



DRUCKMARKT **impressions**

8. APRIL 2026

152

PDF-Magazin für Print, Medien, Kommunikation und Design



**TRANSFORMATION:
DER WANDEL VOLLZIEHT SICH ÜBERALL**

TERMIN- UND SEMINARÜBERSICHT
ab Seite 34



Klaus-Peter Nicolay ist seit 55 Jahren in der Druckindustrie unterwegs, in der so traumhafte Produkte wie Magazine, Zeitungen, Broschüren, Bücher und allerlei mehr haptisches hergestellt werden. Der Diplom-Ingenieur berichtet als Journalist seit 1980 über deren Herstellung und die eingesetzten Techniken.

2020 wurde er wegen eines Krebsleidens im Gesicht operiert und kann seither nur mühsam sprechen, nicht mehr essen und nicht mehr trinken. In seinem Buch beschreibt er, wie er die fünf Jahre seit seiner Operation erlebt hat, wie er mit den Folgen umgeht, wie komplex so vermeintlich banale Körperfunktionen wie das Schlucken sind und was der Verlust an Lebensqualität bedeutet. Dabei mahnt er zugleich, das vermeintlich Normale als Geschenk zu betrachten und zu genießen, denn nichts ist selbstverständlich.



**Das akademische Kreuz
Vom Verlust liebgewonnener Laster**

Von Klaus-Peter Nicolay

13 x 19 cm
190 Seiten, mit 20 KI-generierten Bildern
klebegebunden, Softcover
12,80 € (plus Versandkosten)

Am 24. Oktober 2025 erschienen bei
arcus design & verlag oHG

Zu bestellen unter
www.arcusverlag.de

NICHT BEI AMAZON ERHÄLTlich!

ISBN 978-3-00-083683-1

INHALT

Klicken Sie auf Bild,
Seitenzahl oder Titel,
um zum gewünschten
Beitrag zu gelangen.



4 Editorial: Transformation vollzieht sich überall
Markt & Zahlen

6 Nachrichten

6 Wie geht es weiter mit Manroland Sheetfed?

7 Koenig & Bauer: Punktlandung 2025

8 Verleger vernachlässigen ihre Printprodukte

10 Druckfarben: Der Markt bleibt angespannt

11 Cimpres übernimmt Cloudlab

12 drupa 2028: Neuer Markenauftritt mit Oktopus

13 90 Jahre Durst: Von analoger Präzision zu Industrial Intelligence

16 Großteil der Firmen durch KI nicht produktiver
Werbung: Qualitätsumfelder verstärken die
Strahlkraft

17 Strahlkraft

20 Koenig & Bauer Impact: Volle Konzentration auf
Print

18 Menschen & Karrieren

19 Erik Spiekermann erhält den Gutenbergpreis

Print & Finishing

22 Online Print Summit: Zukunftsforum des
Onlineprints

28 Kunden setzen auf digitale Drucktechniken

30 Nachrichten

30 Niederländische Druckerei startet in Deutschland

32 Heidelberg: Prinect Anwendertage

Papier & Design

26 Nachrichten

Termine & Events

34 Terminkalender

35 Nachrichten

Seminare und sonstige Veranstaltungen

Impressum, Business-to-Business



Druckmarkt ist Mitglied
der EDP European Digital
Press Association.
www.edp-award.com



Druckmarkt ist Medienpartner
des FMP und seiner Initiative
PRINT digital!
www.print-digital.biz

TRANSFORMATION SIE VOLLZIEHT SICH ÜBERALL

Manchmal glaube ich, mein Leben ist ein Stück Druckgeschichte. Na ja, zumindest habe ich Druckgeschichte erlebt. Es fiel mir wieder einmal auf, als ich las, dass ERIK SPIEKERMANN den *Gutenberg-Preis* 2026 erhält. Dazu herzlichen Glückwunsch an den Preisträger und ebenso an die Jury, die eine außerordentlich gute Wahl getroffen hat. Denn ERIK SPIEKERMANN hat als Gestalter, Typograf und Unternehmer seit den 1980er-Jahren Maßstäbe in der Druckindustrie gesetzt.

Kennengelernt habe ich ihn Ende der 1980er Jahre, als ich (vor der Gründung des *Druckmarkt*) Leiter Marketing & Kommunikation beim Satz- und Reprogerätehersteller *Scangraphic* war, in einer Zeit, als Desktop Publishing gerade die Branche aufmischte und neue Schriften für die Postscript-RIPs notwendig wurden.

1985 hatten *Apple* (ist am 1. April dieses Jahres übrigens 50 Jahre alt geworden), *Aldus* und *Adobe* unter dem Namen Desktop Publishing eine neue Technologie vorgestellt. *Apple* stellte mit dem *Macintosh* und dem *Apple LaserWriter* (erster *PostScript*-Laserdrucker) die Hardware, von der Softwareschmiede *Aldus* kam mit *PageMaker* das erste WYSIWYG-Layoutprogramm und *Adobe* steuerte *PostScript* als plattformunabhängige Seitenbeschreibungssprache bei. Damit konnten Dokumente am Bildschirm präzise gestaltet und ausgedruckt werden. Als *Linotype* das Trio 1986 ergänzte, indem es einen *Adobe PostScript*-RIP (Raster Image Processor) für den Laserbelichter *Linotronic 300* lizenzierte, wurde auch das Belichten von Filmen für die Druckplattenherstellung aus *PostScript*-Daten möglich.

Diese Zeit verlangte nach neuen Schriften und ERIK SPIEKERMANN trug einige dazu bei wie etwa die *FF Meta*, die oft als »Helvetica der 90er-Jahre« bezeichnet wurde.

Die Branche formierte sich neu, Satz- und Reprogerätehersteller mussten sich transformieren – oder sie wurden von der Publishing-Revolution weggefegt, weil das Geschäftsmodell und die Produkte nicht mehr zu den Anforderungen der Zeit passten. Es war eine oft schmerzhafteste Transformation.



Bildquelle: KI Flux.2Pro | 123rf

Heute, 35 Jahre später und nach etlichen Krisen in der Druckindustrie (wann durchlief die Branche in den letzten 50 Jahren eigentlich keine Krise?), transformiert sich die Branche erneut. Nachdem einige Drucksachen digitalen Alternativen zum Opfer gefallen sind, die Auflagen kleiner und die Margen geringer geworden sind, gab es eine Konsolidierung bei Druckereien sowie Herstellern, wobei einige mit Diversifizierung reagierten.

Aktuell muss sich *Manroland Sheetfed* unter dem Schutzschirm neu erfinden, unter dem Dach der *Heidelberger Druckmaschinen* konzentrieren sich Tochtergesellschaften auf Geschäftsfelder außerhalb des Druckgeschäfts in den Bereichen E-Mobilität und Ladeinfrastruktur sowie Verteidigung, und auch *Koenig & Bauer* wandelt sich zum Technologiekonzern.

Bei all den Transformationen, über die Sie in diesem Heft lesen, tut es gut, mit ERIK SPIEKERMANN an einen Mann erinnert zu werden, der das Digitale mit nach vorn gebracht hat, der sich aber ebenso seit vielen Jahren für die Erhaltung der traditionellen Techniken Bleisatz und Buchdruck als wichtiger Grundlagen der Typografie und Druckkunst einsetzt.



Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre der nächsten Seiten.

Klaus-Peter Nicolay
Chefredakteur *Druckmarkt*

DEUTSCHE

FACHPRESSE

**WIR
SIND
FACH-
MEDIEN**

**WEIL
WISSEN
ERFOLGREICH
MACHT**

WIR BEWEGEN MÄRKTE.

Fachmedien sind für Wirtschaft und Wissenschaft unentbehrlich. Sie sind es, die Informationen auf den Punkt genau liefern, Qualität garantieren, Know-how strukturieren und damit Austausch und Wertschöpfung in den Märkten intensivieren. Der Wissensstandort Deutschland braucht starke Fachmedien.



wir-sind-fachmedien.de

MANROLAND

Insolvenz unter Schutzschirm

Der Druckmaschinenhersteller *Manroland Sheetfed GmbH* in Offenbach gab am 3. März bekannt, dass mit finanzieller Unterstützung der Muttergesellschaft *Langley Holdings plc* ein Schutzschirmverfahren eingeleitet wurde. Das ist ein gerichtliches Sanierungsverfahren im deutschen Insolvenzrecht, das Unternehmen in drohender Zahlungsunfähigkeit oder Überschuldung eine Sanierung in Eigenverwaltung ermöglicht.

Trotz eines technologisch fortschrittlichen Produktportfolios seien die Umsätze in den letzten Jahren zurückgegangen und die Verluste stetig gestiegen. Den Rückgang führt *Manroland* in erster Linie auf einen stark schrumpfenden Markt für Druckmaschinen zurück.

Langley hatte *Manroland Sheetfed* seit der Übernahme aus der Insolvenz der ehemaligen *manroland AG* im Februar 2012 finanziell erheblich unterstützt. Doch die Verluste betragen allein für das Jahr 2025 ca. 43,2 Mio. €. Jetzt sind rund 748 Arbeitsplätze in Gefahr. *Manroland Goss* in Augsburg ist davon nicht betroffen.

**INSOLVENZ**

Wie geht es weiter mit Manroland Sheetfed?

Ein Kommentar zur Insolvenz von Manroland Sheetfed von Knud Wassermann

Der Markt für Offsetdruckmaschinen schrumpft nicht nur – er scheint sich grundlegend neu zu ordnen – nicht zuletzt bedingt durch sinkende Auflagen, insbesondere im Akzidenzdruck durch die Digitalisierung der Medienwelt. Gleichzeitig hat sich die Produktivität moderner Druckmaschinen drastisch erhöht. Das Ergebnis: Investitionen bedeuten heute oft, zwei Maschinen durch eine zu ersetzen – und dabei die Gesamtkapazität dennoch zu erhöhen.

Vor diesem Hintergrund hat *Manroland Sheetfed* einen strategischen Fehler begangen. Eine Fokussierung auf bestehende Kunden in einem schrumpfenden Markt ist keine tragfähige Langzeitstrategie. Zudem ist eine klare und glaubwürdige Roadmap für die Digitalisierung der Produktion nach wie vor nicht zu erkennen.

Dies wirft eine entscheidende Frage auf: Wer würde unter diesen Bedingungen realistisch gesehen eine Übernahme in Betracht ziehen? Die Marktdynamik spricht einfach dagegen. Die Nachfrage bestimmt das Angebot – und andere Druckmaschinenhersteller sind selbst voll auf damit beschäftigt, sich an den raschen Strukturwandel anzupassen. Selbst das aktuelle Produktportfolio, einschließlich der Partnerschaft mit *Heidelberg* im Großformatbereich, dürfte an dieser Gleichung kaum etwas ändern.

So schwierig dies für Mitarbeiter und Kunden gleichermaßen ist, könnte *Manroland Sheetfed* letztlich Teil der umfassenden Marktkonsolidierung werden, die wir derzeit beobachten. Das vielleicht Entscheidende: In der Investitionsgüterindustrie ist Vertrauen die ultimative Währung – und einmal verloren, ist es außerordentlich schwer, es zurückzugewinnen. Langfristig ist eine Insolvenz oft Teil eines notwendigen wirtschaftlichen Anpassungsprozesses. Das angestrebte Schutzschirmverfahren wirkt dabei eher wie eine Verzögerung der unausweichlichen Marktberreinigung, die das Offenbacher Unternehmen treffen könnte.

AXEL SPRINGER

Telegraph Media Group übernommen

Der Medienkonzern *Axel Springer* steht kurz davor, die britische *Telegraph Media Group* samt dem Traditionsblatt *Daily Telegraph* zu übernehmen. Mit dem bisherigen Rechteinhaber *Redbird IMI* soll *Springer* für den Kauf eine Summe von über 575 Mio. Pfund in bar vereinbart haben.

Springer sieht in der Marke »erhebliches Wachstumspotenzial« und will sie vor allem im Digitalen weiterentwickeln. Dabei wird auch eine Expansion in die USA angestrebt. »Technologische Kompetenz und Transformation mittels Künstlicher Intelligenz« seien für diesen Weg »von entscheidender Bedeutung«, sagt *Springer*-Chef **MATHIAS DÖPFNER**. Er bezeichnet den Erwerb als Erfüllung eines lang gehegten Traums: »Eigentümer dieser Institution des britischen Qualitätsjournalismus zu sein, ist Privileg und Verpflichtung zugleich«.

PAPIERLOS VORWÄRTS
SPD stellt Print-Ausgabe ein

Die *SPD* stellt nach 150 Jahren die regelmäßige Print-Ausgabe ihrer Parteizeitung *Vorwärts* ein. Der Titel soll künftig zu einem digitalen Nachrichtenangebot werden. Der Verlag und die Redaktion bleiben trotz der Umstellung erhalten. Das neue Konzept für die Marke will die *SPD* im September vorstellen. Grund für das Print-Aus sind steigende Kosten und sinkende Mitgliederzahlen. Früher lag die Auflage bei rund 1 Mio., inzwischen ist es weniger als die Hälfte. Zuletzt erschien die gedruckte Version nur noch viermal im Jahr.

KOENIG & BAUER PUNKTLANDUNG 2025 UND STARKER AUFTAKT 2026

Die Koenig & Bauer AG hat das Geschäftsjahr 2025 erfolgreich abgeschlossen. Trotz handelspolitischer Unsicherheiten, geopolitischer Krisen und eines insgesamt volatilen Marktumfelds hat das Unternehmen Umsatz und operative Ertragskraft gesteigert und die gesetzten Jahresziele erreicht.

Text und Bild: Koenig & Bauer

Wir erleben derzeit eine globale industrielle und politische Zeitenwende. Die Entwicklungen im Nahen Osten seit Ende Februar sind eine deutliche Erinnerung daran, dass Volatilität längst zum »New Normal« ge-



worden ist«, erklärt der Vorstandsvorsitzende der Koenig & Bauer AG, DR. STEPHEN KIMMICH. »Stabilität ist kein statischer Zustand

mehr, auf den man sich verlassen kann. Vielmehr ist eine hohe organisatorische Reaktionsfähigkeit unerlässlich. Wir beweisen in dieser Phase, wie stabil Koenig & Bauer aufgestellt ist: Wir begegnen der Situation mit einem soliden Auftragsbestand von 970,6 Mio. € und der Erfahrung, Prozesse flexibel an die jeweilige Lage anzupassen. IMPACT als neuer strategischer Leitfadendefiniert dabei unsere gemeinsame Stoßrichtung, um die Zukunft der Druckindustrie aktiv zu prägen und die operative Resilienz für das nächste Jahrzehnt zu sichern.« Über das Strategiepapier berichten wir an anderer Stelle noch ausführlich.

Höherer Konzernumsatz

Der Konzernumsatz verbesserte sich nach Angaben von Koenig & Bauer planmäßig um +2,2% auf 1.302,4 Mio. € (Vorjahr: 1.274,4 Mio. €). Beide Segmente, Paper



Koenig & Bauer veröffentlicht die Jahreszahlen im bewährten, modularen Format. Das ganzheitliche Konzept aus detailliertem Geschäftsbericht, digitaler Version und kompakter Summary im eigens gefertigten Packaging rückt in diesem Jahr den neuen strategischen Leitfadendefiniert IMPACT in den Fokus. Die Kugel verkörpert das verbindende Prinzip des Konzerns: Koenig & Bauer ist stets in Bewegung. Die Kugel verkörpert das Potenzial, Kräfte aufzunehmen, diese in Dynamik zu übersetzen und so echten, messbaren Impact für Kunden und Aktionäre zu erzeugen.

& Packaging Sheetfed Systems (PEP) sowie Special & New Technologies (SET), trugen zum Umsatzwachstum bei, wobei SET mit einem deutlichen Zuwachs von +6,8% auf 596,0 Mio. € (Vorjahr: 558,0 Mio. €) und PEP auf 741,5 Mio. € (Vorjahr: 734,8 Mio. €) überzeugten.

Der Umsatz wuchs nach den Zahlen von Koenig & Bauer planmäßig auf rund 1,3 Mrd. € bei einem deutlich verbesserten operativen EBIT von 36,6 Mio. € (Vorjahr: 15,3 Mio. €). Die operative EBIT-Marge stieg auf 2,8%. Damit erreichte das Unternehmen nach eigenen Angaben eine Punktlandung innerhalb der Prognose (untere Hälfte des Korridors von 35 bis 50 Mio. €).

»Die Ergebnisse des Jahres 2025 belegen die Wirksamkeit unserer Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und markieren damit einen Fortschritt in unserer operativen Ertragskraft. Trotz makroökonomischer Gegenwinde haben wir unsere Prognose eingehalten und das Jahr mit einem positiven Free-Cash-Flow abgeschlossen«, kommentiert DR. KIMMICH die Leistung des gesamten Koenig & Bauer-Teams.

Nach den vorgelegten Zahlen lag der Auftragsbestand zum Jahresabschluss am 31. Dezember 2025 mit 1.233,2 Mio. € erwartungsgemäß unter dem starken Vorjahr (-12,1%). Das Segment PEP zeigte sich mit einem Rückgang von nur -3,9% auf 704,0 Mio. €

im Vergleich zum drupa-Vorjahr äußerst resilient. Der Rückgang im Segment SET um -19,7% auf 558,4 Mio. € ist maßgeblich auf die hohen Bestellungen der US-Bundesdruckerei im Vorjahr zurückzuführen. Der Auftragsbestand zum 31. Dezember 2025 beträgt 970,6 Mio. € (Vorjahr: 1.039,8 Mio. €) und bewegt sich weiterhin auf einem historisch hohen Niveau.

Stabiler Geschäftsverlauf in volatilen Umfeld

Vor dem Hintergrund der aktuellen Auftragslage und der geopolitischen Rahmenbedingungen erwartet Koenig & Bauer für das Geschäftsjahr 2026 eine Fortsetzung der operativen Stabilität. Vorausgesetzt, dass die weltwirtschaftliche Entwicklung und die Nachfrageimpulse in den relevanten Teilmärkten stabil bleiben, rechnet Koenig & Bauer mit einem Konzernumsatz auf der Höhe von 2025: 1.302,4 Mio. €. Unter der Annahme, dass auf Basis der jüngsten US-Rechtsprechung Klarheit zu den Zöllen besteht und Kunden ihre Investitionen ohne handelsbedingte Verunsicherung treffen können, prognostiziert der Vorstand für 2026 ein operatives EBITDA von circa 80 Mio. € wie im Vorjahr.

> [koenig-bauer.com](https://www.koenig-bauer.com)





ZEITUNGSVERLAGE

Man nennt es einen positiven Blick in die Zukunft

Die *Trendumfrage 2026* des BDZV in Verlagsgeschäftsführungen (die Chefredaktionen wurden dieses Jahr nicht befragt) sah die Branchenentwicklung zum Jahreswechsel 2025/26 zu zwei Drittel positiv. Und immerhin 56% der Verlage fühlen sich gut auf die digitale Transformation vorbereitet.

Die Mehrheit der deutschen Verlagsgeschäftsführungen rechnet damit, dass innerhalb der nächsten 15 Jahre das Ende der gedruckten Zeitung bevorsteht. In der Umfrage bejahten jedenfalls 60% eine entsprechende Prognose. Der Print-Ausstieg soll aber kein harter Cut, sondern vielmehr eine weiche Landung werden, analysiert die Beratungsfirma *Highberg*, die die *Trendumfrage* im Auftrag des BDZV zum 12. Mal durchgeführt hat. Denn noch könne sich kaum ein Verlag den unmittelbaren Ausstieg leisten. Aktuell sei Print weiter wichtig und sichere durch die hier erzielten Einnahmen bei den meisten Verlagshäusern das Fundament für den digitalen Umbau des Geschäfts, sagte *Highberg*-Partner CHRISTOPH MAYER bei der Vorstellung der Studie.

Dabei sei auch klar, dass die Kosten für Herstellung und Vertrieb der gedruckten Zeitung in den nächsten Jahren weiter steigen werden, so MAYER. Daher rechnet die Branche mit weiteren Zusammenschlüssen von Unternehmen und dem Aufgehen bislang unabhängiger Verlage und Titel in den großen Zeitungsgruppen. »Der Konsolidierungsdruck nimmt zu. Es gibt eine Bewegung in Richtung weniger, aber dafür großer Gruppen«, heißt es in der Studie. Parallel dazu sicherten sich kleinere und mittlere Häuser ihre Eigenständigkeit durch Kooperationen untereinander, ohne gleich zu fusionieren.

VERLEGER VERNACHLÄSSIGEN IHRE PRINTPRODUKTE

Sie sollten besser die Zukunft ihres Kerngeschäfts sichern. Denn ohne Print wäre vieles nicht möglich.

