

WE LOVE PRINT, MEDIA & COMMUNICATION

Oktober **2025**

Folge **292**

35. Jahrgang

Euro **6,60**

issn **1018 8054**

print^{and} Publishing europe



print fair 2025

Die Graphische als Gastgeber **17**

Druck Medien Tag 2025

Treffpunkt Linz **08**

Neu

Branchenindex und Stellenmarkt **21**

50 JAHRE CANON AUSTRIA

Jetzt feiern. Jetzt profitieren.



50 TAGE KOSTENLOSE SOFTWARE-POWER

Entscheiden Sie sich im Aktionszeitraum für eine Canon imagePRESS und sichern Sie sich ein besonderes Extra:
Die leistungsstarke PRISMAprepare Software mit
sämtlichen Modulen – im Wert von € 12.000,-
– steht Ihnen 50 Tage lang kostenlos zur Verfügung,
natürlich inklusive 2-stündiger Einschulung und
professioneller Installation.



Canon

Entdecken Sie weitere exklusive Jubiläumsangebote!

canon.at/50



print fair 2025

Es braucht eine neue Gestaltung ...

als die print fair im Jahr 2009 aus der Taufe gehoben wurde, waren alle begeistert. Im Jahr der Finanzkrise bekamen die Veranstalter der dataprint in Linz (Reed Exhibitions) kalte Füße. Wohl auch deswegen, da einige große Zulieferer seinerzeit nervös waren und ihre Teilnahme absagten, obwohl viele kleinere und mittlere Aussteller die Messe wollten. Aus der Not heraus organisierte seinerzeit Karl Patschka mit einem Team von Enthusiasten eine Ersatzveranstaltung an der Graphischen: die print fair war geboren und ist seither ein Fixpunkt der Branche im Oktober. Der Gedanke war gut und weise: man bringe die Industrie mit der Ausbildungsstätte zusammen und die Chemie wird stimmen. Das hat auch die letzten Jahre gut funktioniert und soll gewürdigt sein.

Aber die Zeiten ändern sich und jene, die Ihre Energie in dieses Projekt einbrachten sind in den Ruhestand gegangen. Karl Patschka, Günter Molzar oder Bernhard Honkisz sind nun auf einer anderen Beschäftigungsebene und hinterlassen ein ordentliches wie auch spürbares Vakuum. Denn in diesem Jahr wussten viele Aussteller bis vor wenigen Wochen nicht, dass es eine print fair 2025 geben wird, da die Kommunikation praktisch nicht stattfand. Einige »besorgte« Unternehmen riefen bei uns in der Redaktion an und fragten nach, ob wir mehr

wüssten. Wir haben den Ball aufgegriffen und schnell Anzeigen- und Bannermaterial organisiert, um die Messe medial ordentlich zu promoten. Es werden noch weitere Aktivitäten folgen, um sicherzustellen, dass die österreichische Druckmedienindustrie eine feine Veranstaltung bekommt, um sich zu zeigen und zu präsentieren. Auch wenn manche glauben, dass die Zeiten schwierig sind und die Druckindustrie leidet, heißt das nicht, dass man im Chor gemeinsam jammert. Ich bin der Überzeugung, dass die Branche ein Recht auf ein großartiges jährliches Treffen hat und es wird in Zukunft gut organisiert sein.

Apropos Graphische: wir werden die Golden Pixel Gala 2025/2026 im Jänner an der Graphischen veranstalten. Unter dem Motto »Coming Home« sollen sich Menschen treffen, und das ist der große Wunsch, deren Karrieren nach der Leyserstraße 6 begannen. Auch meine... die (Vor)Freude ist groß und es wird mit Sicherheit eine feine Veranstaltung. Denn es ist lange her, dass es ähnliches an der Graphischen gab.

Herzlichst Ihr
Michael Seidl
 m.seidl@europeanmediagroup.at

292

HERAUSGEBERBRIEF

06 _ Die Glaubwürdigkeit der Fotografie im Zeitalter von KI und Handy

08

PEOPLE & EVENTS



PEOPLE & EVENTS

08 _ Druck Medien Tag 2025 – Treffpunkt Linz

10 _ 175 Jahre Heidelberg – Man feierte in Österreich

12 _ Online Print Summit 2026

14

BUSINESS & MARKT



BUSINESS & MARKT

14 _ Mondi gestaltet Webseiten neu

17 _ print fair 2025 – Die Graphische als Gastgeber

18 _ Cewe und swissQprint – Im Großformatdruck Ressourcen schonen

21 _ Neu: Branchenindex und Stellenmarkt

Die nächste Ausgabe und deren Schwerpunkte

PRINT & PUBLISHING 293 »**MEDIEN & MORE**«

Thema der Ausgabe: Egal ob Offsetdruck, Digitaldruck oder Werbetechnik. Beeindruckende Materialien sorgen für herausragende Print-Erlebnisse.

Erscheinungstermin: 12. DEZEMBER 2025

Redaktions- und Anzeigenschluss: 21. NOVEMBER 2025

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten, soweit nicht anderwärtig betont, gleichermaßen für beiderlei Geschlecht.

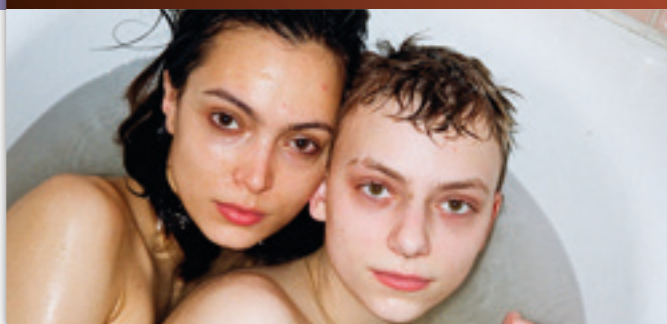
DIESE AUSGABE WURDE GEDRUCKT AUF 250G ARCTIC VOLUME
UMSCHLAG UND 115G ARCTIC VOLUME INNENTEIL,
GELIEFERT VON ARCTIC PAPER.



ZEITREISE

32-33 Rückblick auf 25 Jahre PRINT & PUBLISHING
Die 100. Ausgabe and more ...

22 MEDIEN KOMMUNIKATION DESIGN



MEDIEN . KOMMUNIKATION . DESIGN

22 _Wien als Stadt der Bilder

23 _Gewista überrascht

24 _60 Jahre Euroshop

26 PRODUKTION & TECHNOLOGIE



PRODUKTION & TECHNOLOGIE

26 _ Konica Minolta mit AccurioJet 30000

27 _ Fujifilm bei Indigo

28 _ 50 Jahre Canon Österreich

30 _ Koenig & Bauer mit neuem Angebot für Markenschutz

Flaschenpost 17.

34 _ Konterkariert mit Vorgeschichte

Impressum

EMGroup GmbH . Meytensgasse 27, A-1130 Wien . Telefon +43(0)1/983 06 40 . Fax +43(0)1/983 06 40-18 . INTERNET www.printernet.at
ADMINISTRATION E-MAIL office@europeanmediagroup.at . REDAKTION E-MAIL edit@europeanmediagroup.at . HERAUSGEBER (e.h.) Prof. Dr. Werner Sobotka
CHEFREDAKTEUR | GESCHÄFTS-/VERLAGSLEITUNG Michael Seidl . VERLAGSASSISTENZ Vanessa Ruby . COVER Photogenica
AUTOREN Michael Seidl, Sabine Slaughter, Dr. Werner Sobotka . LAYOUT Robert Sabolovic (EMGroup / Zeitmassdesign)
DRUCK Print Alliance HAV Produktions GmbH, 2540 Bad Vöslau
PRINT & PUBLISHING ERSCHEINT IN DEN JEWEILIGEN LANDESSPRACHEN IN ÖSTERREICH, POLEN SOWIE UNGARN UND UNTERHÄLT MEDIENKOOPERATIONEN IN DER TSCHECHISCHEN REPUBLIK, SLOWAKEI, RUSSLAND
UND INDIEN. INTERNATIONALE KOORDINATION EMGROUP GMBH, MEYTENSASSE 27, A-1130 WIEN, TELEFON +43(0)1/983 06 40, FAX +43(0)1/983 06 40-18, E-MAIL: OFFICE@EUROPEANMEDIAGROUP.AT

DIE GLAUBWÜRDIGKEIT DER FOTOGRAFIE IM ZEITALTER VON **HANDY UND KI** GROSSE FOTOGRAFEN GARANTIEREN AUTHENTIZITÄT

TEXT · Dr. Werner Sobotka



Am vierten Oktober fand im Fotomuseum Arsenal Wien die Verleihung der Medaillen der Photographischen Gesellschaft Wien statt. Vergeben wurden weiters die Gesellschaftsmedaille der PHG, die älteste Auszeichnung für künstlerische Fotografie weltweit seit 1871 und die Voigtländermedaille, seit 1875 für besondere technische Leistungen.

Diese Medaillen sind denkmalgeschützt und Namen wie Edwin Herbert Land (der Erfinder der Sofortbildfotografie), Prof. Konrad Lorenz, der Atomphysiker Hans Thirring, Hans Hass, Rudolf Koppitz, Rudolf Kühn, Anselm Adams und viele andere sind darunter. Die Verleihung nahm der Leiter des Fotomuseums Felix Hoffmann und der Präsident der Photographischen Gesellschaft, Prof. Dr. Werner Sobotka vor. Ausgezeichnet wurden der Doyen der österreichischen Fotografie Elfie Semotan, Pressefotografenlegende Kristian Bissuti, die junge Fotokünstlerin Franzi Kreis und die Konzertfotografin Julia Wesely. Diese Namen werden die Glaubwürdigkeit der Fotografie auch in Zukunft bewahren.

Die Fotografie bekommt massive Konkurrenz

Die Fotografie ist heute in Zeiten, wo Kriege und wirtschaftliche Rahmenbedingungen unsere Gesellschaft stark belasten, durch Fälschungen geprägt. Diese sind wohl einer der interessantesten Aspekte in der der Kunstwelt und Presse. Immer wieder entgeht ein verdächtiges Bild oder Werk den Echtheitsprüfungen und erregt dadurch außerordentliche Medienaufmerksamkeit besonders in der neuen Welt der digitalen Medien und der Handyberichterstattung. Jahrzehntlang hat die Fotografie darum gekämpft, als

Kunstform anerkannt zu werden und auch als glaubwürdiges Dokument für Presse und die Medien. In der Fotografie ist die Möglichkeit der Reproduzierbarkeit und Manipulation das größte Handicap. Und im Laufe der Zeit hat die Entwicklung neuer und besserer Technologien diese Gefahr exponentiell erhöht. Vor allem die digitale Fotografie und jetzt KI scheinen das Problem zu potenzieren und die Echtheit kann besonders in der digitalen Welt nur durch ausgesprochen komplizierte technische Verfahren sichergestellt werden, die in den meisten Fällen wegen der Kurzlebigkeit eines Mediums, vor allem von der Presse, einfach negiert werden.

Von Fälschung bis Vintage

In der Fotografie ist die Definition von »Fälschung« wahrscheinlich das einfachste Problem. Eine Definition des Wortes »Vintage« ist notwendig, um den Authentifizierungsprozess voranzutreiben und Fälschung zu definieren, was natürlich im schnelllebigen Pressebereich der Fotografie völlig illusorisch ist. Bereits im Jahre 2004 hielt die International Foundation for Art Research (IFAR) eine Konferenz zu Fragen der Authentizität in der Fotografie ab. Vintage konnte aber auch damals nicht definiert werden und ist daher ein nebulöser Begriff geblieben. Bekannt sind die Täuschungen von Man-Ray Fotos, wobei es sich um Millionenbeträge

handelte. Auch Fotos von Lewis Hines über Kinderarbeit waren Fälschungen und last not least die Fälschungen des französischen Fotografen Crespy la Prince, mit Fälschungen von Bildern aus dem 19. Jahrhundert.

