowie neue digitale Dienstleistungen zu stärken und will das globale, gut aufgestellte Netzwerk weiter ausbauen. Darüber hinaus liegt sein Fokus auf dem Bereich Circular Economy und der Frage, wie man *Siegwerk*-Kunden bei der Bewältigung dieser Herausforderung unterstützen kann.
> www.siegwerk.com

OPS 2021 ABGESAGT Symposium findet 2022 statt

Die Veranstalter waren optimistisch, das *Online Print Symposium (OPS)* im September in München durchführen zu können. Doch leider kommt es anders.

Die aktuellen Corona-Schutzverordnungen in Bayern erlauben momentan nur Events mit einer geringen Anzahl an Personen. Auch wenn die Infektionszahlen aktuell gesunken sind, gehen die Behörden davon aus, dass es zu einem erneuten Anstieg der Inzidenzzahlen aufgrund der Delta-Variante kommt.

Aufgrund der bereits vorliegenden Anmeldungen zum *Online Print Symposium* ist nach den Informationen der Veranstalter eine Durchführung in der geplanten Location derzeit nicht möglich. Die Sicherheit aller Teilnehmer könne unter den jetzigen Umständen nicht gewährleistet werden. Die Veranstalter sind jedoch überwältigt von der Vielzahl an Anmeldungen und dem Zuspruch für das OPS. Der so wichtige persönliche Austausch könne bei einer virtuellen Veranstaltung nicht angemessen realisiert werden, heißt es. Zum großen Bedauern der Veranstalter und aller Partner kann das *Online*

Print Symposium erst wieder 2022 stattfinden. Das neue vorläufige Datum ist der 28. und 29. April 2022.

Es wird um Verständnis und noch ein wenig Geduld gebeten, bis der Termin endgültig bestätigt werden kann. Auch die Location soll eine andere sein, in der dann auch alle Teilnehmer (möglicherweise noch unter Corona-Bedingungen, sicher und mit Abstand) untergebracht werden können. Alle bereits gekauften Tickets behalten ihre Gültigkeit.

DRUCKSTUDIO Vertriebsbüro im Süden

Mit einem Vertriebsbüro in Dettingen fasst die *Düsseldorfer Druckstudio Gruppe* auch im Süden Deutschlands Fuß. Dank der stringenten Ausrichtung auf die Themen Nachhaltigkeit, Premium-Qualität und Digitalisierung hat das Unternehmen das Corona-Jahr 2020 gut überstanden und will die Kundenbasis südlich von Frankfurt am Main weiter ausbauen.



Leiter des Vertriebsbüros wird ANDREAS JÜPTNER, Experte für Druckprodukte im Premiumsegment.

SWISSQPRINT Führung neu formiert

Am 1. Januar 2021 übergab der bisherige CEO bei *swissQprint*, RETO EICHER, den Stab an KILIAN HINTERMANN. Seit 2007 entwickelt und produziert *swissQprint* hochwertige UV-Inkjetdrucker. Als Mann der ersten Stunde hat KILIAN HINTERMANN als Produktmanager und Leiter des *Print Solutions Center* maßgeblich zur Entwicklung des Unternehmens beigetragen. Er kennt die Produkte von der Pike auf und hat ein



swissQprint ist im Aufbruch. Die Geschäftsleitung, von links: Kilian Hintermann (neuer CEO), Hansjörg Untersander (R&D), Roland Fetting (Head R&D) und Reto Eicher (neuer CTO).

umfassendes Marktverständnis. RETO EICHER wird sich als CTO in der Produktentwicklung einbringen. Er ist neben HANSJÖRG UNTERSANDER und ROLAND FETTING einer der drei Firmengründer, die alle in der Geschäftsleitung bleiben und operativ tätig sind. *swissQprint* beschäftigt weltweit rund 170 Mitarbeitende, 110 davon am Hauptsitz, der gleichzeitig Entwicklungs- und Pro-

duktionsstandort ist. Für Vertrieb und Service der Flachbett- und Rollen-drucker sind fünf Tochterunternehmen und 30 Partner rund um den Globus verantwortlich.
> www.swissqprint.com

VDP Jetzt: Die Papierindustrie

Der *Verband Deutscher Papierfabriken e. V. (VDP)* heißt ab sofort *Die Papierindustrie* und ändert neben seinem Namen auch sein Logo. Statt des bislang verwendeten stilisierten

industri e. V. (VAP). Die *Papierindustrie* vertritt ab Januar 2022 mit seinen Landesverbänden sowohl sozialpolitisch als auch wirtschaftspolitisch die Interessen der größten europäischen Zellstoff- und Papierindustrie mit rund 47.000 Beschäftigten. Hauptsitz des neuen Verbands wird Berlin.
> www.vdp-online.de

XEROX Führungspositionen neu besetzt

Xerox verkündet die Ernennung drei neuer Führungs-



kraften: PETER TABKE ist neuer Head of Direct Sales für Deutsch-



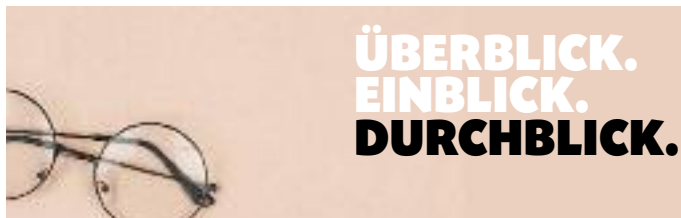
land, ISABELLA BLÜML übernimmt die Position des Head of Direct Sales für



Österreich und JÜRGEN WEBER ist Head of Direct Sales für die Schweiz.

BLÜML und WEBER übernehmen darüber hinaus die Rolle der Geschäftsführung für Österreich beziehungsweise die Schweiz. Diese Struktur ermöglicht es *Xerox*, die Reichweite in der Region zu vergrößern.

> www.xerox.com



DRUCKMARKT
impressions

www.druckmarkt.ch

75 JAHRE VDMB HEIMAT, STIMME UND EXPERTE

Der Verband Druck und Medien Bayern feiert seinen 75. Geburtstag und würdigt seine Gemeinschaft mit einer Jubiläumsseite im Netz. Hier gratulieren Wegbegleiter aus Politik, Mitgliedschaft und Branche. Die Jahrestagung zum Jubiläum findet vom 14. bis zum 16. Oktober 2021 in Bamberg statt.

Text und Bild: VDMB

In diesen 75 Jahren haben sich der VDMB und die Unternehmen der Branche immer wieder rasant verändert. Vom Blei- über den Fotosatz zu Print 4.0, vom Handwerk zur Druckindustrie, vom Verein der Graphischen Betriebe zum Verband Druck und Medien. »In den vergangenen 75 Jahren gab es viele Herausforderungen zu meistern und einen großen Wandel zu vollziehen. Das ist auch gut so, denn nur Veränderungen ebnen den erfolgreichen Weg in die Zukunft«, kommentiert Hauptgeschäftsführer HOLGER BUSCH. Mit einer Jubiläumsseite im Internet zeigt der bayerische Verband im 75. Jahr seines Bestehens in Wort, Bild und Ton, was ihn und die Branche so besonders macht. Zum Jubiläum erzählt er entlang der Themenfelder Heimat, Stimme und Experte, was seine Gemeinschaft ausmacht und wie er sich seit 75 Jahren für eine starke Druckindustrie in Bayern einsetzt. In einem spannenden und informativen Zeitstrahl lässt sich zudem ein Streifzug durch 75 Jahre VDMB unternehmen und die Geschichte mit wichtigen Ereignissen der Branche und des Verbandes – von 1946 bis heute – erleben.

Druckbranche unverzichtbar
Zahlreiche Wegbegleiter aus Politik, Wirtschaft und der Branche

gratulieren zum Jubiläum. So auch der bayerische Ministerpräsident DR. MARKUS SÖDER: »Der Verband Druck und Medien Bayern strotzt nicht nur vor einer erfolgreichen Vergangenheit, sondern steht auch vor einer spannenden Zukunft – in einem Epochenwechsel wie selten zuvor. Auch wenn sich die Technik weiterentwickelt, ist die Druckbranche unverzichtbar. Der Freistaat Bayern freut sich über die engagierten Mitglieder des VDMB. Wir werden sicher auch in Zukunft eng mit Ihnen zusammenarbeiten«, sagte er in einer Videobotschaft an den Verband.

Schwerwiegende Einschnitte

Die Anfangsjahre des Verbandes nach dem 2. Weltkrieg waren geprägt vom Wiederaufbau der zerstörten Städte und von massiven Produktionseinschränkungen. Es herrschten chaotische Zustän-

de, als der Verband, der bereits im ersten Jahr über 1.000 bayerische Unternehmen als Mitglieder zählte, gegründet wurde. »Die Herausforderungen für Unternehmen sind aber auch heute umfangreich und breit gefächert: Digitalisierung, Fachkräftemangel, schneller technologischer Wandel. Dazu kommen die aktuellen, teils schwerwiegenden wirtschaftlichen Einschnitte durch die Corona-Krise«, umreißt BUSCH die Herausforderungen für Verband und Branche.

Wertvolle Gemeinschaft

»Der VDMB ist sowohl für mein Unternehmen als auch für mich persönlich eine wertvolle Gemeinschaft«, betont CHRISTOPH SCHLEUNUNG, Vorstandsvorsitzender des Verbandes. Er fühlt sich dem Verband in besonderer Weise verbunden. Sein Unternehmen *Schleunungsdruck* ist Grün-

dungsmitglied des Verbandes und auch sein Vater, WILLY SCHLEUNUNG, hat die Geschichte des Verbandes über viele Jahre als Vorsitzender geprägt.

»Ein Unternehmerverband lebt vom Austausch und vom Miteinander. Die vergangenen 75 Jahre haben immer wieder gezeigt, wie wichtig ein funktionstüchtiger Verband für seine Mitglieder ist«. In Krisenzeiten und in Zeiten des Wandels könnten, so SCHLEUNUNG, ein gut funktionierendes Netzwerk, professionelle Beratung und wichtige Informationen ein Unternehmen stützen. »Die Mitgliedschaft im VDMB bedeutet zudem theoretischen und praktischen Erfahrungsaustausch mit Kollegenbetrieben, die Präsentation des eigenen Unternehmens und den berühmten Blick über den Tellerrand«, beschreibt SCHLEUNUNG den Mehrwert einer Verbandsmitgliedschaft.

Bayerischer Druck- und Medientag in Bamberg

Ihren Höhepunkt finden die Feierlichkeiten vom 14. bis zum 16. Oktober 2021 in Bamberg. Dort feiert der Verband seinen 75. Geburtstag auf dem Bayerischen Druck- und Medientag.

> www.vdmb.de/75jahre



Mit einer Jubiläumsseite zeigt der bayerische Verband im 75. Jahr seines Bestehens in Wort, Bild und Ton, was ihn und die gesamte Branche so besonders macht.

PAPIERINDUSTRIE Wieder im Aufschwung

Die deutsche Zellstoff- und Papierindustrie befindet sich wieder im Aufschwung, teilt der Verband *Die Papierindustrie* mit. Die teilweise deutlichen Produktions- und Absatzrückgänge des letzten Jahres wurden im ersten Halbjahr 2021 in vielen Bereichen abgefedert. Gleichzeitig belasten hohe Energie- und Rohstoffpreise sowie Versorgungsengpässe die Branche.

Sowohl die Produktion (+6,3%) als auch der Gesamtabatz (+6,8%) verzeichneten über alle Sorten spürbar ein Plus gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Auftragseingänge sind im ersten Halbjahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr um 15,8% gestiegen. Die Situation bei den einzelnen Sorten ist dabei unterschiedlich.

Die Produktion von zum Beispiel Papier, Karton und Pappe für Verpackungszwecke nahm über alle Sorten um 7,4% gegenüber dem Vorjahreszeitraum zu. Im zweiten Quartal hat jedoch die Wiederbelebung des Konsums und der Dienstleistungen zu deutlich gesteigener Nachfrage und Produktion geführt. Nach starken Einbrüchen im vergangenen Jahr ist die Produktionsmenge bei den Grafischen Papieren von Januar bis Juni 2021 im Vergleich zu 2020 wieder gestiegen (+5,6%). Hier waren in den ersten



Papiermaschine bei Koehler in Graiz.

drei Monaten des laufenden Jahres noch spürbare Rückgänge zu verzeichnen. Da die Kapazitäten bei den Grafischen Papieren in ganz Europa seit Jahren rückläufig sind, führt dies jedoch vereinzelt zu Lieferengpässen. Vor dem Hintergrund einer wachsenden Nachfrage bereiten der Branche steigende Preise für Energie und Rohstoffen sowie Versorgungsengpässe bei Roh- und Hilfsstoffen Probleme. Strom und Gaspreise liegen über dem Niveau vor der Corona-Krise.

Beim Altpapier hat der Lockdown zu einem sichtbar geringeren Aufkommen aus Handel und Gewerbe geführt, das auch nicht durch den verstärkten Verbrauch an Verpackungen beim E-Commerce mit Privathaushalten ausgeglichen werden konnte. Entsprechend bewegen sich die Preise auf einem anhaltend hohen Niveau. Gleiches gilt für den Zellstoff, bei dem die Preise vor allem durch die starke Nachfrage aus China und die aufgeschobene Realisierung zusätzlicher Produktionskapazitäten in Mittel- und Südamerika nach oben getrieben werden.