Ein Kommentar von Michael Apenberg, Apenberg & Partner

In vielen Verlagen fristet Print ein Dasein als notwendiges Übel. Es wird verwaltet, nicht gestaltet. Während die Budgets fast ausschließlich in digitale Projekte fließen, bleibt das Printprodukt, häufig noch profitabel und identitätsstiftend, unterfinanziert. Entscheidungen über Print werden zunehmend von digital geprägten Führungskräften getroffen, für die gedruckte Produkte als überholt gelten. Statt neue Formate, kreative Inhalte oder effizientere Produktionsprozesse zu entwickeln, wird gekürzt. Print wird auf Kostenstellen reduziert, nicht als Marke oder strategisches Kundenbindungstool verstanden.

Ein strategischer Fehler.

Denn nach wie vor finanzieren viele Verlage mit ihren Printumsätzen die digitalen Innovationen. CHRISTOPH BAUER, CEO der *DuMont Mediengruppe*, bringt es auf den Punkt: »Die große Mehrheit an publizierten Inhalten sind regionale Nachrichten, dafür gibt es bislang keine Möglichkeit, digital ausreichend Geld zu verdienen.«

Besonders dramatisch: Verlage verlieren wertvolles Know-how im Printbereich. Nachwuchs wird fast ausschließlich für Digital ausgebildet. Die Spezialisten für Gestaltung, Produktion und Logistik wandern ab oder gehen in Rente, ohne Nachfolge. Dabei gäbe es Handlungsoptionen. Moderne Printproduktion bietet erhebliche Effizienzreserven: Von integrierten Druckfabriken (Integrated Print Factory) über automatisierte Workflows bis hin zu intelligentem Outsourcing. Wer hier gezielt ansetzt, kann seine Kostenstruktur spürbar verbessern, ohne auf Qualität oder den Markenkern zu verzichten. Wer Printprodukte besitzt, sollte sie strategisch weiterentwickeln, nicht nur mitlaufen lassen. Print ist kein Relikt, sondern eine wirtschaftliche Säule mit Zukunftspotenzial, wenn man sie konsequent gestaltet.

NAHOST-KONFLIKT Einfluss auf das Geschäftsklima

Das Geschäftsklima in der deutschen Druck- und Medienindustrie ist im März 2026 nach einer zweimonatigen Erholungsphase wieder gesunken. Der vom *Bundesverband Druck und Medien* ermittelte Index gab gegenüber dem Vormonat um 2,9% auf 87,4 Punkte nach, was primär auf pessimistische Erwartungen infolge der geopolitischen Krise am Persischen Golf zurückzuführen ist.
> bvdm-online.de

SIEGWERK Übernahme von Hi-Tech Inks

Der Druckfarbenhersteller *Siegwerk* hat eine Vereinbarung zur Übernahme des indischen Wettbewerbers *Hi-Tech Inks* unterzeichnet. Durch den Zusammenschluss entsteht nach Angaben des Unternehmens der größte Anbieter für flexible Verpackungen auf dem indischen Markt.
> siegwerk.com

HEIDELBERG Wachstum in Lateinamerika

Heidelberg sieht in Lateinamerika eine strategische Wachstumsregion und baut seine Marktpräsenz in Mexiko und Brasilien aus. Das Unternehmen investiert in Vertrieb und Service, um die Nachfrage nach automatisierten Lösungen im Verpackungs- und Etikettendruck zu bedienen.
> heidelberg.com

Print ist weit mehr als bloß ein Informations-träger. Print ist kulturelles Gedächtnis sowie wirtschaftlicher Motor zugleich und trägt erheblich zur Wertschöpfung bei. Gedruckte Werke informieren generations-übergreifend und sichern Wissen unabhängig von Technik, schaffen Vertrauen und Wertigkeit. Umso kritischer sehen wir aktuelle Pläne, Bestände der Deutschen Nationalbibliothek künftig primär digital zu sammeln oder Beipackzettel nur in digitaler Form bereitzustellen. Unser Appell: Digitalisierung ja – aber nicht auf Kosten des gedruckten Kulturerbes oder der Patientensicherheit.

Bundesverband Druck und Medien



Mehr
Informationen



VAREO PRO

Für Offset und Digital

Der Vareo PRO ist der idealste Klebebinder für Weiterverarbeitungsspezialisten und Druckereien, die mit konventionellen Druckverfahren arbeiten oder im Digitaldruck tätig sind. Ob mittlere, kleine oder Kleinst-Auflagen, der Vareo PRO ist ein Alleskönner und steht für herausragende Bindequalität – und das sogar bis hinunter zu Auflage 1. Beim Drei-Zangen-Klebebinder ist bereits das erste produzierte Buch verkaufbar.

mullermartini.com/vareopro

PAPIERFABRIK HAINSBURG Für die insolvente und derzeit stillstehende *Papierfabrik Hainsberg*, Hersteller von Recyclingpapieren, ist ein Investorenprozess eingeleitet worden. Derzeit werden sämtliche Möglichkeiten einer Wiederaufnahme der Produktion geprüft und intensive Gespräche mit potenziellen Investoren geführt. Durch das Ruhen der Produktion können derzeit keine Kundenaufträge ausgeführt werden.

ADOBE-ALTERNATIVEN Die *Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG)* nutzt für ihre Bild-, Video- und Audiobearbeitung zukünftig keine Software von *Adobe* mehr, sondern günstigere Alternativen. Die *SRG* hat entschieden, auf Programme wie *Photoshop*, *Illustrator* oder *Premiere* zu verzichten und stattdessen Produkte von *Affinity* und *DaVinci Resolve* einzusetzen.

MARKENBEKANNTHEIT Unabhängige Untersuchungen der größten europäischen und US-amerikanischen Verbände und Organisationen, darunter der deutsche *Gesamtverband der Werbetartikel-Wirtschaft e. V. (GWW)*, weitere Mitglieder des europäischen Dachverbands *EAC* sowie *ASI* und *PPAI* aus den USA zeigen, dass Artikel mit Logo eine starke Markenbekanntheit erzielen und dabei im Vergleich zu den meisten anderen Werbemöglichkeiten weniger Umweltbelastung verursachen.

DRUPA-STARTSCHUSS Die *drupa*, Weltleitmesse für Printing Solutions, öffnet die Ausstellernmeldung für ihre nächste Ausgabe: Vom 9. Mai bis 17. Mai 2028 wird Düsseldorf erneut zur globalen Bühne für integrierte Drucktechnologien, automatisierte Produktionsprozesse und industrielle Anwendungen. Unternehmen aus aller Welt können sich ab sofort online für die *drupa 2028* anmelden. Der Anmeldeschluss ist der 31. Oktober 2026. > drupa.de

PAPIERPREISE ERHÖHT Die *Burgo Group* hebt die Preise für holzfreie und holzhaltige Papiere um mindestens 50 € pro Tonne an. Das Unternehmen reagiert damit auf gestiegene Kosten für Energie, Logistik und Rohstoffe infolge des Nahost-Konflikts.

KLIMAINITIATIVE Mit einer großangelegten gemeinsamen Baumpflanzaktion im Harz setzt die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände ein deutliches Zeichen für aktiven Klimaschutz. Stellvertretend für ihre teilnehmenden Unternehmen pflanzte der *Bundesverband Druck und Medien e. V. (BVDM)* Ende März 2026 mehr als 3.500 Bäume im Harz, einer vom Klimawandel stark betroffenen Region.

DRUCKFARBEN Der Markt bleibt angespannt

Die Wirtschaftskrise schlägt sich auf den Druckfarbenmarkt nieder. Lichtblick bleibt der Verpackungsdruck. Doch all das wird überschattet vom Iran-Krieg, der die Rohstoffpreise in die Höhe treibt.



Die deutsche Lack- und Druckfarbenindustrie verzeichnete im Jahr 2025 einen Absatzrückgang von 2,8% auf 1,4 Mio. Tonnen. Der Branchenumsatz sank dabei laut *Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie (VdL)* um knapp 1,2% auf 5,8 Mrd. €.

Die gesamtwirtschaftliche Schwäche habe im vergangenen Jahr nahezu alle Sektoren der Branche belastet. »Die deutsche Wirtschaft stagniert seit sechs Jahren und befindet sich auf dem Niveau von 2019«, erklärte *VdL*-Präsident HARALD BORGHOLTE. Da tiefgreifende strukturelle Reformen bislang ausgeblieben seien, blieben die Wachstumsperspektiven schwach. Für das Jahr 2026 prognostiziert der Verband einen weiteren Rückgang der Verkaufsmengen um 2%.

Bei den Druckfarben sank die Absatzmenge im Jahr 2025 um rund 5% auf 168.000 Tonnen. Der Umsatz belief sich auf 702 Mio. €. Während der Verpackungsdruck leicht wuchs, verzeichnete der Publikationsdruck erhebliche Rückgänge. Für das laufende Jahr rechnet der Verband im Druckfarbenbereich mit einem weiteren Minus beim Absatz von 3%.

Lacke und Druckfarben sind von petrochemischen Rohstoffen abhängig und spüren die steigenden Rohölpreise. Zentrale Vorprodukte wie Bindemittel, Lösungsmittel, Harze und Additive basieren häufig auf Rohstoffen, die aus Erdöl gewonnen werden. Der Iran-Krieg wirkt als externer Belastungsfaktor, der die strukturellen Herausforderungen verschärft. Zugleich geht der *VdL* davon aus, dass das gesamte Ausmaß der Auswirkungen die Branche erst noch erreichen wird und diese über ein Ende des Krieges hinaus noch über einen längeren Zeitraum spürbar bleiben werden.

ECO3 Preiserhöhung für Druckplatten

Zum 1. März 2026 hatte *ECO3* eine weltweite Preiserhöhung für seine Offset-Druckplatten und Chemikalien angekündigt. Laut Hersteller ist diese Entscheidung eine Folge des anhaltenden Anstiegs der Kosten für Aluminium (dem Hauptbestandteil von Offsetplatten) sowie der steigenden Kosten für alle aluminiumbezogenen Aufbereitungsprozesse.

Zur weiteren Begründung der Preiserhöhung sagt *FREDERIK DEHING*, internationaler Vertriebsleiter von *ECO3*: »Trotz unserer kontinuierlichen internen Effizienzbemühungen macht der starke Kostenanstieg in der Fertigung diese Preisanpassung unvermeidlich, um eine nachhaltige Liefer- und Servicequalität zu gewährleisten.«

Die Faktoren, die die Produktionskosten für Offset-Druckplatten in die Höhe treiben, sind nicht vorübergehend. Sie sind struktureller Natur, global und werden sich in absehbarer Zukunft vermutlich nicht umkehren.«

Die Preiserhöhung liegt im zweistelligen Prozentbereich, wobei die genaue Preisanpassung von den spezifischen Eigenschaften jedes Produkts abhängt.

Nach 2018 und 2021 ist diese Preiserhöhung für Druckplatten die dritte öffentlich dokumentierte des Unternehmens innerhalb der letzten zehn Jahre.

KOMORI Änderungen im Vertrieb

MBO Group und Komori Europe haben ihre Kooperation mit der Heinrich Baumann GmbH beendet. »Unsere freundschaftliche Beziehung wird fortbestehen. Die gemeinsame Reise geht in neuer Form weiter«, erklärt THOMAS HEININGER, Geschäftsführer Komori Europe und MBO Group. Beide Unternehmen gründeten zum 1. Januar 2026 die Komori Germany GmbH, die Vertrieb und Service in Deutschland für Komori- und MBO-Lösungen bietet. Der Support durch Steuber für das MBO-Portfolio soll bestehen bleiben.

HEIDELBERG Mehr Präsenz in Indien

Indien zählt zu den am stärksten expandierenden Volkswirtschaften der

Welt. Die wachsende Bevölkerung, ein prognostiziertes BIP-Wachstum sowie steigender Wohlstand treiben die Nachfrage nach gedruckten Verpackungen an. Das Marktvolumen soll von heute etwa zwölf auf bis zu 20 Mrd. US-Dollar im Jahr 2030 steigen. Heidelberg sieht daher im Verpackungs- und Etiketten-druck Potenzial und will seine Rolle als System-integrator ausbauen. > heidelberg.com

ZUSAMMENARBEIT Horizon und Steuber

Die Horizon GmbH und die Steuber GmbH intensivieren ihre Partnerschaft: Steuber wird künftig als Vertriebspartner für Horizon-Maschinen im Raum Nordrhein-Westfalen tätig sein. Dazu baut Steuber seine Rolle weiter aus und übernimmt den Verkauf des gesamten Horizon-Portfolios in dieser Region. Im Rahmen der

Kooperation wird Steuber ausgewählte Maschinen in seinem Showroom in Mönchengladbach ausstellen. > horizon.de

KOENIG & BAUER Interner AI Innovation Award

Koenig & Bauer zieht eine beeindruckende erste Bilanz seines im Juli 2025 gestarteten Programms »AI Empower 25«. Weniger als fünf Monate nach dem Startschuss hat der Druckmaschinenhersteller die interne Nutzung von KI ausgebaut und erstmals in der über 200-jährigen Unternehmensgeschichte innovative Mitarbeiterprojekte mit dem neu ins Leben gerufenen Innovation Award ausgezeichnet. Mit einer aktiven Nutzungsrate von über 30% in der Belegschaft übertrifft das Unternehmen gängige Industrie-Benchmarks deutlich. Der vom Vorstand vergewählte Preis für strategi-

sche Relevanz ging an das Projekt »Industrial Nexus« – eine lizenzfreie Plattform zur Digitalisierung des Arbeitsalltags in der Produktion.

Der Innovation Award in der Kategorie Employees' Choice, ging an ein Projekt, mit dem die zeitaufwendige Erstellung von Dokumentationen dank der Nutzung von KI effizienter gestaltet werden kann. Das Tool verwandelt gefilmte Prozesse und handschriftliche Notizen innerhalb von Minuten in fertige Anleitungen.

> koenig-bauer.com

OE-A Gedruckte Elek- tronik wächst

»Die Branche ist klar auf Wachstumskurs: Unternehmen investieren gezielt in Technologie und Kapazitäten – ein deutliches Zeichen für starke Nachfrage und großes Vertrauen in die Zukunft gedruckter Elektronik«,

kommentiert DR. KLAUS HECKER, Geschäftsführer der OE-A, die jüngsten Ergebnisse der Geschäftsklimaumfrage.

Die OE-A (Organic and Printed Electronics Association) rechnet in diesem Jahr mit einem Umsatzwachstum von 7%, nach 14% in der letzten Erhebung.

Die Industrie ist insgesamt sehr zuversichtlich: 73% der befragten Mitglieder gehen davon aus, dass die gedruckte Elektronikindustrie 2026 weiter wachsen wird. In der Umfrage geben 66% der Befragten an, in den kommenden sechs Monaten mehr in die Produktion investieren zu wollen und 70% wollen das Investitionsniveau halten. Bei der Beschäftigung planen 84% mit mehr Personal. Ermutigend auch der gestiegene Fokus auf Innovationen: 94% der Unternehmen wollen ihre F&E-Aktivitäten ausbauen.

> oe-a.org



CIMPRESS UND CLOUDLAB Übernahme vertieft Partnerschaft

Cimpress, Anbieter von Web-to-Print Mass Customization, und CloudLab, Technologieanbieter für Web-to-Print Software, haben ihre erfolgreiche Partner-

schaft auf eine neue Ebene.

Nach einer vierjährigen strategischen Beteiligung wird CloudLab nun vollständig von Cimpress übernommen.

Die bereits seit 2022 bestehende Partnerschaft hat sich für die Kunden von CloudLab als überaus positiv erwiesen. An der Spitze

von CloudLab bleibt der Kurs klar: MARC HORRIAR und IONUT BE-RESCU bilden weiterhin das Führungs-Duo, die als CEO und CTO auch weiterhin als Gesellschafter an CloudLab beteiligt sind. Somit werden sie sowohl die Roadmap als auch die technologische Innovationskraft von CloudLab vorantreiben und die Zukunft des Unternehmens aktiv gestalten.

»Die marktführende Technologie von CloudLab und die Innovationskraft des unabhängigen Teams sind entscheidend für die Umsetzung unserer Strategie«, erklärt ROBERT S. KEANE, CEO von Cimpress. »Und dass CloudLab

jetzt ein vollständiges Mitglied von Cimpress wird, ist der nächste logische Schritt. Unser Ziel ist klar: Wir möchten unseren Kunden weltweit die bestmögliche User Experience im Bereich Design Enablement bieten. Genau aus diesem Grund stärken wir die Faktoren, die CloudLab so erfolgreich machen: seinen technologischen Vorsprung und seine unternehmerische Unabhängigkeit.«

CloudLab wird daher weiterhin als unabhängiger Softwareanbieter am Markt agieren und seine Technologielösungen allen Marktteilnehmern anbieten.

> cloudlab-solutions.com

REHMS DRUCK mrd-Nachfolgelösung gelingen

Rehms Druck hat das Unternehmen *mrd GmbH* von OLIVER HOMRICH übernommen. Sämtliche Arbeitsplätze am Standort Freudenberg bleiben erhalten. Die Entscheidung für *Rehms Druck* fiel aufgrund der gemeinsamen Vision für unsere Branche. »Mir war es wichtig, mein Unternehmen in Hände zu geben, die sowohl das Know-how als auch die Werte unseres Hauses weitertragen«, erklärt OLIVER HOMRICH. Mit der Übernahme baut die *Rehms Druck GmbH* ihre Markt-

position bei Mailings weiter aus. Durch die Bündelung der Kompetenzen in der automatisierten Produktion komplexer Mailings profitieren vor allem Kunden vom erweiterten Leistungsportfolio. »Mit der Übernahme unterstützen wir unsere Vision, Printprodukte zu schaffen, die Menschen berühren, informieren und inspirieren«, so DANIEL BAIER, geschäftsführender Gesellschafter von *Rehms Druck*. Über den Kaufpreis wurde Still-schweigen vereinbart. Der Verkäufer wurde von *Apenberg & Partner*, Hamburg, beraten, den Experten für M&A-Transaktionen in der Branche. > apenberg.de

MODEL GROUP Neuer Produktions- rekord

Die auf dem Gebiet von Verpackungen aus Voll- und Wellkarton tätige Schweizer *Model Group* erzielte im Geschäftsjahr 2025 einen Gruppenumsatz von CHF 936 Mio., eine Steigerung zum Vorjahr von +8,6%. Die Menge der Wellkartonverpackungen wurde um +3,6% gegenüber 2024 gesteigert. Mit 771.000 Tonnen Verpackungspapieren wurde ein neuer Produktionsrekord erzielt. Im Durchschnitt beschäftigte die *Model Group* 4.344 Mitarbeiter, davon 757 in der Schweiz.

Mit 36 Mio. CHF blieben die Investitionen unterhalb der Vorjahre. Investitionsschwerpunkt war die Fertigstellung der Papierfabrik in Eilenburg (Sachsen). In den letzten fünf Jahren hatte die *Model Group* 748 Mio. CHF in die Packaging-Standorte und Papierfabriken investiert. Die *Model Group* stellte in ihren 15 Produktionsstandorten in der Schweiz, Deutschland, Polen, Tschechien und Kroatien knapp 1.42 Mrd. m² Wellkartonverpackungen beziehungsweise Wellkartonbögen und 771.000 Tonnen Verpackungspapiere für die Wellkartonherstellung her. Die Mengensteigerung an Verpackungspapier von +57% gegenüber dem Vorjahr ist auf den Hochlauf der *PM4* in Eilenburg zurückzuführen. > modelgroup.com

DRUPA 2028 Neuer Markenauftritt mit Oktopus

Mit einem neuen Markenauftritt stellt die drupa ihre künftige Ausrichtung vor. Zwei Jahre vor Mes-sebeginn gibt die drupa einen ersten Ausblick auf die konzeptionelle und inhaltliche Neupositionierung.

Zentrales Element des neuen Erscheinungsbildes ist ein Oktopus, der für Vernetzung, Intelligenz, Agilität und Resilienz sowie für die Beherrschung komplexer Prozesse stehen soll. Damit verweise er auf eine technologische Realität, in der Printing Solutions als integrierte Systeme gedacht würden. Prozesse griffen ineinander, Workflows seien vernetzt, Effizienz entstehe aus dem Zusammenspiel von

Hardware, Software, Materialien und automatisierten Anwendungen, heißt es in einer Mitteilung der Messe.

»Die *drupa 2028* wird eine *drupa* wie nie zuvor«, sagt DR. ANDREAS PLESSKE, Vorsitzender des *drupa*-Komitees. »Wir setzen neue Maßstäbe darin, wie technologische Entwicklungen und Märkte eingeordnet und zusammengeführt werden – ein Anspruch, der sich auch im neuen Markenauftritt widerspiegelt.« Vor diesem Hintergrund führt die *drupa 2028* erstmals eine neue Erlebnisarchitektur ein. Inhalte, Anwendungen sowie Formate für Austausch, Kollaboration und Vernetzung sollen künftig entlang definierter thematischer Cluster gebündelt werden. So würden technologische Entwicklungen nachvollziehbar strukturiert. Die Architektur diene dabei als Ordnungsrahmen für Aussteller, Besucher und Medien.