Moderne Technik wird immer ausgefeilter

Verfahren zur Manipulation von medialen Identitäten existieren bereits seit vielen Jahren. So ist es allgemein bekannt, dass Bilder durch vielfältige Methoden manipuliert werden können. Lange Zeit war es sehr aufwändig, dynamische Medien, wie Videos oder Audiomitschnitte qualitativ hochwertig zu manipulieren. Durch Methoden aus dem Bereich der Künstlichen Intelligenz (KI) ist dies heute jedoch deutlich einfacher und Fälschungen können mit vergleichsweise wenig Aufwand und Expertise in hoher Qualität erstellt werden. Durch Deep-Fakes können somit im Wesentlichen die drei Medienformen Video/ Bild, Audio und Text radikal verändern. Unsere Smartphones und Social-Media-Apps werden immer besser darin, Fotos nachzubearbeiten. Ab wann ist ein Foto kein authentisches Bild mehr – sondern fast schon Betrug? Zum Beispiel ist seit Kurzem das Google Pixel 8 Pro erhältlich, ein modernes Smartphone, das viele Bildbearbeitungsmöglichkeiten mittels künstlicher Intelligenz bietet. Wenn man zum Beispiel mehrere Gruppenfotos aufnimmt, kann man



Im Bild von links nach rechts: Eva Keleti, Dr. Werner Sobotka, Julia Wesely, Elfi Semontan, Kristian Bissuti, Franzi Kreis und Felix Hoffmann. ✖ @ . Michael Seirer



Foto Arsenal Wien Direktor Felix Hoffmann begrüßte die Gäste. ✖ @ . Michael Seirer

die Köpfe einzelner Personen austauschen, sodass ein neues Bild entsteht, auf dem alle Abgebildeten lächeln. Smartphones beinhalten zunehmend Funktionen der künstlichen Intelligenz. Das schon erwähnte Google Pixel 8 Pro ist nun jenes Modell, das besonders weit geht: Sein »Magic Editor« umfasst viele Funktionen der künstlichen Intelligenz. Aber wenn Technik-Unternehmen wie Google direkt in ihrer Foto-App solche KI-Anwendungen einbauen, steigt die Chance, dass viele Menschen sie nutzen. In sozialen Medien besteht allgemein die Gefahr, dass Menschen in ihren Bildern eine geschönte Version der Welt sehen und dann

Bilder unecht werden, denn mit jedem Jahr werden die Möglichkeiten der Bildbearbeitung besser – und somit auch die Möglichkeit, die Realität nicht nur einzufangen, sondern diese allzu sehr zu optimieren und gar zu fälschen. Eine aus meiner Sicht sehr bedenkliche Entwicklung. Daher sind Einrichtungen wie das neue Foto Arsenal Museum so wichtig ... denn es geht schlussendlich darum, die wertvolle Arbeit von Fotografen zu schätzen aber gleichzeitig auch zu schützen. ●

Kristian Bissuti brachte seine 1936er Voigtländer Kamera mit. ✖ @ . Michael Seirer



DRUCK MEDIEN TAG 2025 TREFFPUNKT LINZ

Klimawandel geht uns alle an. Aber wie untergräbt die Nachhaltigkeitsdebatte die Geschäftsfelder der Druck- und Papier- und Verpackungsbranchen? Und wie können Druck und Verpackungen ökologisch und zukunftsfähig gestaltet werden? Mit diesen Themen lädt der Verband Druck Medien am siebten November zum Druck Medien Tag 2025 nach Linz.



Vorfreude auf den Druck Medien Tag 2025.

✖ © . Verband Druck Medien

Kaum eine Branche hat mehr für das Thema Nachhaltigkeit getan als die Papier-, Verpackungs- und Druckbranche. Doch bei den Kunden kommen diese Anstrengungen oft nur zum Teil an. Beim diesjährigen Druck Medien Tag diskutieren wir daher über neue Perspektiven, Argumente und neue Geschäftsmodelle: sagt Peter Sodoma, Geschäftsführer des Verband Druck Medien Österreich. Die Fachtagung bietet Insights in aktuelle Entwicklungen und Trends – mit Top-Speakern und Newcomern aus Lehre und Ausbildung. Informationen und Tickets sind ab sofort online unter www.druckmedien.at erhältlich. »Wir freuen uns, dass der Druck Medien Tag diesmal wieder in Linz und im OÖ

Nachrichten Forum stattfindet«, sagt Daniel Fürstberger, Landesgruppenobmann und Schirmherr des Druck Medien Tags 2025.

Die Programmhilights

Nachhaltige Geschäftsmodelle für die grafische Industrie

Roman Weishäupl, Future Candy

Nachhaltigkeit ist kein USP mehr, sondern muss fester Bestandteil jedes Geschäftsmodells sein – auch in der grafischen Industrie. Trotz langjährigem Engagement bleibt Print von Vorurteilen belastet. Nachhaltige Modelle sind oft noch Ausnahmen. Müssen wir handeln – oder nur unsere Perspektive ändern?

Klimaschutz für Unternehmen

Klaus Reisinger, ClimatePartner Austria

Die Klimakrise erfordert entschlossenes Handeln – auch in der Druckindustrie. Klaus Reisinger veranschaulicht, mit welchen Maßnahmen Unternehmen ihre CO₂-Emissionen messbar und nachhaltig reduzieren können. Der Vortrag macht deutlich, wie glaubwürdiger Klimaschutz nicht nur der Umwelt dient, sondern auch echte Wettbewerbsvorteile schafft.

Künstliche Intelligenz und Nachhaltigkeit: Zwischen Energiehunger und Effizienzrevolution

Barbara Herbst, en.AI.ble.

KI verbraucht das 1.000-Fache der Energie unseres Gehirns – und ist dennoch ein

PEOPLE & EVENTS

Schlüssel zur Nachhaltigkeit. Barbara Herbst erläutert, warum Druckereien vor einer strategischen Weichenstellung stehen: Nutzen wir KI als reines Werkzeug – oder vertrauen wir ihr mehr Autonomie an? Eine Keynote über Energieeffizienz, Verantwortung und Gestaltungsmacht.

Experten beim Druck Medien Tag

Insgesamt diskutieren mehr als zehn Experten aus Unternehmen, Organisationen und Verbänden, Forschung und Lehre, Vertrieb sowie Branchengrößen über Herausforderungen und Lösungen. Mit dabei Patrick André (Abteilungsvorstand Die Graphische), Thomas Gegenhuber (Wirtschaftsstadtrat

Linz), Roland Henn (Geschäftsführer Müller Martini), Barbara Herbst (KI Trainerin und Beraterin sowie Inhaberin von en.AI.ble), Theresa Karall (Rechtsanwältin PHH Rechtsanwälten), Margarethe Lasinger (Leiterin Dramaturgie und Festspielarchiv Salzburger Festspiele), Rüdiger Maaß (Mitinitiator WE.LOVE.PRINT), Patrick Mader (Referent Wirtschaft Austropapier), Klaus Reisinger, (Geschäftsführender Gesellschafter ClimatePartner Austria), Roman Weishäupl (Director Future Candy), Julia Rohmann (Referentin Umweltschutz/Arbeitssicherheit bvdM) sowie junge Talente aus Lehre und Ausbildung.

Termin sichern und am 7. November

vor Ort dabei sein

Zeit: 7. November 2025, 09:30-15:35 Uhr

Ort: OÖ Nachrichten Forum, Promenade 25, 4010 Linz

Tickets: Mitglieder-Tickets: Für die ersten 100 angemeldeten Mitglieder kostenlos, dann ermäßigt um 50 Euro plus 20 Prozent Ust.

Vollpreis: 250 Euro plus 20 Prozent Ust. Das Get together findet am sechsten November, ab 18.00 Uhr im Rooftop7 im Hotel Schwarzer Bär, Herrenstraße 11, 4020 Linz statt.

Die Anmeldung ist unter www.druckmedien.at/dmt2025/möglich.

175 JAHRE HEIDELBERG

DIE ÖSTERREICHISCHE FEIER IM WEINGUT NIEGL

TEXT . Mag. Katharina Scheyerer-Janda

Der guten Stimmung beim 175-Jahre-Geburtstagsfest tat das wechselhafte Wetter keinen Abbruch. Kunden, Mitarbeiter und Freunde erinnerten sich an gemeinsame Erlebnisse und was Heidelberg ausmacht. Roland Spatt, Geschäftsführer von Heidelberg Österreich und Gastgeber des Abends betonte in seiner Eröffnungsrede, dass Heidelberg nicht nur eine lange Tradition hat, sondern nie aufhören würde, sich weiterzuentwickeln: »Wir möchten ein verlässlicher Partner für unsere Kunden sein und Antworten geben können auf die aktuellen Herausforderungen, sei es KI oder Automatisierung.« Prominente Unterstützung erhielt Spatt von David Schmedding, Heidelberg-Vorstand für Technologie und Vertrieb, der extra aus Wiesloch angereist war. »Heidelberg hat nie nur Maschinen gebaut. Unser Anspruch war es stets, Lösungen zu schaffen, die Druckereien, Markenhersteller und Verlage dabei unterstützen, den steigenden Anforderungen globaler Märkte gerecht zu werden«, so Schmedding. Ingenieurskunst und Qualität hätten Heidelberg groß gemacht, und diese führende Position gelte es zu behaupten und auszubauen. Wie dieser Anspruch gelingt, zeigte sich beim Branchentalk, bei dem Roland Spatt und David Schmedding mit Peter Buchegger (ehemaliger Geschäftsführer der Druckerei Roser), Daniel Fürstberger (Geschäftsführer mehrerer Druckereien) sowie Stefanie Wareka (Marketing Marzek Etiketten+Packaging) über Vergangenheit und Zukunft von Heidelberg und der Druckbranche diskutierten.

Service als Kaufargument

Daniel Fürstberger hat schon auf einer Heidelberg Druckmaschine gelernt und setzt heute in all seinen Druckereien zu 100 Prozent auf Heidelberg. Doch auch wenn er ein Fan ist und schon bei der drupa 2000 am Stand von Heidelberg als Drucker ausgeholfen hat, so hat er auch andere Maschinen ausprobiert. »Wir haben uns einmal für eine andere Druckmaschine entschieden, sind

Mal Sonne, mal Regen, aber dennoch freundlich – das Wetter machte der bewegten Geschichte des Druckmaschinenherstellers Heidelberg alle Ehre. Zwischen der Gründung 1850 als Glockengießerei und Maschinenfabrik und dem Geburtstagsfest liegen nicht nur Generationen, sondern Innovationen, Zukäufe, Weiterentwicklungen, der Einstieg in Robotik und andere Industriezweige und natürlich auch Rückschläge.



Rund 80 Gäste kamen zur Geburtstagsfeier nach Perchtoldsdorf. ✕ @ . Heidelberg

aber wieder zu Heidelberg zurückgekehrt, weil uns die Qualität und auch die Maschinen überzeugt haben. Vor allem der Service ist einfach unschlagbar«, so Fürstberger. Auch für Peter Buchegger, der vor dreizehn Jahren die Geschäftsleitung bei der Druckerei Roser als Quereinsteiger übernommen hatte und kürzlich an seinen Nachfolger Markus Cavagno übergeben hat, sind Service und Qualität wichtige Argumente: »Wir können es uns nicht leisten, dass Maschinen stehen oder wir nicht liefern können. Dann würden wir Aufträge verlieren.« Bei Heidelberg ist man sich der Bedeutung von Service bewusst. »Man sagt immer, die erste



Themen, Diskussion und Gemütlichkeit.

✕ @ . Heidelberg



Neben historischen Druckmöglichkeiten gratulierte die Graphische zum Geburtstag.

✖ @ . Heidelberg

Maschine verkauft die Technik, die zweite das Service. Umso wichtiger ist uns bei Heidelberg der Servicebereich«, sagte Roland Spatt. Die Herausforderung dabei: Die Druckmaschinen von Heidelberg halten gefühlt ewig. Bei der Druckerei Roser ist sogar noch ein Heidelberger Tiegel im Einsatz – dieser stehe neben ultramodernen Druckmaschinen der neuesten Generation, so Peter Buchegger.