> www.papierindustrie.de

BVDDP Stephan Krauss ist neuer Vorsitzender

STEPHAN KRAUSS (vph, *Igepa-Gruppe*, Hemmingen) ist neuer Vorsitzender des Bundesverbands des deutschen Papiergroßhandels (BVDDP). Er löst turnusgemäß DR. JÖRG SENSBURG (2H, *Igepa-Gruppe*)



ab. KRAUSS wurde bei der Mitgliederversammlung des Papiergroßhandelsverbands für zwei Jahre gewählt. Zum stellvertretenden Vorsitzenden wurde THOMAS SCHIMANOWSKI (*Inapa-Gruppe*, Hamburg) ebenfalls einstimmig bestimmt. HEINZ KÖNIG (*Berberich*, Heilbronn) wurde als Kassenprüfer bestätigt.

> www.bvddp.de

KOEHLER-GRUPPE Marienthaler übernommen

Die *Koehler-Gruppe* hat die Anteile an der *Marienthaler Werbe-Offsetdruck GmbH* zu 100% übernommen. Seit 2019 ist *Koehler* bereits mehrheitlich an dem Unternehmen aus Schleiden in der Eifel beteiligt, das auf den Vertrieb und die Produktion von Getränkeuntersetzern

spezialisiert ist. Die Inhaberfamilie UHLMANN zieht sich damit vollständig als Gesellschafter zurück. Der *Marienthaler*-Standort in Schleiden wurde Ende Juli schwer von den Ereignissen des Jahrhunderthochwassers getroffen, sodass eine Wiederaufnahme der Produktionstätigkeit aufgrund der Hochwasserschäden in den nächsten Monaten nicht realisierbar ist. Die nächsten Tage und Wochen werden von Aufräumarbeiten und einer genauen Bestandsaufnahme der Schäden geprägt sein.

In der Zwischenzeit werden die Kundenaufträge von *Marienthaler* in Schleiden von Katz in Weisenbach produziert. Das ebenfalls zur *Koehler-Gruppe* gehörende Unternehmen Katz produziert Produkte auf Holzschliffbasis, dazu gehören auch Getränkeuntersetzer.

> www.koehler.com

GRAFISCHE PAPIERE Verzögerungen bei Lieferungen

Warnrufe von Mitgliedsunternehmen über Papier, das nicht oder nur mit großen Verzögerungen geliefert wird, haben den Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdmm) und seine Landesverbände zu Marktrecherchen bei Druckereien aller Größen und Segmenten veranlasst. Aktuell halten sich die Produktionsbeeinträchtigungen zwar noch in Grenzen, erreichen vereinzelt jedoch schon bis zu 20%. Für die nähere

Zukunft wird eine Verschärfung der Situation erwartet.

»Es ist bedrohlich, wenn das nach den Corona-Belastungen anlaufende Geschäft belastet wird, sodass Rahmenverträge mit Kunden nicht erfüllt werden können oder Einzelaufträge abgelehnt werden müssen«, sagt



bvdmm-Hauptgeschäftsführer DR. PAUL ALBERT DEIMEL.

Maßgebliche Ursachen für die Engpässe sind die weltweite Nachfrage nach Zellstoff und Altpapier sowie die durch die Pandemie hervorgerufenen mangelnden Kapazitäten in der Logistik zu Land und auf See.

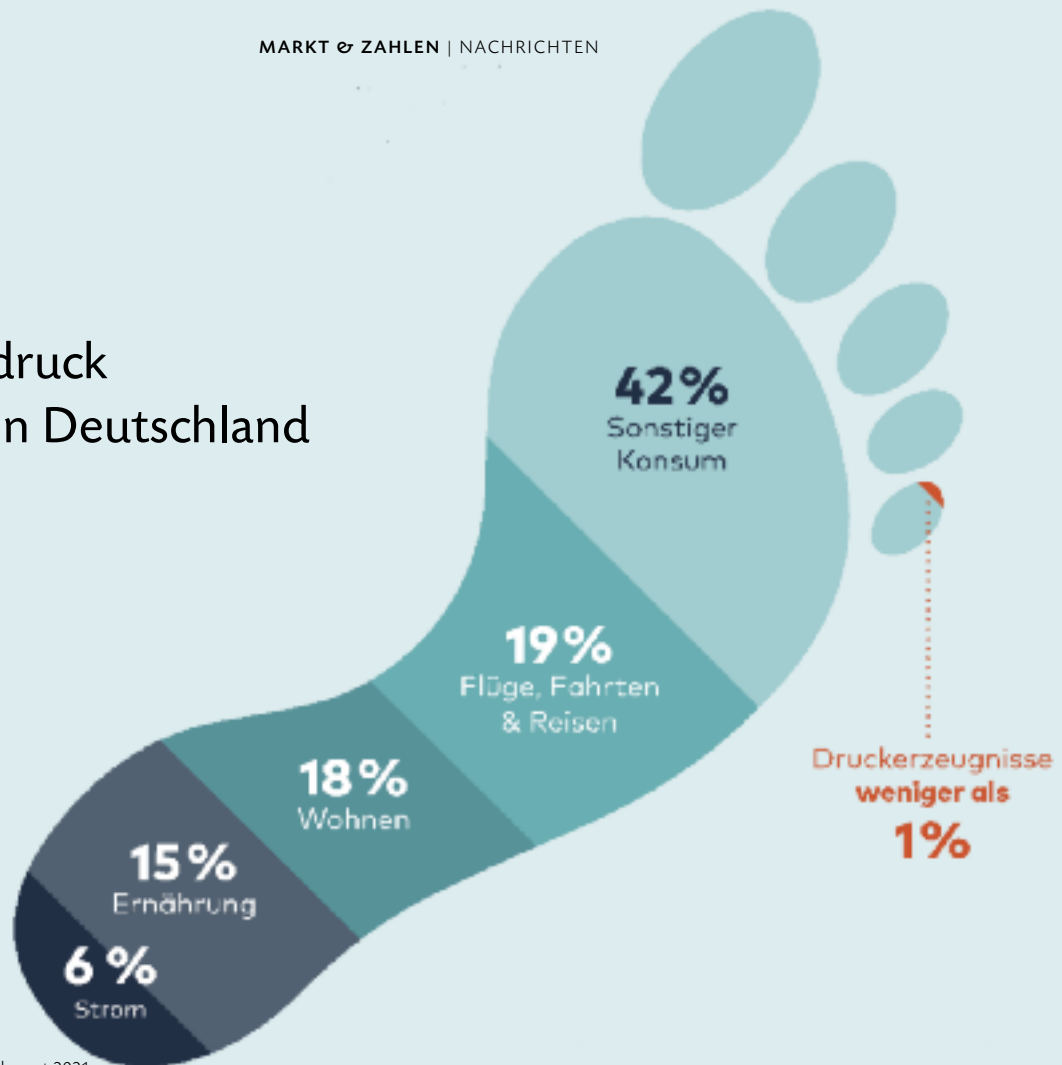
Daher herrscht ein massiver Preiskampf aller Branchen um Frachten. Ebenso hat die in China und den USA stark angestiegene Nachfrage die Preise für Rohstoffe, Vorleistungsgüter und Container in die Höhe getrieben und erschwert damit den Zugriff auf benötigte Produktionsmengen.

Da der sinkende Bedarf an grafischen Papieren in Deutschland und Europa zum Abbau von Produktionskapazitäten geführt hat, ist der Wettbewerb der Einkäufer nun umso härter.

Der bvdmm sieht in dieser Entwicklung eine weitere Gefahr, dass Geschäfte aus Print zu den Online-Medien abwandern. Eine kurzfristige Verbesserung der Lage sei nämlich nicht zu erwarten.

> www.bvdmm-online.de

CO₂-Fußabdruck pro Person in Deutschland



Grafik: bvdn. Quelle: Umweltbundesamt 2021.

PRINT EINE SAUBERE SACHE

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdn) hat berechnet, wie viel Kohlendioxid die produzierende Druckindustrie in Deutschland emittiert. Das Ergebnis: Der CO₂-Wert aller Druck-Erzeugnisse in Deutschland macht weniger als ein Prozent des Fußabdrucks aus, den eine Person hierzulande pro Jahr hinterlässt.

Von Klaus-Peter Nicolay

Wenn sich viele bei dem Begriff »Nachhaltigkeit« umdrehen und stöhnen »Ich kann es nicht mehr hören«, kann das nur daran liegen, dass dem Wort Nachhaltigkeit die eigentliche Bedeutung abhandengekommen ist. Aber leider können sich Wörter nicht wehren. Denn was wird heute nicht alles als nachhaltig bezeichnet, nur weil damit ausgedrückt werden

soll, dass etwas länger als einen Wimpernschlag in Erinnerung bleiben möge – oder dass es eine Legislaturperiode in der Politik überstehe. Genau darum geht es aber nicht! Es geht um die uns nachfolgenden Generationen, die auf Basis unseres Tuns weiterleben müssen. Ginge es also nur um den Verschleiß des Wortes, wäre weit weniger Handeln angesagt. Doch die Verschwendung von und der

unachtsame Umgang mit Ressourcen hat weltweit ein erschreckendes Maß angenommen. Deshalb ist die konsequente Ausrichtung auf nachhaltige Aspekte überall notwendig. Auch in der Medienproduktion.

Engagement zahlt sich aus

Das hat die Druckindustrie schon vor mehr als zehn Jahren kapiert und in erheblichem Maße umgesetzt.

Das bestätigt jetzt eine Berechnung des bvdn und entkräftet damit viele unqualifizierte Vorwürfe, die Druckindustrie arbeite nicht nachhaltig und gehöre zu den Dreckfinken. Tatsächlich aber dürften Druck-Erzeugnisse zu den nachhaltigsten Kommunikationsinstrumenten gehören. »Zumal die Druckindustrie seit mehr als zehn Jahren so nachhaltig und transparent arbeitet wie

kaum eine andere Branche«, sagt JULIA ROHMANN, Projektleiterin der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände.

Druckereien und Verlage engagieren sich, quantifizieren ihre Emissionen und bieten die Möglichkeit an, Produktionen klimaneutral zu stellen.

In der Untersuchung des *bvdm* wurde quantifiziert, wie viel CO₂ für eine Tonne Druckprodukte durchschnittlich entstehen. Dabei wurden alle Aspekte des Herstellungsprozesses in Druckereien einschließlich aller Emissionen aus vorgelagerten Ketten erfasst. Dieser Wert wurde mit dem Anteil des gesamten CO₂-Fußabdrucks einer durchschnittlichen Person nach Zahlen des *Umweltbundesamtes* verglichen.

Vermeiden und reduzieren

Dennoch: Auch wenn gerne vom klimaneutralen Drucken die Rede ist, bleibt es faktisch falsch. Es lassen sich durch verschiedene Maßnahmen zwar Emissionen vermeiden, doch so lange Papier, Karton, Farben und alle möglichen Aggregate zum Drucken benötigt werden, ist Print an sich nicht klimaneutral. Drucksachen werden im Höchstfall klimaneutral gestellt und das CO₂ kompensiert.

Druckereien müssen also weiterhin Nachhaltigkeitsstrategien entwickeln und Emissionen, die (noch) nicht vermieden werden können, durch den Erwerb von Zertifikaten für Kompensationsprojekte ausgleichen.

So lässt sich sehr schnell Klimaneutralität herstellen – allerdings ohne den Vorteil einer mit Re-

duktionsmaßnahmen verbundenen dauerhaften Energie- und Kosteneinsparung.

Dabei sind entsprechende Maßnahmen mit etwas gutem Willen gar nicht so schwer umzusetzen. Schließlich vermeidet ökologische Produktion Fehler, Doppelarbeiten und unnötigen Materialeinsatz, reduziert Abfall sowie Entsorgungskosten und spart damit Geld und Zeit. Das bedeutet letztendlich auch weniger finanziellen Aufwand.

Teil der Produktqualität

Druckereien, die sich mit diesem Trend seriös beschäftigen, profilieren sich als vorausschauende Lieferanten und bieten ihren Kunden und dem Drucken an sich eine massive Attraktivitätssteigerung. Denn nachhaltiges Produzieren ist Bestandteil der

Produktqualität. Es ist also höchste Zeit, sich zu vergewissern, was sinnvoll, notwendig und machbar ist, um ökologisch fit und ökonomisch effektiv zu sein. Denn Ökologie ist das Denken über den Tag hinaus, eine Strategie, die mehr umfasst als aktuelle Tagesprobleme. Es ist vor allem aber auch das Gefühl, seinen Entscheidungen und Handlungen einen Sinn zu geben, der nachwirkt – der damit eben nachhaltig ist.

Diese Untersuchung bietet nun auch Fakten und Argumente gegen Umweltschützer (und solche, die sich dafür halten oder vorgeben, welche zu sein) sowie die Stimmungsmache in der Bevölkerung, Print sei eine nutzlose Umweltsünde.