Die nächste *drupa* findet vom 9. bis 17. Mai 2028 in Düsseldorf statt.

GRÜNDUNG Allianz Waterless Association



WATERLESS ASSOCIATION

Die *TCL-Solutions GmbH* zählt zu den Initiatoren der neu gegründeten *Waterless Association (WLA)*, einer Allianz europäischer Unternehmen zur Förderung des wasserlosen Offsetdrucks. Die *Waterless Association* verfolgt das Ziel, den wasserlosen Offsetdruck stärker im Markt zu verankern. Dazu gehören der Aufbau eines europäischen Vertriebs- und Servicenetzes, Schulungen, Wissenstransfer, Beratung und Supportleistungen. Die Initiative versteht sich als Bildungs- und Informationsplattform. Im Mittelpunkt stehen technischer Austausch, Qualifizierung und die Sensibilisierung für ökologische sowie qualitative Vorteile des wasserlosen Druckverfahrens.



Die Mitglieder des *drupa*-Komitees und die neue Plakatwerbung mit dem Oktopus als zentralem Element des neuen Erscheinungsbildes.

90 JAHRE DURST

Von analoger Präzision zu Industrial Intelligence

Manchmal beginnt eine große Geschichte ganz leise. 1936 legten zwei Brüder in einer kleinen Werkstatt in Brixen in Südtirol den Grundstein für das, was heute die *Durst Group* ist. Es war eine Fotowerkstatt mit dem Anspruch, Dinge besser zu machen. 90 Jahre später ist daraus ein führender Hersteller industrieller Digitaldruck- und additiver Fertigungssysteme geworden.

Durst steht für technologische Exzellenz ›Made in Durst‹, für Qualität, geprägt von hoher Entwicklungstiefe, Präzision und kompromisslosem Qualitätsanspruch – sowie für unternehmerische Unabhängigkeit und langfristiges Denken. Aus Maschinen wurden Systeme, aus Produkten integrierte Produktionsintelligenz, aus Hardware ein ganzheitliches Verständnis digitaler Wertschöpfung«, heißt es in einer Meldung zum Jubiläum.

Dabei sei Innovation bei *Durst* kein Trend und kein Projekt, sondern Teil der Firmen-DNA. Jede Generation habe das Unternehmen weiterentwickelt von der analogen Fotografie über die industrielle Digitalisierung bis zu vollständig vernetzten Produktionsumgebungen.

Die nächste Evolutionsstufe heißt *Kyveris*

Kyveris soll den digitalen Druck und die additive Fertigung transformieren, indem Dateien, Maschinen, Software, Daten und KI zu einem autonomen Produktionssystem vereint werden, das kontinuierlich lernt, Leistung optimiert, Ausschuss reduziert und Effizienz im industriellen Maßstab steigert.

Kyveris basiert auf neun Jahrzehnten Ingenieurskompetenz. Tausende installierte Produktionssysteme weltweit haben *Durst* gelehrt, wie Tinte auf Substrate trifft, wie sich Aufträge über Schichten hinweg verhalten, wie Qualitätsabweichungen entstehen und wie man sie verhindert. Dieses strukturiert erfasste und kontinuierlich wachsende Wissen ist die Grundlage für das lernende System von *Kyveris*.

Ohne Details vorgreifen zu wollen, soll *Kyveris* den Schritt von präziser Hardware hin zu Produktionsintelligenz markieren, bei der Maschinen, Software, Daten und Prozesse zu einem intelligenten Produktionssystem zusammenwächst. Ziel ist eine Produktion, die nicht nur auto-



matisiert, sondern transparent, reproduzierbar und zunehmend autonom agiert – bis hin zu der Vision der ›Lights-Out-Factory‹.

Kyveris ist kein isoliertes Innovationsprojekt oder ein Zukunftsszenario in weiter Ferne. Es ist die logische Konsequenz aus jahrzehntelanger Entwicklung im digitalen Druck und in der additiven Fertigung, aus den Anforderungen eines sich wandelnden Marktes, aus technologischen Fortschritten in Datenarchitektur und Künstlicher Intelligenz sowie aus strategischen Akquisitionen, die *Durst* in den vergangenen Jahren vorangetrieben hat. Ein entscheidender Schritt in der industriellen Evolution des Unternehmens.

Durst wird sein erstes Showcase auf der *FESPA 2026* sowie beim *Durst Next Technology Festival* präsentieren.

CHRISTOPH GAMPER, CEO und Miteigentümer der *Durst Group*,

ordnet die Entwicklung ein: »*Durst* war nie Verwalter des Status quo – wir waren immer Gestalter des nächsten Standards. Nach 90 Jahren Präzisionsingenieurskunst gehen wir den nächsten logischen Schritt: Produktionsintelligenz für digitalen Druck und additive Fertigung. Wir denken Produktion nicht mehr als Maschine oder Workflow, sondern als intelligentes, kontinuierlich lernendes System. Mit *Kyveris* definieren wir die nächste Evolutionsstufe digitaler Produktionstechnologie.«

In den kommenden Monaten wird *Durst* weitere Details zu den technologischen Ebenen hinter *Kyveris* vorstellen – darunter Datenarchitektur, KI-Integration, Automatisierung und Produktionsintelligenz – und die strategische Roadmap darlegen.

Durst feiert 90 Jahre Innovation – und gestaltet zugleich die Zukunft der digitalen Produktion.

> durst-group.com





INTERPACK Vorbereitungen laufen auf Hochtouren

Rund 2.800 Unternehmen zeigen im Mai 2026 auf dem Düsseldorfer Messegelände neue Entwicklungen für die Verpackungsbranche. Die *interpack* deckt die gesamte Wertschöpfungskette ab und adressiert aktuelle Herausforderungen wie Rohstoffknappheit, Lieferkettenrisiken und den Fachkräftemangel. Während Smart Manufacturing auf eine datenbasierte Produktion mittels KI und Robotik setzt, stehen bei den Materialien neue Packstoffe sowie Design-for-Recycling-Konzepte im Mittelpunkt. »Die *interpack* 2026 ist wichtiger denn je«, sagt *interpack*-Director THOMAS DOHSE. In einem anspruchsvollen Marktumfeld brauche die Branche einen Ort für Austausch und Orientierung, um Investitionsentscheidungen vorzubereiten.

XEROX Neue globale Vertriebsstruktur

Die *Xerox Holdings Corporation* hat eine neue globale Vertriebsstruktur für seine Digitaldrucker angekündigt. Ziel ist es, den Vertrieb zu vereinheitlichen, den regionalen Fokus zu schärfen und das Unternehmen in die Lage zu versetzen, Marktanteile zurückzugewinnen sowie das Wachstum in wichtigen Bereichen voranzutreiben. Die Struktur soll im zweiten Quartal 2026 in Kraft treten. »Durch die Vereinheitlichung des Vertriebsmodells von *Xerox* und *Lex-*

mark können wir Redundanzen beseitigen, die Effizienz verbessern und unsere Fähigkeit zur Wertschöpfung steigern, während wir uns stärker auf nachhaltige Umsätze, Rentabilität und langfristige Leistung konzentrieren«, sagt JACQUES-EDOUARD GUEDEN, Chief Revenue Officer bei *Xerox*. Mit einem auf jede Region abgestimmten Markteinführungsmodell (>Go to market<), das von Partnern und erfahrenen Teams unterstützt wird, will *Xerox* eine Vertriebsstruktur aufbauen, die fokussierter, effizienter und wettbewerbsfähiger ist.

> xerox.com

PARAGON 5. Nachhaltigkeitsbericht

Seit vielen Jahren sieht sich *Paragon* in der Verantwortung, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit mit ökologischer und sozialer Verantwortung zu verbinden. Deshalb ist Nachhaltigkeit seit 2020 fest in seiner Unternehmensstrategie verankert und *Paragon* berichtet seither jedes Jahr freiwillig von seinem entsprechenden Engagement.

Der jetzt erschienene fünfte Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich auf den Zeitraum 1. Juli 2024 bis 30. Juni 2025 und entspricht erstmals des im Dezember 2024 von der *European Financial Reporting Advisory Group* vorgelegten freiwilligen Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung kleiner und mittlerer Unternehmen.

FFI Mitglied kommt zurück

Der *FFI* (*Fachverband Faltschachtel-Industrie*) begrüßt die *Windbiel Verpackungen GmbH* erneut in seinen Reihen. Das Familienunternehmen war bereits von 1997 bis 2012 Mitglied im Verband und knüpft nun wieder an diese langjährige Verbundenheit an. *Windbiel* produziert individuell konzipierte Verpackungen und Displays aus Karton und kaschierter Wellpappe einschließlich Veredelungen.

> ffi.de

Umgeschichtet

Der Starinvestor Warren Buffett hat Ende 2025 sein Portfolio noch einmal angepasst. Er setzte wieder auf das Zeitungs-geschäft der New York Times und reduzierte massiv bei Amazon.



integer_net

Mit der *integer_net GmbH* gewinnt der *Fachverband Faltschachtel-Industrie* (*FFI*) eine Digital-Agentur als Assoziiertes Mitglied.



Prüfung

Die *Europäische Kommission* untersucht derzeit den geplanten Zusammenschluss der *Papierkonzerne Sappi* und *UPM* im Rahmen eines Fusionskontrollverfahrens.



Rüstung

HD Advanced Technologies, eine Tochtergesellschaft der *Heidelberger Druckmaschinen AG*, und *Ondas Autonomous Systems*, haben die Gründung des Gemeinschaftsunternehmens *Onberg* beschlossen. *Onberg* soll zunächst in Deutschland und der Ukraine Drohnenabwehrsysteme anbieten. Danach streben die Partner eine Expansion in die gesamte Europäische Union an. *Print* und *Packaging* sollen aber das Kerngeschäft von *Heidelberg* bleiben, macht das Unternehmen deutlich.

BVDM Neue DNK-Plattform

Der *Bundesverband Druck und Medien e. V.* (*BVDM*) baut sein Engagement bei der Berichterstattung zum Thema Nachhaltigkeit weiter aus.

Seit 2. März steht die neue Online-Plattform des *Deutschen Nachhaltigkeitskodex* (*DNK*) für die freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung zur Verfügung. Druck- und Medienbetriebe profitieren dabei besonders von speziell für die Branche entwickelten Inhalten, die vom *BVDM* gemeinsam mit Druckunternehmen erarbeitet wurden.

Über die kostenfrei nutzbare *DNK*-Plattform können Unternehmen Schritt für Schritt Nachhaltigkeitsberichte nach dem von der EU-Kommission empfohlenen *VSME*-Standard erstellen. Verständlich formulierte Abfragen, praktische Hinweise und weiterführende Informationsquellen erleichtern den gesamten Berichtsprozess. Für Unternehmen der Druck- und Medienbranche stehen zusätzlich branchenspezifische Erläuterungen und Beispiele bereit. Diese werden automatisch angezeigt, wenn sich Betriebe einem *NACE*-Code der Gruppe 18.1 zuordnen.

> bvdm-online.de

MEHR TIEFGANG ALS DEIN FEED. PRINT ERFRISCHT

Kennste nicht? Scannen und kennenlernen.



Die Initiative

WE.LOVE.PRINT

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



Verband
Druck+Medien

UND VIELE MEHR!



Werde Teil
der Initiative!

JETZT BIST DU DRAN!



SOCIAL MEDIA GEFÄHRDET DEMOKRATIE 42% der Deutschen sehen die Demokratie durch Falschnachrichten in sozialen Medien gefährdet, sagt eine repräsentative Studie des *Vodafone Instituts*. Fast 24% berichten von häufigem Kontakt mit Desinformation in den vergangenen Monaten. Für 53% der Menschen gewinnt redaktionelle Berichterstattung an Bedeutung.

ZWEIFEL AN KI Anhaltende Zweifel an den hohen Investitionen in Künstliche Intelligenz (KI) zogen die Kurse an den New Yorker Börsen Mitte Februar nach unten. Grund sind die Sorgen um die Folgen der KI, die sich inzwischen auf immer mehr Branchen ausdehnen. Anleger verkaufen in großem Stil auch Aktien von Unternehmen, bei denen sie die Gefahr sehen, dass KI-Tools die Umsätze wegbrechen lassen.

MEDIENNUTZUNG Bei 10 Stunden und 53 Minuten pro Tag lag 2025 die durchschnittliche Mediennutzung der Menschen in Deutschland, sagt eine Analyse der Privatmedien-Lobby *Vaunet*. Die tägliche Audionutzung lag im Schnitt bei 4:19 Stunden. Bei der Bewegtbildnutzung von insgesamt 5:19 Stunden dominierte mit knapp 3 Stunden das Fernsehen, 1:43 Stunden entfielen auf Online-Videos.

MILLIARDENSCHWERE LAST Die Bürokratiekosten für deutsche Unternehmen sind laut *Statistischem Bundesamt* gesunken, liegen jedoch noch immer bei 62,5 Mrd. € Euro pro Jahr. 2024 wies die amtliche Statistik Kosten von 66,6 Mrd. € aus. Die Zahl der Informations- und Berichtspflichten ging von 12.390 im Januar 2025 auf 12.364 zurück.

MEINUNGSMACHER X Soziale Medien stehen im Verdacht, Wahlen beeinflussen zu können, da sie extremistische Inhalte verstärken. Das gilt insbesondere für X (ehemals *Twitter*), das von ELON MUSK systematisch zu einer politisch rechten Plattform gemacht wurde. Forschern ist es jetzt erstmals gelungen, diesen Zusammenhang nachzuweisen, nachdem Tests mit rund 5.000 aktiven X-Nutzerinnen und Nutzern in zwei Gruppen durchgeführt wurden, wobei sie sieben Wochen lang mit dem chronologischen beziehungsweise dem algorithmischen Feed konfrontiert wurden. Die Autoren betonen, dass ihre Ergebnisse spezifisch für aktive US-Nutzer von X und nur für den Untersuchungszeitraum 2023 gelten. Für andere Plattformen müsse das so nicht gelten. Es ist jedoch festzuhalten, dass die Algorithmen sozialer Medien eine wichtige Rolle bei der Entwicklung politischer Orientierung spielen.



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ Großteil der Firmen durch KI nicht produktiver

Trotz der hohen Erwartungen an Künstliche Intelligenz zeigen sich kaum messbare Produktivitätsgewinne in Unternehmen, belegt eine Studie des National Bureau of Economic Research (eine private, überparteiliche Forschungsorganisation in den USA), die 6.000 Führungskräfte in den USA, Großbritannien, Deutschland und Australien befragte.

Danach nutzen rund 65% Künstliche Intelligenz, allerdings nur etwa 1,5 Stunden pro Woche. Fast 90% der Unternehmen berichten, dass KI in den vergangenen drei Jahren keinen messbaren Einfluss auf Produktivität oder Beschäftigung hatte. Der konkrete Nutzen von KI ist also weiterhin nicht belegt. Im Gegenteil verursachten die Tools oft Mehrarbeit, anstatt Zeit einzusparen. Darauf deuten mehrere Studien hin. Einer Umfrage von *Asana* zufolge nutzen zwar 77% der Beschäftigten KI-Agenten, etwa 75% halten sie aber für unzuverlässig. Mehr als die Hälfte geht davon aus, dass KI-Agenten falsche oder irreführende Informationen liefern. In der Praxis bedeutet das, dass Zeit in die Kontrolle und Korrektur von KI-Ergebnissen investiert werden muss. Stattdessen hat KI – anders, als von Führungskräften erwartet – negative Konsequenzen für den Arbeitsalltag. Während KI-Agenten Aufgaben übernehmen, die zuvor typischerweise von Berufsanfängern erledigt wurden, ist die Zahl der ausgeschriebenen Stellen für Einsteiger in den Beruf deutlich gesunken. Absolventen von Hochschulen haben es deshalb auf dem Arbeitsmarkt immer schwerer. In den USA suchen rund 58% von ihnen auch ein Jahr nach ihrem Abschluss noch nach ihrem ersten Job. Darunter leiden auch erfahrene Mitarbeiter, die durch diesen Wandel zusätzliche Aufgaben übernehmen müssen, weil Nachwuchskräfte fehlen, die systematisch angeleitet werden könnten.

Das Phänomen erinnert allerdings an die 70er-Jahre des letzten Jahrhunderts, als die damals »neuen« Computer zunächst nicht die erhoffte Effizienzsteigerung brachten. Erst in den 1990ern und 2000ern zeigten sich spürbare Produktivitätsgewinne. Ob sich die aktuellen KI-Investitionen langfristig auszahlen, hängt nach Expertenmeinung davon ab, wie konsequent Unternehmen die Technologie in ihre Prozesse integrieren.

META

Virtuelle trifft auf echte Realität

Das hatte sich MARK ZUCKERBERG einmal anders vorgestellt. 2021 benannte er sein als *Facebook* gegründetes Unternehmen in *Meta* um. Fortan sollte der Fokus die Entwicklung und der Ausbau der Virtual-Reality-Welt *Metaverse* sein. Nach vielen Milliarden verbrannten US-Dollar ist längst klar, dass daraus nichts mehr wird.

Wie die IT-Tech-Zeitschrift *t3n* berichtet, wird die virtuelle Welt *Horizon Worlds* Mitte Juni 2026 auf den VR-Brillen eingestellt und nur noch als Smartphone-App weiterleben – ohne Virtual Reality. Schon vorher hatte *Meta* mit *Horizon Workrooms* eine Lösung für Meetings und Arbeitsplätze im *Metaverse* abgeschaltet. Das zeigt, dass die einstige Vision vom Spielen und Arbeiten in der virtuellen Realität in der Breite bei möglichen Anwendern keinen Anklang gefunden hat. Auch die Entwicklung der Arbeitswelt hat MARK ZUCKERBERG kaum in die Karten gespielt.

Statt, wie in der Pandemie, vor allem von zu Hause zu arbeiten, haben viele Unternehmen ihre Mitarbeiter zumindest tageweise zurück ins Büro gerufen. Für die Konferenz per VR-Brille gibt es daher keinen Bedarf mehr. Komplett aufgeben will *Meta* das Geschäft allerdings nicht. Neue Headsets sollen folgen. Der Fokus liegt aber inzwischen auf der Entwicklung von KI-Modellen. Was wieder einmal beweist: Es ist alles andere als sinnvoll, jeder Idee oder jedem Hype aus den USA hinterherzulaufen.

WERBEWIRKUNG

Qualitätsumfelder verstärken die Strahlkraft deutlich

In den vergangenen Jahren hatten vor allem sogenannte Digitalagenturen und ihre Kunden offenbar geglaubt, Werbewirkung entstünde allein durch Reichweite oder Kontaktfrequenz und verlegten die Werbebudgets zulasten von Print in die digitalen Medien, um ordentlich Klicks und Likes zu sammeln. Und da es viele taten, machten es zuletzt fast alle.



Hätte man den Rat erfahrener Werber und Marketingprofis eingeholt, wären andere Akzente gesetzt worden. Denn journalistische Qualitäten und damit Qualitätsmedien wirken stärker und nachhaltiger, weil sie ihre Wirkung über mehrere Kontaktpunkte hinweg stabil aufbauen. Dies bestätigt einmal mehr die Studie *Reputation Impact 2 – the Synergy Effect*, die von den Vermarktern *Republic*, *iq media* und *iq digital* in Auftrag gegeben wurde. Untersucht wurden unter anderem die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Handelsblatt*, *Die Zeit* und *Der Spiegel*. Bereits die Vorgängerstudie hatte 2023 positive Reputationseffekte hochwertiger Umfelder belegt. Die Anschlussuntersuchung analysiert jetzt erstmals, wie sich Werbewirkung über mehrere Zeitpunkte hinweg entwickelt und welchen Einfluss Umfeld, Format und Kontaktabfolge dabei haben. Danach wird die Werbewirkung nicht bei jedem Kontakt neu

erzeugt. Die Wirkung werde »Schritt für Schritt aufgebaut und nicht verbraucht«, so die Studie. In journalistischen Umfeldern verstärken frühere Werbekontakte die Wirkung späterer Kontakte, ein Effekt, der bei einem kontextarmen Umfeld ausbleibt.

Über alle getesteten Marken hinweg erzielten Werbemittel in Qualitätsmedien signifikant bessere Ergebnisse als in Vergleichsumfeldern: sowohl bei KPIs wie Werbemittelbewertung und Kaufabsicht als auch bei langfristigen Wirkungsdimensionen. Besonders stark fielen die Effekte aus, wenn Display-Werbung mit Printkontakten kombiniert wurde. Die einzelnen Touchpoints verstärkten sich gegenseitig. Reine Display-Werbung erzielt laut Studie »verlässliche Effekte nur im Kontext journalistischer Qualitätsmedien«.