Wandelbar

Wichtig ist Stefanie Wareka, die in und mit ihrem Familienunternehmen Marzek Etiketten+Packaging aufgewachsen ist und dort das Marketing leitet, dass ein Maschinenhersteller die Bedürfnisse seiner Kunden ernst nimmt. Marzek Etiketten selbst habe sich innerhalb weniger Generationen von einem Hersteller von Petschaften zu einem der führenden Hersteller von Etiketten und Verpackungen entwickelt. »Wir wollen ernst genommen werden mit unseren Anforderungen. Das ist sicher nicht immer einfach, aber für uns ein wesentliches Kriterium«, sagte Wareka. Als Concept Kunde ist das Unternehmen zudem an der Entwicklung und Weiterentwicklung von Maschinen beteiligt. Ein Prinzip, von dem sowohl Druckereien als auch Heidelberg profitieren. »Wir produzieren Maschinen, aber das Endprodukt verkaufen unsere Kunden. Deshalb ist es uns der Input unserer Kunden wichtig. Mit dem Programm der Concept Kunden binden wir Kunden frühzeitig ein, um Innovationen zielgerichteter auf den Markt bringen zu können«, so Roland Spatt.

Heidelberger Visionen

Neben dem Maschinenbau spielen bei Heidelberg zunehmend Softwareentwicklung und KI-gesteuerte Systeme eine Rolle. »Wir nutzen unser Know-how mittlerweile auch für andere Branchen, wie die Automobilindustrie, Ladeinfrastruktur oder neue Wasserstofftechnologien«, sagte David Schmedding. Heidelberg habe in den letzten Jahren massiv investiert und stehe dank verbesserter Produktionsauslastung und steigendem Umsatzvolumen gut da. »Die Zahlen vom ersten Quartal stimmen positiv, dass es wieder aufwärts geht«, so Schmedding. Wachstumspotentiale sieht er in hybriden Drucklösungen, bei Software und im Servicegeschäft. Im Bereich Technologie, den Schmedding im Heidelberg Vorstand verantwortet, steht die Erschließung neuer Marktsegmente sowie der Ausbau von Ladeinfrastruktur im Fokus.

Wünsche für und an Heidelberg

Schon im Juni hatte Heidelberg sein Jubiläum im neuen Print of Home in Wiesloch-Waldorf gefeiert, weltweit stehen dieses Jahr alle Heidelberg-Standort im Zeichen des 175. Geburtstags. In Österreich nutzten die Geschäftsführer Roland Spatt und Christian Hauser die Gelegenheit, sich mit einem eigenen Geburtstagsfest bei Kunden, Mitarbeitenden und Partnern zu bedanken. Spatt betonte: »Wir sind nur ein Teil der Druckbranche. Ohne Druckereien gäbe es Heidelberg nicht. Umgekehrt würden Druckereien ohne unsere Maschinen auch ganz anders aussehen. Gemeinsam sind wir stark und werden auch die aktuell turbulenten Zeiten überstehen.« Ein Wunsch, den auch die

Gäste hatten. »Ich wünsche mir, dass Heidelberg weiterhin so ein verlässlicher Partner bleibt und Druckmaschinen herstellt, die uns einen Wettbewerbsvorteil verschaffen«, sagte Daniel Fürstberger beim Branchentalk.

Programmhighlights

Neben dem Branchentalk erwartete die Geburtstagsgäste an diesem Abend eine 132 Jahre alte Boston Tiegelpresse, die zum selbst Drucken einlud, Loungemusik von DJ LovelySax sowie ein Ausflug in die Heidelberger Geschichte, inszeniert von Sandmaler Lajos Végh. Im stimmungsvollen Ambiente des Weingut Niegl wurde gelacht, geplaudert und das Jubiläumsjahr gebührend gefeiert. Manch Mutige wagten sogar den einen oder anderen Tanzschritt.

Seitenblicke der Druckbranche

Mit dabei waren unter anderem Peter Buchegger (ehemaliger Geschäftsführer der Druckerei Roser) mit seinem Nachfolger Markus Cavagno, Hannes Sandler (Druckerei Sandler), Peter Scharmer und Gerhard Scharmer-Rungaldier (Druckhaus Scharmer), Andreas Mößner (druck.at), Daniel Fürstberger (Mittermüller, Salzkammergut Media und Gugler Media), Tibor Valentin (Samson Druck), Michael Franner (Druckerei Robitschek), Patrick André (Abteilungsvorstand Die Graphische), Christos Vrachoritis (Druckerei Odysseus), Stefanie und Johannes Michael Wareka (Marzek Etiketten+Packaging), David Schmedding (Vorstand Technologie & Vertrieb Heidelberg). ●

ONLINE PRINT SUMMIT 2026 »RE:INVENTING PRINT FOR THE ON-DEMAND ERA«

Mehr Fokusthemen, mehr Expertise, mehr Nutzwert: Aus dem Online Print Symposium wird 2026 der Online Print Summit. Mit neuem Namen, erweitertem Konzept und neuer Location unterstreicht der wichtigste Branchenevent der europäischen Onlineprint-Industrie seinen internationalen Anspruch als Gipfeltreffen für Entscheider, Innovatoren und Investoren.

Hier ein Bild vom OPS 2025. OPS bleibt gleich nur Summit kommt 2026 neu dazu.

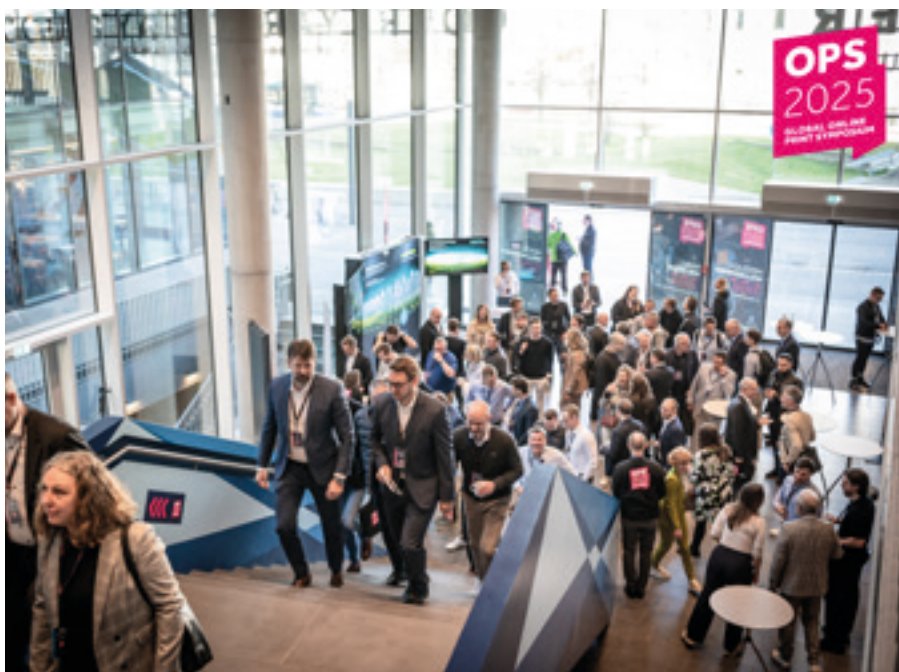
✕ © . Nadjia von Prümmer

Neben der bewährten Konferenz mit Marktanalysen und Trendprognosen stehen am 12. und 13. März 2026 erstmals exklusive C-Level Classrooms, Executive Briefings und die Mind-on-Tap Stage im Programm. Mehr zu den neuen Formaten verrät die OPS-Website – über die gerade der Ticketverkauf gestartet ist. Die neue Location – die Alte Kongresshalle in München – bietet Platz und im wahrsten Sinne des Wortes genügend Raum für einen erweiterten und attraktiven Online Print Summit 2026.

Themen mit Tiefgang und hohem Nutzwert

Während die C-Level Classrooms vor allem strategische Themen für Führungskräfte und Entscheider fokussieren, konzentrieren sich die Executive Briefings auf lösungsorientierte Hands-on-Sessions mit den Partnern des Online Print Summits. Beide neuen Formate finden jeweils ergänzend zur OPS-Konferenz statt. Zusätzlich zur Konferenz können sich alle Teilnehmer zu den insgesamt drei C-Level Classrooms und den neun Executive Briefings anmelden.

Die neue Mind-on-Tap Stage bietet ein modernes und offenes Diskussionsforum im Foyer der Alten Kongresshalle. Auf einer kleinen Bühne werden die Themen des Tages in einer lockeren Atmosphäre reflektiert, eingeordnet und diskutiert – und die Teilnehmer sind eingeladen, sich dabei ein- und ihre Fragen anzubringen.



Vom Symposium zum Summit

»Das OPS hat sich seit 2013 vom deutschsprachigen Branchentreffen zum internationalen Pflichttermin für die Entscheider der Druck- und Medienindustrie entwickelt. Nun folgt der nächste, logische Schritt: Mit dem Summit-Konzept rücken wir den Austausch auf Augenhöhe noch einmal mehr in den Mittelpunkt. Mit den neuen Formaten setzen wir gezielt strategische Impulse, vermitteln praxisnahes Wissen mit Tiefgang und fördern den Dialog zwischen Marktführern, Newcomern, Creators und Investoren«, erklärt Bernd Zipper, Gründer und CEO von zipcon. »Dabei bleibt der Kern dessen, was das OPS über die Jahre hinweg zum wichtigsten Event der Onlineprint-Industrie gemacht hat, bestehen«, so Jens Meyer vom Verband Druck und Medien und ergänzt. »Die eigentliche Konferenz mit den Keynotes

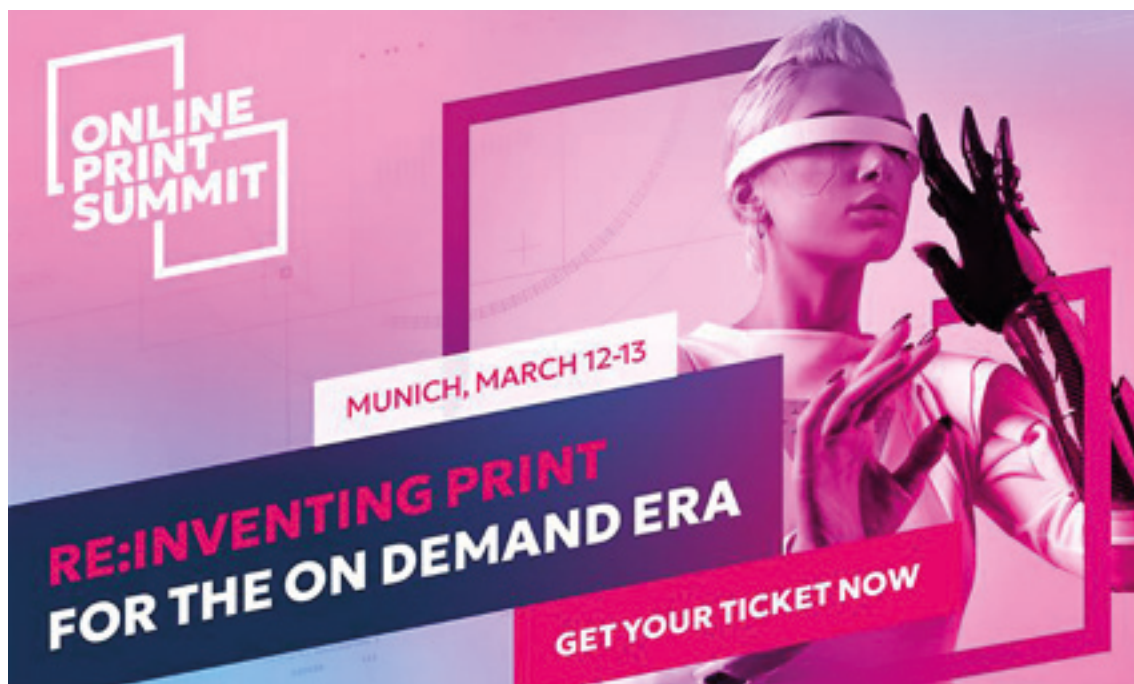
hochkarätiger Speaker, Start-up-Pitches und viel Raum zum Netzwerken gibt es auch weiterhin. Aber wir haben gesehen, dass sich die Bedürfnisse unserer Teilnehmer verändern. Darum schaffen wir mit dem neuen Summit-Konzept eine Plattform, die weit über das klassische Kongress-Erlebnis hinausgeht. Mehr Raum, mehr Austausch, mehr Inspiration – das ist unsere Antwort auf die Dynamik in einer Branche, die sich gerade schneller verändert als je zuvor.«

Start am Vorabend

Trotz aller Neuerungen gibt es auch 2026 wieder einen gemeinsamen Auftakt am Vorabend der Konferenz. Was bisher das Insider-Get-Together war, wird künftig zum Abendevent »Cheers & Thoughts«. Doch bevor der Networking-Abend losgeht, heißen Bernd Zipper und Jens Meyer die

Das Online Print Summit 2026 wird wieder in München stattfinden.