Foto: Joey Huang on unsplash

BRANCHENBERICHTE

HISTORISCHES TIEF FÜR DIE DRUCKINDUSTRIE

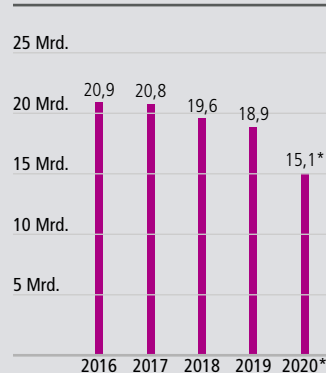
Die Branchenberichte aus Deutschland, Österreich und der Schweiz bestätigen, was alle geahnt und gespürt haben: die dramatischen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Druckindustrie. Und Corona setzt der Branche weiterhin zu. Umsatz- und Gewinneinbussen treffen Unternehmen aller Grössenklassen: Kleine Unternehmen leiden besonders stark.

Von Klaus-Peter Nicolay

Die Coronakrise hat den stärksten Produktionseinbruch der deutschen Druckindustrie seit 1991 verursacht. Was wohl jeder geahnt hat, belegt der Bundesverband Druck und Medien (bvd) jetzt mit Zahlen. So lag der Produktionsindex im April 2020 rund 26% unter dem von 2019. Zwar hätten Unterbrechungen der Lockdowns zu einer

von Nachholeffekten getriebenen Erholung beigetragen, doch sei die Produktion im Mittel rund 13% unter dem Wert von 2019 geblieben. Dabei waren die Zahlen von 2019 schon nicht berauschend. Seit 2015 geht der Umsatz der Druckindustrie in Deutschland Jahr für Jahr zurück und sank 2018 erstmals unter die lange Zeit gehaltene Marke von 20 Mrd. € (siehe Grafik rechts). Wenn der Umsatz der meisten Betriebe laut bvd-Umfrage um

UMSATZ DER DRUCKINDUSTRIE (IN MRD. EURO)



*Schätzung Druckmarkt.
Quellen: Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes, Datenstand: Juni 2021, bvd.

(grob) 20% zurückgegangen ist, dürfte der Branchenumsatz 2020 theoretisch auf rund 15,0 Mrd. € abgesackt sein. Ein in der Tat historisches Tief. Das alles wird durch eine im April 2021 durchgeführte Branchenumfrage des bvd bestätigt. Lediglich 14% der Unternehmen meldeten konstante oder gestiegene Umsätze im Jahr 2020. Dagegen berichteten mehr als 50% der Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als 1 Mio. €

und nahezu die Hälfte aller Unternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern von Umsatzeinbrüchen über 20%. Größere Unternehmen mit einer Personalstärke von mindestens 100 Mitarbeitern meldeten ebenfalls einen Rückgang um 21%.

Tendenz für die D/A/CH-Region

Die jährliche Branchenumfrage des *bvdm* vom April ist zwar nicht repräsentativ (die rund 400 Entscheider vertreten in der Summe nur etwa 21% des Umsatzes der deutschen Druckindustrie), zeigt aber zumindest eine Tendenz.

Eine Tendenz, die wohl auch auf die Schweiz und Österreich übertragbar ist. Zumal in allen drei Ländern überproportional viele kleine Betriebe unter zehn Mitarbeitern das Gros der Branche ausmachen.

Doch auch der Umsatz der Betriebe mit mindestens 50 Mitarbeitern fiel in Deutschland im Jahr 2020 im Mittel um rund 13%.

Besonders gelitten haben in der D/A/CH-Region die Werbedruck-Erzeugnisse, die einen wertmäßigen Anteil von gut einem Drittel aller Drucksachen ausmachen (in Deutschland rund 37% der wertmäßigen Produktion). Sie verloren rund 17% gegenüber 2019.

Als leichte Stütze in diesen Zeiten zeigten sich die gesunkenen Preise für grafische Papiere. Sie fielen im Durchschnitt um 7,2%, die Preise für Zeitungspapier notierten 2020 sogar 10,3% unter dem Vorjahresniveau.

Für Entwarnungen ist es jedoch noch zu früh, zumal die Preise für

Rohstoffe seit Jahresbeginn stark gestiegen sind – und mit ihnen steigen auch Papierpreise und die Preise für andere Verbrauchsmaterialien.

Boom beim E-Commerce

Etiketten- und Verpackungsdrucker überstanden die Krise bisher vergleichsweise gut. Hier wurden deutlich weniger Verluste gemeldet, ein Viertel dieser Unternehmen verzeichneten 2020 sogar Umsatzzuwächse. Das wurde auch schon von verschiedenen Seiten publiziert.

Ob sich das mit der starken Zunahme des Online- und Versandhandels sowie der verstärkten Nachfrage nach Lebensmitteln, Medikamenten, Hygieneartikeln und einigen anderen Konsumsparten allein begründen lässt, ist allerdings eher fraglich. Denn der Einzelhandel hat zumindest im Juni wieder massiv zugelegt.

Doch die E-Commerce-Umsätze boomen weiterhin. Für das erste Halbjahr 2021 meldet der *Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (Bevh)* unter dem Strich ein Wachstum von 8,5 Mrd. €. Obwohl die Restriktionen im stationären Handel mittlerweile gelockert wurden und wieder mehr Menschen in die Geschäfte gehen, scheint der Wachstumstrend der E-Commerce-Branche ungebrochen. Der Zuwachs im ersten Halbjahr 2021 beträgt in Deutschland 23,2%. Die Prognose für das laufende Jahr ist weiterhin optimistisch und könnte erstmals 100 Mrd. € erreichen.

Auch in der Schweiz wuchs der Onlinehandel in den letzten Jahren stürmisch und stieg 2020 um 27% auf einen Rekordwert von

13,1 Mrd. Franken. Damit hat sich der E-Commerce-Markt laut *Handelsverband Swiss*, des Marktforschungsunternehmens *GfK* und der *Post* in sechs Jahren verdoppelt und natürlich auch von der Pandemie profitiert. Ein ähnliches Bild auch in Österreich, auch wenn der Onlinehandel im Corona-Jahr 2020 »nur« um 17,4% gewachsen ist. Tendenziell werden sich die Zahlen aller Voraussicht nach wieder normalisieren. Doch der Trend zum Onlineshopping wird sicherlich auch Auswirkungen auf den Einkauf von Drucksachen bei Druckereien mit E-Shops haben.

Erholungsperspektiven auf dünnem Eis

In den drei Ländern kann im Hinblick auf den Druck der Anstieg von Produktion und Umsatz im ersten Halbjahr 2021 vielleicht als Beginn einer leichten Erholung gesehen werden. Eine Fortsetzung dieses Trends ist jedoch von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung abhängig und kann im weiteren Verlauf dieses Jahres von steigenden Preisen und möglichen Lieferengpässen bei Verbrauchsmaterialien und Vorprodukten sowie auch vom Fachkräftemangel beeinträchtigt werden.

Vor allem aber ist eine Erholung der Druckindustrie nicht aus eigener Kraft möglich. Denn auch Druckereien können nur dann gut leben, wenn es ihren Kunden gut geht. Das ist aber eher nicht der Fall.

Nur zwei Beispiele:

Das deutsche Gastgewerbe ist einer der grössten Verlierer der Corona-Krise und musste in Folge

der Pandemie 2020 rund 36,5% Umsatz einbüßen. Bis 2019 stieg der Jahresumsatz jährlich um rund 3% auf etwa 93,6 Mrd. €. 2020 hat das Gewerbe etwa 34 Mrd. € verloren und kommt somit auf einen Umsatz von nur noch rund 59,5 Mrd. €. Und eine Erholung verläuft schleppend. Nach Berechnungen des Reiseverbandes *DRV* summieren sich die Umsatzausfälle der deutschen Reiseveranstalter und Reisebüros bis Ende 2020 auf 28 Mrd. € – ein Einbruch von rund 80% gegenüber dem Vorjahr. Etwa 10% der rund 11.000 Reisebüros und etwa 100 Veranstalter in Deutschland könnten gefährdet sein. Das heisst: Erst wenn Hotels, das Gastgewerbe, der Tourismus und Veranstaltungen aller Art und Grössenordnungen wieder möglich sind, wird sich auch die Werbung wieder beleben. Das dürfte auf Österreich vielleicht noch stärker zutreffen als auf die beiden Nachbarländer. In jedem Fall gilt jedoch: Die Wiederbelebung kann sich hinziehen – und mit ihr die Situation der Druckindustrie.

Erwartungen für 2021 eher pessimistisch

Obwohl sich ab dem 2. Quartal 2021 eine Erholung abzeichnet, rechnen in Deutschland rund 50% der Betriebe mit Gewinnrückgängen. Kleine Unternehmen zeigen sich hierbei besonders pessimistisch. Neben Auftragschwankungen, unbeständigen Auslastungen und Auftragsmangel sind es steigende Preise, die den Druckunternehmen auch jenseits der coronabedingten Krise Sorgen bereiten.

>

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



Dass sich die überwiegende Zahl der Druckereien trotz der massiven Beeinträchtigung ihrer Geschäftslage im Jahr 2020 halten konnten, ist vor allem auf die Inanspruchnahme des Kurzarbeitergeldes und anderer Massnahmen zurückzuführen. Dennoch planen in Deutschland 37% der Betriebe im Laufe des Jahres 2021 Mitarbeiter zu entlassen. Besonders stark fällt der Personalabbau bei Unternehmen mit 100 Beschäftigten und mehr aus. 58% planen einen Stellenabbau. Gleichzeitig geben fast 50% an, Investitionen zu streichen oder zu verschieben.

Grafische Industrie in der Schweiz

Die Covid-19-Pandemie hat auch in der Schweiz mächtige Spuren hinterlassen. Und wie in den Nachbarländern war die Druckindustrie stärker von den Auswirkungen der Pandemie betroffen als der Durchschnitt aller Industriebetriebe. Während deren Umsätze in der Schweiz um –6,3% zurückgingen, weist der *viscom*/BAK-Index für die Druckindustrie einen Umsatzeinbruch um –17% für das Jahr 2020 aus. Die Umsätze der grafischen Industrie der Schweiz haben sich zuletzt erholt – was nach dem desaströsen Jahr 2020 zu erwarten war. Im 2. Quartal 2021 gab es gegenüber dem 2. Quartal 2020 eine Umsatzsteigerung um rund 13%. Vergleicht man die zuletzt verzeichneten Umsätze mit dem Jahr 2019, fällt die Bilanz immer noch verhalten aus. So lag das Umsatzniveau zwischen April und Juni 2021 um rund 14% unter dem 2. Quartal 2019. Die Produzentenpreise haben sich bei grafischen Erzeugnissen laut *viscom*/BAK-Index zwar verbessert, lagen im Juni 2021 aber nur rund 1% höher als im Juni letzten Jahres.

Druckereien, die auf ausländische Papiervorprodukte angewiesen sind, waren auch in der Schweiz zuletzt mit kräftigen Preissteigerungen um 4% konfrontiert.

Keine aktuellen absoluten Zahlen

Der durch den *viscom*/BAK-Index für 2020 ausgewiesene Umsatzrückgang von rund 17% ist ein zusätzlicher Schock auf den seit Langem anhaltenden Rückgang aller Eckwerte der Branche. Zwischen 2000 und 2019 hat sich der Umsatz der grafischen Industrie in etwa halbiert.

Die vorstehenden Zahlen zeigen zwar eine interessante Tendenz, doch das Arbeiten ausschliesslich mit Relationen macht die Situation nicht greifbarer. Und als schäme man sich für die echten Umsatzzahlen, winden sich Studien und allerlei Erhebungen um die absoluten Zahlen. Dafür muss man schon einige Jahre zurückblicken und die Betrachtungsweise verschiedener Quellen akzeptieren.

So lag die Bruttowertschöpfung im Jahr 2016 bei 2,288 Mrd. CHF. Mit eingerechnet waren hier Leistungen wie Grafikdesign und vi-

suelle Kommunikation (*BJA Economics* 2017). Aus demselben Jahr stammen auch folgende Daten: Die rund 1.000 Unternehmen der Branche mit ihren rund 15.000 Beschäftigten sollen im Jahr 2016 einen Umsatz von rund 4 Mrd. Franken erzielt haben (Quelle: *viscom*). Der VSD weist 3,750 Mrd. CHF aus (Quelle: *ESTV*).

In diesen fünf Jahren seither sind die Umsätze aber nicht gestiegen (wie auch die Umsatzzahlen aus Deutschland zeigen). So muss man wohl annehmen, dass sich die Schweiz den Werten der Druckindustrie in Österreich genähert hat.

Österreich und die Schweiz zählen etwa gleich viele Einwohner. Daher ist der Vergleich zulässig. Nach den Zahlen des *Verband Druck & Medientechnik Österreich* gab es 2018 gesamt 939 Betriebe, 85,6% (804) davon mit bis zu neun Beschäftigten. Der Umsatz: 1,576 Mrd. €.

Was in den vergangenen drei Jahren einschliesslich der Corona-Effekte geblieben ist, werden wir wohl erst im nächsten Jahr oder später erfahren.

Zukunftspotenziale

Kurzfristig dürften sich die Umsätze nach Covid-19 (noch sind wir ja nicht durch) wieder erhöhen. Es ist jedoch kaum zu erwarten, dass das Vorkrisenniveau wieder erreicht wird.