Printkontakte führen zu einer intensiveren inhaltlichen Auseinandersetzung mit Marke und Produkt. Die Erinnerung an In-

halte fällt präziser aus und das Interesse ist nachhaltiger. Display ohne redaktionellen Kontext erreicht diese Tiefe nicht.

Damit steht fest, dass »Qualitätsmedien mit ihrer Reputation den Treibstoff liefern, um Marken auf die Flughöhe zu bringen, die sie aus der unübersichtlichen Informationswelt heraushebt«, sagen JÜRGEN MAUKNER und INGO MÜLLER, Geschäftsführer von *Republic*. STEFFEN BAX, Geschäftsführer von *iq digital*, wird noch deutlicher: »Der Werbe-Code ist entschlüsselt: Ohne Qualitätsumfeld ist Werbewirkung nicht planbar. Wer billig Reichweite einkauft, wirft Geld zum Fenster hinaus und schadet langfristig der Marke. Die Studie ist ein Manifest für Qualitätsumfelder und sinnhafte Formate, das die heutige Zeit dringend braucht.« ANJA VISSCHER, Geschäftsführerin von *iq media*, streicht die Rolle crossmedialer Kombinationen heraus: »Der crossmediale Mix liefert dabei einen entscheidenden Benefit. Denn Print und Storytelling sorgen für eine deutlich tiefere Verarbeitung, die Display-Kontakte nicht erreichen.«

Konsequenzen für die Mediaplanung

Die Studienmacher leiten daraus einen Perspektivwechsel ab: Werbewirkung sei kein additiver Effekt von Reichweite und Frequenz, sondern hänge maßgeblich von Kontext und Qualität der Kontaktkette ab. Journalistische Qualitätsmedien fungierten als Wirkungsverstärker – und seien Voraussetzung für nachhaltigen Kampagnenerfolg.

Das sollte, folgt man dem normalen Menschenverstand, auch Folgen für die Mediaplanung haben.

A & P Verstärktes Beratungsteam

Das Hamburger Beratungshaus *Apenberg & Partner*



Partner begrüßt LYDIA BEHRENS als neue Senior Beraterin im

Team. Mit ihrer langjährigen operativen Erfahrung in renommierten Druckunternehmen wird sie künftig die Weiterentwicklung und Umsetzung der »Integrated Print Factory« bei *Apenberg & Partner* verantworten.

BEHRENS war zuvor bei führende Unternehmen der deutschen Druckindustrie tätig. Stationen waren unter anderem *Aumüller Druck* in Regensburg, *Onlineprinters* in Fürth sowie *Flyeralarm* in Würzburg. Mit ihrem tiefen Verständnis für integrierte Produktions- und Prozesslandschaften ist sie eine Bereicherung für das Team von *Apenberg & Partner* und deren Klienten.
> apenberg.de

BERBERICH PAPIER Wilhelm in die Geschäftsleitung



PHILIPP WILHELM ist am 15. Januar 2026 als Mitglied der Geschäftsleitung in der *Carl Berberich GmbH* eingestiegen und unterstützt die Geschäftsführer NIKLAS EREN und KARSTEN KNODEL in strategischen, konzeptionellen und opera-

tiven Aufgaben sowie Projekten. Mit 14 Jahren Erfahrung als Geschäftsführer im Mittelstand fungiert WILHELM als Koordinator und Moderator der Unternehmensleitung. Er verantwortet die strategische und organisatorische Weiterentwicklung und stärkt die Projektsteuerung. Zudem begleitet er Zukäufe, Beteiligungen und Kooperationen.
> berberich.de

tiven Aufgaben sowie Projekten. Mit 14 Jahren Erfahrung als Geschäftsführer im Mittelstand fungiert WILHELM als Koordinator und Moderator der Unternehmensleitung. Er verantwortet die strategische und organisatorische Weiterentwicklung und stärkt die Projektsteuerung. Zudem begleitet er Zukäufe, Beteiligungen und Kooperationen.
> berberich.de

EDELMANN GROUP Neuer CEO im Unternehmen



UWE VÄTH ist zum 12. Januar 2026 als neuer CEO zur *Edelmann Group* gestoßen. VÄTH bringt langjährige Erfahrung im Bereich General Management und Operations mit. Vor diesem Hintergrund wird er in Zusammenarbeit mit der bestehenden Geschäfts-

führung seine Expertise in die operativen Bereiche wie die Produktion, die Leitung der internationalen Werke sowie in das Supply-Chain-Management einbringen. Zudem verantwortet er neben dem Bereich Forschung & Entwicklung sowie Qualität vor allem auch die Strategie- und Unternehmensentwicklung. Zu Beginn seines beruflichen Werdegangs war UWE VÄTH bei *Braun* in Deutschland und der Konzernmutter *Gillette* in Boston (USA) tätig. Nach einer mehr als zehnjährigen Tätigkeit als Berater bei *PricewaterhouseCoopers*

wechselte er zur *Schenck Process Group* in Darmstadt, zuletzt bekleidete er die Position des Managing Director Deutschland und Schweiz bei *DS Smith Packaging*.
> edelmann-group.com

BERBERICH PAPIER Neuer Niederlassungsleiter



Seit 5. Januar 2026 ist MAX BÖRNER neuer Niederlassungsleiter der *Carl Berberich GmbH* am Standort Hofheim-Wallau und verantwortet mit seinem Team die Region Rhein-Main-Gebiet. BÖRNER übernimmt die Nachfolge des langjährigen Niederlassungsleiters MICHAEL METZEN.
> berberich.de

Seit 5. Januar 2026 ist MAX BÖRNER neuer Niederlassungsleiter der *Carl Berberich GmbH* am Standort Hofheim-Wallau und verantwortet mit seinem Team die Region Rhein-Main-Gebiet. BÖRNER übernimmt die Nachfolge des langjährigen Niederlassungsleiters MICHAEL METZEN.
> berberich.de

FÜHRUNGSWECHSEL TA Triumph-Adler und Kyocera



Seit dem 1. April 2026 ist DIETMAR NICK zusätzlich zu seiner Funktion als CEO von *Kyocera Document Solutions Deutschland (KDDE)* auch neuer Geschäftsführer der *TA Triumph-Adler Gruppe*. Er folgt auf CHRISTOPHER RHEIDT, der zum 1. April neuer President bei *Kyocera Document Solutions Europe Management B.V. (KDEM)* wurde. RHEIDT ist bereits seit März 2024 neben seiner bisherigen Rolle bei *TA Triumph-Adler* auch Executive Vice President bei *KDEM*. Er folgt als Präsident auf TAKUYA MARUBAYASHI, der eine globale Rolle bei *Kyocera Document Solutions* übernehmen wird. Dietmar Nick leitet seit 2017 die Geschäftsführung von *KDDE* und verantwortet als CEO die Geschäftsaktivitäten der *Kyocera-Gruppe* in Deutschland und Österreich. Zuvor war er seit dem Jahr 2000 in leitenden Positionen für den Vertrieb verantwortlich. Seit dem 1. April 2026 ist er als Geschäftsführer von *TA Triumph-Adler* auch für die Entwicklung und Strategie der *TA Gruppe* verantwortlich.
> triumph-adler.com

Seit dem 1. April 2026 ist DIETMAR NICK zusätzlich zu seiner Funktion als CEO von *Kyocera Document Solutions Deutschland (KDDE)* auch neuer Geschäftsführer der *TA Triumph-Adler Gruppe*. Er folgt auf CHRISTOPHER RHEIDT, der zum 1. April neuer President bei *Kyocera Document Solutions Europe Management B.V. (KDEM)* wurde. RHEIDT ist bereits seit März 2024 neben seiner bisherigen Rolle bei *TA Triumph-Adler* auch Executive Vice President bei *KDEM*. Er folgt als Präsident auf TAKUYA MARUBAYASHI, der eine globale Rolle bei *Kyocera Document Solutions* übernehmen wird. Dietmar Nick leitet seit 2017 die Geschäftsführung von *KDDE* und verantwortet als CEO die Geschäftsaktivitäten der *Kyocera-Gruppe* in Deutschland und Österreich. Zuvor war er seit dem Jahr 2000 in leitenden Positionen für den Vertrieb verantwortlich. Seit dem 1. April 2026 ist er als Geschäftsführer von *TA Triumph-Adler* auch für die Entwicklung und Strategie der *TA Gruppe* verantwortlich.
> triumph-adler.com

Seit dem 1. April 2026 ist DIETMAR NICK zusätzlich zu seiner Funktion als CEO von *Kyocera Document Solutions Deutschland (KDDE)* auch neuer Geschäftsführer der *TA Triumph-Adler Gruppe*. Er folgt auf CHRISTOPHER RHEIDT, der zum 1. April neuer President bei *Kyocera Document Solutions Europe Management B.V. (KDEM)* wurde. RHEIDT ist bereits seit März 2024 neben seiner bisherigen Rolle bei *TA Triumph-Adler* auch Executive Vice President bei *KDEM*. Er folgt als Präsident auf TAKUYA MARUBAYASHI, der eine globale Rolle bei *Kyocera Document Solutions* übernehmen wird. Dietmar Nick leitet seit 2017 die Geschäftsführung von *KDDE* und verantwortet als CEO die Geschäftsaktivitäten der *Kyocera-Gruppe* in Deutschland und Österreich. Zuvor war er seit dem Jahr 2000 in leitenden Positionen für den Vertrieb verantwortlich. Seit dem 1. April 2026 ist er als Geschäftsführer von *TA Triumph-Adler* auch für die Entwicklung und Strategie der *TA Gruppe* verantwortlich.
> triumph-adler.com

Triumph-Adler auch Executive Vice President bei *KDEM*. Er folgt als Präsident auf TAKUYA MARUBAYASHI, der eine globale Rolle bei *Kyocera Document Solutions* übernehmen wird. Dietmar Nick leitet seit 2017 die Geschäftsführung von *KDDE* und verantwortet als CEO die Geschäftsaktivitäten der *Kyocera-Gruppe* in Deutschland und Österreich. Zuvor war er seit dem Jahr 2000 in leitenden Positionen für den Vertrieb verantwortlich. Seit dem 1. April 2026 ist er als Geschäftsführer von *TA Triumph-Adler* auch für die Entwicklung und Strategie der *TA Gruppe* verantwortlich.
> triumph-adler.com

Seit dem 1. Februar 2026 verstärkt MICHAEL WULLINGS als Head of Sales BOPP (Business Unit Office & Postprint) das Führungsteam von *Krug + Priester*. Mit dem erfahrenen Vertriebsexperten gewinnt das Unternehmen eine Führungspersönlichkeit mit mehr als 20 Jahren internationaler Vertriebs- und Managementenerfahrung bei etablierten Markenunternehmen. WULLINGS war zuvor in leitenden Vertriebsfunktionen bei international etablierten Unternehmen wie *Puma* und *WMF* tätig und verfügt über umfassende Erfahrung in strategischer Vertriebsplanung, Business Development und der Führung internationaler Teams. In seiner neuen Rolle verantwortet WULLINGS die Weiterentwicklung der Vertriebsaktivitäten in den Segmenten Office & Postprint. Sein Fokus liegt insbesondere auf der konsequenten Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden, der Weiterentwicklung bestehender Vertriebskanäle sowie dem Ausbau neuer Geschäftsfelder.
> krug-priester.com

KRUG + PRIESTER Neuer Vertriebsleiter



Seit dem 1. Februar 2026 verstärkt MICHAEL WULLINGS als Head of Sales BOPP (Business Unit Office & Postprint) das Führungsteam von *Krug + Priester*. Mit dem erfahrenen Vertriebsexperten gewinnt das Unternehmen eine Führungspersönlichkeit mit mehr als 20 Jahren internationaler Vertriebs- und Managementenerfahrung bei etablierten Markenunternehmen. WULLINGS war zuvor in leitenden Vertriebsfunktionen bei international etablierten Unternehmen wie *Puma* und *WMF* tätig und verfügt über umfassende Erfahrung in strategischer Vertriebsplanung, Business Development und der Führung internationaler Teams. In seiner neuen Rolle verantwortet WULLINGS die Weiterentwicklung der Vertriebsaktivitäten in den Segmenten Office & Postprint. Sein Fokus liegt insbesondere auf der konsequenten Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden, der Weiterentwicklung bestehender Vertriebskanäle sowie dem Ausbau neuer Geschäftsfelder.
> krug-priester.com

Seit dem 1. Februar 2026 verstärkt MICHAEL WULLINGS als Head of Sales BOPP (Business Unit Office & Postprint) das Führungsteam von *Krug + Priester*. Mit dem erfahrenen Vertriebsexperten gewinnt das Unternehmen eine Führungspersönlichkeit mit mehr als 20 Jahren internationaler Vertriebs- und Managementenerfahrung bei etablierten Markenunternehmen. WULLINGS war zuvor in leitenden Vertriebsfunktionen bei international etablierten Unternehmen wie *Puma* und *WMF* tätig und verfügt über umfassende Erfahrung in strategischer Vertriebsplanung, Business Development und der Führung internationaler Teams. In seiner neuen Rolle verantwortet WULLINGS die Weiterentwicklung der Vertriebsaktivitäten in den Segmenten Office & Postprint. Sein Fokus liegt insbesondere auf der konsequenten Ausrichtung an den Bedürfnissen der Kunden, der Weiterentwicklung bestehender Vertriebskanäle sowie dem Ausbau neuer Geschäftsfelder.
> krug-priester.com

CANON IPSPG Peter Saak über- nimmt Leitung



PETER SAAK übernimmt die Leitung der *Integrated Printing & Services Group (IPSG)* bei *Canon EMEA*. Die Einheit, ehemals *Digital Printing & Solutions*, bündelt das B2B-Druckgeschäft mit serviceorientierten Lösungen für professionelle Kunden. Innerhalb der regionalen Vertriebsorganisationen von *Canon* bekleidete er verschiedene Positionen, unter anderem als B2B Country Director für *Canon Eurasia*, als Geschäftsführer für *Canon Central & Eastern Europe* sowie für *Canon Österreich*. Zuletzt war er Executive Vice President der *Developing Regions Business Group* in Südosteuropa, dem Nahen Osten und Afrika.
> canon.de

PETER SAAK übernimmt die Leitung der *Integrated Printing & Services Group (IPSG)* bei *Canon EMEA*. Die Einheit, ehemals *Digital Printing & Solutions*, bündelt das B2B-Druckgeschäft mit serviceorientierten Lösungen für professionelle Kunden. Innerhalb der regionalen Vertriebsorganisationen von *Canon* bekleidete er verschiedene Positionen, unter anderem als B2B Country Director für *Canon Eurasia*, als Geschäftsführer für *Canon Central & Eastern Europe* sowie für *Canon Österreich*. Zuletzt war er Executive Vice President der *Developing Regions Business Group* in Südosteuropa, dem Nahen Osten und Afrika.
> canon.de

AUSZEICHNUNG

Erik Spiekermann erhält den Gutenbergpreis

Der *Gutenberg-Preis 2026* der *Internationalen Gutenberg-Gesellschaft* und der Landeshauptstadt Mainz geht an PROF. DR. H.C. ERIK SPIEKERMANN. Als Typograf arbeitete er vornehmlich für Unternehmen der grafischen Industrie – darunter für die *H. Berthold AG, Scangraphic, Linotype, Adobe* und *Apple*.

ERIK SPIEKERMANN ist Gestalter, Typograf, Schriftgestalter, Unternehmer und Autor von internationalem Rang. Einige der von ihm geschaffenen Schriften wie *FF Meta* oder *ITC Officina* werden als moderne Klassiker angesehen.

Bereits in den frühen Jahren des Internets setzte er mit seinem Unternehmen *FontShop* Maßstäbe für den weltweiten Online-Vertrieb von Schriftfonts und prägte damit nachhaltig die Infrastruktur des Schriftenvertriebs und des digitalen Type-Designs.

Neben seiner Tätigkeit als Schriftgestalter hat ERIK SPIEKERMANN mit seinen Unternehmen *MetaDesign* und *EdenSpiekermann* das Erscheinungsbild großer Unternehmen oder öffentlicher Institutionen geprägt.

Er entwickelte zudem Schriftlösungen für Verkehrssysteme und Medien. Seit vielen Jahren setzt er sich für die Erhaltung der Tradition des klassischen Bleisatzes und für den Buchdruck als einer wichtigen Grundlage der Typografie und Druckkunst ein.

Die Jury begründet ihre Entscheidung für ERIK SPIEKERMANN damit, dass er als Vordenker in Sachen Verfügbarkeit von Schriften sowie als Inspirator von Generationen von Typodesignern – und selbst als bedeutender Typodesigner – in der Tradition GUTENBERGS sowohl in der digitalen als auch in der physisch-haptischen Welt zuhause ist.

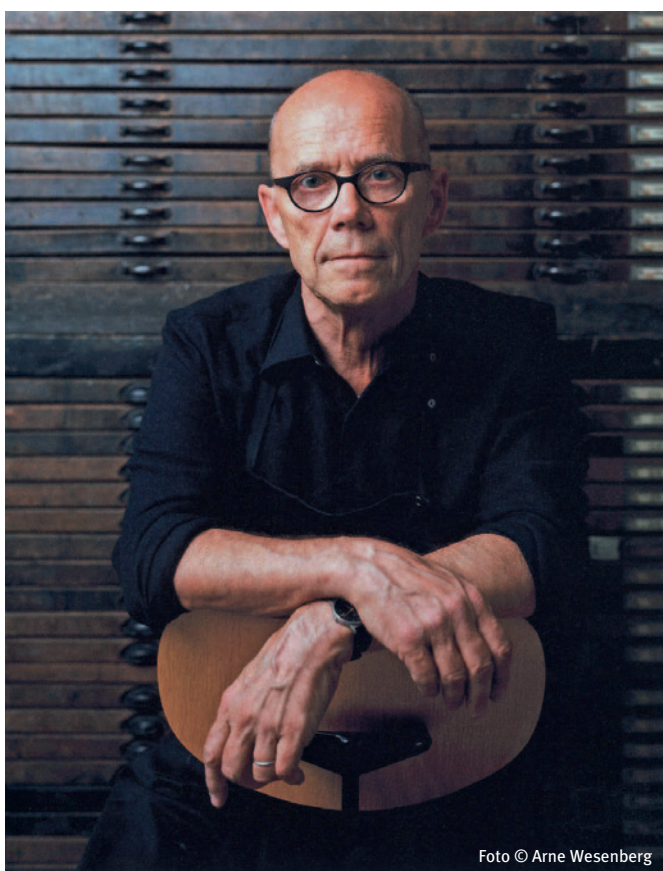


Foto © Arne Wesenberg

»Wir freuen uns außerordentlich, dass mit ERIK SPIEKERMANN ein herausragender Kopf und Pionier für prägende und stilbildende Schriften den Preis erhält. Als Designer und Gestalter arbeitet er international als Maniac für Typographie und wird in seinem Bereich, der den Offset- und Digitaldruck verbindet, als würdiger Nachfolger JOHANNES GUTENBERGS geführt, da er mit seinem Pioniergeist die schwarze Kunst weiterentwickelt hat«, sagt der Präsident der *Internationalen Gutenberg-Gesellschaft in Mainz e. V.* und Mainzer Oberbürgermeister NINO HAASE.

Der Festakt findet am 20. Juni 2026 ab 12:30 Uhr im *Forstersaal* des *Kurfürstlichen Schlosses Mainz* statt. Die Teilnahme erfolgt auf Einladung.

Die Laudatio wird die ehemalige Vorsteherin des *Börsenvereins des Deutschen Buchhandels* und Verlegerin des *Verlags Hermann Schmidt*, KARIN SCHMIDT-FRIDERICHS halten.

Seit 125 Jahren fördert die *Internationale Gutenberg-Gesellschaft* die Erforschung der Geschichte des Druck- und Buchwesens, der Typografie sowie anderer schriftorientierter Medien und unterstützt ideell und materiell das *Gutenberg-Museum* in Mainz. Zu den zentralen Publikationen gehört das *GUTENBERG-Jahrbuch*, das weltweit zu den bedeutendsten wissenschaftlichen Veröffentlichungen zur Geschichte der Medien und der Druckkunst zählt. Seit 1968 vergibt sie mit der Stadt Mainz den *Gutenberg-Preis* für hervorragend künstlerische, technische und wissenschaftliche Leistungen auf dem Gebiet der Druckkunst.

IMPACT

Volle Konzentration AUF PRINT

Koenig & Bauer hat einen strategischen Leitfaden für Wachstum und Technologieführerschaft vorgelegt und transformiert sich vom reinen Maschinenbauer zum Technologie-Anbieter mit starkem Fokus auf Künstliche Intelligenz, Automatisierung und Digitaldruck, begleitet vom gezielten Erschließen des volumenstarken Mid-Tech-Segments und Ausbau der Marktanteile überregionaler Regionen.