✕ @ . OPS



Teilnehmer in einer ersten Session auf der Mind-on-Tap Stage im Foyer der Alten Kongresshalle willkommen und starten mit einer ersten lockeren Talk-Runde in den Online Print Summit 2026. Mit dem Abend-event »Connect & Celebrate – The Night of Visionaries & Changemakers«, bleibt Networking auch beim OPS 2026 einer der wichtigsten Bestandteile. Live-Musik, gemeinsames Dinner und eine lockere Atmosphäre bieten den perfekten Rahmen, um neue Kontakte zu knüpfen und Partnerschaften zu vertiefen, bevor es am nächsten Tag mit dem OPS-Programm weitergeht. Der Ticketverkauf ist gestartet, die neue Website ist

online. Alle wichtigen Informationen zum Programm, zur Location und den Partnerpaketen liefert die neue Website unter www.online-print-summit.com. Dort ist auch der Ticketverkauf gestartet – mit der nächsten erfreulichen Überraschung: Die OPS-Tickets sind 2026 etwas günstiger als in den Jahren zuvor.

In der App diskutiert die Branche

Schnell sein, lohnt sich: Wer sich jetzt sein OPS-Ticket bucht, erhält damit sofort Zugang zur exklusiven Online Print Summit Community innerhalb der Event-App. Dort erfahren Teilnehmer alle News zu Speakern,

Partnern und Start-ups noch vor allen anderen – und haben die Möglichkeit, sich mit Branchenkollegen zu vernetzen. Die App fungiert als Forum für Diskussionen rund um die wichtigsten Themen der Branche und ist zugleich auch Dreh- und Angelpunkt für die persönliche Programmgestaltung der Teilnehmer. »Der Online Print Summit bleibt das Schaufenster für die zentralen Entwicklungen unserer Industrie – nur noch fokussierter, internationaler und praxisnäher«, betonen die Veranstalter. »Mit der neuen Website und dem Start des Ticketverkaufs fällt nun der Startschuss für ein Event, das neue Maßstäbe setzen wird.«

Analog. Digital. Nachhaltig.

Die Innovation setzt sich fort

Wir bieten Ihnen sowohl analoge als auch digitale Lösungen, mit denen Sie Ihre Verpackungsproduktion modernisieren, Ihren Übergang zur Digitalisierung unterstützen und Ihre Nachhaltigkeit verbessern können.

Zur Labelexpo präsentieren wir unsere aktuellen Innovationen in den Bereichen Flexodruckplatten, LED UV-Härtung und flexibler Verpackungen. Besuchen Sie unseren Stand 5D73, um zu erfahren, wie wir zum Wachstum Ihres Unternehmens beitragen können.

Ihr Partner für den Verpackungsdruck



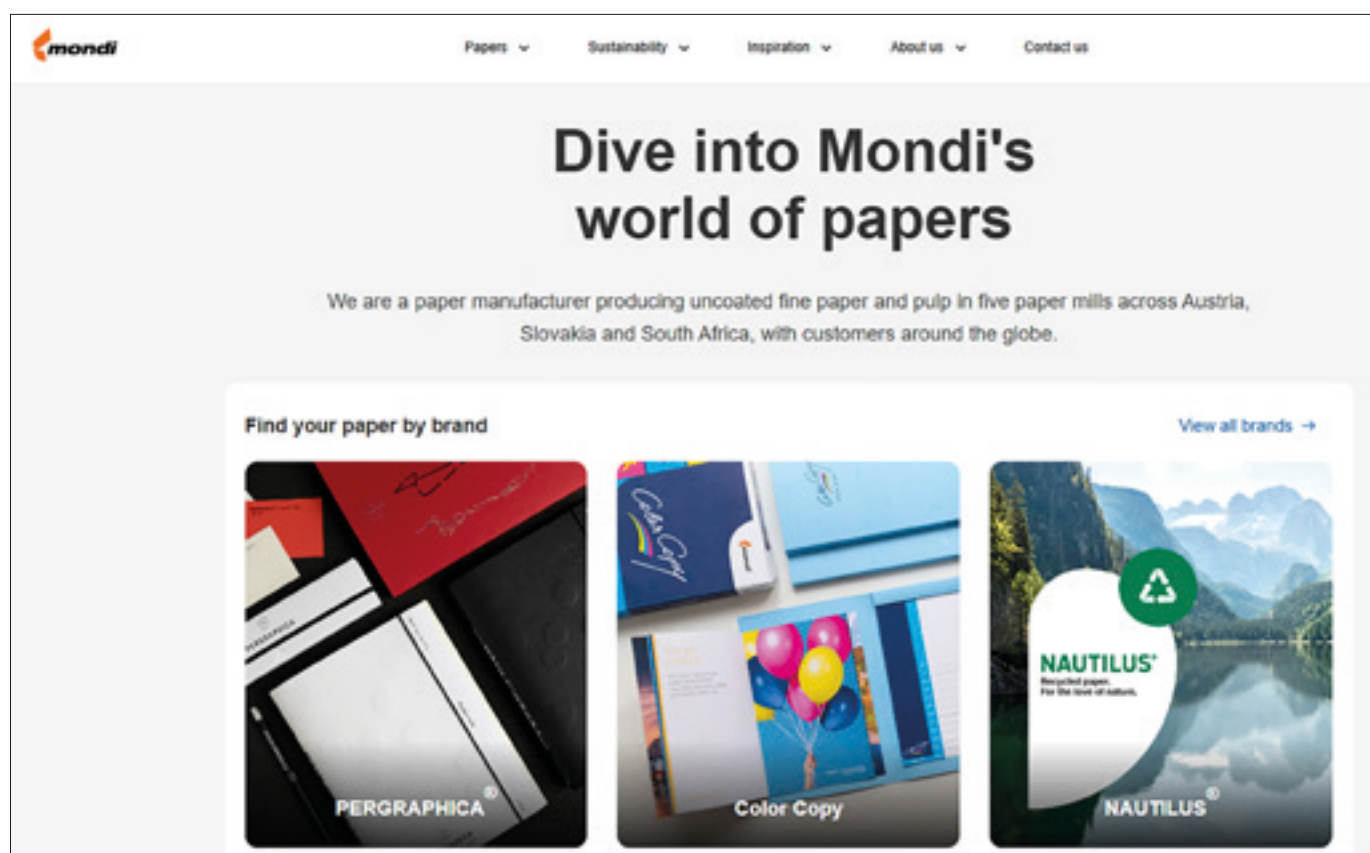
FUJIFILM
Value from Innovation



MYMONDI.NET UND MYMONDI.SHOP

NOCH MEHR NUTZERFREUNDLICHKEIT UND SERVICEQUALITÄT

Mondi hat die beiden Online-Plattformen myMondi.net und myMondi.shop für seine Kunden von ungestrichenem Feinpapier aktualisiert. Das Redesign umfasst moderne Benutzeroberflächen und eine verbesserte Navigation. Anwender profitieren von einer einfachen, schnellen und intuitiven Nutzung.



Mondi hat seine beiden Online-Plattformen einem Face Lifting unterzogen.

✖ © . Mondi

Das Redesign von myMondi.shop, der E-Commerce- und Serviceplattform für schnelle, direkte Bestellungen und Self-Service für Kunden, bietet eine moderne, übersichtliche Benutzeroberfläche mit verbesserter Navigation und höherer Geschwindigkeit. Dadurch wird jede Interaktion einfacher, schneller und intuitiver. Ob beim Durchstöbern des Produktkatalogs, beim Verwalten von Bestellungen oder beim Zugriff auf wichtige Dokumente: Die Plattform ist ab sofort noch zugänglicher und nutzerfreundlicher. Die Plattform ist in zehn Spra-

chen verfügbar, sodass Kunden myMondi.shop in ihrer bevorzugten Sprache nutzen können. Durch die Aktualisierung ist das Layout übersichtlicher und zeitgemäßer gestaltet. Es vereinfacht tägliche Aufgaben und gewährleistet einen schnelleren Zugriff auf wichtige Funktionen. Der optimierte Checkout-Prozess bietet einen reibungsloseren Bestellprozess. Eine bedeutende Erneuerung ist die Funktion »Get Prices«, die es Kunden ermöglicht, sofort Preise für empfohlene Produkte einzusehen, die sie bisher noch nicht gekauft haben. Dies verein-

facht und beschleunigt den Bestellprozess und fördert gleichzeitig die Entdeckung weiterer Produkte.

Portal für Papier-Know-how

myMondi.net ist die zentrale Anlaufstelle für Wissen und Inspiration – und das in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch. Das Kernstück von myMondi.net ist der vollständig überarbeitete Paper Finder. Mondi hat das zentrale Tool optimiert und gleichzeitig erweitert, um das umfangreiche technische Portfolio sowie das Sortiment für

BUSINESS & MARKT

die Weiterverarbeitung, einschließlich IQ Premium Envelope, IQ All Round Envelope und IQ Smooth Notebook, zu integrieren. Nutzende können Papiermarken jetzt noch schneller und einfacher nach Format, Typ und Markenfamilie filtern. myMondi.net präsentiert sich auch mit einem frischen Design, das die Aufmerksamkeit auf wichtige Marken wie Pergraphica, Color Copy und Nautilus lenkt, und bietet detaillierte Informationen zu Mondis langjährigen Papiermarken wie IQ, Maestro, Niveus und DNS.

Ein weiteres Highlight ist die Application Gallery. Mondi präsentiert dort Referenzprojekte und zeigt zugleich zwei zentrale Elemente seiner Markenwelt, indem kreative

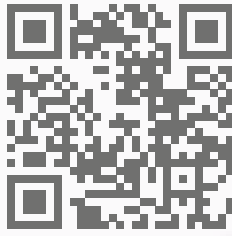
Ideen in praktische Anwendungen umgesetzt werden. Der neu gestaltete Bereich »Nachhaltigkeit« bietet aktualisierte Infomaterialien, darunter den »Sustainable Paper Guide«, sowie Einblicke in den Nachhaltigkeitsansatz für ungestrichene Feinpapiere (UFP). Der »Guide to Premium Print« liefert Kreativen und Verlagen klare, praxisorientierte Empfehlungen zur Auswahl hochwertiger Papiere und zur Realisierung exzellenter Druckergebnisse.

Neu gestaltet mit Fokus auf Kundenorientierung

»Der Relaunch ist das Ergebnis eines intensiven Austauschs mit unseren Kunden, deren

Feedback zu den Verbesserungen beigetragen hat. Unser Ziel war es, Plattformen zu gestalten, die nicht nur einfacher, schneller und intuitiver funktionieren, sondern vor allem genau das widerspiegeln, was unseren Kunden in ihrer Nutzererfahrung am wichtigsten ist«, sagt Bernhard Cantzler, Sales and Marketing Director bei Mondi Uncoated Fine Paper. »Kundenorientierung ist für uns nicht nur ein Grundsatz, sondern gelebte Praxis. Wir verbessern uns kontinuierlich, um die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden bestmöglich zu erfüllen. Denn echten Mehrwert zu schaffen, steht im Zentrum unseres Handelns«, ergänzt Cantzler. ●

Anmeldung hier



print fair 25

Der Branchentreff an der Graphischen

22./23. Oktober

Höhere Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt

#printfair

VDM
Verein Druck & Medien

Graphische

PRINT FAIR 2025 BRANCHENTREFF AN DER GRAPHISCHEN

Die Planungen und Vorbereitungen für die Veranstaltung haben sich in den letzten Wochen, nach einem müden Beginn, wesentlich intensiviert. Heuer findet der grafische Marktplatz 22. und 23. Oktober wieder an der Graphischen in Wien statt und soll, der generell angespannten Lage, emotional entgegenwirken.