Denn strukturell haben sich die Herausforderungen nochmals erhöht. Viele Auftraggeber haben vermutlich weniger Ressourcen für grafische Erzeugnisse als vorher. Stattdessen werden die meisten Werbegelder wieder in die vielen Online-Kanäle und in Social Media fliessen (siehe auch den Beitrag auf Seite 16).

Hinzu kommt noch der Digitalisierungsschub, der den Strukturwandel in der grafischen Industrie massiv verändern wird. Welches Potenzial sich für grafische Betriebe durch diese fundamentalen

Innovationen eröffnet, bleibt abzuwarten und ist von Unternehmen zu Unternehmen anders. Ein Erfolgsrezept ist auch in diesem Zusammenhang nicht zu erwarten.

Prozessinnovationen im Zuge der Industrie 4.0, Sharing Economy, Internet of Things und Printed Electronics sowie Geschäftsmodelle wie Mass Customization, Verlängerung der Wertschöpfungsketten, Big Data Modelle und Nachhaltigkeit sind nur einige Schlagworte, die uns schon seit geraumer Zeit begleiten. Damit diese Potenziale erfolgreich umgesetzt werden können, ist eine Belegschaft entscheidend, die über die notwendigen Kompetenzen verfügt.

Zwar haben die Unternehmen in der D/A/CH-Region bereits darauf reagiert und die Aus- und Weiterbildungsangebote an die sich verändernden Bedürfnisse angepasst, doch müssen auch hier neue Wege beschritten werden. Das Modell, das wir ab Seite 20 vorstellen, könnte eine solche Lösung sein.

Neu aufstellen?

In Summe war Corona für die Druckbranche in Mitteleuropa eine echte Zäsur. Was im Herbst 2021 und später noch alles auf die Druckereien kommen mag, kann zurzeit niemand seriös prognostizieren.

Jetzt muss es jedoch darum gehen, etablierte und neue Märkte auszuloten sowie herauszufinden, in welche Geschäftsfelder es sich lohnt, zu investieren. Zudem ist immer auch eine Machbarkeit in dem einen oder anderen neuen Business zu prüfen. Danach gilt es, sich neu zu positionieren und vor allem strategisch klug aufzustellen.





JA, GANZ NETT. WIR SUCHEN ABER DEUTLICH PRÄZISERE LÖSUNGEN.

Photo by M. Konopka | 123rf.com

Gerade in Zeiten, in denen direkte Produkt-Vergleiche auf Messen und Events nicht möglich sind, bieten die **EDP AWARDS** Orientierung bei Investitionsentscheidungen und geben neutrale Empfehlungen. Der jährliche Wettbewerb, der von 21 in der European Digital Press Association (EDP) zusammengeschlossenen europäischen Fachmagazinen für digitale Drucktechniken ausgetragen wird, ist der einzige europäische Technologie-Award für das digitale Print-Business mit internationalem Charakter. Bei der Suche nach den besten Lösungen aus Hard- und Software, Print und Finishing geht es um das innovativste und leistungsfähigste Equipment für den täglichen Einsatz in Produktionsbetrieben.

Die Bewerbungsfrist für die **EDP Awards 2021** ist angelaufen. **Deadline ist der 15. Oktober 2021.**

www.edp-award.com



Bildquelle: Römerturm

RÖMERTURM PAPIERTRAGETASCHEN: VIELFÄLTIG UND BELIEBT

Jährlich am 12. Juli wird in den USA der National Paperbag Day begangen, um an die Bedeutung einer Erfindung zu denken, die wir heute für selbstverständlich halten. Dabei gehen die praktischen Tragetaschen auf Tüten zurück, die ursprünglich Trichterform hatten.

Der amerikanische Erfinder FRANCIS WOLLE erhielt 1852 ein Patent für die erste Papiertütenmaschine. 1870 wurde MARGARET E. KNIGHT als »Mutter der Lebensmitteltüte« bekannt, nachdem sie eine quadratische Tüte mit flachem Boden samt Maschine zum Falten und Kleben dieser Tüten entwickelt hatte. Im Laufe der Jahrzehnte haben sich die Papiertüte selbst und ihre Herstellmethoden verändert und weiter verbessert.

Ursprünglich Trichterform

Ursprünglich gab es nur Spitztüten mit Trichterform. Ohne großen Aufwand lassen sich solche Spitztüten aus einzelnen Blättern herstellen und gehören zu den ältesten Helfern der Menschheit, wenn es um das Aufbewahren oder Transportieren geht. Wissenschaftler haben Hinweise gefunden, dass Tüten in Spitzform schon im 1. Jahrhundert zum Einsatz kamen – damals für Gewürze. Spitztüten gibt es heute beispielsweise für Obst oder für



die belgischen Pommes frites, die als Imbisspezialität gelten.

Papiertüten kommen beim Einkaufen meist als Tragetaschen mit flachem Boden und bedruckt zum Einsatz. Denn sie sind handlich, bieten viel Platz und viel Werbefläche. Deshalb sind Papiertragetaschen beliebt in Vertrieb und Marketing.

Römerturm hat für die Taschen einen eigenen Online-Shop eingerichtet.

> www.mypaperbag.de



ANTALIS UND FAVINI Vertriebsvereinbarung für Refit

Antalis hat mit Favini eine Vertriebsvereinbarung für Produkte auf Naturfaserbasis (Zellulose, Algen, Früchte, Nüsse, Leder, Baumwolle und Wolle) getroffen. Die Produkte werden für Drucksachen und Verpackungen in der Luxus- und Modeindustrie verwendet. Mit der Refit-Serie erweitert Antalis sein Angebot an Kreativpapie-

Post-Consumer-Abfälle, 45% Frischfasern und sind als FSC und klimaneutral zertifiziert.

> www.antaldis.com

KOEHLER PAPER Geschwindigkeitsrekord aufgestellt

Konzipiert als eine der leistungsstärksten Spezialpapiermaschinen der Welt, nahm Koehler Paper am Standort Kehl Ende Oktober 2019 die Produk-

MONDI CO₂-neutrales Produktportfolio

Mondi bietet ab sofort ein umfangreiches Portfolio an CO₂-neutralem Papier aus dem Unternehmensbereich *Uncoated Fine Paper* an. Das Werk *Mondi Neusiedler* bietet seit über einem Jahrzehnt CO₂-neutrale Produkte wie *Color Copy original* und ausgewählte Produkte aus dem *Nautilus*-Portfolio an. Seit April 2021 ist das Angebot an CO₂-neutralem Papier auf fast alle Marken ausgeweitet worden. Dazu zählt auch *Pergraphica*, *Mondis Premium-Papiermarke* für Design, Publishing und Luxusverpackungen. Die CO₂-Emissionen des Papiers wurden mit Unterstützung von *ClimatePartner* berechnet, ausgeglichen und als CO₂-neutral eingestuft.

> www.mondigroup.com

KOEHLER GREIZ Papiermaschine 1 feiert 50-Jähriges

Einen Betriebsjubiläum der besonderen Art feiert *Koehler Papier* am thüringischen Standort Greiz: Die *Papiermaschine 1* (PM 1) feiert in diesem Jahr ihr 50-jähriges Jubiläum: 1971 wurde sie in Betrieb genommen.

Nach der Übernahme des Standorts Greiz durch *Koehler* 1998 gemeinsam mit der *Euler GmbH* fanden umfangreiche Investitionsmaßnahmen statt, bei denen die Produktion von Lochkartenkarton auf farbige Büro- und Spezialkartons aus 100% Altpapier umgestellt wurde. Eine Besonderheit der *PM 1* sind die zwei Stoffaufbereitungsanlagen und die daraus resultierende Duplexblattbildung. Dadurch können zwei farblich un-

krobiell beschichtet ist. *Xerox Premium NeverTear* ist ein synthetisches Papier, das für den Druck langlebiger Dokumente entwickelt wurde. Der antimikrobielle Zusatz von *Biomaster* bietet eine hygienische Lösung. Das Material ist wasserfest, reißfest, fett- und alkoholbeständig und eine Lösung für Dokumente, die oft und von vielen Menschen angefasst werden. Die beschichtete weißmatt Polyesterfolie ist für



Die von Favini konzipierten und produzierten Refit-Papiere werden durch die Wiederverwendung von Textilfasern aus Wolle und Baumwolle hergestellt.



Die Papiermaschine 1 am Koehler Standort in Greiz produziert seit 50 Jahren hochwertige Recyclingpapiere aus 100% Sekundärfaserstoffen. Sie macht Koehler unter anderem zum Premiumanbieter für Kreativkarton, aber auch zum Qualitätslieferanten für Kunden aus der ganzen Welt.

ren und kommt dem Bedarf an Recycling-Papieren nach.

Für *Refit* werden Fasern verwendet, die für Textilien zu kurz sind und für die Deponie bestimmt sind. *Refit* ist ein Paradebeispiel für ein Premium-Produkt, das zugleich die Verschwendung innerhalb einer Lieferkette minimiert.

Refit-Papiere beinhalten 15% Woll- oder Baumwollfasern, 40% recycelte

tionslinie 8 von *Voith* in Betrieb – nach einer vorangegangenen Projektzeit von nur rund zweieinhalb Jahren. Durch kontinuierliche Optimierung wurde bei der Rohpapierproduktion (40 g/m²) eine Durchschnittsgeschwindigkeit von 1.410 m/Min. über einen Zeitraum von 24 Stunden sowie ein Maximalwert von 1.432 m/Min. erreicht – Weltrekord für die Papiermaschine.

> www.koehler.com

terschiedliche Papierbahnen innerhalb der Maschine gegautscht werden.

> www.koehler.com

ANTIMIKROBIELL Xerox Premium NeverTear Papier

Antalis bringt ein neues und verbessertes *Xerox Premium NeverTear* Papier auf den Markt, das anti-

den Laserdruck ohne eine Laminierung geeignet.

Xerox Premium NeverTear kann mit Seifenwasser oder Bleichmittel gereinigt oder mit alkohol- und lösungsmittelbasierten Mitteln sicher desinfiziert werden. Die Beschichtung ist auf den mattweißen

Xerox Premium NeverTear-Produkten von 95 g/m² bis 350 g/m² erhältlich.

> www.antaldis.com

SHORTCUTS | Der Papiergroßhändler *Antalis* erweitert seine Auswahl an Haftmaterialien der Marke *Rafalac* für den Digitaldruck und Bogenoffset im Formatbereich 50 x 70 cm. • Die Kosten für die Hauptrohstoffe und für Frachten, Energie, Verpackungen sowie weiterer Vorprodukte, die bei der Herstellung von Papieren der *Felix Schoeller Group* verwendet werden, steigen weiterhin an. Deshalb hat der Spezialpapierhersteller seine Verkaufspreise je nach Produkttyp und Region zum 1. Juni 2021 um bis zu 15% angehoben. • Gestiegene Preise für Energie und Rohstoffe sind auch bei *Mitsubishi HiTec Paper* Grund für Preisanpassungen von bis zu 20%. • *Mondi* hat am 5. Juli 2021 Preiserhöhungen zwischen 8% und 15% für die meisten seiner in Österreich und der Slowakei produzierten ungestrichenen Feinpapiersorten vorgenommen.

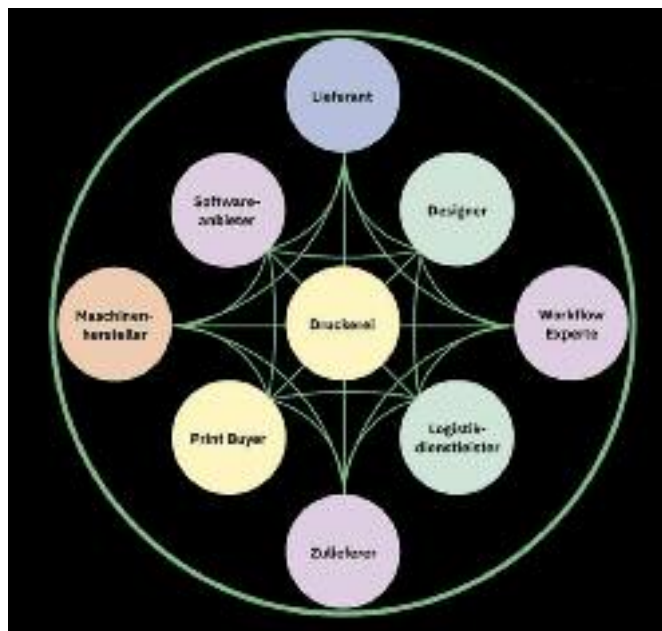
ANTALIS

MIT ZAIKIO SOLL EINKAUFEN EINFACHER WERDEN

Druckereien stehen vor der Herausforderung, immer kleinere und vielfältigere Auflagen zu bewältigen. Zudem gilt es, immer komplexer werdende Beziehungen zwischen Druckereien, ihren Kunden und Geschäftspartnern effizient zu managen. Die Lösung liegt in voll automatisierten und integrierten Prozessen auch über Unternehmensgrenzen hinweg, die die Abläufe zwischen Druckern, Softwareanbietern, Maschinenherstellern und Zulieferern drastisch vereinfachen.