Aufbauend auf dem Konzept *Exceeding Print* (2021 – 2025) richtet die Koenig & Bauer AG ihre Prioritäten für das kommende Jahrzehnt neu aus. Mit einem klaren Fokus auf Print, technologische Intelligenz, operative Exzellenz und proaktive Anpassungsfähigkeit will der Konzern die Zukunft der Druckindustrie aktiv prägen.

Die in den letzten Jahren gewonnenen Impulse und die erzielte strukturelle Schärfung stützen dabei die Implementie-

rung des neuen strategischen Leitfadens. *IMPACT* setzt den Fokus auf langfristige Resilienz und die technologische Positionierung bis 2030 (und darüber hinaus). Die bereits initiierte Konzentration auf operative Exzellenz und Kosteneffizienz findet ihre konsequente Fortsetzung und stellt den operativen Übergang von der Vorgängerstrategie *Exceeding Print* zu *IMPACT* her.

Die einzelnen Buchstaben des Wortes »IMPACT« sollen jeweils eine Stoßrichtung darstellen, wie das Strategiepapier erläutert: Intelligence, Market, People, Adaptability, Competitiveness und Technology bilden das Rückgrat des Leitfadens. »Wir verlassen uns in anspruchsvollen Zeiten nicht auf eine Beruhigung der Märkte, sondern prägen die Zukunft unserer Industrie aktiv. Die Marktdaten zeigen uns die Tür, durchgehen müssen wir selbst. Koenig & Bauer handelt – entschlossen, innovativ und im Sinne des nachhaltigen Erfolgs unserer Kunden«, kommentiert Koenig & Bauer-CEO DR. STEPHEN KIMMICH, die neue Strategie.



Mit *IMPACT* auf Zukunftskurs: Intelligence, Market, People, Adaptability, Competitiveness und Technology bilden das Rückgrat des neuen strategischen Leitfadens von Koenig & Bauer.

Intelligence: Vorreiter bei KI und Automatisierung

Koenig & Bauer integriert Künstliche Intelligenz in seine Prozesse und Produkte, treibt den Kultur- und Technologiewandel mit dem etablierten Programm »AI Empower« voran und steigert durch Software, KI und Automatisierung die Effizienz der Abläufe. Mit *myKyana* wird zugleich ein digitales Ökosystem für Kunden geschaffen. Auf dieser Basis wandle sich Koenig & Bauer zum umfassenden Technologie-Anbieter, der Hardware und KI-gestützte Prozessoptimierung aus einer Hand liefert.

Market: Skalierung und neue Wachstumsmärkte

Koenig & Bauer verfügt schon jetzt über das breiteste Produktportfolio der Druckindustrie und fokussiert sich nun auf dessen schnelle Skalierung. Dies soll unter anderem durch das Erschließen von Wachstumsmärkten wie Asien, Indien, Lateinamerika und Nahost erfolgen. >



Dr. Stephen Kimmich, CEO von Koenig & Bauer, fasst die Bedeutung des strategischen Leitfadens zusammen: »Die Marktdaten zeigen uns die Tür, durchgehen müssen wir selbst. Koenig & Bauer handelt entschlossen, innovativ und im Sinne des nachhaltigen Erfolgs unserer Kunden.«

Um auch im volumenstarken und preissensiblen Mid-Tech-Segment Marktanteile zu gewinnen, erweitert *Koenig & Bauer* sein Angebot um passende Produktvarianten.

Die in den letzten Jahren eingeführten Innovationen – darunter die *RotaJet* und *VariJet* im Digitaldruck, moderne Lösungen im Postpress-Bereich sowie leistungsstarke CI-Flexo-Anlagen und ein komplettes Produktportfolio für die Wellpappenindustrie – seien nun bereit für die weltweite Expansion.

People: Kompetenz und Geschwindigkeit

Das Fundament des technologischen Führungsanspruchs bilden die weltweiten Teams von *Koenig & Bauer*. Daher investiert das Unternehmen massiv in die Qualifizierung und Weiterbildung seiner Mitarbeiter sowie in moderne Arbeitswerkzeuge. Zudem soll der Erfolg der Kunden durch ein entsprechendes Trainingsangebot optimiert werden, erklärt Dr. STEPHEN KIMMICH: »Wir stellen nicht bloß die Hardware zur Verfügung. Wir begleiten unsere Kunden und stellen sicher, dass sie den vollen Leistungsumfang unserer Maschinen und Produkte ausschöpfen können, um bestmögliche Ergebnisse zu erzielen.«

Gleichzeitig steht das »P« auch für Pace (Geschwindigkeit) und Performance. Durch schlanke Organisationsstrukturen und smarte Prozesse erhöht das Unternehmen seine Reaktionsgeschwindigkeit auf Marktveränderungen, um Kundenanforderungen noch effizienter bedienen zu können.

Adaptability: Anpassungsfähigkeit in einer volatilen Welt

Um die Widerstandsfähigkeit gegenüber weltwirtschaftlichen Schwankungen signifikant zu erhöhen, passt *Koenig & Bauer* seine Wertschöpfungskette an, verabschiedet sich von starren Kapazitätsgrenzen und wendet sich zu einem flexiblen Modell mit stabiler Grundauslastung der eigenen Werke. Ergänzt wird dies durch lokale Beschaffungs- und Montagestrategien, um Abhängigkeiten in der Lieferkette zu reduzieren. Zudem soll das profitable Service-Geschäft, das als starker finanzieller Anker bereits rund 30% des Konzernumsatzes ausmacht, weiter ausgebaut werden.

Competitiveness: Wettbewerbsfähigkeit auf allen Ebenen

Weltweit enormer Kostendruck, neue Zollschranken und intensiver Wettbewerb verlangt von *Koenig & Bauer* eine Optimierung der Herstellkosten. Durch bereichsübergreifende Programme zur Kostensenkung, verbesserte Make-or-Buy-Entscheidungen und

globale Beschaffungsstrategien will das Unternehmen seine Wettbewerbsfähigkeit sichern. Ziel ist es, in allen adressierten Märkten (vom High-End- bis zum Mid-Tech-Segment) technologisch sowie wirtschaftlich eigenständig und zukunftssicher aufzutreten.

Technology: Digitalisierung als Seele der Maschine

Technologieführerschaft soll nach der *IMPACT*-Leitlinie die DNA von *Koenig & Bauer* bleiben. Dazu soll das Angebot im wachsenden industriellen Digitaldruck mit der *VariJet* und *RotaJet* konsequent ausgebaut werden. Gleichzeitig gewinnen Authentifizierungs- und Qualitätssysteme an Bedeutung: Mit neuartigen Sicherheitssystemen von *Koenig & Bauer Vision & Protection* oder mit der digitalen Verpackungsplattform *Auraveo* liefert *Koenig & Bauer* Antworten auf den wachsenden globalen Bedarf an Produktschutz, Fehlervermeidung und direkter Kommunikation mit dem Verbraucher.

Bewegung als Prinzip

Getragen wird *IMPACT* von der Haltung »I ACT«, denn eine Strategie entfaltet ihre Wirkung erst durch die Menschen, die sie mit Leben füllen. Dahinter stehen die Menschen, die *Koenig & Bauer* ausmachen. Es ist das Engagement und die Expertise der weltweiten Belegschaft, die es ermöglicht, auch in herausfordernden Zeiten Kurs zu halten. Mit »I ACT«, das buchstäblich in *IMPACT* angelegt ist, werden die sechs strategischen Stoßrichtungen in das entschlossene Handeln jedes Einzelnen übersetzt.

Dabei ist *IMPACT* für *Koenig & Bauer* weit mehr als ein Name – es ist eine gemeinsame Haltung. Alle Mitarbeiter sind aufgerufen, sich die Frage zu stellen, ob sie mit ihrem Handeln den Impact erzeugen, der *Koenig & Bauer* und seine Kunden voranbringt. Übernimmt jeder Einzelne Verantwortung und ist überzeugt, durch das eigene Tun einen Beitrag zum Ganzen zu leisten, entsteht eine gemeinsame Kraft, die *Koenig & Bauer* als verlässlichen Partner und Innovationstreiber der Branche nachhaltig stärkt.

Visuell und inhaltlich verkörpert wird dieser Aufbruch durch eine Kugel, so interpretiert das Strategiepapier die gestalterische Komponente. *Koenig & Bauer* sei kein statisches, sondern ein dynamisches Unternehmen, in dem Bewegung das verbindende Prinzip sei. Die Kugel finde sich im Querschnitt der präzise rotierenden Druckzylinder genauso wieder wie in Milliarden fliegenden Tintentropfen im Digitaldruck. Denn eine Kugel sei niemals statisch. Sie verkörpere das Potenzial zu rollen, Kräfte aufzunehmen und Wirkung weiterzutragen. Echter Impact entsteht erst durch Beschleunigung, Kontakt und Verdichtung. So übersetzt *Koenig & Bauer* das Prinzip in seine Strategie: Jede Entscheidung setzt etwas in Bewegung, jede Bewegung folgt einer klaren Richtung, und jede Richtung erzeugt messbare Wirkung für das Unternehmen, seine Kunden und Aktionäre.

> koenig-bauer.com





ONLINE PRINT SUMMIT 2026 ZUKUNFTSFORUM DES ONLINEPRINTS

Der *Online Print Summit 2026 (OPS)* hat mit seinem neuen Konzept rund 350 Gäste nach München gelockt. Zwei Tage lang diskutierten Entscheidungsträger, Technologieanbieter, Start-ups und Branchenexperten darüber, wie Künstliche Intelligenz, Agentic Commerce, Hyper-Personalisierung und neue Marktlogiken den Markt verändern.

Text und Bilder: OPS

Die Branche entwickelt sich nicht nur wie bisher schrittweise weiter, sondern sortiert sich neu. Waren es in den vergangenen Jahren oft Fragen der technischen Umsetzung, sind es heute mehr und mehr die Geschäftsmodelle, die Art der Sichtbarkeit und die Produktionslogiken, die dringend diskutiert werden müssen. Vor diesem Hintergrund war der *OPS 2026*

mehr als ein Überblick über aktuelle Trends. Viele Vorträge und Diskussionen kreisten um die Erkenntnis, dass es nicht mehr ausreicht, bestehende Onlineprint-Modelle »nur« effizienter zu machen. Die Branche müsse ihre Rolle in einer sich ändernden E-Commerce-Realität neu definieren. Künstliche Intelligenz verändert nicht nur Inhalte und Prozesse, sondern auch die Wege, auf denen Produkte gefunden, vergli-

chen und gekauft werden. Wenn sich die Interaktion mit Kunden von der klassischen Suche hin zu KI-Agenten verschiebt, dann ändern sich auch die Regeln für Shops, Beratung und Fulfillment.

KI, Agentic Commerce und Hyper-Personalisierung

Einen deutlichen Impuls setzte gleich zu Beginn RUPPERT BODMEIER, CEO und Mitbegründer von *disruptive.com*, mit seiner Analyse zur KI-getriebenen

Transformation des E-Commerce. Seine Kernbotschaft: Die »AI-Readiness-Phase« geht zu Ende, die »AI-Build-Phase« beginnt. Unternehmen, die jetzt mutig neue Skills, Workflows und Lösungen entwickeln, können sich klare Wettbewerbsvorteile sichern. Diese Perspektive zog sich durch zahlreiche Beiträge des *OPS* und verdichtete sich in der Frage, wie »agent-ready« der Onlineprint bereits aufgestellt ist. >

BERND ZIPPER, Gründer und CEO von *zipcon consulting* und Mitveranstalter des *Online Print Summits*, führte diesen Gedanken in seiner Keynote weiter aus und gab den Teilnehmern konkrete Handlungsempfehlungen mit auf den Weg. Onlineprint als zentraler Innovationstreiber der Printindustrie müsse Vertrauen und Authentizität mit technologischer Offenheit verbinden. »Die Industrie muss jetzt ihre Hausaufgaben machen: Daten sauber strukturieren und agent-ready werden. Wir müssen den Wandel selbst gestalten, bevor das andere für uns tun«, appellierte ZIPPER.

Neue Relevanz von Print und neue Zugänge zum Markt

Dass diese Entwicklung nicht als Bedrohung, sondern als Richtungswechsel gelesen werden sollte, machte PHILIPP MÜHLBAUER, Mitbegründer und Co-CEO von *The Customization Group*, deutlich. Die Erfolgsgeschichte seines Unternehmens verband er mit der Aufforderung, mehr zu wagen – wohl wissend, dass das auch bedeute, einmal scheitern zu können.

Dass Print in einer digital überreizten Welt neue Relevanz gewinnen kann, erläuterte LUDOVIC MARTIN, *Web2Print-Consultant* und Herausgeber des Blogs *print.watch*, in seiner Keynote. Seine These: Digitalität hat ihren Scheitelpunkt bereits erreicht und der Wunsch nach Printprodukten als haptischem Erlebnis und vertrauensstiftendem Medium werde auch bei Menschen der GenZ immer größer. Die Aufgabe etablierter Onlinedruckereien müsse jedoch sein, aktiv den Bogen zwischen analoger und digitaler Welt zu schlagen, mit einer Neupositionierung im sich rapide verändernden Print-Ökosystem. Diese Aussage verband MARTIN mit der Prognose, dass wir auf eine Welt zusteuern, die sich weiter beschleunigen werde.

Die Aufgaben, die sich daraus ergeben: Shops, Systeme und Strategien zügig an die Veränderungen anpassen.

Internationaler Austausch wird zum Standortvorteil

Wie international sich der *Online Print Summit* inzwischen aufstellt, wurde 2026 besonders deutlich. Auf der Bühne trafen Perspektiven aus unterschiedlichen Mär-

ten und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen aufeinander. Beiträge aus Europa, den USA, Brasilien und China zeigten, dass viele Herausforderungen ähnlich sind, die Antworten darauf jedoch je nach Markt sehr unterschiedlich ausfallen. Gerade dieser Vergleich von Marktlogiken und Wachstumsstrategien verlieh dem *Summit* besondere Tiefe.

Der *Online Print Summit* entwickelt sich damit immer stärker zu einem Ort, an dem die Akteure der Druckindustrie ihre Positionen nicht nur präsentieren, sondern im internationalen Kontext einordnen und schärfen können. MARCELO SCHROEDER ISLEB, CEO von *Digipix*, zeigte am Beispiel des brasilianischen Marktes, wie Print-on-Demand und personalisierte Angebote zunehmend an Bedeutung gewinnen. Wachstum entsteht dort vor allem durch ein breites Produktspektrum, starke Markenbindung, wiederkehrende Käufe und eine Customer Experience, die sich konsequent an den Bedürfnissen der Nutzer orientiert. Sein Fazit: Wer in diesem Markt erfolgreich sein will, muss KI strategisch einsetzen, Prozesse ganzheitlich denken und auch Verpackung, Logistik

und Customer Experience als Teil des Geschäftsmodells verstehen.

CUI WEN FENG, CEO und Eigentümer der *Grand Printing Group*, und sein Sohn ZHICHENG CUI, Vice President von *Grandprint*, zeigten, wie stark sich der chinesische Printmarkt in Struktur und Dynamik vom europäischen unterscheidet. Während in Europa oft Spezialisierung, Differenzierung und kleinere Auflagen vorherrschen, basiert *Grandprints* Wachstumsstrategie auf Standardisierung, Bündelung, hoher Geschwindigkeit und der Skalierung großer Auftragsmengen.

Themen wie Personalisierung, Verpackung und KI gewinnen auch in China mit deutlich größerer industrieller Dimension an Bedeutung.

RUSTY PEPPER, Head of Global Markets & Partnerships der *Taylor Corporation*, machte aus US-amerikanischer Perspektive deutlich, dass nicht die Druckproduktion selbst, sondern fehlende Vernetzung und langsame Prozesse heute die größten Erfolgshindernisse im Printmarketing sind.

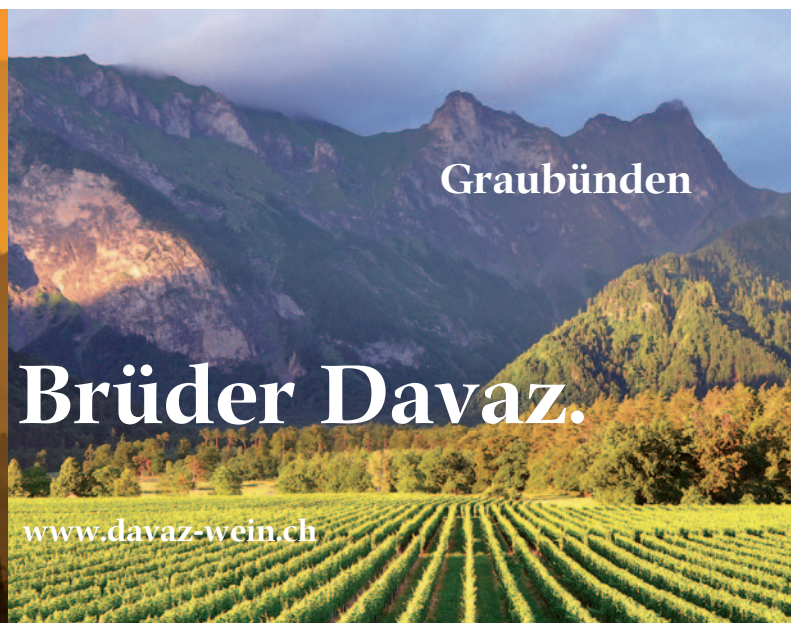
>



Toscana

Edle Weine der

www.poggioalsole.com



Graubünden

Brüder Davaz.

www.davaz-wein.ch



Der Online Print Summit 2026 hat mit seinem neuen Konzept rund 350 Gäste nach München gelockt.

Seine Kernthese: Print bleibt nur relevant, wenn es sich in vernetzte, datengetriebene und schnelle On-Demand-Fulfillment-Strukturen einfügt, Reibungsverluste reduziert und einen Beitrag zu Marketingwirkung und Performance messbar macht. Entscheidend werde deshalb, nicht länger nur Kosten pro Einheit zu betrachten, sondern Kennzahlen wie Geschwindigkeit, Time-to-Market oder Return on Impression in den Blick zu nehmen. KPIs, die auch für MICHAŁ TRACZ, CEO von *Print Logistic*, längst zum Alltag gehören. Er zeigte am Beispiel seines Heimatmarktes Polen, wie sich Print-on-Demand vom ergänzenden Geschäftsmodell zur industriell skalierbaren Produktionslogik entwickelt. Wer heute im POD-Geschäft bestehen wolle, brauche Kapazität, verlässliche Qualität, schnelle Lieferzeiten und belastbare Fulfillment-Strukturen. Zugleich verwies TRACZ auf die Bedeutung von Social Commerce, Influencer-getriebene Bestellmuster und KI-gestützte Prozesse hin. Onlineprint zeichne sich künftig nicht nur über Preis und Produktionsleistung aus, sondern über die Fähigkeit, hoch variable Aufträge in vernetzten Plattform- und Logistikstrukturen stabil und schnell abzuwickeln.

Humanoide Roboter in der Druckproduktion

Wie weit technologische Transformation inzwischen über klassische Automatisierung hinausgeht, zeigte der Geschäftsführer von *Lunes Robotics*, ENES CIRITCI. Sein Vortrag rückte weniger die spektakuläre Maschine als vielmehr deren praktischen Nutzen in den Mittelpunkt: In Zeiten von Fachkräftemangel, steigendem Effizienzdruck und hohen Anforderungen an Prozessstabilität könnten humanoide Robotersysteme vor allem dort an Bedeutung gewinnen, wo monotone, körperlich belastende oder wenig attraktive Tätigkeiten zuverlässig übernommen werden müssen. Für die Druckindustrie sieht CIRITCI bereits heute Einsatzfelder beim Materialtransport oder in der Entsorgung. Entscheidend sei dabei, Robotik nicht als Vision, sondern als integrationsfähige, softwaregestützte Erweiterung realer Produktionsumgebungen zu verstehen.

Praxisnähe statt Trendfolklore

Dass der *Online Print Summit 2026* trotz strategischer Tiefe nah an den realen Herausforderungen der Unternehmen blieb, zeigte sich auch in den neuen Dialog-

formaten der C-Level Classrooms und Executive Briefings. Diese waren gezielt darauf ausgelegt, Themen nicht nur anzureißen, sondern in kleinere, vertiefende Formate zu übersetzen.