Die erste print fair fand übrigens am 31. März und am 1. April 2009 statt. Der Wechsel in den Herbst war dann der drupa 2012 geschuldet, denn wenige Wochen vor oder nach einer drupa ist an einen messeähnlichen Event nicht zu denken. Heute kann man sagen, dass es den Veranstaltern bis dato gelungen war, die print fair zu einer aus dem Veranstaltungskalender nicht mehr wegzudenkenden Plattform zum Netzwerken der Grafiker, Drucker, Buchbinder und ihrer Zulieferindustrie zu machen. Unter den Besuchern sind einerseits viele Entscheidungsträger aus österreichischen Betrieben, zum anderen viele junge Menschen, die in die Druck- und Medienbranche einsteigen werden. Diese Plattform nutzen daher viele ausstellende Unternehmen.

Unbestritten hat sich die print fair in den Jahren ihren Platz im Branchengeschehen sichern können. Die Menschen kommen gerne auf die Graphische, viele schon wohl deshalb, da sie selber Absolventen das Hauses sind. Und die Zeit zum Netzwerken wird gerne genutzt... die abendliche Weinverkostung am ersten Messetag war sichtlich schon bei der Erstveranstaltung beliebt, wie auch an den folgenden Events in den Jahren.

Generell haben sich die Veranstalter in diesem Jahr neben den Präsentationen der Zulieferindustrie einige Aktivitäten einfallen, um den Kontakt zwischen Studierenden und möglichen zukünftigen Arbeitgebern zu fördern. Dazu gehören vor allem Talks mit Vertretern aus der Industrie in lockerer Atmosphäre. Gut für einen Interessenaustausch und daraus folgende Aktivitäten. Kaffee trifft Karriere oder wohl auch umgekehrt. In diesem Jahr sind rund 40 Aussteller mit dabei. ●

Hier ein Bild von der
print fair 2024.
✕ © . print fair



marzek etiketten + packaging

Marzek Etiketten+Packaging **Vielfältige Entfaltungsmöglichkeiten**

Wie schon in den Vorjahren präsentiert Marzek Etiketten+Packaging auf der print fair sein umfangreiches Portfolio an verkaufsfördernden Etiketten und Verpackungen für Handel und Industrie. print fair-Besucher bietet sich damit die perfekte Möglichkeit, Informationen aus erster Hand über das international tätige Vorzeigeunternehmen zu erhalten und wertvolle Impulse für die eigene berufliche Weiterentwicklung zu gewinnen.

Die Jobchancen und Entwicklungsmöglichkeiten für Berufsanfänger im Bereich Graphisches Gewerbe sind vielfältig und reichen von einer Lehre bis zur Karriere für Hochschulabsolventen. Junge Talente haben die Chance, bei Marzek Etiketten+Packaging mit modernsten Technologien zu arbeiten und wertvolle Erfahrungen zu sammeln. So hat Marzek Etiketten+Packaging beispielsweise als einer der wenigen Testkunden weltweit und als einziger Betrieb in Österreich kürzlich seinen Maschinenpark um die neueste HP Indigo 6K+ Digital-Offsetmaschine erweitert und setzt damit neue Maßstäbe in puncto Druckqualität, Produktivität und Automatisierung. Regelmäßige Investitionen im Bereich Digital- und Hybridtechnologien sichern die Vorreiterrolle von Marzek Etiketten+Packaging bei Druckinnovationen und bieten damit engagierten Nachwuchskräften das ideale Umfeld für ihre berufliche Weiterentwicklung.

Weitere Informationen dazu sowie zu den vielfältigen Karrieremöglichkeiten in den Bereichen Produktion, Technik, IT und Verwaltung gibt es am print fair-Stand von Marzek Etiketten+Packaging.

Stefanie Wareka, MSc., MSc. | Marzek Straße | A-2514 Traiskirchen | 0676 88 500 803
www.marzek.at | etiketten@marzek.at

CEWE UND SWISSQPRINT

IM GROSSFORMATDRUCK RESSOURCEN SCHONEN

Nachhaltigkeit und Innovation gehören bei Cewe zusammen. Wie der Fotodienstleister technischen Fortschritt mit ökologischen und ökonomischen Zielen vereint, darüber berichtet Pascal Neumann, der Produktionsleiter für Wandbilder und Faltschachteln, anhand eines Praxisbeispiels.

Das Unternehmen betreibt an verschiedenen Produktionsstandorten fünf swissQprint-Flachbettdrucker und hat kürzlich vier dieser Systeme mit einem Light-Schwarz-Kanal nachgerüstet. Kunden profitieren fortan von einer noch besseren Bildqualität. Soweit der offensichtliche Fortschritt. Für Cewe hat er eine weiterreichende Bedeutung: Er steht im Einklang mit der Unternehmensstrategie. »Nachhaltigkeit und Innovation gehören bei Cewe zusammen«, sagt Pascal Neumann, Produktionsleitung Wandbilder und Faltschachteln, und erklärt, welchen Beitrag die swissQprint-Technologie dabei leistet.

Innovation bei kleiner Investition

swissQprint-Grossformatdrucker sind modular aufgebaut. Dadurch müssen Maschinen bei sich ändernden Anforderungen nicht sofort ersetzt werden. »swissQprint ermöglicht es uns, bestehende Anlagen auch nach Jahren gezielt nachzurüsten«, betont Pascal



Neumann. Cewe kann so schnell und ressourcenschonend auf neue Marktbedürfnisse und Kundenwünsche eingehen. Gerade

Cewe hat mehrere swissQprint-Flachbettdrucker mit Light-Schwarz nachrüsten lassen und vereinbart technische Innovation mit der Nachhaltigkeitsstrategie. ✕ @ . Cewe

Ulrich Etiketten und Verpackungen Attraktiver Arbeitgeber mit Tradition

Seit über 150 Jahren sind wir ein verlässlicher Partner für Etiketten- und Verpackungslösungen. Am Standort Hörsdorf (NÖ) entwickeln rund 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit modernsten Drucktechnologien maßgeschneiderte Produkte – von Selbstklebeetiketten über Multilayer- und Booklet-Etiketten bis hin zu nachhaltigen, recycelbaren Verpackungen. Als Familienunternehmen in fünfter Generation bieten wir ein stabiles, wertschätzendes Arbeitsumfeld, spannende Entwicklungsmöglichkeiten und die Chance, aktiv an der nachhaltigen Zukunft von Etiketten und Verpackungen mitzuwirken.



Ulrich – wo Tradition und Innovation zusammenfinden

Ihre Ansprechpartnerin: Mag. Jutta Zurek | jutta.zurek@ulrich.at | +43 2267 20562 | www.ulrich.at

ulrich.at
etiketten
verpackungen

im Großformatdruck, wo die Erwartungen anspruchsvoller Kunden kontinuierlich steigen, spielt dies eine wichtige Rolle.

Bekenntnis zur Nachhaltigkeit

»Nachhaltigkeit verstehen wir bei Cewe auch als Verantwortung im Umgang mit unseren Produktionsmitteln«, so Pascal Neumann. Seit 2011 swissQprint-Kunde hat man am Standort Oldenburg in den letzten Jahren konsequent in LED-Technologie investiert, um Systeme mit Quecksilberdampflampen zu ersetzen. Auf einen ressourcenschonenden Umgang achtet man auch in Bezug auf die bestehenden Geräte: Dank der robusten Bauweise der swissQprint-Maschinen, sorgfältiger Pflege und jährlicher vorsorglicher Wartung sind sie so gut in Schuss, dass einige im Rahmen eines Generationentausches an andere Betriebsstandorte übersiedelt werden konnten. Auch dort bietet swissQprint nach wie vor umfassenden Support. »So verlängern wir den Lebenszyklus dieser ohnehin zuverlässigen und hochwertigen Drucker und vermeiden unnötige Neuanschaffungen«, fasst Pascal Neumann zusammen und ergänzt, dass man dank gezielter Nachrüstungen immer auf dem neusten

Stand bleibe und Kunden direkt davon profitierten. Jüngstes Beispiel ist eben diese Nachrüstung von Light-Schwarz bei vier Flachbettdruckern.

Verbesserte Bildqualität

Die erweiterte Graubalance ermöglicht eine differenzierte Detailwiedergabe in Schwarzbereichen und sorgt für sanfte, natürliche Hauttöne. Großformatige Motive erhalten so eine neue Tiefe und Ausdrucksstärke, kleinere Formate erhalten bei geringerem Betrachtungsabstand weichere Übergänge und schärfere Details.

Partnerschaft auf Augenhöhe

Die langjährige Zusammenarbeit mit swissQprint basiert auf Vertrauen und dem gemeinsamen Ziel, höchste Qualität zu liefern. »Technik und Mensch arbeiten bei uns Hand in Hand«, so Pascal Neumann abschließend. »Mit zuverlässigen Maschinen, engagierten Mitarbeitenden und konsequentem Blick für nachhaltige Optimierung entstehen Cewe-Produkte, die Tag für Tag überzeugen.«

Pascal Neumann: »swissQprint ermöglicht es uns, bestehende Anlagen auch nach Jahren gezielt nachzurüsten.«  @ . Cewe



Ernst Glatz

Thomas Lagler

Alfred Wittwer

Stefan Bachmayer

Adrian Meyer

Daniel Hämmerle

Markus Konz

Heinrich Maag



**CHROMOS ÖSTERREICH STEHT FÜR INNOVATIVE
LÖSUNGEN IM AKZIDENZ-, ETIKETTEN- UND
VERPACKUNGSDRUCK.**

**JAHRZEHNTELANGE BRANCHENERFAHRUNG UND
EXZELLENTES SERVICEMANNESCHAFT INKLUSIVE.**



CHROMOS.AT

CHROMOS
ÖSTERREICH



Golden Pixel Award

GP 25

**Auszeichnung
für fortschrittliche
und innovative
Druckprojekte**

Herausragende österreichische
Drucklösungen und -Projekte
in 17 Kategorien.
Der Leistungsbeweis einer
lebendigen Druck- und
Verpackungsindustrie!

Alkzidenzen

BURGO
GROUP

Wellpappe POS Display

 QuarterPack

Ökologisch & Umweltfreundlich

HEIDELBERG

Innovative Geschäftsmodelle

VTC

Geschäftsberichte

**BERBERICH
PAPIER**

Cross Media Projekte

**ROGLER
SOFTWARE**

Magazine

ECO3
YOU PRINT. WE CARE.

Buch & Bildbände

KOENIG & BAUER

Printer's Best

hp

Sensorische Projekte


KONICA MINOLTA

Studentenprojekte


ARCTIC PAPER

Direct Mail & TransPromo

xerox™

Plakat & Visuelle Kommunikation

FUJIFILM
Value from Innovation

Verpackungen

 **BOBST**

Freestyle

Canon

Etiketten

C CHROMOS
ÖSTERREICH

Flexodruck

gmg color

Eventpartner

sappi

simsa GmbH

Siebdruck | Druckveredelung

Wir bedrucken für Sie fast alles, mit dem Ihre Druckmaschinen nicht mehr zurecht kommen: Durchgefärbte Papiere, dicke Pappen, Buchbinderleinen, Metallic-Papier, Papiere mit grober Struktur...

Telefon: 01/689 19 50

✉ simsa@simsa.at, www.simsa.at
Oberlaaer Straße 226, 1100 Wien

Vertriebsprofi (m/w/d) gesucht!

Hochmoderne Traditionsdruckerei
sucht Verstärkung im Vertrieb.

- **Aufgaben:** Betreuung und Ausbau bestehender Kund*innen, Gewinnung neuer Geschäftspartner*innen sowie Angebotserstellung und Vertragsverhandlungen.

- **Profil:** Vertriebserfahrung (idealerweise im Druckbereich), kommunikativ, verhandlungssicher und abschlussstark. Reisebereitschaft und digitale Affinität; ein Kund*innenstamm ist von Vorteil.

- **Wir bieten:** Stabiles Unternehmen mit flachen Hierarchien, Firmenwagen (auch privat nutzbar), Fixum plus attraktives Provisionsmodell und abwechslungsreiche Aufgaben in einem motivierten Team.