Rund ein Jahr nach der Übernahme des Cloud-Software-Unternehmens *Crispy Mountain* durch die *Heidelberger Druckmaschinen AG* wurde im Sommer letzten Jahres mit *Zaikio* eine neue, offene, unabhängige und cloud-basierte Kollaborationsplattform für die Druckindustrie präsentiert. *Zaikio* soll alle Branchenteilnehmer auf einer Plattform über drei wesentliche Bausteine zusammenführen:

- Der kostenfreie *Zaikio Account* ermöglicht es jedem Nutzer, sich via Log-in in sämtliche angeschlossenen Software-Systeme einzuloggen.
- Der *Zaikio Hub* dient der Administration der persönlichen und organisatorischen Accounts und sorgt für die Anbindung von Services und Software der unterschiedlichen Anbieter, unabhängig davon, ob es sich um Bestandssoftware oder Apps handelt, die speziell für *Zaikio* entwickelt wurden.
- *Mission Control* bildet schließlich die digitale Schaltzentrale der Druckerei. Hier laufen alle Daten standardisiert ein und können von anderen Apps ausgelesen, bearbeitet und wieder zurückgespielt werden. Dies ermöglicht einen einheitlichen Datenaustausch zwischen den beteiligten Partnern und schafft die Basis für durchgehend automatisierte Prozessketten.



Zaikio ist eine offene und unabhängige Branchenplattform von der und für die gesamte Druckindustrie. Zaikio stellt die Plattform bereit, die die nahtlose Zusammenarbeit zwischen Software, Hardware und beteiligten Partnern möglich macht.

Plattformen leben vom Mitmachen

»*Zaikio* hat das Potenzial, die Gesamtabläufe sowie die Zusammenarbeit in der Druckbranche drastisch zu vereinfachen und den Anwendern auch künftig ein profitables Auskommen zu ermöglichen«, sagt *Heidelberg*-Chef **RAINER HUNSDÖRFER**. Dabei versteht sich *Heidelberg* als Gründungspartner und Impulsgeber der Plattform und ist offen für Partnerschaften und Investoren, »um mit ihnen zusammen die Chancen der Digitalisierung für die



Branche zu nutzen«, so **HUNSDÖRFER** und ergänzt: »Erfolgreiche Plattformen leben vom Mitmachen.«

Antalis mit an Bord

Bereits vom Start waren eine Vielzahl branchenbekannter Software-Anbieter an Bord. Jetzt hat sich mit *Antalis* ein bedeutender europäischer Papiergroßhändler der Einkaufsplattform *Zaikio Procurement* angeschlossen (*sappi* und *Metapaper* sind übrigens auch dabei). Mit dieser Anbindung möchte *Antalis* ihren Kunden den digita-

len Zugriff auf ihre Einkaufsdaten ermöglichen. Auch andere Partner wie MIS-Anbieter sollen einen einfachen Zugriff erhalten, sodass Druckereien direkt aus ihrem zentralen System agieren können.

»Uns ist es wichtig, die Herausforderungen und Probleme der Druckereien zu lösen. Wir möchten mit *Zaikio Procurement* allen Druckereien die Möglichkeit geben, direkt auf die Material- und Preislisten der Lieferanten zuzugreifen, um Kalkulationen sowie Bestellungen zu erleichtern und Arbeitsvorgänge zu automatisieren. Mit *Antalis* haben wir einen



wichtigen Partner mit an Bord, der uns bei dieser Vision unterstützen wird«, sagt **CHRISTIAN WEYER**, Managing Director Technology bei *Zaikio*.

Und **RAINER HUNSDÖRFER** ergänzt: »Wir sind bereits mit weiteren großen Lieferanten in Gesprächen, die Teil der Plattform sein möchten. Unser Ziel ist es, bis Ende des Jahres alle großen Lieferanten für den D/A/CH-Markt auf *Zaikio Procurement* begrüßen zu können und den Druckereien so die Möglichkeit zu bieten, aus einer Anwendung bei all ihren Lieferanten zu bestellen.«

Denn auch für die Lieferanten ergeben sich viele Vorteile.



Druckereien können künftig auf die Produktpalette von Antalis zugreifen. In einem ersten Schritt können sie ihren Beschaffungsprozess digitalisieren und optimieren.

Mit dem direkten Zugriff auf das Sortiment sowie die Preise entfallen viele Telefonate und der E-Mail-Verkehr. Darüber hinaus gehören Einzelintegrationen des eigenen ERP-Systems an die der Kunden der Vergangenheit an.

Zeit und Geld sparen

»Zaikio hat uns mit dem One-to-Many-Lösungsansatz überzeugt. Dieser ermöglicht unseren Kunden eine einfache, schnelle und kostenfreie Anbindung ihres MIS an unser ERP-System und spart auf beiden Seiten viel Zeit und Geld. Gerade die Ressourcen für den Aufbau und die Pflege von Systemanbindungen sind begrenzt. Mit den ankommenden Daten können wir endlich Prozes-



se bei uns gänzlich automatisiert ablaufen lassen«, sagt DIETER BECKER, Antalis-Geschäftsführer

Middle Europe.

Zaikio Procurement-Anwender wissen es zu schätzen, dass Antalis nun ein weiterer wichtiger Lieferant für Druckereien ein Teil der Plattform wird. Durch die Anbindung von Antalis an Zaikio könnte bei Papierbestellungen nun noch mehr Zeit eingespart werden.«

Einkauf war noch nie so einfach

Neben dem Zugriff auf das Sortiment und die Preise der Lieferanten können Druckereien in Zu-

kunft auch ihren Materialbedarf organisieren. Eine zentrale Tabelle gibt Einkäufern einen Überblick über alle derzeit benötigten Materialien, egal ob es sich um auftragsbezogenen Bedarf oder periodische Bestellungen handelt. Zaikio Procurement ist damit mehr als nur eine Schnittstelle zur Materialbeschaffung, sondern soll als wichtigstes Werkzeug für den Einkauf ausgebaut werden.

Zaikio App Store

Mit dem App Store Launch ist Zaikio einen weiteren Schritt zur universellen Vernetzung der Druckbranche gegangen. Die angebundenen Systeme sind im App Store verfügbar und können von interessierten Kunden eingesehen werden. Der Zaikio App Store bildet die notwendige Grundlage, mit der sich Software-Anbieter untereinander vernetzen können. Mit Zaikio Procurement können sich MIS-Anbieter, Druckereien und Lieferanten bereits verbinden, um Zeit und Ressourcen zu sparen und die Digitalisierung voranzutreiben.

Nach Zaikio Procurement und dem App Store arbeitet Zaikio jetzt an Mission Control, einer Lösung zur einheitlichen Datenspeicherung angebundener Systeme und bestimmter Daten anderer Systeme. Das soll die Vision der vernetzten Druckindustrie komplettieren.

> www.heidelberg.com

Der Return
on Advertising
Spend
(ROAS) bei
gedruckten
Mailings
liegt bei
990 Prozent.

CMC Dialogpost-Studie 2020

**DAS MÜSSEN ANDERE
ERST EINMAL
HINBEKOMMEN!**

DRUCKMARKT
PRINT | PAPER | PASSION



Bildquelle: Favini

PAPIERHANDEL ERSATZ FÜR CHROMOLUX

Der Konkurs von *Zanders* bedeutete das Ende von mehr als 200 Jahren traditioneller Papierproduktion in Bergisch Gladbach. Das hat aber offenbar auch zur Folge, dass eine der bekanntesten Papiermarken der Welt, *Chromolux*, von der Bildfläche verschwindet. Der Papierhandel bemüht sich daher um Ersatz.

Denn die Nachfrage nach schönen, hochglänzenden gussgestrichenen Kartons und Etikettenpapieren ist nach wie vor ungebrochen. Der Papierhandel ist daher bemüht, entsprechende Alternativprodukte anzubieten.

Berberich Papier führt zwar offenbar noch immer Restbestände von *Chromolux* im Programm, *Inapa* (*Papyrus*) und *Papyrus* (*Papyrus*) haben aber inzwischen in *Favinis* ultraglänzendem *Bindakote*-Papier eine Alternative gefunden. *Antalis* hat *Astralux* im Programm, auch das ist eine Sorte von *Favini*.

Der italienische Hersteller hatte erst im Februar dieses Jahres sein *Bindakote*-Sortiment aktualisiert. Wichtiger Punkt der Sorti-

mentsaktualisierung sind die neuen Farbtöne, die das Angebot an farbigem gussgestrichenem Karton erweitern. Die Linie *Bindakote Colours* bietet Pastell-töne und leuchtende Farben sowie perlige und metallische Oberflächen. *Black on Black* mit seiner tiefschwarzen Oberfläche ist jetzt in drei Gewichtsklassen erhältlich. *Favini*, nach eigener Darstellung immer an vorderster Front bei nachhaltigen Lösungen, hat auch eine Version mit 50% recycelten Fasern entwickelt. Erhältlich in drei Grammaturen und in der Farbe Ice White, bietet *Bindakote 50% Recycled* durch die extrem glatte Oberfläche eine laut *Favini* hervorragende Bedruckbarkeit auf beiden Seiten.

ANTALIS Gussgestrichenes Sortiment Astralux

Kunden von *Antalis* stehen mit *Astralux* gussgestrichene Papier- und Kartonqualitäten zur Verfügung. *Astralux* ist aufgrund seiner Druckleistung und schnellen Trocknungszeit ein ausgezeichnetes Sortiment und ergänzt das Portfolio von *Antalis*. Die



Antalis bietet mit *Astralux* neue gussgestrichene und FSC-zertifizierte Papier- und Kartonqualitäten an.

hochweiße Spiegelglanzoberfläche lässt Applikationen hochwertiger wirken und verbessert die Dichte und Brillanz gedruckter Bilder. Volumen und Steifigkeit garantieren Leistungsfähigkeit bei Verarbeitungstechniken wie Stanzung oder Prägung. Zum Sortiment zählen einseitig glänzend gussgestrichene Kartongrammaturen von 215 g/m² bis 350 g/m². Papiere in 80 g/m² und 90 g/m² eignen sich besonders für Anwendungen im Labelbereich. Für Nass- und laugenfeste Anforderungen wie Wein-etiketten steht eine zusätzliche 80 g/m²-Variante bereit.

RITTER Umstellung auf Papier-Standbeutel

Ziel der *Alfred Ritter GmbH* sind Verpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen, die im Einklang mit Mensch und Natur stehen und in Kreisläufen wiederverwertbar sind. Damit greift das Unternehmen ein Konsumentenverhalten auf, das in den vergangenen Monaten exponentiell gewachsen scheint und daher nun auch bei Sekundärverpackungen



Die *Alfred Ritter GmbH & Co. KG* nutzt das flexible Verpackungspapier *NexPlus Seal Pure* von *Koehler* für seine »mini Bunte Tüte« Standbeutel.

auf Papier setzt. Zum Einsatz kommen *Syntegon* Verpackungsmaschinen sowie für die *mini Bunte Tüte* das *Koehler NexPlus Seal Pure* mit 65 g/m². *Koehler NexPlus* sind Papiere mit Barrierebeschichtung mit verschiedenen Funktionalitäten. Es sind insbesondere Barrieren für Aromen, Fett, Mineralöl, Wasserdampf und auch für Gase, die sich mit den dem Papier eigenen Funktionalitäten wie hohe Festigkeitseigenschaften und der natürlichen Haptik zu einem starken Gesamtkonzept vereinen.

> www.koehler.com



ANTALIS Cocoon und Cyclus

Antalis vertreibt seit 2020 exklusiv Cocoon und Cyclus. Diese zwei Marken stehen für 100% Recyclingpapier. Beide Marken, die für den Offsetdruck und die Druckvorstufe erhältlich sind, sind zudem FSC-zertifiziert.

Das Cocoon-Sortiment umfasst bisher hochwertige, zu 100% recycelte, gestrichene Papiere (Cocoon Silk, CIE 120) und wird jetzt um das ungestrichene Angebot von Cocoon Offset BA mit einem außergewöhnlichen Weißgrad (CIE 135) erweitert. Die Cocoon-Produkte bieten eine glatte Oberfläche, ein sehr gleichmäßiges Oberflächenfinish, eine ausgezeichnete Bedruckbarkeit mit lebhaften Farben, eine gute Opazität und Cocoon Offset BA ist zudem Blauer Engel zertifiziert.

Auch das Cyclus-Sortiment ist nachhaltig aufgestellt und eignet sich perfekt für den Alltags- und Gelegenheitsdruck. Mit seinem Farbton und dem authentischen Aussehen bietet Cyclus als erste recycelte Marke auf dem Markt eine natürliche Weiße, aber auch eine matte Oberfläche ohne Reflexionen. Cyclus-Papier ist ideal für Texte mit hellen Bildern und garantiert zudem eine ausgezeichnete Maschinengängigkeit. Mit Cyclus Offset bietet Antalis jetzt ebenfalls eine ungestrichene Blauer Engel zertifizierte Qualität mit einer 95er CIE Weiße unter seiner Dachmarke an.