- BEATRICE KLOSE, Secretary General von *Intergraf*, navigierte die Teilnehmer durch die EU-Gesetzgebung und deren Auswirkungen auf die Druckindustrie,
- CHRISTIAN HARDER, *Durst Group*, erklärte die nächste Stufe der Druckproduktion aus Sicht eines Hard- und Softwareanbieters,
- MARC HORRIAR, *Cloudlab*, stellte den Web2Print-Anbieter der Zukunft vor,
- MARC HUNSÄGER, *König & Bauer*, sprach über das Thema Marken- und Produktschutz,
- THOMAS KARCHER, *Butz & Bürker*, hob die Bedeutung von No-Code-Lösungen für die Druckindustrie hervor,
- LUDOVIC MARTIN, *Print.watch*, skizzierte die Schwierigkeiten bei der Etablierung von Chatbots,
- AXEL ZÖLLER, *Heidelberger Druckmaschinen*, gab Einblick in KI-basierte Workflow-Automatationen,
- STEFAN LUTZ, *Lunes*, sprach über das Potenzial von humanoiden Robotern in der Druckproduktion,
- DR. RAINER PROSI von der *CIP4* zeigte, welche Vorteile *CIP4*-Standards für den skalierbaren Onlineprint bringen, und
- CHRISTOPH CLERMONT, *Printess*, stellte Tipps für eine hohe Kundenbindung durch eine verbesserte User Experience vor.

Die Veranstalter zeigen sich mehr als zufrieden

»Der *Online Print Summit 2026* hat gezeigt, dass Onlineprint vor einer neuen Ära steht«, sagt BERND ZIPPER. »Denn KI, Agentic Commerce und Hyper-Personalisierung verändern nicht nur

Tools, sondern die Marktmechanik an sich. Die Weichen werden jetzt gestellt: Gewinner werden diejenigen sein, die ihre Geschäftsmodelle so weiterentwickeln, dass Print auch in den neuen Wertschöpfungsketten sichtbar, relevant und wirtschaftlich stark bleibt.«

Auch JENS MEYER, CEO vom *Verband Druck und Medien Berater* und Mitveranstalter des *Online Print Summits*, zieht ein klares Fazit: »Der Teilnehmerrekord von 350 und die spürbar internationale Ausrichtung des OPS zeigen, dass der Bedarf an Einordnung, Austausch und strategischer Orientierung wächst. Onlineprint diskutiert nicht mehr nur über Effizienzgewinne im Bestehenden, sondern arbeitet an seinem Platz in einer neuen Handels- und Kommunikationsrealität.«

Termin für 2027

Alle, die den *Online Print Summit* selbst einmal live erleben wollen, sollten sich schon jetzt den Termin für 2027 im Kalender vermerken: Der OPS 2027 findet am 13. und 14. April 2027 wieder in München statt. Tickets können zum Early-Bird-Preis bereits jetzt über die OPS-Website gebucht werden.

> online-print-summit.com



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST



Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebfisch umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und passenden, zeitgemäßen Texten. Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm. Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.



KILOMETER-KUNSTWERK Seit mehreren Jahren arbeitet der italienische Künstler ENRICO MAZZONE an dem großformatigen Werk »Die Apokalypse von SAN GIOVANNI«, das einmal eine Gesamtlänge von einem Kilometer erreichen soll. Mit Bleistiften zeichnet er Tausende kleine Punkte dicht nebeneinander, sodass eine ausgefüllte Fläche entsteht. Aufgrund der enormen Größe soll das Kunstwerk in vier Teilen fertiggestellt werden. Die ersten 250 m sind vollendet. Für die Fortführung des Projekts erhält MAZZONE nun eine weitere Lieferung des Greenium-Recyclingpapiers Koehler Eco Black von Koehler Paper. > koehler.com

VERTEILZENTRUM Metsä Board hat die Übernahme des Winschoten Schneide- und Verteilungszentrums in den Niederlanden bekannt gegeben. Mit einer jährlichen Kapazität von etwa 100.000 Tonnen und 22 Mitarbeitern ist das Schneide- und Verteilungszentrum eines der größten seiner Art in Europa. Metsä Board wird das Zentrum in seine europäischen Aktivitäten integrieren und die Produktions-, Logistik- und Serviceprozesse aufeinander abstimmen, um die Servicegeschwindigkeit und Lieferzuverlässigkeit weiter zu optimieren. > metsagroup.com

NEUES ZEITSCHRIFTENPAPIER Holmen führt ein neues Zeitschriftenpapier ein, das weißer ist und geringe CO₂-Emissionen aufweist als herkömmliche Alternativen. Holmen Aspect ist ein holzhaltiges Papier, das sich an den Anforderungen eines sich wandelnden Marktes orientiert und eine scharfe Bildwiedergabe, niedriges Flächengewicht, jedoch eine ansprechende Seitendicke bietet. Der höhere Weißgrad des Papiers ermöglicht die Wiedergabe fotografischer Inhalte bei hoher Dynamik, scharfen Kontrasten und lebendigen Details. > holmen.com

PAPER CAMPUS Nach einer sechsmonatigen Umbau- und Sanierungsphase hat die Koehler-Gruppe den neuen Paper Campus am Firmensitz in Oberkirch eröffnet. Das Ausbildungszentrum für papiertechnische Ausbildungsberufe bietet auf einer Fläche von 455 m² eine zukunftsorientierte Lernumgebung für Auszubildende und Studierende. Mit einer Investition von 1,1 Millionen € setzt das Unternehmen ein Zeichen für die Fachkräftesicherung und die Weiterentwicklung der Branche. > koehler.com

HOLMEN Weißeres Buchpapier

Holmen präsentiert mit Holmen Book Bright ein neues, holzhaltiges Buchpapier. Das Papier bietet eine hohe Opazität und kann zu reduzierten Umweltbelastung im Buchmarkt beitragen. Holmen Book Bright vereint einen hohen Weißgrad mit hervorragender Opazität. Dies gewährleistet eine ausgezeichnete Lesbarkeit und hochwertige Bildwiedergabe mit exzellenter Druckqualität auch bei niedrigerem Flächengewicht. Holmen Book Bright zeigt eine hervorragende Bildwiedergabe bei 60 und 70 g/m². > holmen.com



Holmen Book Bright ist ein neues, weißeres holzhaltiges Buchpapier.

zität. Dies gewährleistet eine ausgezeichnete Lesbarkeit und hochwertige Bildwiedergabe mit exzellenter Druckqualität auch bei niedrigerem Flächengewicht. Holmen Book Bright zeigt eine hervorragende Bildwiedergabe bei 60 und 70 g/m². > holmen.com

MYPUR COTON Ovol Papier Deutschland

Papier ist weit mehr als ein Trägermedium – es ist der erste Eindruck, den eine Marke hinterlässt. Mit myPur Coton setzt Ovol Papier Deutschland bewusst ein Zeichen für Wertigkeit und Materialbewusstsein. Die neue Qualität versteht sich als Hommage an Handwerk und fühlbare Gestaltung: samtig in der Oberfläche, weich und natürlich in

der Anmutung, konsequent hochwertig in ihrer Ausführung. Erhältlich ist myPur Coton in vier Nuancen und Flächengewichten von 120 bis 500 g/m². Als ungestrichene Text- und Cover-Qualität verleiht das Papier den Angaben von Ovol zufolge Druckprojekten eine ruhige Tiefe und eine besondere Präsenz. Gerade in einer zunehmend digitalen Welt schafft das



Ovol Papier erweitert ihr Sortiment um myPur Coton, ein Papier aus 100% Baumwolle.

Papier, was kein Screen ersetzen kann – eine unmittelbare, sinnliche Verbindung zwischen Marke und Mensch. > ovol.de

BERBERICH PAPIER Poster finden – Grillfest gewinnen

Persönliche Kundennähe schaffen steht für den Papiergroßhändler Berberich Papier und dessen Partner Lenzing Papier an erster Stelle. Im Zeitraum von März bis Mai 2026 läuft eine Mar-



ketingaktion, die die Sichtbarkeit erhöhen, den Vertrieb unterstützen und die Zielgruppen der beiden Unternehmen nachhaltig aktivieren soll. Kunden in Deutschland und Österreich können bei der Bestellung einer Palette des Recyclingpapiers Vivus 89 ein Grillfest gemeinsam mit Berberich Papier und Lenzing Papier gewinnen. In den Lagern des Papiergroßhändlers wurden hierfür auf einigen Paletten Vivus 89 Lenzing Papier x Berberich Papier Gewinner-Poster versteckt, die gefunden werden wollen. > berberich.de

PAPERBIRD Über 250 Druckereien registriert

Wenige Wochen nach dem Marktstart meldet Paperbird, die digitale Plattform für Papierbeschaffung, mehr als 250 registrierte Druckereien. Bereits zum Launch arbeitete Paperbird mit Igepa und Berberich zusammen. Dadurch erhalten Druckereien Zugang zu einem breiten Sortiment, das auf einer zentralen Plattform gebündelt und vergleichbar ist. Neben dem direkten Produktvergleich bietet Paperbird eine zentrale Bestellübersicht, einen gemeinsamen Warenkorb über mehrere Lieferanten hinweg sowie transparente Informationen zu Lieferstatus und Verfügbarkeit. > paperbird.store

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



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

HEIDELBERG KUNDEN SETZEN AUF DIGITALE DRUCKTECHNIKEN

Heidelberg bietet Lösungen für den industriellen Digitaldruck, um die wachsenden Anforderungen im Akzidenz- und Etikettendruck hinsichtlich Individualisierung, Qualität, Produktivität und Verfügbarkeit abzudecken. Darüber informierte das Unternehmen Ende Januar in St.Gallen bei Gallus. Einblicke in die Praxis folgten bei einer Exkursion zum Etikettendrucker Carini und dem Akzidenzbetrieb Schmid-Fehr.

Text und Bilder: Heidelberg

Das Portfolio reicht von Tonerlösungen und Inkjet-Systemen für den Akzidenzdruck bis zu der Inkjet-Eigenentwicklung für den digitalen Etikettendruck, die in den Digitaldrucksystemen von Gallus zum Einsatz kommt. Alle Druckmaschinen sind in das digitale Ökosystem von Heidelberg mit Prinect Workflow-Integration, Verbrauchsmaterialien, Service und Training sowie der Weiterverarbeitung eingebunden.

Flexible und industrielle Lösungen

In vielen Druckereien nimmt die Auflagenhöhe der Aufträge ab, andererseits steigt die reine Anzahl der Aufträge weiter. Druckereien benötigen daher flexible, hochautomatisierte und integrierte Digitaldrucksysteme, mit denen sie eine solche Auf-

tragsstruktur wirtschaftlich bewältigen können. Daher arbeitet Heidelberg für den Akzidenzmarkt im Digitaldruck mit Partnern wie Ricoh und Canon sowie in der Weiterverarbeitung mit C.P. Bourg und Tecna zusammen, um vollintegrierte Lösungen mit Digital- und Offsetdruckmaschinen anbieten zu können.

Für die Produktion von Akzidenzen mit variabler Auflage bietet Heidelberg die Tonermaschinen Versafire mit den Modellen LM, LP und LV für das A3-Format an. Seit der Markteinführung im Jahr 2012 hat Heidelberg eigenen Angaben zufolge rund 3.500 Versafire Systeme weltweit installiert.

Für den industriellen Akzidenzdruck hat Heidelberg seit der drupa 2024 die Jetfire 50 für das B3-Format und ab sofort auch die hochproduktive Jetfire 75 für das

B2-Format jeweils auf Basis der Inkjet-Technologie im Portfolio. Der Fokus liegt dabei auf Integrationsfähigkeit, Qualität, Geschwindigkeit, Automatisierung und Kosteneffizienz.

Digitale und hybride Lösungen von Gallus

Im Etikettenmarkt dreht sich immer mehr um Geschwindigkeit, Flexibilität und Qualität. Für eine profitable Produktion sind dabei hochautomatisierte und zunehmend hybride Lösungen eine wichtige Voraussetzung. In den digitalen beziehungsweise hybriden Etikettendruckmaschinen Gallus One, Gallus Labelfire 340, der neuen Hybridmaschine Gallus Five sowie der vollen digitalen Gallus Alpha kommt die von Heidelberg entwickelte Inkjet-Technologie zum Einsatz. Damit steht Etikettendruckern für den dyna-

misch wachsenden digitalen Etikettenmarkt im Rahmen des Konzepts ›System to Compose‹ von der Einstiegslösung bis zum hybriden Highend-System eine passende Lösung zur Verfügung. »Heidelberg bietet seinen Kunden auch für die digitale End-to-End-Produktion komplette Lösungen, mit denen Druckereien ihre Profitabilität und Wettbewerbsfähigkeit steigern können«, sagt DR. DAVID SCHMEDDING, Vorstand Technologie & Vertrieb bei Heidelberg. »Gemeinsam mit unseren Technologiepartnern schaffen wir integrierte Lösungen und hybride Produktionsumgebungen, die für höchste Qualität, Effizienz und Flexibilität sorgen. Heidelberg verbindet als Systemintegrator alle Komponenten zu einem leistungsfähigen Gesamtsystem.«

>



Das Schweizer Unternehmen Schmid-Fehr AG schafft mit der Jetfire 50 sowie einer Speedmaster XL 75 und Prinect Touch Free eine hybride Produktionsumgebung für eine besonders effiziente Druckproduktion.



Die österreichische Carini GmbH war bereits vor 20 Jahren Pionier in der digitalen Etikettenproduktion und bedient heute mit einer Gallus One individuelle Kundenanforderungen in unterschiedlichen Branchen wie Lebensmittel, Kosmetik und Pharma.

Hybride Druckproduktion bei der Schmid-Fehr AG

Die Schmid-Fehr AG ist ein in dritter und vierter Generation geführtes Familienunternehmen mit rund 40 Mitarbeitern und Sitz in Goldach, Schweiz. Das Geschäftsmodell vereint traditionelles Druckhandwerk (Offset- und Digitaldruck ab Auflage 1) mit zeitgemäßen, digital gestützten Kommunikations- und Logistiklösungen. In der hauseigenen »Druckfabrik« entstehen unter anderem Visitenkarten, Flyer, Broschüren und Plakate. Parallel dazu bietet ein Atelierbereich Webdesign, digitale Medien, Web-to-Print-Applikationen und Corporate Podcasts. Ergänzt wird das Portfolio durch Versand- und Logistikdienstleistungen, Online-Shops, und CO₂-neutrale Produktion. Eingesetzt wird bei Schmid-Fehr die Jetfire 50 mit einer C.P. Bourg-Inline-Finishing-Linie. Zudem nutzt das Unternehmen eine Speedmaster XL 75.

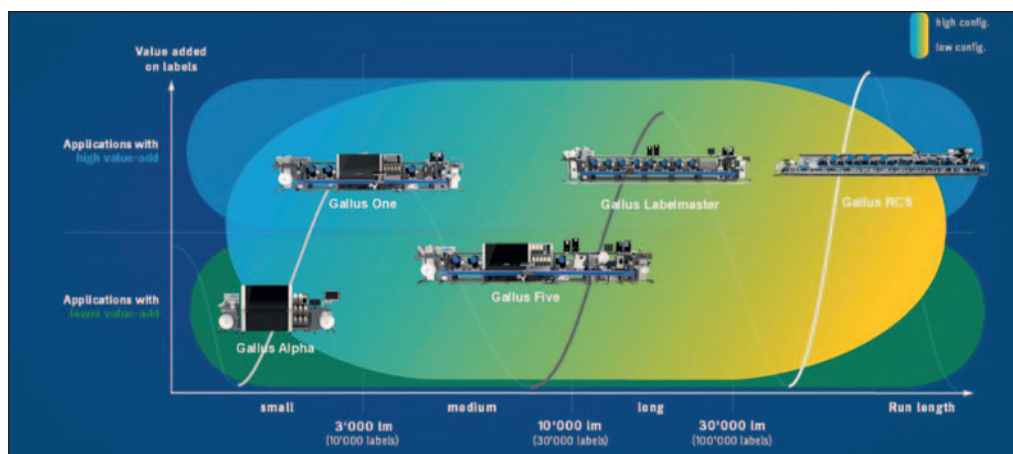
Die KI-gestützte Prozessautomatisierung mit Prinect Touch Free, die Aufträge unter Berücksichtigung von Kapazitäten, Kosten und Lieferterminen eigenständig durch den gesamten Herstellungsprozess leitet, wird noch im Jahr 2026 installiert. Das wird zu einer höheren Effizienz und reduzierten Kosten führen.

Digitaler Etikettendruck bei der Carini GmbH

Die Carini GmbH, mit Sitz in Lustenau, Österreich, ist ebenfalls ein familiengeführtes Unternehmen in vierter Generation und zählt mit über 150 Mitarbeiter zu den technologisch führenden Etikettendruckereien im deutschsprachigen Raum. Das Unternehmen ist spezialisiert auf die Entwicklung und Produktion hochwertiger Etiketten- und Verpackungslösungen für anspruchsvolle Marken aus den Food-Bereichen Lebensmittel, Getränke, Wein und Spirituosen sowie an-



Heidelberg bietet seinen Kunden ein komplettes digitales Ökosystem für die End-to-End-Produktion im Akzidenz-, Verpackungs- und Etikettendruck – ein Alleinstellungsmerkmal in der Branche.



Gallus ist mit einem umfassenden Portfolio von digitalen, konventionellen und hybriden Technologien in der Lage, alle Anforderungen für die industrielle Etikettenproduktion zu bedienen.

dererseits Kosmetik, Pharma und Chemie.

Als innovationsorientierter Partner seiner Kunden verbindet Carini einen breiten Technologie-Mix aus Digital-, Offset-, Sieb- und Flexodruck mit Veredelungstechnologien, variablen Datenlösungen und tiefem Material-Know-how. »Wir begleiten Marken von Beginn an – visuell und funktional. Von der Gestaltung über Material- und Veredelungsentscheidungen bis hin zur sicheren Anwendung und Stabilität über den gesamten Produktlebenszyklus«, betont SIMON SOHM, Geschäftsführer der Carini GmbH.

Dabei greift Carini auf ein außergewöhnlich breites Materialportfolio zurück: Mit über 600 qualifizierten Materialien bietet das

Unternehmen eine große Vielfalt und entwickelt für jede technische, regulatorische oder gestalterische Herausforderung eine passende Lösung. Besonders im Fokus: Nachhaltigkeit. Sie ist ein integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Ein stetig wachsendes Portfolio umweltfreundlicher Etikettenlösungen sowie gezielte Investitionen in CO₂-reduzierte Drucktechnologien unterstreichen den Anspruch, ökologische Verantwortung mit industrieller Leistungsfähigkeit zu verbinden.

Parallel dazu treibt Carini die Digitalisierung mit automatisierten Prozessen, datenbasierten Qualitätskontrollen voran.

Carini setzt unter anderem eine Gallus One mit Inkjet-Technologie von Heidelberg sowie mehrere

konventionelle Gallus Drucksysteme ein.

> heidelberg.com

Über die beiden Unternehmen Schmid-Fehr und Carini lesen Sie in der gedruckten Ausgabe Druckmarkt 162/163 Ende April noch ausführlichere Beiträge.



DREI DOMINO K300 DRUCKER *Inessens*, französischer Hersteller von Etiketten und Verpackungen, hat sein Engagement für den variablen 2D-Codedruck mit der Installation von drei *Domino K300* Monochrom-Ink-jet-Druckern an seinem Standort in Cognac verstärkt. > domino-printing.com

KODAK MAGNUS Q800 CtP- und Workflow-Technologie von *Kodak* waren maßgeblich beteiligt an der Entwicklung von *Printer Trento* zum Hersteller hochwertiger Bücher. Jetzt hat der italienische Drucker einen Achtseitenbelichter *Kodak Magnus Q800* mit *T speed Plus* und Einzelpalettenlader erworben, der zwei vorhandene *Magnus VLF*-Belichter ergänzt. Gemeinsames Merkmal dieser CtP-Systeme ist die hochauflösende *Square-spot* Bebilderungstechnologie. > kodak.com

SCREEN TRUEPRESS LABEL Der italienische Etikettenhersteller *Novarex* hat mit der Installation einer *Screen Truepress Label 350UV SAI S* einen wichtigen Schritt in langfristiges Wachstum und Erfolg gemacht und die Digitalisierung seiner Produktion eingeleitet. > screeneurope.com

RAPIDA 105 Die 2009 gegründete indische *Miracle Group* mit über 3.500 Mitarbeitern an acht Standorten nahm im Dezember 2025 eine hochkonfigurierte *Rapida 105* mit einem auf 750 x 1.060 mm vergrößerten Bogenformat mit sieben Farbwerken, Lackturm und einer Maschinenerhöhung in Betrieb. > koenig-bauer.com

REVORIA PRESS PC1120 *Druk24h* ist das einzige Druckunternehmen in Polen, das 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche arbeitet. Jetzt hat es in eine *Fujifilm Revoria Press PC1120* und *Revoria XMF PressReady* investiert. > fujifilmprint.eu

HP INDIGO 6K+ Die *Graphischen Betriebe Staats* feierten 2025 ihr 200-jähriges Firmenjubiläum und erweiterten ihre Kapazitäten im hochwertigen Etikettendruck um eine neue *HP Indigo 6K+*. Sie ist mit sieben Farbstationen (CMYK plus Orange und Violett sowie Weiß) ausgestattet, um 97% aller *Pantone*-Töne reproduzieren zu können. > hp.com

SPEEDMASTER XL 106 Die *Page Bros Group* in Norwich, UK, ist ein Druck- und Fulfillment-Unternehmen, das Verlags- und Handelsunternehmen in Großbritannien bedient. Das Unternehmen hat jetzt in eine *Speedmaster XL 106-5+L* der *Heidelberger Druckmaschinen AG* investiert, die eine ältere *Speedmaster CX 102* ersetzt. Das Unternehmen hat zudem einen *Stahlfolder TH 82-P* im Einsatz, der mit seiner Produktivität die neue Druckmaschine unterstützt. > heidelberg.com

PETERPRINT Niederländische Digitaldruckerei startet in Deutschland

Im Onlinedruck gewinnt der Digitaldruck an Bedeutung. Kürzere Produktionszeiten, kleinere Auflagen und flexible Gestaltungsmöglichkeiten machen das Verfahren attraktiv. Ein niederländisches Unternehmen, das diesen Wandel mitgestalten will, startet jetzt offiziell in Deutschland.