Jetzt bewerben unter s.kaiser@gutenberg.at

 GUTENBERG.at
seit 1910

AMMERER

Die besten Marken haben einen Namen

Wir suchen für unseren
Standort in Linz einen

TECHNIKER IM AUSSENDIENST

Bewerbungen bitte an:
backoffice@ammerer.at
Bei Fragen freuen wir
uns auf Ihren Anruf:
0720 30 33 99
www.ammerer.at



BRANCHEN INDEX STELLEN MARKT



Ing. Harald Sexl MBA

Allg. beeid. und gerichtlich zertifizierter Sachverständiger
Ingenieur- & Sachverständigenbüro

Interner Auditor (m/w/d) für interne PEFC- und FSC-Audits gesucht

Gut eingeführtes, national und international tätiges Unternehmen sucht freiberufliche Unterstützung im Bereich interner Audits für PEFC- und FSC-Zertifizierungen.

Anforderungen

Wünschenswert sind nachweisbare Kenntnisse der Standards PEFC und FSC sowie Erfahrung mit internen Audits gemäß ISO 19011. Eine fundierte Einschulung kann bei Bedarf durch uns erfolgen.

Tätigkeit

Selbstständige Durchführung interner Audits bei zertifizierten Betrieben aus den Bereichen Handel, grafisches Gewerbe und Holzverarbeitung. Die Tätigkeit bietet hohe Flexibilität durch freie Termin- und Zeiteinteilung.

Voraussetzungen

Eigenverantwortliches Arbeiten, Verschwiegenheit, Reisebereitschaft im deutschsprachigen Raum.

Bitte beantworten Sie vorab in Ihrer Bewerbung folgende Fragen:

1. Welche Ausbildungen oder Schulungen vorzugsweise im Bereich PEFC/FSC haben Sie absolviert?
2. Haben Sie bereits Auditerfahrung? Wenn ja, in welchen Branchen?

Wir freuen uns über Ihre aussagekräftige Bewerbung an:

Sachverständigenbüro Harald Sexl GmbH
H. Tinhof Straße 9/5 | 7000 Eisenstadt | M: +43 664 10 00 848
www.sexl.at | harald@sexl.at

WIEN ALS STADT DER BILDER

DIE FOTO WIEN 2025 BELEUCHTET ZUKUNFTSSZENARIEN IM SPIEGEL DER FOTOGRAFIE

Wie verändert sich unsere Wahrnehmung von Zukunft im Zeitalter von Künstlicher Intelligenz, virtuellen Realitäten und algorithmisch erzeugten Bildern? Und wie reagiert die Fotografie auf diese Entwicklungen – formal, inhaltlich, politisch?



Kate and Odie, 2017.

✖ © . Marie Tomanova

Mit den Arbeiten von 333 Künstlern an 99 teilnehmenden Standorten bewegt sich Österreichs größtes Fotofestival in seiner 11. Ausgabe im Spannungsfeld von Bild, Wissenschaft, Technologie und Gesellschaft. So man sich unter dem Motto »dynamic futures« aktuellen und spekulativen Zukunftsfragen – und rückt dabei die Fotografie als künstlerisches, dokumentarisches und forschendes Medium ins Zentrum.

Seit dritten Oktober bis zweiten November 2025 verwandelt sich Wien wieder in eine Stadt der Bilder. Veranstaltet vom Foto Arsenal Wien, wird das Festival zu einer

stadtweiten Plattform für Fotografie und lens based media. Mit dem Foto Arsenal Wien als Festivalzentrum dehnt sich die Foto Wien über das gesamte Stadtgebiet aus: Museen, Ausstellungshäuser, Galerien, Bibliotheken, Universitäten, Off-Spaces und Studios machen Fotografie sichtbar und zugänglich – niederschwellig, diskursiv und offen für alle. »Foto Wien bringt Fotografie in den öffentlichen Raum und damit direkt zu den Menschen. Mit Ausstellungen, Talks und Aktionen im Stadtraum wird kulturelle Teilhabe gefördert und gezeigt, wie vielfältig, kritisch und gesellschaftsrelevant zeitgenössische Fotografie ist. Das Festival bietet Diskursräume zu aktuellen Themen und wird damit auch zum Schaufenster des Foto Arsenal Wien – es zeigt, wofür wir stehen: fotografische Exzellenz, Diskurs und Zugänglichkeit«, erklärt Felix Hoffmann,

Festivaldirektor der Foto Wien und Artistic Director des Foto Arsenal Wien. »Zudem macht das Festival unsere kuratorische Arbeit sichtbar und vernetzt uns mit der lokalen wie internationalen Fotoszene«, so Hoffmann weiter. Eine offene Ausschreibung ermöglichte es einer breiten Vielfalt an Akteuren, eigene Beiträge einzureichen. Eine interdisziplinäre Jury wählte daraus ein Programm aus, das historische Perspektiven ebenso berücksichtigt wie gegenwärtige Bildpolitiken und spekulative Zukunftsentwürfe.

Die Foto Wien ist Teil des European Month of Photography (EMOP) – einem Netzwerk europäischer Fotofestivals, das seit 2003 Fotografie als Medium der Gegenwartsbeobachtung in den Fokus rückt. ●

www.fotowien.at, www.fotoarsenalwien.at

MEDIEN KOMMUNIKATION DESIGN



Gewista CEO Franz Solta in der mobilen Wartehalle. ✕ © . Christoph Dittrich

news

WARTEHALLE TO-GO GEWISTA ÜBERRASCHTE BEI DEN MEDIENTAGEN 2025

Das Unternehmen sorgte bei den diesjährigen Österreichischen Medientagen, am 24. und 25. September, für ein besonderes Highlight: Erstmals präsentierte der Marktführer im Out-of-Home-Bereich einen außergewöhnlichen Messestand in Form einer mobilen Wartehalle. Eine Innovation, die Kreativität und Funktionalität verbindet und zeitgleich das Publikum interaktiv einbindet.

Darüber hinaus war Gewista auch am Podium vertreten: CEO Franz Solta diskutierte in einem Talk über die Zukunft der Mediengattungen in der Werbewelt von morgen. Im Zentrum des Auftritts stand die erste mobile Wartehalle Österreichs, entwickelt von Gewista Innovate. Mit nur wenigen Handgriffen entsteht aus einem kompakten Bausatz eine urbane Wartehalle, wodurch Out-of-Home-Kreativität erstmals auch im Indoor-Bereich erlebbar gemacht wird. Die mobile Wartehalle basiert dabei auf einem refurbisched City Light, das auf neue Art und Weise inszeniert wird.

Besucher der Medientage konnten sich im Inneren der mobilen Wartehalle auf ein

eigens entwickeltes Jump & Run Spiel freuen: In einer grauen 2D-Landschaft mit Werbeträgern springt ein Avatar über Hindernisse. So entsteht ein spielerisches Erlebnis, das die Wartehalle in einen lebendigen Erlebnisraum verwandelt. Neben der spielerischen Komponente überzeugt die Wartehalle durch praktische und gestalterische Details: eine Sitzbank mit Stauraum, modular erweiterbare Aufbauten und Holzflächen im original geölten Eichenlook der Wiener Linien-Stationen, auf denen Ausstellungsstücke präsentiert werden können. ●

EUROSHOP WIRD 60

VON DER SCHAUFENSTERMESSE ZUM GLOBAL RETAIL FESTIVAL

Eine Messe, die nicht fragt, was verkauft wird, sondern wie: Mit dieser Idee startete 1966 die EuroShop in Düsseldorf und widmete sich einem Thema, das die Branche damals wie heute bewegte: dem Handel der Zukunft.

60 Jahre später ist aus dieser Vision die weltweit führende Plattform für Retail Innovationen geworden. 2026 wird in Düsseldorf das 60-jährige Bestehen mit einem »Global Retail Festival« gefeiert. Denn als sich vom 11. bis 15. Juni 1966 rund 330 Aussteller aus elf Ländern den über 30.000 Besuchenden auf 17.193 Nettoquadratmeterfläche präsentierten, ahnte noch niemand, dass sich die EuroShop zur weltweit führenden Fachmesse des Handels entwickeln würde. Die Ausstellung zeigte vornehmlich Ladenbau, Ladeneinrichtungen, Kühlmöbel, Kassen und Schauwerbemittel. »Hot Topics« waren unter anderem »die moderne Drogerie«, »Textilien modern verkaufen« und »Tiefkühlkost als Ware der Zukunft«. Anfangs begegnete der Handel der neuen Messe mit Skepsis. Doch schon zur zweiten EuroShop 1968 sprach die Presse von »Weltgeltung«.

Die EuroShop war stets Spiegelbild der großen Transformationen im Handel. Mitte der Sechziger lösten Selbstbedienung, Discountprinzip und offene Warendarbietung die traditionellen Tante-Emma-Läden ab. 1965 beschloss die Messe Düsseldorf gemeinsam mit dem EHI Retail Institute, das damals noch »Institut für Selbstbedienung« hieß, eine neue Fachmesse speziell für den Handel aus der Taufe zu heben: die EuroShop – Europäische Ausstellung mit Kongress »Moderne Läden und Schaufenster«. Von da an erweiterte sich das Angebot der EuroShop stets mit den Neuerungen im

Handel. In den 1970er Jahren hielten Beleuchtung, modulare Ladenkonzepte und elektronische Kassensysteme Einzug. 1975 wechselte die EuroShop aufgrund der mittelfristig angelegten Innovationspotenziale im Ladenbau in den bis heute gültigen Dreijahresrhythmus. 1978 ersetzte der zweifarbige EuroShop-Stern das alte Logo eines Ladens und Schaufensters. Das Markenzeichen steht für das Summenzeichen der Kassen, später aber vor allem für das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage der gesamten Investitionsgüterbereiche des Handels. Die 1980er standen im Zeichen technologischer Umbrüche: »Scanning in aller Munde«, schrieb die Lebensmittel Zeitung 1981, als Barcodes und automatische Warenwirtschaft vorgestellt wurden. Bald rückten bargeldloses Zahlen, Leergutrücknahme und Recycling in den Fokus – Themen, die die EuroShop frühzeitig aufgriff. In den 1990er Jahren wurden Läden zu Markenbühnen. Die EuroShop begleitete diesen Wandel mit innovativem Shopfitting, neuen POS-Technologien und den ersten elektronischen Preisschildern. 1996 sorgte ein Virtual-Reality-Prototyp für 80.000 DM für Aufsehen – ein Vorgeschmack auf die digitale Zukunft. Mit der Jahrtausendwende rückten multisensorische Erlebnisse, E-Commerce, RFID und Mobile Payment in den Mittelpunkt. Ein Jahr später feierte die EuroCIS als eigenständige Technologiemesse Premiere. Heute ist sie Europas führendes Event für Retail Technology. In den 2000er Jahren prägten Nachhaltigkeit, Omnichannel und Emotionalisierung das Bild. Mit neuen Sonderflächen wie dem Designer Village und renommierten Awards wie reta werden Highlights der EuroShop geboren. 2017 entstehen die sieben Erlebnisdimensionen, die die Messe noch heute in ähnlicher Form gliedern. Die 2020er Jahre brachten besondere Herausforderungen:

2020 fiel die Messe mitten in den Beginn der Corona-Pandemie. Die Besucherzahlen litten, doch die Innovationskraft blieb. 2023 markierte das große Wiedersehen: Digitalisierung, Energiemanagement und Nachhaltigkeit dominierten die Agenda, begleitet von spürbarer Aufbruchsstimmung.

Heute, 60 Jahre nach ihrer Gründung, zeigt sich die EuroShop als kosmopolitische Messesfamilie: 1997 kam die EuroCIS als eigenständige Messe für Retail Technologie dazu, im Ausland entstanden internationale Spin-offs wie die China in-store in Shanghai und die in-store Asia in Indien. Zum 60. Jubiläum folgt ein weiterer Meilenstein der Expansion: Vom 26. bis 28. Oktober 2026 feiert die EuroShop Middle East in Dubai Premiere – ein klares Signal für die weltweite Relevanz der Marke.