> www.antalas.de

Der neue Papierkunstpreis Paper Art Award wird für herausragende Positionen zeitgenössischer bildender Papierkunst vergeben. Mit diesem Preis würdigt Hahnemühle gemeinsam mit den Partnern d'mage und Canon sowie der paper positions berlin den Werkstoff Papier in der bildenden Kunst. Gemeinsam eröffnen die Partner zusätzlich das weltweit erste Papierkunstmuseum Haus des Papiers in Berlin. Das Ziel: Den Wert und die Bedeutung von Papierkunst zu würdigen. Der Paper Art Award ist mit einer Höhe von 36.000 € der höchstdotierte Papierkunstpreis mit Fokus auf Papier als Werkstoff. Er wurde am 10. Juni 2021 erstmals auf der Kunstmesse paper positions in Berlin verliehen.



VERBESSERUNG Letsgo in der dritten Generation

Crown Van Gelder hat die Produktion von Crown Letsgo-Produkten der 3. Generation aufgenommen. Diese bieten sichtbare Qualitätsverbesserungen im Druckergebnis von Druckmaschinen mit Pigmenttinten und die Möglichkeit, die Gesamtdruckkosten zu verbessern. Daraus ergibt sich eine Reduzierung des Tintenverbrauchs (5% bis 12%) und Einsparung von Trocknungsenergie.

> www.cvg.nl

FELDMUEHLE Neue Prägung Cuir

Für den Etikettenmarkt im Bereich nass- und laugenfeste Etikettenpapiere hat Feldmuehle zwei neue Produkte: LabelSet Cuir und MatisSet Cuir sind eine Antwort auf die steigende Nachfrage nach außergewöhnlichen Oberflächen.

Die Papiere, die als Basis für die neue Prägung verwendet werden (LabelSet und MatisSet) sind etablierte Qualitäten der Feldmuehle. Die Prägungen Reflexion, Linen und Vergé werden durch diese neue Prägung ergänzt und bieten mehr Gestaltungsmöglichkeiten.

> feldmuehle-uetersen.com

DREWSSEN Trinkhalme aus Papier

Plastik-Trinkhalme gehören zu den Kunststofffeinwegprodukten, die seit Juli dieses Jahres verboten sind. Eine nachhaltige Alternative bilden Trinkhal-



me aus Papier. Zu deren Herstellung werden schmale Papierrollen, sogenannte Bobinen, benötigt. Dazu hat Drewsen in eine spezialisierte Rollenschneidmaschine Typ Consli III der Firma Kampf Schneid- und Wickeltechnik investiert. Sowohl Trinkhalm- als auch Verpackungspapiere mit einem Flächengewicht von 30 bis 150 g/m² und Rollendurchmessern von 20 bis 80 cm werden in Schmalrollen ab 7,5 mm Breite geschnitten.

> www.drewsen.com

NEU BEI ANTALIS Dual Box von Arjowiggins

Antalis erweitert das Angebot an Marketingtools um die Dual Box von Arjo-

wiggins. Das neue Tool umfasst eine Keaykolour- und eine Curious Metallics-Box. Beide Boxen heben komplementäre Farbüberstimmungen hervor und zeigen eine Reihe von kreativen Kombinationen. Jede Box enthält zehn Kartenpaare im Format A6, die mit identischen Designs, aber unterschiedlichen Techniken bedruckt sind.

Die Keaykolour Range umfasst 48 Farben auf Papier- und Kartonqualitäten mit matter Oberfläche und mit hoher Steifigkeit sowie einer Auswahl von 100% recycelten Produkten. Die Curious Metallics-Kollektion bietet einen schimmernden Glanz in acht Farblinien mit gedämpften und natürlichen Tönen sowie einer großen Auswahl an modernen Farben.

Mit nahezu 80 Farben sind diese sortimentsübergreifenden Farbvergleichsboxen die perfekte Wahl für Papierliebhaber.

> www.antalas.de



KOEHLER PAPER ALLIANZ FÜR ÖKOLOGISCHE LUXUSVERPACKUNGEN

Das Kooperationsprojekt »Papyrer von der Göltzsch« der Unternehmen *Koehler Paper*, *Rissmann*, *druckpartner* und *bellazinnfigur* stellt zwei alte Handwerkskünste in den Fokus: Die Herstellung von Papier und das Zinngießen. Beide Materialien stehen für Tradition und Zukunft. Das Projekt zeigt, dass sich Nachhaltigkeit und hochwertige Verpackung für Luxusartikel gut kombinieren lassen.

Text und Bilder: Koehler Paper

Koehler Paper initiierte die Idee einer nachhaltigen und zugleich hochwertigen Verpackung, in der eine kulturhistorische Zinnfigur Platz findet. Die limitierte Box enthält ein hochwertig gedrucktes und veredeltes Booklet mit Wissenswertem zum »Papyrer von der Göltzsch«, eine Postkarte sowie eine Zinnfigur. »Unsere Recyclingpapiere stellen eine nachhaltige Alternative im Bereich der Luxusverpackungen dar, ohne Kompromisse bei Qualität, Sicherheit und Aussehen. Das Projekt »Papyrer von der Göltzsch« unterstreicht diese Botschaft«, betont UDO HOLLBACH, Geschäftsführer bei *Koehler Paper* am Standort Greiz. Als Kooperationspartner für die Produktion der Zinnfigur konnte der Hersteller *bellazinnfigur* gewonnen werden. Die beidseitig gravierte Zinnfigur zeigt einen mittelalterlichen Papierschöpfer an seiner Bütte, den »Papyrer von

der Göltzsch«. Im Hintergrund ist auf einem Aquarelldiorama eine Papierwerkstatt Ende des 16. Jahrhunderts zu sehen. Diese Komposition erzählt die Geschichte vom Fluss Göltzsch im Vogtland, an dem schon vor mehr als 400 Jahren hochwertiges Papier geschöpft wurde.

Recyclingpapiere von Koehler Paper im Einsatz

Mit *druckpartner* und *Rissmann* als Projektpartner wurden die hochwertige, luxuriöse Box sowie das Booklet und die Postkarte realisiert.

Rissmann ist Hersteller exklusiver und individueller Verpackungslösungen für die Markenartikelindustrie im hochwertigen Konsum- und Luxusgüterbereich. Das Druck- und Medienhaus *druckpartner* gehört, was Nachhaltigkeit angeht, zu den engagiertesten Unternehmen der Branche. Die Druckerei ist bei allen

namhaften Umweltlabeln zertifiziert. Institutionen wie *Bluegreen-print* oder *Firstclimate* bestätigen auftragsbezogen das klimaneutrale Drucken.

Die Box ist ein Musterbeispiel dafür, wie sich traditionelle Handwerkskünste und Nachhaltigkeit vereinen lassen. Sie zeigt eindrucksvoll auf, dass Recyclingpapiere und -kartons den höchsten Ansprüchen an Eleganz und Qualität gerecht werden. Die Box, das Booklet und die Postkarte wurden ausschließlich aus Recyclingpapieren von *Koehler Paper* produziert.

Bei der Herstellung der Box kam sowohl *creative print champagner* 120, 270 und 350 g/m² sowie *Koehler Eco Black* 120 g/m² zum Einsatz. Das Booklet wurde auf *creative print champagner* 90 g/m² und 210 g/m² gedruckt. Beim Druck der Postkarte wurde das speziell für den Digitaldruck entwickelte Digitaldruckpapier *Color-*

line IQ diamant 340 g/m² verwendet.

Die Recyclingpapiere aus 100% Sekundärfaserstoffen überzeugen dabei nicht nur mit den Umweltzeichen *Blauer Engel*, *EU Umweltlabel* und *FSC (Co16508)*, sondern auch durch ihre satten Farben.

»Wir sind sehr stolz, mit unserer Kompetenz einen Teil zu dem Erfolg des Projekts beigetragen zu haben«, sagt MICHAEL MATSCHUCK, Geschäftsführer bei *druckpartner*. UDO HOLLBACH ergänzt: »Im Verbund, durch großes Engagement und das Fachwissen aller Beteiligten konnte hier ein besonderes Projekt umgesetzt werden. Lassen Sie sich von zwei Handwerken ältester Herkunft beeindrucken, die heutzutage die Basis für die industrielle Produktion sind. Bestaunen Sie die hochwertige Papierbox mit der kulturhistorischen Zinnfigur.«

> www.koehlerpaper.com



Das Kooperationsprojekt »Papyrer von der Göltzsch« stellt zwei alte Handwerkskünste in den Fokus: Die Herstellung von Papier und das Zinngießen. Die Box zeigt eindrucksvoll, dass sich Nachhaltigkeit und hochwertige Verpackung für Luxusartikel kombinieren lassen.



20. und 21. Oktober 2021
CCD Congress Center Düsseldorf

MEDIENPARTNER



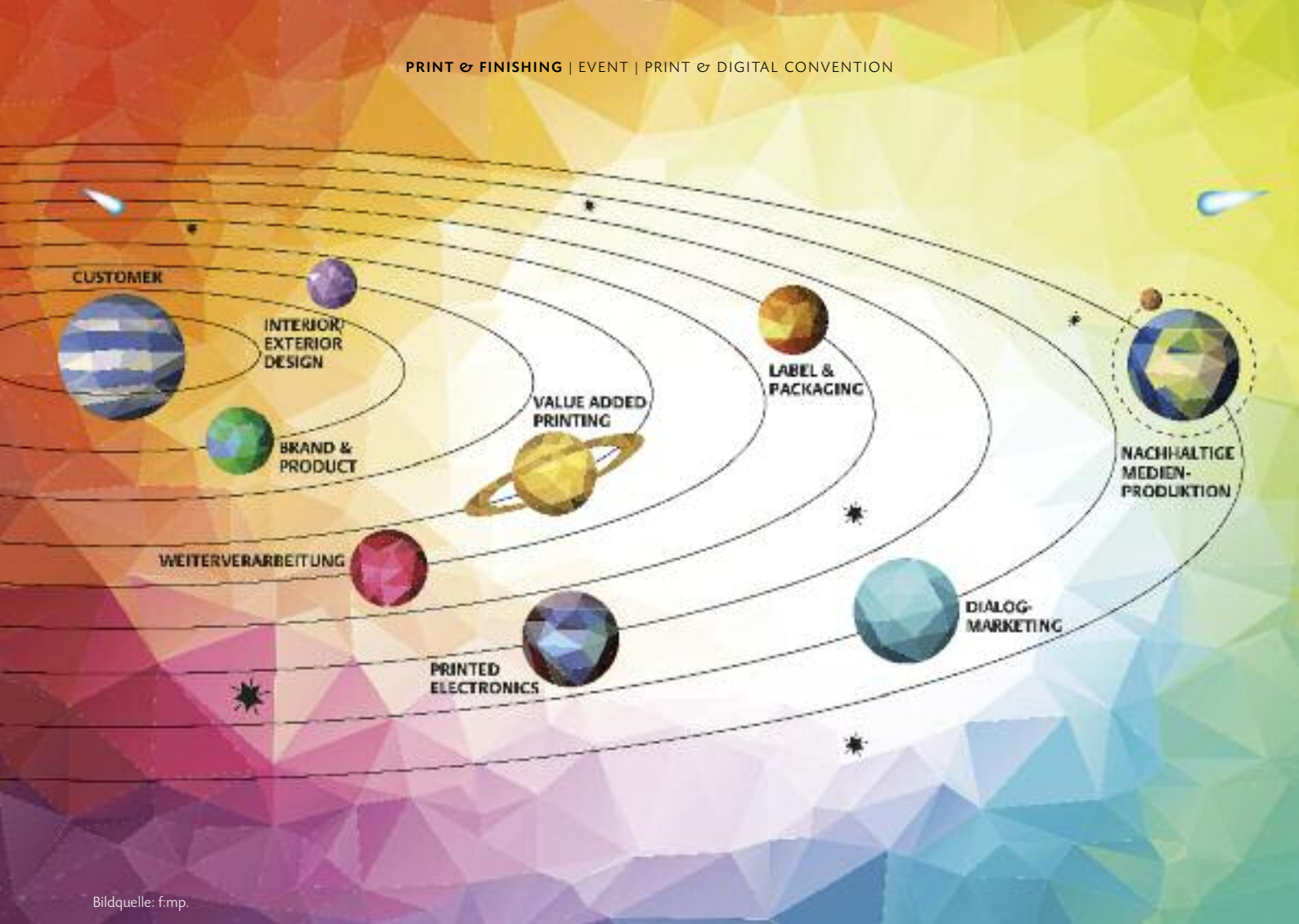
AUSSTELLER



www.printdigitalconvention.de

f:mp.
fachverband
medienproduktion





Bildquelle: f:mp.

PRINT & DIGITAL CONVENTION DIE SEHNSUCHT NACH EINEM PRÄSENZ-EVENT

Die Kongressmesse *Print & Digital Convention (PDC)*, die der *Fachverband Medienproduktion (f:mp.)* in Kooperation mit der *Messe Düsseldorf* erfolgreich positioniert hat, geht mit Blick auf eine positive Entwicklung des Pandemiegeschehens im Oktober 2021 wieder an den Start. Die positiven Aussichten lassen neugierig werden.

Lösungen für die Verbindung klassischer Printkommunikation mit den Mitteln moderner Digital- und Onlinestrategien in praktischen Anwendungen zu präsentieren, ist das Konzept. Es bietet Orientierung, Perspektiven und Hoffnung für eine zukunftsorientierte Business-Planung und bietet für Aussteller sowie Besucher das lange ersehnte persönlichen Networking und einen zwischenmenschlichen Austausch.