PeterPrint hat sich auf hochwertige Digitaldruckverfahren spezialisiert. Nicht für Massendrucke, sondern für Projekte, bei denen es auf Qualität, Flexibilität und Gestaltung ankommt. Und der Digitaldruck macht Kleinstauflagen wirtschaftlich. »Kreative mehr wollen als Standardlösungen. Sie wollen ausprobieren, kombinieren, veredeln und dabei nicht gleich 5.000 Stück bestellen müssen«, sagt Inhaber FERRY LAMMERTS. Genau hier setzt *PeterPrint* an und bietet über 30 verschiedene Papiersorten, auf Wunsch mit Veredelungen wie UV-Spotlack oder Folienprägung in verschiedenen Farben. »Wir glauben, dass Druck kein anonymer Schritt am Ende des Prozesses ist, sondern Teil des Designs«, erklärt LAMMERTS. »Deshalb haben wir eine Plattform entwickelt, auf der man Format, Papier und Veredelung frei wählen kann, aber auch ungewöhnliche Kombinationen mehrerer Designs in einem Auftrag drucken lassen kann.« *PeterPrint* versteht sich als Partner für alle, die etwas gestalten und dabei Wert auf Details legen. In der Online-Galerie »Meisterwerke« werden regelmäßig besonders schöne Printprojekte vorgestellt. Wer möchte, kann ein Musterbuch bestellen, um die Möglichkeiten zu

entdecken und sich inspirieren zu lassen von verschiedenen Papiersorten und Veredelungen wie Folienprägung, Stanzung, UV-Spotlack und Weißdruck. Jede Seite zeigt ein anderes Design, entworfen von 37 verschiedenen Gestaltern. Gegründet wurde *PeterPrint* 2013 in den Niederlanden. Von Anfang an lag der Fokus auf hochwertigen Drucksachen mit viel Raum für Experimente. Nach ersten Erfolgen in den Niederlanden folgte schnell die Expansion nach Belgien. Seit 2021 produziert das Unternehmen in seiner eigenen Druckerei, wodurch Qualität, Geschwindigkeit und Nachhaltigkeit noch weiter ausgebaut wurden. Mit dem Deutschlandstart will *PeterPrint* gezielt Gestalter, Illustratoren, Studios und kleinere Agenturen ansprechen. »Mit dem digitalen Druck ist es möglich, in einem Auftrag eine beliebige Anzahl von Designs zu drucken, ohne dass dafür neue Druckplatten angefertigt oder Maschinen umgebaut werden müssen«, sagt Gründer LAMMERTS. »Das bietet unserer Community mehr Raum zum Experimentieren. Besonders für kleinere Studios war das bisher oft nicht möglich.«

> peterprint.de

KURZ Zukunftsorientierte Veredelung

Die Verpackungsindustrie bewegt sich im Spannungsfeld zwischen Markeninszenierung, Effizienzanforderungen und zunehmenden regulatorischen Vorgaben. Auf der *interpack 2026* vom 7. bis 13. Mai 2026 auf der *Messe Düsseldorf* zeigt *Leonhard Kurz* sowohl im Rahmen der *PrintCity Alliance* als auch am eigenen Messestand, wie sich diese Anforderungen in integrierten Veredelungskonzepten zusammenführen lassen. Im Mittelpunkt stehen die Produktlinien



Mit *Silver Line* stellt Kurz ein Produkt für metallische Designs mit achromatischem Tiefeneffekt vor.

Silver Line, *Lumafin* und *Luxor / Alufin*. Zudem präsentiert *Kurz* nachhaltigkeitsorientierte Materialkonzepte wie die *slim*-Technologie und das Rücknahmesystem *Recosys 2.0*. Damit setzt es Impulse für zukunftsfähige Verpackungslösungen im Kontext rechtlicher Rahmenbedingungen wie der EU-Verordnung *Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR)*.

Ein weiteres Highlight ist die Live-Demonstration der *MPrint MJet X-series* als praxisnahes Beispiel für die Verbindung von Veredelung und digitaler Drucktechnologie.
> kurz-world.com

HARRISON Rapida 106 X und Omega Allpro 110

Koenig & Bauer hat den britischen Verpackungshersteller *Harrison Packaging* bei einer Neuausrichtung unterstützt. Durch die Integration einer *Rapida 106 X* und einer *Omega Allpro 110* Faltschachtelklebemaschine transformierte *Harrison* seine Produktionskette vom Engpass zu einem Wettbewerbsvorteil. Die Investition ermöglicht signifikante Effizienzsteigerungen und den Eintritt in den Markt für Feinstwelle-(Micro Flute-)Verpackungen. Die installierte Achtfarben-*Rapida 106 X* mit Doppellack-Ausstattung wurde anwenderspezifisch konfiguriert, um die Rüstzeiten bei den für *Harrison* typischen häufigen Jobwechseln zu senken. Mit 20.000 Bogen/h entspricht die Maschine der maximalen Produktionsleistung, die *Harrison* im Alltag benötigt. Um die höhere Druckkapazität effizient weiterzuarbeiten, entschied sich *Harrison* zudem für eine *Omega Allpro 110* von *Koenig & Bauer*. Die neue Anlage verarbeitet sowohl klassischen Vollkarton als auch Feinstwelle.
> koenig-bauer.com

METPACK 2026 Koenig & Bauer MetalPrint

Komplette Systemkompetenz präsentiert *Koenig & Bauer MetalPrint* auf der *MetPack 2026* in Essen vom 5. bis 8. Mai. Das Unternehmen hat Effizienz, Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Metallverpackung kombiniert und neu definiert. Herzstück ist die *MetalCoat 484*, die eine Weltpremiere feiert. Durch Features wie das automatische Waschen oder die Closed-Loop Lackschichtdickenrege-



Weltpremiere in Essen: Die neue *MetalCoat 484* von *Koenig & Bauer MetalPrint*.

lung steigert die Maschine ihre Rentabilität. Durch die Integration der *MetalCoat 484* in eine Produktionslinie profitieren Anwender von verkürzten Rüstzeiten und einer signifikanten Steigerung der Gesamtanlageneffektivität (OEE).
> koenig-bauer.com

PSO-ZERTIFIZIERUNG Berufliche Schule 6 in Nürnberg

Der Druck- und Medienbereich der *Beruflichen Schule 6 Nürnberg* hat die PSO-Zertifizierung erneut erfolgreich abgeschlossen. Damit wird die Ausrichtung der Ausbildung an anerkannten industriellen Standards der Drucktechnik bestätigt. Die schulische Praxis entspricht realen Produktionsbedingungen und professionellen Branchenanforderungen.
> sidleipzig.de

XEROX Future of Xerox Production Print

Xerox veranstaltete Ende Februar die »Future of *Xerox* Production Print«, eine viertägige Veranstaltung im *Xerox Innovation-Centre* im englischen *Uxbridge*. Im Rahmen der Veranstaltung präsentierte *Xerox* sein Produktionssystem. Schwerpunkt waren vernetzte Workflows, Automatisierung und digitale Verbesserungen für eine effizientere und integrierte Produktionsumgebung. Gleichzeitig gab es globale Premieren für mehrere Technologien.



Xerox präsentierte ein sogenanntes End-to-End-Produktionsökosystem, eine neue Generation von Druckmaschine und weitere zukunftsorientierte Neuheiten.

Die neue *Xerox Proficio PX300* ist eine kompakte digitale Farbdruckmaschine, die laut *Xerox* Automatisierung, Ultra-HD-Bildqualität, eine optionale fünfte Farbstation sowie ein breites Anwendungsspektrum vereint und kleineren Druckdienstleistern dabei hilft, ihr Portfolio um hochwertige Anwendungen zu erweitern.

Die neue *Xerox Proficio PX500* ist eine schnelle, hochvolumige Digitaldruckmaschine für wachsende Volumen. Sie bietet Automatisierung, hohe Bildqualität sowie robuste Medienverarbeitung. Eine optionale fünfte Farbstation erweitert den Einsatzbereich und vergrößert den Farbraum, um ein breiteres Spektrum an Druckmöglichkeiten. Die neue *Xerox IJP900 Inkjet Press* ist eine Inkjet-Druckmaschine für mittlere Druckvolumina, die Transaktions- und Direktmailing-Anwendungen abdeckt. Gleichzeitig verbessern optimierte Abläufe und integrierte Workflow-Automatisierung die Effizienz.

Die *Xerox PrimeLink C9200*-Serie besteht aus Einstiegsmodellen für den Produktionsdruck mit *Fogra*-zertifizierter Farbe, dem *EX Fiery*-Druckserver, erweiterter Unterstützung für Umschläge, Finishing-Optionen und Produktivitäts-Tools für eine optimierte Auftragsverwaltung.
> xerox.com

TRUEPRESS JET 520NX *Acropolis Printers Hellas* hat seine Zeitungsdruckkapazitäten in Athen mit der Installation einer zweiten Inkjet-Druckmaschine *Screen Truepress Jet 520NX* ausgebaut. Die Entscheidung für die Installation basierte auf den positiven Erfahrungen von *Acropolis Printers Hellas* mit früheren *Screen Inkjet*-Installationen. > [screeneurope.com](https://www.screeneurope.com)

DIGITAL UND ANALOG Die *Grand Printing Group Co., Ltd.* (Shengda), Chinas größter Web-to-Print-Anbieter, setzt weiter auf Technologien von *Heidelberg*. Auf die Investition in elf Inkjet-Systeme *Jetfire 50* und zehn hybride Inkjet-Etikettendruckmaschinen *Gallus Five* im Jahr 2025 folgte nun ein Auftrag über sechs *Speedmaster CX 92* Bogenoffsetdruckmaschinen. Die Systeme sind für den Druck von selbstklebenden Etiketten, hochwertigen Broschüren und einer ganzen Bandbreite von Akzidenzdruckanwendungen ausgelegt. > [heidelberg.com](https://www.heidelberg.com)

ZEHN HP INDIGO 200K Im Rahmen einer neuen Vereinbarung hat *ePac*, das über eine Flotte von mehr als 50 *HP Indigo*-Druckmaschinen verfügt, weitere zehn *HP Indigo 200K* gekauft. Der Wert beläuft sich auf etwa 20 Mio. \$. In den nächsten drei Jahren werden von *HP* zusätzlich Einnahmen von 30 Mio. \$ durch Verbrauchsmaterialien und Services erwartet. > [hp.com](https://www.hp.com)

ERSTE GALLUS FIVE-INSTALLATION *Gallus* gibt die weltweit erste *Gallus Five*-Installation bekannt. Der italienische Etikettenspezialist *Artes Etichette* erweitert seine digitalen Druckkapazitäten mit der hochproduktiven Hybriddruckmaschine. Die im Dezember 2025 installierte Maschine deckt bereits jetzt einen bedeutenden Teil der bisher konventionellen Produktion ab, wodurch Rüstzeiten und Materialeinsatz eingespart sowie die Produktionsabläufe vereinfacht werden. Die gemeinsam mit *Heidelberg* entwickelte *Gallus Five* wurde konzipiert, um den Hybriddruck flächendeckend in der Massenproduktion zu etablieren und Märkte mit hohem Volumen zu bedienen. Mit einer Geschwindigkeit von bis zu 100 m/Min. sorgt die *Gallus Five* für eine erhebliche Prozessoptimierung. > [gallus-group.com](https://www.gallus-group.com)

DRITTE RICOH PRO VC80000 *Sattler Media* investiert in die dritte *Ricoh Pro VC80000*. Nach der Installation der weltweit ersten *Pro VC80000* im Jahr 2024 und des zweiten Systems im vergangenen Frühjahr wird der Ausbau der Highspeed-Inkjet-Kapazitäten an den Standorten Hildesheim und Bad Oeynhausen fortgesetzt. Mit der dritten Maschine dieser Art stehen *Sattler* drei Produktionslinien mit jeweils unterschiedlichen Weiterverarbeitungsoptionen zur Verfügung: eine Linie für Dialogmarketing und Direct-Mailing, eine für rückstichgeheftete Broschüren sowie eine für klebegebundene Magazine und Kataloge. > [ricoh.de](https://www.ricoh.de)



Heidelberg bietet seinen Kunden ein komplettes digitales Ökosystem für die End-to-End-Produktion im Akzidenz-, Verpackungs- und Etikettendruck – ein Alleinstellungsmerkmal in der Branche.

HEIDELBERG Prinect Anwendertage

Auch die Druckbranche kann und will sich dem Megatrend KI nicht entziehen. So wundert es nicht, dass die Möglichkeiten und Herausforderungen der neuen Technologie im Zentrum der Prinect Anwendertage 2026 standen, die mit über 400 internationalen Teilnehmenden einen neuen Besucherrekord markierten.

In den Keynotes, Impuls-Vorträgen, Präsentationen und Workshops von Software und KI-Experten ging es darum, dem anhaltenden Kostendruck, fehlenden Arbeitskräften und einer immer kleinteiligeren Auftragsstruktur mit Prozessautomatisierung zu begegnen. Dabei kommt dem Einsatz von KI künftig eine Schlüsselrolle zu. Dazu passt, dass die *Heidelberger Druckmaschinen AG*, die auf der *drupa 2024* ihren KI-gesteuerten Workflow *Prinect Touch Free* angekündigt hatte, jetzt die ersten Installationen bei Druckereien in Deutschland (*Meinders & Elstermann*), Polen (*CGS Drukarnia*) und der Schweiz (*Schmid-Fehr AG*) bekannt geben konnte. Alle Anwender produzieren in einer hybriden Produktionsumgebung mit Offset- und Digitaldrucklösungen von *Heidelberg*. *Prinect Touch Free* steuert dabei vollautomatisch die Druckproduktion und entscheidet dabei auf Basis der realen PDFs über den effizientesten und kostengünstigsten Ausgabekanal für die jeweiligen Druckaufträge.

Warum das sinnvoll ist, erläuterte *AXEL ZÖLLER*, Produktmanager Digital Workflow bei *Heidelberg*: »Die Anzahl Aufträge, die über Web-to-Print bei unseren Kunden eingegangen sind, sind weltweit im letzten Jahr um über 60 Prozent gestiegen. Dieses Volumen kann mit herkömmlichen, sprich manuellen Methoden, nicht mehr wirtschaftlich bewältigt werden. Dazu braucht es eine Automatisierungsoffensive. Eben *Prinect Touch Free!*«

Zudem stellte *Heidelberg* den Teilnehmern einen neuen KI-Chatbot für das Kundenportal vor, der in Kürze für alle Anwender des Portals freigeschaltet wird. Das Tool unterstützt im ersten Schritt die mittlerweile über 9.000 Nutzer bei Fragen zu den im Kundenportal vorhandenen Apps sowie *Prinect Production*. Das Suchen nach Antworten in der *Prinect Online Hilfe* hat damit ein Ende. Etwas später wird der Chatbot dann ergänzt um einen Datenchat, um datenbasierte Anfragen stellen zu können. Auch Fragen rund um die Maschinendokumentation und -bedienung wird er dann beantworten können. In Zukunft will *Heidelberg* auch die Service-Ticket-App mit einem Assistenten ausstatten, der Kunden beim Anlegen eines Tickets unterstützt und ihnen hilft, möglichst viel relevante Information zu hinterlegen.

> [heidelberg.com](https://www.heidelberg.com)

VORHERSAGE. ANSAGE. TERMINDURCHSAGE.

Aus- und Weiterbildung genießen einen hohen Stellenwert, weil sie das entscheidende **Know-how** liefern für den digitalen Wandel, den Klimaschutz und die Steigerung der **Arbeitsmarktchancen**. 46% aller Arbeitnehmer halten sie für essenziell für Kompetenzentwicklung und **höhere Gehälter**.

Die große **Termin- und Seminarübersicht** finden Sie in den *Druckmarkt impressions*.

Monatlich als PDF-Magazin.

Jetzt kostenlos abonnieren.
www.druckmarkt.com



Termine	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2026			
17. 04. – 19. 04. 2026	Leipziger Typotage	Leipzig	 > typotage.de
29. 04. 2026	Gmund Unfolded Festival	Gmund	 > gmund.com
07. 05. – 13. 05. 2026	Interpack	Düsseldorf	 > interpack.de
19. 05. – 22. 05. 2026	Fespa	Barcelona	 > fespa.com
01. 06. – 03. 06. 2026	WAN IFRA World News Media Congress	Marseille	 > wan-ifra-congress.com
05. 06. 2026	Print Matters-Konferenz	Budapest	 > intergraf.eu
16. 06. – 17. 06. 2026	Print Digital Convention	Düsseldorf	 > printdigitalconvention.de
18. 06. 2026	Obility Insight	Höhr-Grenzhausen	 > obility.de
18. 06. – 20. 06. 2026	Bayerischer Druck- und Medientag	Lindau	 > vdmb.de
22. 06. – 24. 06. 2026	28. DOXNET Fachkonferenz und Ausstellung	Baden-Baden	 > doxnet.de
25. 06. – 26. 06. 2026	Deutscher Druck- und Medientag	Berlin	 > bvdm-online.de
15. 09. – 17. 09. 2026	Textile Printing & Sustainability Conference	Mönchengladbach	 > tps-conference.com
17. 09. – 18. 09. 2026	ZLV Verpackungssymposium	Kempten	 > zlv.de
04. 10. – 06. 10. 2026	WAN IFRA World Printers Summit 2026	Rotterdam	 > wan-ifra.org
06. 10. – 07. 10. 2026	SHIFT 2026	Heidelberg	 > shift.heidelberg.com
28. 10. – 29. 10. 2026	Fogra: Anwenderforum UV-Druck	München	 > fogra.org
29. 10. – 30. 10. 2026	Creative Paper Conference	München	 > creative-paper.de
13. 11. 2026	Vertriebskongress	Düsseldorf	 > vdmnw.de
24. 11. – 25. 11. 2026	Industrial Print Integration Conference	Neuss	 > ipi-conference.com
03. 12. – 04. 12. 2026	dvi: 36. Dresdner Verpackungstagung	Dresden	 > verpackung.org

Ab März
MÜNCHEN

TGM
Vortragsreihe
2026

Die Abendvorträge der *Typographischen Gesellschaft München e. V. (tgm)* stehen in diesem Jahr unter dem Titel ›Zeichen setzen: Gestaltung braucht Haltung‹. Gestaltung prägt, wie wir wahrnehmen, lesen und verstehen. In Zeiten von Polykrisen und Reizüberflutung gewinnt Haltung an Bedeutung. Die Vortragsreihe 2026 der *tgm* fragt: Wie kann Haltung der Gestaltung Orientierung geben, um Zukunft positiv mitzugestalten? Antworten liefern Vorträge aus Fotografie, Architektur, Buchgestaltung und Typografie.