Grund genug zu feiern: Vom 22. bis 26. Februar 2026 verwandelt sich das Messegelände in ein Global Retail Festival. Neben der Ausstellung mit rund 1.900 Ausstellern aus über 60 Nationen erwartet die Gäste ein umfangreiches Rahmenprogramm mit sieben Stages, vielen Sonderflächen wie zum Beispiel dem Designers' Village und der neuen VM Experience oder auch Guided Innovation Tours zu spannenden Ausstellern und Store Tours durch Düsseldorf. Networking-Formate wie Co-Working-Spaces und mobile Happy Hours laden ebenfalls zum Austausch der Retail Community ein. Mit ihrer 60-jährigen Geschichte ist die EuroShop längst mehr als eine Messe. Sie ist Impulsgeberin, Innovationsplattform und familiäres Netzwerk. Oder, wie es einst ein Journalist über die EuroShop schrieb: »Die Uniformität des Standbildes ist der Individualität, dem Mut zu Wagnissen in einem Umfang gewichen, den selbst Fachleute nicht erwartet hatten.« Eine Aussage, die auch 2026 aktueller nicht sein könnte. ●



1966 – Blick in die Ausstellungshalle.



1966 – Messegelände.



1970 – Mannequins.



1972 – Mannequins.



1978 – Gelände.



1975 – Einkaufswagen.



1981 – Schaufensterwerbung in Düsseldorf.



1984 – Kassentisch.



1996 – Virtual Reality in der Ausstellung.

KONICA MINOLTA MIT ACCURIOJET 30000

UV-INKJET-DRUCKMASCHINE FÜR MEHR PRODUKTIVITÄT

Konica Minolta stellt mit der AccurioJet 30000 ein neues digitales UV-Inkjet-Drucksystem mit erweiterten Farboptionen, erhöhter Produktionsstabilität und verbesserter Medienverarbeitung vor.

Die AccurioJet 30000 baut auf Qualität und Technologie der AccurioJet KM-re-Serie auf, die sich weltweit bereits mehr als 350-mal bewährt hat und ist seit Juni 2025 verfügbar. Es bietet eine stabile, farbgenaue digitale Druckplattform mit einem Inkjet-Druckkopfdesign, das mit der patentierten Dot-Freeze-Technologie ausgestattet ist.

Vielseitigkeit schafft kreative Möglichkeiten

Die AccurioJet 30000 unterstützt vielfältige Anwendungsbereiche. Die Edge-Processing-Technologie von Konica Minolta sorgt für eine schärfere Textqualität, eine echte Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi sowie einen erweiterten Farbraum und ermöglicht so eine Vielzahl kreativer Anwendungen. Das B2+-Format verstärkt die Flexibilität und Produktivität. Die Anlage produziert bis zu 3.000 Bogen pro Stunde im Schöndruck und bis zu 1.500 Bogen pro Stunde im Schön- und Widerdruck, ohne dass es zu Verzögerungen durch Trocknungszeiten kommt. Das System druckt auf Bogenstärken von 0,06 bis 0,6 Millimeter sowie auf Spezialmedien, darunter stark strukturierte Papiere, Leinwand, Metallic- und transparente Substrate, Karton sowie Kunststoffe.

Neue Anwendungsmöglichkeiten

Das Anwendungsspektrum der AccurioJet 30000 ist ebenso breit gefächert wie die Medienvielfalt: Es reicht vom Druck von Menükarten, Beschilderungen, beleuchteten Postern, Verpackungen, Etiketten und Schreibtischkalendern bis hin zu Direktmailings, Fotoalben und vielem mehr.



✖ © . Konica Minolta



Die AccurioJet 30000 auf einen Blick:

- HD-Modus auf Knopfdruck für eine feinere Auflösung bei komplexen Abbildungen.
- Neuer Druckkopf HM201 zur Optimierung des Farbauftrags in Abhängigkeit zum Bedruckstoff sowie zur Aufrechterhaltung einer gleichbleibenden Verarbeitungstemperatur in den Druckköpfen.

- Verbesserte RIP-Leistung durch Optimierung der neuesten CPU- und Speicherkonfigurationen sowie Beseitigung von Wartezeiten durch eine PreRIP-Verarbeitung.
- Einführung neuer Mediensensoren und eines Spektralphotometers zur Sicherstellung einer kontinuierlichen Bildqualität mit automatischer Korrektur während der laufenden Jobverarbeitung.
- Neue Farnebel fänger zur Reduzierung der Wartezeit.
- Eine Maschinenkonstruktion, die weitgehend vom Bediener gewartet werden kann und gleichzeitig von neuen Fernwartungsdiensten profitiert.
- Ein verbessertes Datenverarbeitungssystem (Inkjet Manager) ermöglicht eine einfache Integration in bestehende Offset-Workflows.
- Inline-Schnittstelle für Weiterverarbeitungssysteme von Drittanbietern.
- Interessante Konditionen für die Heißfolienpräge-Lösungen runden das Angebot ab und ermöglichen Anwendern hochwertige Veredelungen im Premiumbereich. ●

PRODUKTION & TECHNOLOGIE

news

FUNNY REVORIA EC2100S BEI INDIGO ROSS

Die Full-Service-Kreativ- und Druckagentur Indigo Ross hat ihre hauseigene Produktionskapazität mit der Installation einer Fujifilm Revoria EC2100S 5UPER COLOUR Digitaldruckmaschine erweitert. Mit 14 Mitarbeitern und einem Umsatz von rund 1,2 Millionen Pfund bietet das Unternehmen in Suffolk seit 1995 hochwertige Design-, Druck- und Webservices an. Geschäftsführer Phil Roper erklärt: »Wir haben schon immer daran geglaubt, in Sachen Digitaldruck die Nase vorn zu behalten. Unsere erste Investition in den Digitaldruck war vor etwa 20 Jahren. Im Laufe der Jahre haben wir viele Lieferanten eingesetzt und freuen uns nun über die Zusammenarbeit mit Fujifilm. Es ist unsere erste Investition in Fujifilm, aber vom Verkauf bis zur Installation war sie absolut

punktgenau. Als es um die Wahl einer neuen Druckmaschine ging, war die Revoria EC2100S für uns einfach nur sinnvoll. Die Tatsache, dass es sich um ein Fünffarbmodell handelt, zeichnet es wirklich aus.«

Ein neuer Auftrag hat diesen Vorteil deutlich gemacht. Phil weiter: »Vor ein paar Wochen mussten wir einem Gewerbekunden einen 116-seitigen Jahresbericht liefern – fünf Farben mit einem wirklich lebendigen Pantone 1505 Orange. Normalerweise würden wir das in den Offsetdruck auslagern, aber die Zeit war zu knapp. Die fünfte Farbe der Revoria rettete den Tag – digital hätten wir dieses Orange einfach nicht vorher erreichen können. Jetzt können wir hochwertige, anspruchsvolle Aufträge intern behalten und

die volle Kontrolle über Qualität und Lieferzeit behalten.«

Phils Fazit: »Letztendlich möchte niemand Arbeit outsourcen, wenn er nicht muss – das ist das Fazit. Mit der Revoria EC2100S haben wir die Kapazität, Qualität und die erweiterte Farbpalette, um mehr Aufträge intern zu erledigen. So können wir uns beruhigen auf größere Auflagen konzentrieren und haben einen Wettbewerbsvorteil. Und wir haben gerade erst an der Oberfläche gekratzt – da wir uns mit den Automatisierungsfunktionen vertraut machen, können wir die Effizienz noch weiter steigern. Es ist gut zu wissen, dass wir eine Maschine haben, die mitwachsen kann.«



50 JAHRE CANON AUSTRIA EIN JUBILÄUM MIT MASSGESCHNEIDERTEN ANGEBOTEN

Canon Austria feiert sein 50-jähriges Bestehen und blickt auf ein halbes Jahrhundert voller technologischer Innovationen und nachhaltiger Entwicklung zurück. Seit der Gründung im Jahr 1975 hat sich Canon Austria als verlässlicher und erfolgreicher Partner etabliert, sowohl im Consumer- als auch im B2B-Bereich.



50 JAHRE CANON AUSTRIA

Happy Birthday Canon Österreich. ✖ @ . Canon

Anlässlich dieses besonderen Jubiläums bietet das Unternehmen nun exklusive Promotions, von attraktiven Sonderangeboten über maßgeschneiderte Lösungen bis hin zu limitierten Produkt-Bundles. Canon Austria ist heute ein führender Anbieter im Bereich Imaging- und Doku-

menten-Lösungen. Als Teil eines globalen Technologiekonzerns mit tausenden Patentanmeldungen pro Jahr steht man für Fortschritt und Verantwortung. Auch als Arbeitgeber setzt Canon Austria Maßstäbe mit modernen Arbeitsmodellen und sozialem Engagement. »50 Jahre Canon Austria stehen für kontinuierliche Weiterentwicklung, starke Kundenbeziehungen und den Anspruch, mit innovativen Lösungen einen echten Mehrwert zu schaffen«, sagt Wilbert Verheijen, Managing Director Canon Austria und Canon CEE. »Wir sind stolz auf unsere Geschichte und freuen uns darauf, gemeinsam mit unseren

Partnern und Kunden die Zukunft zu gestalten.«

Neue Firmenzentrale mit Wow-Faktor

Mit seiner neuen Firmenzentrale ist der Canon Standort in Wien nicht nur das Herzstück für den österreichischen Markt, sondern auch ein strategischer Dreh- und Angelpunkt für Zentral- und Osteuropa. Die enge regionale Vernetzung und die starke lokale Verankerung unterstreichen die Bedeutung Wiens innerhalb der gesamten Canon Gruppe als Innovationszentrum, Kompetenz-

»50 Jahre Canon Austria stehen für kontinuierliche Weiterentwicklung, starke Kundenbeziehungen und den Anspruch, mit innovativen Lösungen einen echten Mehrwert zu schaffen«, sagt Wilbert Verheijen, Managing Director Canon Austria und Canon CEE. »Wir sind stolz auf unsere Geschichte und freuen uns darauf, gemeinsam mit unseren Partnern und Kunden die Zukunft zu gestalten.«

✖ ©. Canon

standort und Brücke in dynamische Wachstumsmärkte.

Die Zeitreise durch fünf Jahrzehnte zeigt Canon als treibende Kraft technologischer Entwicklungen: Für Privatkunden reicht die Bandbreite von ikonischen Kompakt- und Spiegelreflexkameras über wegweisende digitale Foto- und Videotechnologien bis hin zu modernen spiegellosen Systemen und hochwertigen Drucklösungen für zu Hause. Im Office-Bereich reicht die Entwicklung von analogen Kopierern über Laserdruck, Fax und Multifunktionssysteme bis hin zu Softwarelösungen für Dokumentenmanagement und Informationssicherheit. Im Produktionsdruck hat Canon mit Farblaser- und Inkjet-Technologien neue Maßstäbe gesetzt, von personalisiertem Druck über großformatige UV-Gel-Systeme bis hin zu innovativen Lösungen für die technische Dokumentation mit Großformat-Systemen. Darüber hinaus zeigt Canon mit Initiativen wie »World Unseen« auch gesellschaftliche Verantwortung. Im Rahmen des Jubiläums bietet Canon Austria ausgewählte Aktionen, die gezielt auf unterschiedliche Kundengruppen zugeschnitten sind. Für Unternehmen gibt es folgende Angebote:

- Multifunktionssysteme zum halben Preis, darunter der imageRUNNER ADVANCE DX C3922i – mit 50 Prozent Rabatt auf Hardware, Installation und Druckkosten sowie einer 50-tägigen risikofreien Testphase.
- Produktionsdruck mit Software-Power: Beim Kauf eines Canon imagePRESS Systems erhalten Kunden die PRISMAPrep Software im Wert von 12.000 Euro für 50 Tage kostenlos – inklusive Einschulung und Installation.
- Digitale Prozessanalyse: Unternehmen profitieren von 50 Prozent Rabatt auf Pre-Sales Workshops zur Digitalisierung ihrer Informationsprozesse.
- Großformatdruck zum Jubiläumspreis: Der Canon imagePROGRAF TM-350 ist als vielseitiger Allrounder für technische und kreative Anwendungen zum Aktionspreis erhältlich. ●



ENJOY THE BRIGHT
SIDE OF LIFE
Verwirklichen Sie
sich in jedem Moment

Niveus®

SUPERIOR FIT+ COLOR FREE



Niveus® Papiere sind Cradle to Cradle Certified® in der Stufe Bronze. Cradle to Cradle Certified® ist ein eingetragenes Markenzeichen des Cradle to Cradle Products Innovation Institute.



shop.berberich-papier.at

Setzen Sie Ihre Ideen mit Niveus® in Szene. Nutzen Sie die Gelegenheit, sich mit unvergleichlicher Klarheit und lebendigen Farben auszudrücken. Mit hervorragender Weiße und scharfen Kontrasten. Dank der lebendigen Vielfalt meistern Sie mühelos jede alltägliche Herausforderung. Mit starker und nachhaltiger Wirkung. Mit Niveus® sind Sie immer auf der Sonnenseite des Lebens.

mymondi.net/niveus



KOENIG & BAUER

NEUER INITIATIVE

»PROTECTED AT PRINT«

Mit der Initiative »protected at print« gibt Koenig & Bauer Vision & Protection der Druckindustrie neue Impulse und hilft seinen Kunden, ihre Wertschöpfungskette zu erweitern. Mit dem Engagement sollen Druckereien in die Lage versetzt werden, sich von reinen Dienstleistern zu vollwertigen Schutzpartnern für ihre Kunden zu entwickeln.