Als Plattform für Business und Kommunikation konnte sich die Kongress-Messe schon bisher einen sehr guten Ruf erarbeiten. Der Erfolg der *Print & Digital Convention* basiert auf der Einbettung von Besucher- und Aussteller-Interessen in die Präsentation innovativer Technologien in Highlight-Projekten. Die stellen aber nicht etwa einzelne Maschinenkonzepte oder Werkzeuge vor, sondern orientieren die Gesamtlösungen an realen Praxis-Anforderungen.

Die *Print & Digital Convention* ist Treffpunkt wichtiger Entscheider der Druck- und Medienbranche mit Brandownern, Agenturen, Verlagen und Industrie.

Positive Aussichten

»Das Kongress & Convention-Format bietet hochkarätigen Wissenstransfer für Aussteller und Besucher und erfüllt den Wunsch der Branche nach einem intensiven Branchen- und Community-Networking und einem

Präsenzformat, das trotz aller Bereicherung durch digitale Formate unersetzlich bleibt«, bestätigt SABINE GELDERMANN, Project Director Print Technologies der *Messe Düsseldorf*. »Gerade nach der Absage der Weltleitmesse für Drucktechnologien *drupa* sind wir froh, ein Präsenzformat wie die *Print & Digital Convention* anbieten zu können.« Auch f:mp-Geschäftsführer RÜDIGER MAASS zeigt sich zuver-

sichtlich: »Die Branche wünscht sich Perspektive und Planungssicherheit. Es ist an der Zeit, proaktiv zu planen und die Zukunft in die Hand zu nehmen. Auch wenn das Virus im Oktober noch nicht vollumfänglich beherrscht sein wird, werden wir in der Lage sein, besser mit den Rahmenbedingungen umzugehen – nicht zuletzt dank des professionellen Hygiene- und Infektionsschutzkonzepts der *Messe Düsseldorf*.« Die positiven Aussichten teilen auch immer mehr Aussteller – über 30 haben aktuell bereits gebucht und wöchentlich kommen weitere hinzu. Besucher des Events erwarten spannende Exponate und intensive Fachdialoge auf den Ständen der Aussteller sowie ein umfangreiches und hochkarätiges Vortragsprogramm zu allen relevanten Aspekten zeitgemäßer Unternehmenskommunikation und der Printtechnologien.

Alle Branchen. Alle Themen. Ein Format.

Die Kongressmesse *Print & Digital Convention* hat eine Spannweite, die über Print hinausgeht. Das hat Relevanz. Acht Themenwelten präsentieren Neuheiten, Trends und Visionen:

Dialogmarketing

macht Wege für Kundenkommunikation frei, ermöglicht Kennenlernen und Rückschlüsse auf die Bedürfnisse der Empfänger. Individualisierung und Personalisierung sind hier die Big-Player, die Kunden das Gefühl geben, geschätzt und ernst genommen zu werden. Der dazu notwendige Mehraufwand wird durch kanalübergreifende, softwarebasierte Anwendungen zur Erfassung, Verarbeitung und Ausgabe relevanter Daten kompensiert. *Die Themenwelt belegt, wie ein glaubwürdiger Kundenkontakt funktioniert, welche Kommunikationsstrategie Erfolg verspricht und*

wie der Austausch mit Kunden intensiviert werden kann.

Value Added / Creativ Printing

Value Added ist ein Mehrwertversprechen, das über visuelle, haptische, olfaktorische und interaktive Veredelungsmöglichkeiten eingelöst werden kann und die Wahrnehmung von Marken, Produkten und Kommunikation erhöht. Gedruckte Kommunikation erzeugt über Multisensorik Emotionen, sorgt mit interaktiven Effekten für eine intensive spielerische Auseinandersetzung und vermittelt Informationen mit digitaler Technologie. *Die Themenwelt dokumentiert neue Ideen für die Kundenkommunikation mit Mehrwert und höherer Response.*

Weiterverarbeitung

Auch Liebe zum Detail ist Kommunikation mit Mehrwert und entsteht durch kreative Verarbeitung, die von Standards wie Falzen, Kleben und Schneiden abweicht. Durch einfache, aber wirkungsvolle Ideen entstehen feinste Konturen. Perforationen erscheinen als Muster, Schubser verpacken edel und Leporellos präsentieren das große Ganze mit ungewöhnlicher Falztechnik. Die kreative Weiterverarbeitung schafft Aufmerksamkeit und bringt Spaß beim Entdecken von Printprodukten.

In dieser Themenwelt geht es um Ideen und Umsetzungen für interaktive Printprodukte durch außergewöhnliche Weiterverarbeitungslösungen – für die Masse oder als individuelle Einzelsprache.

Label & Packaging

ist Kommunikation ganz dicht am Kunden. Innovative Materialien, digitale Technologien wie NFC, aufmerksamkeitsstarke Druckveredelungen, wirksame Sicherheitsmerkmale und Smart Packaging-Lösungen eröffnen das Spielfeld für die Ansprache – am Point-of-Sale und online.

Die Themenwelt zeigt kreative Ideen und Lösungen für alle Touchpoints der Customer Journey.

Printed Electronics

Die innovative Technologie ist in einer dynamischen Entwicklung und schafft neue Produkte mit Alleinstellungsmerkmalen, die Konsumenten neue Funktionalitäten bieten. Die Zukunft ist da und bringt bewegte Anzeigen auf gedruckten Screens in Magazinen, die herkömmliche Anzeigen ersetzen, und Labels, die Verbraucherinformationen per Touchscreen übermitteln. *Die Themenwelt zeigt, was möglich ist und wo die Reise hingeht.*

Brand & Product

Die Verbreitung komplexer Inhalte bis hin zur interaktiven Echtzeit-Kommunikation machen im Marketing neue Prozesse und digitale Tools notwendig. Social Media-Marketing ist unerlässlich und es gilt, alle Touchpoints entlang der Customer Journey zu erreichen. Multichannel-Publishing-Systeme unterstützen die Content-getriebene, redaktionell geprägte Unternehmens- und Marketingkommunikation. *Die Themenwelt bringt Klarheit im unübersichtlichen Markt der digitalen Marketing-Systeme.*

Interior / Exterior Design

gestaltet den Auftritt von Marke und Unternehmen auf Messen, am Point-of-Sale und Out-of-Home. Die Botschaft fällt durch außergewöhnliche Inszenierungen ins Auge. Klassischer oder individueller Digitaldruck auf der Einrichtung und im Raum erzeugen ein stimmiges Gesamtbild. Innen und Außen unterstützen die Kommunikation mit Kunden und transportieren Marke und Image. *Die Themenwelt zeigt Lösungen zum Transport von authentischen und glaubwürdigen Markenbotschaften.*

Nachhaltige Medienproduktion

Klimaschutz, Circular-Economy, Klimakompensation, Recycling und viele Begriffe mehr bedürfen sowohl in der Kommunikationsindustrie als auch bei Kunden und Auftraggebern einer umfassenden Aufklärung. Das Engagement für Nachhaltigkeit in der Produktion von Medien bietet gleich in doppelter Hinsicht Vorteile: Einerseits gewinnen Unternehmen durch Investitionen in Klimaschutz ein wirksames Argument für die Kommunikation mit Kunden und Investoren. Andererseits werden durch die konsequente Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien auch Produktions- und Kostenvorteile realisiert.

Die Themenwelt zeigt effektivere Workflows und Technologie für die Reduktion von Emissionen, Energie und Verbrauchsstoffen.

PDC steht für Know-how-Transfer

Die PDC und das begleitende Vortrags- und Workshop-Programm (vier parallele Vortragslots mit 48 Vorträgen an zwei Tagen) schlägt die Brücke zwischen Technik, konzeptioneller Planung und konkreter Anwendung mit gewinnbringendem Know-how-Transfer. Das Event wird als Hybridformat organisiert. Alle 48 Workshops und Vorträge stehen auch als »Mitmachformat« über eine Videokonferenz zur Verfügung. Auch wird es digitale Themenführungen zur Messe und digital-interaktive Match-Making-Möglichkeiten für die Aussteller geben. Daneben wird an verschiedenen Highlights für Besucher und Aussteller gefeilt, die aus der Kongress-Messe *Print & Digital Convention* ein Erlebnis machen.

> www.printdigitalconvention.de





Bildquelle: rclassenlayouts | 123rf.com

Termine	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2021			
23. 09. 2021	Haptica live	Bonn	 > www.haptica-live.de
24. 09. – 26. 09. 2021	Buch Druck Kunst	Hamburg	 > www.buchdruckkunst.com
27. 09. – 29. 09. 2021	LUXEPACK	Monaco	 > www.luxepackmonaco.com
28. 09. – 30. 09. 2021	Fachpack	Nürnberg	 > www.fachpack.de
07. 10. 2021	Design-Konferenz Druck und Design	München	 > www.druckunddesign.org
07. 10. 2021	Mailingtage	Frankfurt	 > www.mailingtage.de
12. 10. – 15. 10. 2021	Fespa Global Print & Sign Expo 2021	Amsterdam	 > www.fespa.com
14. 10. – 16. 10. 2021	VDMB, Bayerischer Druck- und Medientag	Bamberg	 > www.vdmb.de
20. 10. – 21. 10. 2021	Print & Digital Convention	Düsseldorf	 > www.tdm.f-mp.de
20. 10. – 24. 10. 2021	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	 > www.buchmesse.de
05. 11. – 07. 11. 2021	Typo St. Gallen	St. Gallen	 > www.typo-stgallen.ch
2022			
11. 01. – 13. 01. 2022	PSI / viscom / PromoTex Expo	Düsseldorf	 > www.viscom-messe.com
21. 02. – 24. 02. 2022	Hunkeler Innovationdays	Luzern	 > www.hunkeler.ch
15. 03. – 17. 03. 2022	ICE Europe	München	 > www.ice-x.com
15. 03. – 17. 03. 2022	CCE International	München	 > www.cce-international.com
15. 03. – 17. 03. 2022	InPrint Munich	München	 > www.inprintmunich.com
28. 04. – 29. 04. 2022	Online Print Symposium	München	 > www.online-print-symposium.de
18. 05. – 21. 05. 2022	photokina	Köln	 > www.photokina.de
2024			
28. 05. – 07. 06. 2024	drupa	Düsseldorf	 > www.drupa.de

BVDM**Turbulenzen auf dem Papiermarkt**

Nach Informationen des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm) spitzt sich die Lage zu: In zahlreichen Druckbetrieben würden die Turbulenzen auf den Papiermärkten als Hauptursache für Produktionsbehinderungen eingestuft. Ungewissheit über Liefermengen und -termine sorgten für Probleme; es stünden sogar Geschäftsbeziehungen auf dem Spiel.

In einem Online-Event am 9. September zwischen 16:00 und 17:30 Uhr will der Verband über die Turbulenzen informieren. Dazu diskutieren WINFRIED SCHAUR, Vice President UPM Paper und Präsident des Verbandes Die Papierindustrie e. V., sowie STEPHAN KRAUSS, Geschäftsführer der vph GmbH und Vorstandsvorsitzender des Bundesverbandes des Deutschen Papiergroßhandels e. V., und liefern Erklärungen für die schwierige Situation auf den Papiermärkten.

CORONA-KNICK**Deutlich weniger Neuverträge**

Die Zahl der Neuverträge in den Druck- und Medienberufen ist stark rückläufig. 2020 wurden 3.271 neue Ausbildungsverträge abgeschlossen, 942 weniger als 2019 und ein Minus von 22,4%.

Die Zahl der Ausbildungsverträge über alle drei Lehrjahre ist um 11,6% auf

10.256 Ausbildungsverhältnisse gesunken. Dieser Rückgang hatte sich bereits in einer bvdm-Umfrage im Oktober 2020 angedeutet, als 36% der befragten Unternehmen angegeben hatten, dass sie aufgrund der Coronakrise keine neuen Auszubildenden eingestellt haben.

Zudem sank auch die Anzahl der interessierten Jugendlichen. Der Wegfall von Berufsmessen und Betriebspraktika dürfte hierfür der Hauptgrund gewesen sein.

Um Betriebe zu motivieren, die Ausbildung zu stärken, wird für Ausbildungsverhältnisse ab dem 1. Juni 2021 eine Verdoppelung der Ausbildungsprämien bei gleichzeitiger Absenkung der Zugangskriterien angeboten. > www.bvdm-online.de

AUSZEICHNUNG Beste Druck- und Medientechniker

»Unsere Betriebe brauchen Fach- und Führungskräfte, um am Markt erfolgreich sein zu können! Lassen Sie sich durch die gegenwärtige Krise nicht ins Bockshorn jagen. Sie werden Ihren Weg gehen und neue Ideen, Impulse und frische Denkanstöße in die Unternehmen tra-



gen«, machte MARIAN RAPPL, Leiter Kommunikation beim Verband Druck und Medien Bayern, den Absolventen der Fachschule für Drucktechnik und Papierverarbeitung am Beruflichen Schul-

zentrum Alois Senefelder in München bei ihrer Verabschiedung Mut. Den Jahrgangsbesten CHRISTIAN FROSIN und JOHN-FREDRIK SPÖTTL überreichte RAPPL den Preis der Ludwig-Gundelfinger-Stiftung des VDMB.