Verbliebende Termine sind der 14. April – JUTTA ECHTERHOFF: ›Bücher geben Halt(ung). Vielfalt im Leseverhalten der Generation Z.‹; der 19. Mai – MARTINA BORSCHKE: ›Privat‹; der 9. Juni – PETER HAIMERL: ›Bewusst gestalten, frei denken‹; der 14. Juli – PROF. DR. DR. H.C. SYBILLE KRÄMER: ›Vom Schriftzeichen zur Künstlichen Intelligenz‹; der 20. Oktober – MARTIN MOSCH: ›Auftrag und Wirkung der typografischen Komposition‹ und der 10. November – HANS TEN DOORNAAT: ›Bilderbücher denken‹.
> tgm-online.de

17. bis 19. April
LEIPZIG
LEIPZIGER TYPOTAGE
The Sound of Type
– Schrift und Klang

Zum 30. Jubiläum widmen sich die *Leipziger Typotage* der spannenden Verbindung von Schrift und Klang – dem Sound of Type. Denn Typografie ist mehr als nur Form: Sie hat Rhythmus, Tempo, Lautstärke und Pausen. Wie klingt Typografie eigentlich? Welche akustischen, musikalischen oder sprachlichen Qualitäten stecken in Buchstaben, Worten und Schriften? Und wie beeinflussen Klang, Stimme und Rhythmus unsere Wahrnehmung von Schrift? Zum Auftakt startet das Event am 17. April mit einer Performance der besonderen Art. In inspirierender Atmosphäre begeben sich Teilnehmer auf eine Klangreise durch das Museum und machen die Druckkunst hörbar. Am 18. April beleuchtet ein vielseitiges Programm den Sound of Type aus verschiedenen Blickwinkeln. Raum für Diskussionen und Begegnungen machen den Tag zu einem intensiven Austausch über Gegenwart und Zukunft der Typografie. Zum Abschluss können Besucher am 19. April bei einem Workshop mit HENDRIK HEINICKE teilnehmen oder bei einem Stadtrundgang entlang der Leipziger Notenspur gemeinsam den Tag ausklingen lassen.
> typotage.de

23. April
ONLINE
BVDM
EU-Verpackungsverordnung

Die neue europäische Verpackungsverordnung Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR) bringt tiefgreifende Veränderungen für Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Mit der Online-Veranstaltung *infoKompakt ›EU-Verpackungsverordnung‹* am 23. April 2026 bietet der *Bundesverband Druck und Medien e. V. (BVDM)* von 14:00 – 16:00 Uhr eine kompakte und praxisnahe Orientierung zum aktuellen Stand der Anforderungen für die Branche. Die Veranstaltung bietet eine kompakte Möglichkeit, sich in kurzer Zeit über die wichtigsten Aspekte der neuen EU-Verpackungsverordnung zu informieren und frühzeitig die richtigen Weichen für die Umsetzung im eigenen Unternehmen zu stellen. Neben einem Überblick über die wichtigsten rechtlichen Anforderungen bietet die Veranstaltung auch Raum für konkrete Fragen aus der betrieblichen Praxis. Teilnehmende haben die Möglichkeit, Herausforderungen aus ihrem Arbeitsalltag einzubringen und im direkten Austausch mit den Referierenden zu diskutieren.
> bvdm-online.de

29. April
GMUND
GMUND
Unfolded Festival
2026

Wie entstehen echte, nachhaltige Beziehungen zwischen Unternehmen und ihren Kunden? Analoge Touchpoints spielen eine entscheidende Rolle! Sie erzeugen Emotionen, Nähe und Wertigkeit. Menschen lieben Papier und die Möglichkeit, et-



was Reales zu fühlen. Genau darin liegt die Stärke: Papier verankert Botchaften dort, wo digitale Kommunikation weniger Kraft hat. *Gmund Papier*, als Experte für Naturpapier aus nachwachsenden Pflanzenfasern, hat die Mission, den Erfolg von Unternehmen durch den Einsatz von analoger Kommunikation zu steigern. Das *Unfolded Festival 2026* am 29. April bringt Kreative, Drucker, Markenbotschafter und Referenten zusammen, um analoge Entwicklungen zu beleuchten. Auf der Konferenz erwarten Besucher spannende Einblicke in Konzepte und Ideen, um ihre Kommunikation nachhaltig zu gestalten. Zudem erwarten Besucher spannende Paneldiskussionen zu den Themen zukunftsfähige Kundenbeziehungen, Markenorientierung und -identität, analoge Ausdrucksformen etc.
> unfolded-festival.com

Bis 30. April
EINSENDESCHLUSS
BCP-AWARD 2026
Einreichphase
gestartet

Bis zum 30. April 2026 ist das Einreichportal für die *Best of Content Marketing Awards* online. Zum zweiten Mal gibt es hierbei einen eigenen Award für herausragende Print-Projekte aus Marketing und Unternehmenskommunikation, den *Best of Corporate Print Award (BCP)*. Der *BCP* ist offen für Print-Einreichungen in 13 Kategorien: Vier für B2B-Kommunikation und sechs für B2C-Kommunikation. Nach erfolgreichem Start für den Award im vergangenen Jahr geht der Wettbewerb fast unverändert in seine zweite Saison. ›Wir haben gesehen, dass der Wettbewerb in seinen Kategorien, den Kriterien und auch dem Juryprozess gut funktioniert‹, kommentiert REGINA KARNAPP, Geschäftsführerin des *Content Marketing Forums e. V.*, welches den Award ausrichtet. Acht Goldpreise und 17 Mal Silber wurden bei der *BCP*-Premiere 2025 vergeben. ›Unser Ziel ist es, der Qualität und Kommunikationskraft von Print im Marketing-Mix eine exzellente Bühne zu bieten – das ist uns 2025 gelungen und wir sind optimistisch, dass wir auch 2026 wieder herausragende Printprojekte werden auszeichnen können‹, so KARNAPP.
> bestofcontentmarketing.com

Termine 2026	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
07. 04. – 10. 04.	Print Academy: Vorbereitung Abschlussprüfung Theorie – Mediengestalter	Webinar	print-academy.de
07. 04. – 17. 04.	VDMB: Trainingslager für die Abschlussprüfung 1 – Medientechnologie Druck	Aschheim	vdmb.de
08. 04. – 09. 04.	Medien Akademie: Gestaltung als Erfolgsfaktor – Designtrends Corporate Communication	Webinar	medien-akademie.de
09. 04.	dmpi-bw: KI mit Adobe InDesign – Automatisiert generierte Layouts	Webinar	dmpi-bw.de
09. 04.	Innoform Coaching: EPR und Recyclingfähigkeitsbewertung	Webinar	innoform-coaching.de
09. 04. – 10. 04.	VDMNW: Print Navigator: Ihr Wegweiser für Druckverfahren & Verarbeitung	Hamburg	vdmnw.de
10. 04.	Print Academy: Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz – Auswirkungen für KMUs	Webinar	print-academy.de
10. 04. – 11. 04.	centro del bel libro ascona: Stiften-Etui und Stiftenschachtel mit Verschluss	CH-Zürich	cbl-ascona.ch
13. 04. – 16. 04.	VDMH: Prüfungstraining für Mediengestalter Digital und Print – Schwerpunkt Theorie	Frankfurt	vdmh.de
13. 04. – 17. 04.	VDMNO: Mediengestalter: Prüfungsvorbereitung – Abschlussprüfung Theorie	Webinar	vdmno.de
13. 04. – 17. 04.	VDMNO: Medientechnologie Druck: Prüfungsvorbereitung – Abschlussprüfung Theorie	Webinar	vdmno.de
13. 04. – 17. 04.	VDMNW: Vorbereitung Abschlussprüfung Theorie – Mediengestalter	Hamburg	vdmnw.de
13. 04. – 17. 04.	VDMNW: Vorbereitung Abschlussprüfung Theorie – Mediengestalter	Webinar	vdmnw.de
14. 04.	dmpi-bw: Fertigen nach Standard – Normierung, Messtechnik, Abstimmlicht	Stuttgart	dmpi-bw.de
14. 04. – 15. 04.	BDZV: BDZV-Vermarktungsgipfel	Berlin	bdzv.de
14. 04. – 17. 04.	centro del bel libro ascona: Papierobjekte	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
15. 04. – 16. 04.	Innoform Coaching: Faserbasierte Verpackungen – Funktionelle Papiere	Osnabrück	innoform-coaching.de
15. 04. – 16. 04.	Medien Akademie: Die wichtigsten Design-Prinzipien für Print und digitale Medien	Webinar	medien-akademie.de
17. 04.	Print Academy: Basiswissen der Druck- und Medienbranche	Webinar	print-academy.de
17. 04.	Print Academy: KI-Kompetenz nach Art. 4 KI-Verordnung	Webinar	print-academy.de
17. 04. – 18. 04.	Buchbinder-Colleg: Pergamenteinbandrestaurierung	Stuttgart	buchbinder-colleg.de
18. 04.	tgm: Kreative Gestaltung mit KI: Bilder & Videos	München	tgm-online.de
20. 04.	dmpi-bw: KI-Bildgeneratoren – für Storytelling, Social Media und Print	Webinar	dmpi-bw.de
20. 04. – 21. 04.	VDMNW: Typografie Reloaded: Von Gutenberg bis Instagram – Wie Schrift sich wandelt	Hamburg	vdmnw.de
20. 04. – 22. 04.	VDMNW: Adobe InDesign – Basiswissen Layout und Satztechniken	Lünen	vdmnw.de
20. 04. – 23. 04.	dmpi-bw: Mediengestalter – Vorbereitung Abschlussprüfung, Theorie	Webinar	dmpi-bw.de
20. 04. – 24. 04.	VDMNO: Mediengestalter: Prüfungsvorbereitung – Abschlussprüfung Theorie	Webinar	vdmno.de
20. 04. – 24. 04.	VDMNO: Medientechnologie Druckverarbeitung: Prüfungsvorbereitung – Theorie	Webinar	vdmno.de
20. 04. – 24. 04.	VDMNW: Vorbereitung Abschlussprüfung Theorie – Medientechnologie Druck	Düsseldorf	vdmnw.de
20. 04. – 30. 04.	VDMB: Trainingslager für die Abschlussprüfung 2 – Mediengestalter	Aschheim	vdmb.de
20. 04. – 30. 04.	VDMB: Trainingslager für die Abschlussprüfung 2 – Medientechnologie Druck	Aschheim	vdmb.de
21. 04.	BDZV: Konferenz Chefredaktionen	Dortmund	bdzv.de
21. 04. – 22. 04.	GMG academy: Profiling Expert	Tübingen	gmgcolor.com
22. 04.	Fogra: Prozesskontrolle im Offsetdruck	Aschheim	fogra.org
22. 04.	VDMNW: Augmented Reality für Print – Kombinieren Sie Print mit AR	Hamburg	vdmnw.de
22. 04. – 23. 04.	BDZV: AI meets Subscription	Webinar	bdzv.de
22. 04. – 24. 04.	Fogra: Offset Schulung für Fortgeschrittene	Aschheim	fogra.org
23. 04.	dmpi-bw: KI mit Adobe InDesign – Automatisiert generierte Layouts	Webinar	dmpi-bw.de
23. 04.	Innoform Coaching: PPWR und FlexPack B – Pflichten, Verbote & Designspielräume	Webinar	innoform-coaching.de
23. 04.	Medien Akademie: Bildgenerierung mit KI – Bessere Bilder, Fotos, Illustrationen & Co.	Webinar	medien-akademie.de
23. 04.	Print Academy: Adobe Photoshop – Komplexe Freisteller und Masken	Webinar	print-academy.de
23. 04. – 24. 04.	Fogra: Fehler an Druckerzeugnissen	Aschheim	fogra.org
24. 04.	Buchbinder-Colleg: Individuelle Verpackungslösungen für Fotografien und ihr Handling	Webinar	buchbinder-colleg.de
27. 04.	Print Academy: Druckverfahren genau betrachtet	Webinar	print-academy.de
28. 04.	Fogra: KI für Mediengestalter	Aschheim	fogra.org
29. 04.	BDZV: KI in der Redaktion	Webinar	bdzv.de
29. 04.	dmpi-bw: Canva für Fortgeschrittene – Anspruchsvollen Marketing-Content erstellen	Webinar	dmpi-bw.de
29. 04.	Print Academy: Microsoft 365 in Medienunternehmen: Microsoft Excel – Vertiefung	Webinar	print-academy.de
29. 04.	VDMNW: Digitale Werbeflächen kreativ nutzen – After Effects für Animationen	Düsseldorf	vdmnw.de
30. 04.	VDMB: Betriebswirtschaft für Druckereien	Aschheim	vdmb.de



SOS
KINDERDORF

Tausche Alpträume gegen Kinderlachen

Auch in Deutschland brauchen Kinder unsere Hilfe. Mit einer Patenschaft schenken Sie eine bessere Zukunft.

www.sos-kinderdorf.de/patenschaft

Spendenkonto: Bank für Sozialwirtschaft

IBAN DE51 3702 0500 7840 4636 24

BIC BFSWDE33XXX



Termine 2026	Veranstaltung	Ort	Weitere Informationen
04. 05.	VDMNW: Bilderstellung und -optimierung durch KI	Lünen	vdmnw.de
04. 05. – 05. 05.	centro del bel libro ascona: Offene Holzfurnierbindung	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
04. 05. – 05. 05.	VDMNW: Adobe Photoshop – Komplexe Freisteller und Masken	Düsseldorf	vdmnw.de
05. 05.	VDMB: Preisstrategie im B2B – Professionelles Pricing für individuelle Produkte	Aschheim	vdmn.de
06. 05.	VDMNW: Bilderstellung und -optimierung durch KI	Düsseldorf	vdmnw.de
06. 05. – 08. 05.	centro del bel libro ascona: Buchschliessen – Funktion und Fertigung	CH-Zürich	cbl-ascona.ch
06. 05. – 08. 05.	centro del bel libro ascona: Ledereinlagen	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
07. 05.	dmpi-bw: KI im Publishing – Workshop KI-gestützte Medienprodukte	Stuttgart	dmpi-bw.de
07. 05.	VDMNW: ChatGPT im Mediuemfeld als Ideen- und Inspirationsquelle	Düsseldorf	vdmnw.de
07. 05. – 08. 05.	Print Academy: Von öde zu geil: Plakatkunst mit Style	Webinar	print-academy.de
07. 05. – 08. 05.	VDMNW: Azubi-Workshop – Ausschießen	Hamburg	vdmnw.de
08. 05.	PubliCollege: PDF-Dateien für die Druckerei erstellen und prüfen	CH-Bern	publiccollege.ch
08. 05.	VDMNW: ChatGPT und KI-Agenten – Automatisierung im Unternehmenseinsatz	Düsseldorf	vdmnw.de
11. 05.	VDMNW: Layouts mit KI und Adobe Express	Düsseldorf	vdmnw.de
11. 05. – 12. 05.	VDMB: ÜBA – Workshop ›TYPO und Design‹	Aschheim	vdmn.de
12. 05.	Print Academy: KI in den Adobe Programmen – Werkzeuge und Funktionen	Webinar	print-academy.de
12. 05. – 13. 05.	VDMNW: Print Navigator – Ihr Wegweiser für Druckverfahren & Verarbeitung	Lünen	vdmnw.de
13. 05.	Print Academy: Alles so schön bunt hier – Farbkorrekturen in Photoshop	Webinar	print-academy.de
13. 05.	VDMNW: Digitale Werbeflächen kreativ nutzen – After Effects für Animationen	Hamburg	vdmnw.de
18. 05.	Medien Akademie: Professionelle Social Media-Designs mit Canva für Einsteiger	Webinar	medien-akademie.de
18. 05. – 19. 05.	Fogra: Farbmanagement – Grundlagen	Aschheim	fogra.org
18. 05. – 19. 05.	Medien Akademie: Grafik für Nicht-Grafiker	München	medien-akademie.de
18. 05. – 19. 05.	Print Academy: Mit After Effects digitale Screen-Werbung gestalten!	Webinar	print-academy.de
18. 05. – 21. 05.	Fogra: Farbmanagement – Kombi-Kurs	Aschheim	fogra.org
19. 05. – 23. 05.	centro del bel libro ascona: Minibücher	CH-Ascona	cbl-ascona.ch
20. 05.	Fogra: Farbmanagement – Multicolor-Druck	Aschheim	fogra.org
20. 05.	Print Academy: Projektmanagement in Medienunternehmen, Vertiefung	Webinar	print-academy.de
21. 05.	dmpi-bw: Vom Azubi zum Young Professional IV – Zusammenarbeit im Team	Stuttgart	dmpi-bw.de
21. 05.	Fogra: Farbmanagement – Digitaldruck	Aschheim	fogra.org
21. 05. – 22. 05.	VDMNW: Azubi-Workshop – Ausschießen	Lünen	vdmnw.de
22. 05.	Fogra: Farbmanagement – 3D-Scan & -Druck	Aschheim	fogra.org
27. 05. – 28. 05.	VDMNW: Adobe InDesign – Komplexe Layouts und Formate	Lünen	vdmnw.de
28. 05.	tgm: Figma-Basics	München	tgm-online.de
29. 05.	Print Academy: Farbe und Qualität in der Druckproduktion	Webinar	print-academy.de
29. 05.	Print Academy: Kreativ mit KI – Vom Konzept bis zur Reinzeichnung	Webinar	print-academy.de
01. 06.	Medien Akademie: Professionelle Social Media-Designs mit Canva für Fortgeschrittene	Webinar	medien-akademie.de
01. 06.	Print Academy: Qualitätsmanagement im Produktions-Digitaldruck	Webinar	print-academy.de
01. 06. – 02. 06.	VDMNW: Adobe Photoshop – Medienneutrale Farbkorrekturen	Düsseldorf	vdmnw.de
01./08. 06.	PubliCollege: Adobe Illustrator Einstieg	CH-Bern	publiccollege.ch
08. 06.	Print Academy: ChatGPT im Mediuemfeld als Ideen- und Inspirationsquelle	Webinar	print-academy.de
08. 06.	Print Academy: Controlling in der Druckindustrie	Webinar	print-academy.de
08. 06. – 09. 06.	BDZV: #beBETA 2026 – Journalism in progress	Berlin	bdzv.de
08. 06. – 11. 06.	VDMB: Prüfungsvorbereitung Praxis – Abschlussprüfung Digitaldruck	Aschheim	vdmn.de
09. 06.	dmpi-bw: Adobe Illustrator Spezial – Infografiken und Diagramme	Webinar	dmpi-bw.de
09. 06.	Innoform Coaching: Reach und Verpackungen	Webinar	innoform-coaching.de
09. 06.	Print Academy: Layouts mit KI und Adobe Express	Webinar	print-academy.de
09. 06.	VDMNW: Digitale Werbeflächen kreativ nutzen – After Effects für Animationen	Lünen	vdmnw.de
10. 06.	dmpi-bw: Adobe Illustrator Spezial – Neuerungen im Überblick	Webinar	dmpi-bw.de
10. 06.	PubliCollege: Barrierefreie PDF-Dokumente aus InDesign	CH-Bern	publiccollege.ch

**Fehlen Termine Ihres Unternehmens oder Ihrer Organisation?
Dann schreiben Sie uns bitte an nico@druckmarkt.com oder julius@druckmarkt.com.**

DRUCKEREIBEDARF

TECHKON
Erfolg ist messbar



www.techkon.com



Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und passenden, zeitgemäßen Texten. Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm. Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.

Druckmarkt-Shop
www.druckmarkt.com



ALLES
für den wasserlosen Offsetdruck

TCL-Solutions

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

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

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

DESIGN & TYPOGRAFIE



Wir schlagen den Bogen
DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN



www.arcusdesigns.de



→ XYZ.CH gestaltet alles, was es für ein visuelles Erscheinungsbild braucht. Ob Inserate, Werbung, Logos oder Webseiten – am Anfang steht bei uns die Idee.

wir freuen uns über Ihren Besuch:
www.xyz.ch

WEITERVERARBEITUNG

binderhaus
BINDEMASCHINEN FÜR DIGITAL- UND OFFSETDRUCK

Thermotype-Stanzriegel

- Heißfolie
- Blindprägen
- Stanzen
- Repetierbetrieb
- 5.500 Takte/h
- Touchdisplay

binderhaus GmbH & Co. KG
Tel. 0711/3584545
www.binderhaus.com




DRUCKMARKT impressions

Neues «aus den Kantonen» gibt's auch im Internet.

www.druckmarkt-schweiz.ch

IMPRESSUM ›Druckmarkt: ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Druck- und Medienindustrie und erscheint im 30. Jahrgang sechs mal jährlich. Daneben erscheinen weitere Publikationen wie ›Druckmarkt impressions‹ als PDF-Magazin 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. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht in jedem Fall die Meinung

der Redaktion dar. Der Verfasser von Beiträgen ist für die inhaltliche Richtigkeit, rechtliche Korrektheit sowie für die Beachtung der Rechte Dritter verantwortlich. Er entbindet ›Druckmarkt‹ von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die aufgrund seiner Beiträge geltend gemacht werden.

© by Druckmarkt 2026

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

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



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



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



Druckmarkt ist Partner des FMP Fachverband Medienproduktion e. V.
www.f-m-p.de



Druckmarkt ist offizielles Organ von PRINT digital, einer Initiative des FMP.
www.print-digital.biz

UMWELT
BEWUSST
GEDRUCKT

Für Druck- produkte werden keine Naturwälder gerodet.

Frischfasern für die
Papierherstellung in
Deutschland stammen
aus Durchforstungs- und
Plantagenholz sowie
Sägewerksabfällen.