> www.vdmb.de

OBILITY LIVE Neuauflage des Online-Events

Für den 16. September 2021 lädt Obility Kunden und Interessenten zu seiner diesjährigen Online-Veranstaltung *Obility Live* ein. Das Thema des virtuellen Branchentreffens: »Erleben Sie Druckunternehmen der neuesten Generation«. Das Motto ist Programm: In fünf, jeweils etwa 20 Minuten langen Präsentationen zeigen die Experten des Koblenzer Software-Hauses, wie Druckdienstleister aller Größenordnungen ihre Prozesse mit Hilfe der Möglichkeiten der E-Business-Plattform *Obility* rentabel machen und zukunftssicher gestalten.

Kernthemen sind die Vorteile einer automatisierten Drucksachen-Kalkulation mit einem Smart-MIS sowie das Arbeiten mit elektronischen Laufzettel und einer browserbasierten digitalen Plan- und Auftragsverwaltung. Darüber hinaus zeigt

Obility anhand eines Anwendungsbeispiels, wie so genannte Headless Print-Shops Druckdienstleistern maximale Flexibilität an die Hand geben, sich an neue Marktentwicklungen und Kundenwünsche anzupassen. Am Ende jeder Präsentation beantwortet das *Obility*-Team Fragen, die von den Teilnehmern während der Vorträge gestellt werden können. Der diesjährige *Obility Live*-Event beginnt am 16. September um 13:30 Uhr mit der Begrüßung und ersten Präsentation und endet voraussichtlich gegen 15:30 Uhr. Interessenten brauchen sich zu der Veranstaltung nicht anzumelden, sondern können auch völlig spontan unter dem Link www.obility.de/live an dem Event teilnehmen. Hier finden sie auch weitere Informationen zu den Inhalten der Präsentationen und den Uhrzeiten, zu denen die einzelnen Vorträge beginnen. > www.obility.de/live

INSPIRATION PUR Druck und Design-Konferenz

Am 7. Oktober 2021 zeigt die *Druck und Design-Konferenz* in München, wie hochwertige und gerade auch nachhaltige Printpro-

dukte im gekonnten Zusammenspiel von Designer, Drucker und Kunde entstehen.

Vor der Kulisse der Theatinerkirche kommen im *Münchner Literaturhaus* Drucker, Auftraggeber und Designer ins Gespräch. Inspirierende Keynotes (HANSGEORG DERKS, Gründer und Inhaber *derks brand management consultants*, ANNIKA KALTENTHALER, Creative Director der Münchner Agentur *Zeichen & Wunder* und FLORIAN KOHLER, Inhaber und Geschäftsführer *Gmund Papier*) geben die Leitplanken vor und zeigen auf, wohin sich Print entwickelt.

In Work-Panels mit ausgewiesenen Experten setzt die Konferenz auf Wissenstransfer. Die Work-Panels werden von Produktionern, Designern und Druckprofis geleitet. Sie geben einen Einblick in ihre Arbeit und stellen sich der Diskussion.

Im Ausstellungsbereich erwarten die Teilnehmer 14 Partner mit Papierinnovationen, hochwertige Druckveredelungen und erstaunliche Printprojekte. Erstmals wird die Konferenz zusätzlich auch in voller Länge im Internet übertragen.

> www.druckunddesign.org



AKQUISE CONTRA PRODUKTION? Viele Druckbetriebe haben in den letzten Jahren ein Online-Print-Geschäft aufgebaut. Nun läuft die Auftragsakquise, die Produktion hat aber oft Mühe, das hohe Aufkommen kleiner Jobs zu bewältigen. In zwei kostenlosen Workshops am 29. September in Frankfurt und am 30. September 2021 in München zeigen Experten von *Impressed* Lösungswege und welche Rolle Zentralisierung und standardisierte Auftragsformate und Datenmodelle dabei spielen. > www.impressed.de

LASERSCHNEIDEN VON PRINT An zwei Publikumstagen am 7. und 8. Oktober 2021 führt die *Trotec Laser GmbH* in Marchtrenk (Österreich) ein Open House mit Fokus auf Druck und Personalisierung durch. Dabei werden zwei neue Produkte eingeführt: *SP4000* für das Laserschneiden von Textilien und Soft Signage sowie *GSL1400* für das Laserschneiden von Etiketten. > www.troteclaser.com

HERAUSFORDERUNG KLEBSTOFF Welche neuen Herausforderungen im Klebstoffauftrag kommen auf die Verpackungsbranche in der Faltschachtelproduktion und der Herstellung von Verpackungen aus Wellpappe zu? Dieser Frage widmet *Baumer hhs* in der Woche vom 20. bis 24. September 2021 in einer Webinar-Reihe in englischer Sprache. > <https://www.baumerhhs.com/topical/dialogue.html>

BREAKFAST OF INSPIRATION Die europäische E-Commerce Plattform *Metapaper* lädt im September und Oktober in zwölf Städten in Deutschland und Österreich sowie in Belgien und den Niederlanden zu einem *Breakfast of Inspiration* mit vielen Neuigkeiten rund um Papier und Print. > metapaper.io/breakfast

ZLV FOKUSTAGE Noch bis 10. September besteht die Möglichkeit, sich für die *ZLV Fokustagen* 2021 am 15. und 16. September anzumelden. Mit dieser Netzwerkveranstaltung soll ein besonderes, interaktives Format vergleichbar mit dem *ZLV Verpackungssymposium* angeboten werden, bei dem man sich von aktuellen Fachvorträgen, Diskussionsrunden sowie in kreativ gestalteten Lounges und Räumen der Veranstaltungspartner inspirieren lassen kann. > www.zlv.de

VERTRIEBSKONGRESS DIGITAL Am 10. November 2021 lädt der *Verband Druck + Medien Nord-West* zum ersten *Vertriebskongress Digital* ein. Damit setzt der Verband sein erfolgreiches Veranstaltungsformat fort und geht gleichzeitig neue Wege: Die Vorträge der Referenten werden live gestreamt, Diskussionen mit Teilnehmerbeteiligung finden in Foren statt. Eine Event-Plattform sorgt dafür, dass Austausch und persönliche Kontakte und eine virtuelle Messe soll wie bei einer Präsenzveranstaltung möglich werden. > www.vdmw.de

PHOTO BASEL Einzigste Fotokunstmesse in D/A/CH

Die *photo basel* ist die schweizweit erste und einzige Fotokunstmesse (die Einzige im gesamten deutschsprachigen Raum). Sie findet vom 21. bis 26. September 2021 zum



sechsten Mal parallel zur *Art Basel* statt.

Nachdem die Messe im vergangenen Jahr abgesagt werden musste, werden in diesem Jahr rund 37 internationale Galerien in Basel erwartet.

Neben den rund 140 gezeigten Künstlern (mit rund 450 fotografischen Positionen), lanciert die *photo basel* auch ein kuratiertes Rahmenprogramm. Bereits zum dritten Mal zeigt die *photo basel* im von der Französin AUDREY HOAREAU kuratierten Master Cabinet ausschließlich Vintage Abzüge großer Meisterfotografen.

Erstmals werden auf der Messe sogenannte NFTs (digitale Werke, die auf der Blockchain registriert sind) auf Bildschirmen zu sehen und auch zu kaufen sein.

Dass der Klimawandel nicht vor der Kunst halt macht, spürte die in Aachen, Berlin und Kapstadt ansässige *Galerie Artco*. Die in Deutschland im Sommer wütende Flut, hat das Kunstlager der Galerie mit rund 2,5 Metern überschwemmt. Die dabei teils

arg in Mitleidenschaft gezogenen Kunstwerke werden nun in einer kleinen Sonderausstellung unter dem Titel ›Flooded Art Project‹ gezeigt. Ein Fokus liegt auf dem deutschen Fotografen GIDEON MENDEL. Seine Werkserie ›Drowning World‹, in der er dokumentarisch Flutkatastrophen abgelichtet hat, ist nun selbst Opfer von Fluten geworden.

> www.photo-basel.com

FESPA Global Print Expo 2021

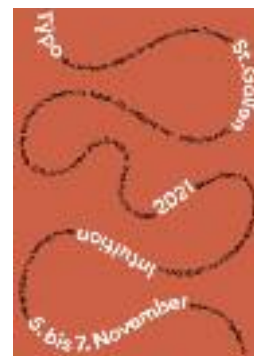
Die *Fespa Global Print Expo* 2021 ist in diesem Jahr die wohl Europas größte internationale Messe für Print. Die Veranstaltung findet vom 12. bis 15. Oktober 2021 im RAI-Ausstellungszentrum in Amsterdam statt.

Hunderte von Ausstellern

präsentieren ihre Innovationen und neue Produkteinführungen für den Digital- und Siebdruck, für Grafik-, Sign-, Dekor-, Verpackungs-, Industrie- und Textilanwendungen. Die *Global Print Expo* wird zusammen mit der *European Signage Expo* stattfinden.

TÛPO ST. GALLEN Die Sache mit der Intuition

Projekte und Vorhaben werden oft spontan zugesagt. Gelingen sie, spricht man vom Bauchgefühl, auf das man sich verlassen konnte. Umgekehrt kann ein ungutes Gefühl vor Enttäuschungen schützen.



Soweit die Theorie der ›Intuition‹, mit der sich die rund 20 Redner an der diesjährigen *Typo St. Gallen* beschäftigen. Das dreitägige Typografie-Symposium gilt als wichtiger Branchentreff für Gestalter im deutschsprachigen Raum und wird von der *Schule für Gestaltung St. Gallen* organisiert. Die 6. Ausgabe der *Typo St. Gallen* mit dem Thema ›Intuition‹ findet vom 5. bis 7. November 2021 statt.

> www.typo-stgallen.ch

DRUCKEREIBEDARF

LED-Normlicht für alle ...

LED-Normlicht Tischlampe SLS-Entry
Mehr Informationen im Web: highcri.de

[Lacunasolutions.com] A. Demmler 08685/778665

Technische Änderungen vorbehalten.

TECHKON
Erfolg ist messbar



www.techkon.com

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹.

Telefon 0 26 71 - 38 36
E-Mail: nico@druckmarkt.com

SOS-KINDERDORF STIFTUNG



WERDEN SIE ZUKUNFTSSTIFTER!
Nachhaltig und langfristig helfen
www.sos-kinderdorf-stiftung.de

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGNS, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de

VEREDELUNG

DRUCK-ELITE PREMIUM



LETTERPRESS
BLINDPRÄGUNG
PRÄGEFOLIENDRUCK

DER PREMIUM-SHOP FÜR IHRE DRUCKSACHEN
WWW.DRUCK-ELITE-PREMIUM.DE

WEITERVERARBEITUNG

binderhaus
BINDEMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

Laminieren / Cellophanieren:
Laminiermaschinen
bis 106 x 145 cm,
ein- oder zweiseitig,
bis 170 m/min.

binderhaus GmbH & Co. KG
Fabrikstr. 17 · 70794 Filsterstadt
Tel. 0711/3584545 · Fax 0711/3584546
E-Mail: info@binderhaus.com
www.binderhaus.com

MKW Graphische Maschinen

RAPID TRANS UT

Zusammentragen
Broschürenfertigung



Tel. +49 (0)2676 93050
www.mkwgmbh.de

IMPRESSUM ›Druckmarkt‹ ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Druck- und Medienindustrie und erscheint im 25. Jahrgang sechs mal jährlich. Daneben erscheinen weitere Publikationen wie ›Druckmarkt impressions‹ als PDF-Magazin und ›Druckmarkt Collection‹ in loser Reihenfolge. Alle Angaben in den Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet und recherchiert. Für die Vollständigkeit oder Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr.
© by Druckmarkt 2021

Druckmarkt-Jahres-Abo:
6 Ausgaben pro Jahr: 60,00 € (Inland) und 76,00 € (Ausland) inkl. Porto und Versandkosten.

Heft-Einzelverkauf:
12,00 Euro plus Versandkosten.

Verlag:
›Druckmarkt‹ ist eine Publikation der arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel. Geschäftsführer: Petra und Klaus-Peter Nicolay.

Redaktion:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay (Chefredakteur)
nico@druckmarkt.com
Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36
Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel

Anzeigen:
Klaus-Peter Nicolay
nico@druckmarkt.com
Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36

Internet:
www.druckmarkt.com

Die Schwesterzeitschrift ›Druckmarkt Schweiz‹ erscheint im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH.
www.druckmarkt.ch

EDP Druckmarkt ist Mitglied der EDP European Digital Press Association
www.edp-net.org

DOXNET
Druckmarkt ist Partner von DOXNET – The Document X-perts Network e. V. www.doxnet.eu

f:mp. Druckmarkt ist Partner des f:mp. Fachverband Medienproduktion e. V.
www.f-mp.de

PRINT digital! Druckmarkt ist offizielles Organ von PRINT
Eine Initiative des f:mp.
digital!, einer Initiative des f:mp.
www.print-digital.biz

DRUCK PAPIER LEIDEN- SCHAFT

www.druckmarkt.com
www.druckmarkt.ch