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

✖ © . Koenig & Bauer

Diese neue Positionierung eröffnet den Druckereien zusätzliche Einnahmequellen, stärkt die Kundenbindung und schafft entscheidende Wettbewerbsvorteile. Koenig & Bauer Vision & Protection bietet unter dem Dach von »protected at print« Technologien, die direkt im Druckprozess angewendet werden können, darunter Stegano, Daktylo und Ovjera. Durch die direkte Integration dieser Sicherheitslösungen erhöht sich nicht nur die Produktsicherheit, sondern auch die Produktionseffizienz.

Produktlaunch: varnish protect ,aegis‘

Als erstes Produkt dieser Aktivitäten stellt Koenig & Bauer varnish protect ,aegis‘ vor. Diese Lackschutzlösung nutzt die Stegano-Technologie, um versteckte Informationen wie Codes oder Bilder nahtlos in die Lack-schicht von Druckerzeugnissen zu integrieren, ohne das Produktdesign oder bestehende Produktionsprozesse zu beeinträchtigen. Ein herausragender Vorteil ist, dass eine einzige Lackplatte für unterschiedliche Kunden und Druckaufträge eingesetzt werden kann, was den Produktschutz für Druckereien höchst effizient macht. »In einer Welt, in der die Bedrohungen für Produkt- und Markensicherheit ständig zunehmen, bietet Koenig & Bauer Vision & Protection wichtige, innovative und zuverlässige Lösungen«, so Julian Schubert, CEO Koenig & Bauer Vision & Protection. »Varnish protect ,aegis‘ verkörpert unsere Mission, Schutz einfach, intelligent und für jeden zugänglich zu machen. Wir übertragen unsere umfassende Expertise aus



dem Hochsicherheitsdruck direkt, um auch anderen Produkten einen unvergleichlichen Schutz zu bieten.« Produktpiraterie kostet Unternehmen jährlich Milliarden, nicht nur durch Umsatzeinbußen, sondern auch durch schwindendes Kundenvertrauen und einen beschädigten Markenruf. Varnish protect ,aegis‘ ist hierbei ein wirksames Werkzeug, um mit kryptografischer Sicherheit und sofort aktivem Herkunftsnachweis, der eine Rückverfolgbarkeit bis auf die Chargenebene ermöglicht, die Integrität von Marken zu festigen. Das Tool ist ideal geeignet, um Waren in kritischen Märkten wie Babynahrung, Gesundheitsprodukte, Pharmazeutika und Spielzeug zu schützen und Authentizität dort zu gewährleisten, wo es am wichtigsten ist.

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

aufs Druckbild anpassbare Lackplatten, die sich wie jede Standard-Lackplatte in das Lackierwerk integrieren lassen. Dies gewährleistet, dass es keine Beeinträchtigung der Produktionsgeschwindigkeit oder -qualität gibt und bietet maximale Flexibilität auf verschiedenen Druckmaschinen und Technologien. Zudem ist die Technologie kompatibel mit einer breiten Palette von getesteten Lacken.

Nahtlose Verifizierung mit der App ,a verification app – ava‘

Marken, die ihre Produkte mit dieser Technologie schützen lassen, können die Echtheit der Erzeugnisse mithilfe der App ,a verification app – ava‘ überprüfen. Die unsichtbaren Daten können so einfach gelesen und verifiziert werden. Die App, eine robuste Multi-Technologie-Plattform, ermöglicht eine schnelle Offline-Verifizierung von Euro-Banknoten und aktivierten Verpackungen. Interessierte Kunden können Anschauungsmaterial bei Ihrer zuständigen Vertriebsdirektion erhalten. ●

**Freitag,
07. November 2025**

DRUCK MEDIEN TAG **Linz**



Fokus Nachhaltigkeit Druck und Verpackung neu denken

Wie können Druck und Verpackung zukunftsfähig, ressourcenschonend und gleichzeitig wirtschaftlich gestaltet werden? Der Druck Medien Tag widmet sich genau dieser Frage – mit Fokus auf Innovation, Klimaschutz und den verantwortungsvollen Einsatz von Technologie.



Jetzt anmelden
druckmedien.at/dmt2025

Freuen Sie sich auf unsere Top-Speaker:innen Unter anderem mit:



Roman Weishäupl
Director Innovation
bei FUTURE CANDY



Barbara Herbst
Gründerin und
Geschäftsführerin
von en.AI.ble



Rüdiger Maaß
Mitbegründer der
Initiative WE.LOVE.PRINT



Klaus Reisinger
Geschäftsführender
Gesellschafter von
ClimatePartner Austria

RÜCKBLICK AUF 25 JAHRE PRINT & PUBLISHING DER BLICK NACH CHICAGO

Die Branche blickte im September 2021 mit großem Interesse nach Chicago. Die Konjunkturnebel sollten sich verziehen und wie wir heute wissen, kam mit 09 11 dann alles anders.



Hier das Cover der Ausgabe 99/2001.



Heidelberg on tour im Jahr 2001.

Das Handelshaus druma feierte seinen 50 Geburtstag und wir gratulierten dem langjährigen partnerschaftlichen Wegbegleiter.

Xerox warb mit wunderbaren doppelseitigen Inseraten für die DocuColor 2060. Kataloge, Broschüren, Flyer oder Direct Mails konnten so in feiner Qualität umgesetzt werden.

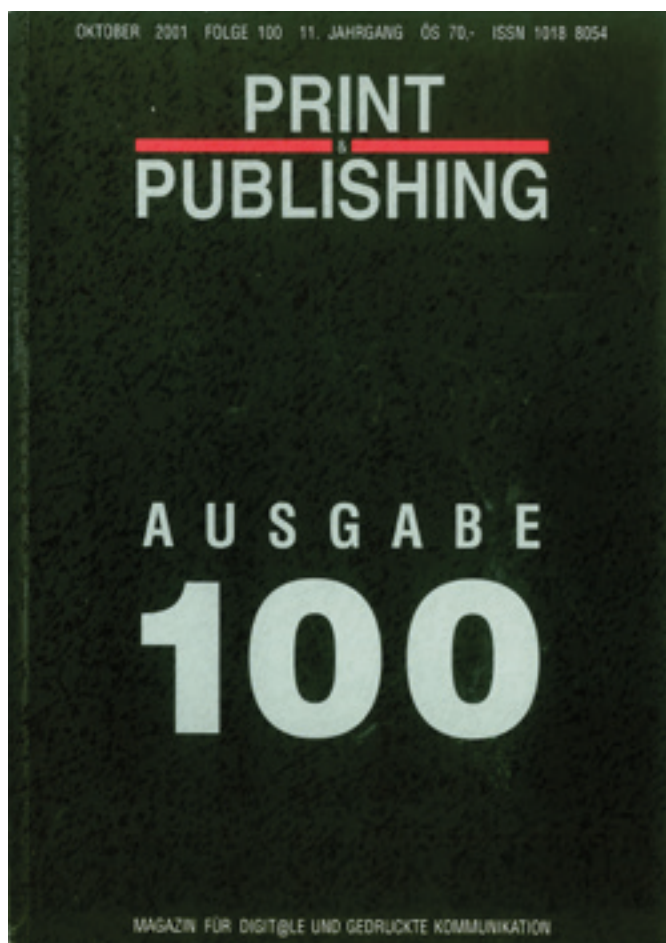
Mit ebenfalls doppelseitigen Anzeigen warben wir für unsere 100. Ausgabe, die dann im Oktober erschien. Es war die erste »Black Issue«, auf die noch weitere folgen sollten.

Achtung, der Euro war im Anrollen. Wir präsentierten den genauen Zeitplan zur Umstellung, die mit der Doppel-Bargeldphase am ersten Jänner 2002 begann.

Unser Autor Uwe Clever düste nach Kiel, um die dortige, geheime und im Aufbau befindliche Nexpress Produktion von Heidelberg zu erkunden. Es war seinerzeit keine schlechte Idee von Heidelberg, eine derartige Fertigung in Europa aufzubauen. Rochester war weit weg und der CEO Heidelberg Digital Wolfgang Pfitzenmaier setzte auf eine sichere europäische Fertigung. ●

DIE AUSGABE 100

Mit großer Freude präsentierten wir unsere 100. Ausgabe im schwarz/silbernen Design. Es war die Nummer nach unserer sicheren Rückkehr aus Chicago, vollgepackt mit Erlebnissen, Storys und Emotionen. Vor allem die Nachricht, dass Benny Landa Indigo an HP verkauft hatte.



Hier das Cover der Ausgabe 100/2001.

Unser Editorial widmeten wir mit einem großen Dankeschön allen Partnern und Wegbegleitern, die uns die 99 plus eine Ausgabe(n) treu begleitet hatten und damit unserem Medium ihre Wertschätzung zum Ausdruck brachten.

Mit einem umfassenden Rückblick ließen wir die 99 Ausgaben Revue passieren ... welche Freude zu sehen, wie viele Unternehmen in der Zuliefer- und Papierindustrie seinerzeit aktiv waren.

Der Präsident des Verband Druck und Medien, KR Michael Hochenegg gratulierte uns mit einem zweiseitigen Gastkommentar. Am

Beginn stand zu lesen: »Ich beglückwünsche das Team von PRINT & PUBLISHING zur 100. Ausgabe. Ihr Magazin hat die österreichische Druckbranche in einer Zeit rascher und großer Umbrüche mit Fachartikeln, Berichten und Kommentaren begleitet und so den Unternehmen wichtige Informationen und Denkanstöße geliefert.«

Unsere Gastkommentatoren, wohl das Who is Who der Branche, hier aufgelistet in nicht alphabetischer Reihenfolge:

- Bernhard Schreier, CEO Heidelberger-Druckmaschinen
- Gerd Finkbeiner, CEO MAN Roland Gruppe

- Rudolf Weiss, Geschäftsleitung Vegra Austria
- Michael Zwingl, Geschäftsleitung KPG Austria
- Klaus Schmidt, Marketing Direktor KBA-Gruppe
- Uwe Kemm, Geschäftsleitung Adobe Systems GmbH
- Leopold Hauer, Geschäftsleitung Canon Österreich und Osteuropa
- Gerhard Bliemel, Printing System Division Austria
- Gerhard Seiwald, Geschäftsleitung IT-Papier GmbH
- Walter Scheuch, Geschäftsleitung Apple Österreich
- Ronald Lumetzberger, HP Österreich
- Ludwig Bichler, Marketingleitung Neusiedler AG
- Wolfgang Henn, Vorstand Brüder Henn AG
- Herbert Dominkovitsch, Geschäftsleitung Papernet GmbH
- Thomas Haas, Ricoh Austria
- Leopold Kianek, Agfa Österreich
- Frank Bockermann, Verkaufsleiter Krause Biagosch
- Hans Peter Bauer, geschäftsführender Gesellschafter bauer + bauer
- Werner Mitteregger, Kurt Schwarz, Vorstände Europapier AG

Produziert wurde die 100. Ausgabe von PRINT & PUBLISHING bei Ueberreuter Print und Media in Korneuburg. Für den Vertrieb war die Printex in Wien verantwortlich.

Die Autoren der Ausgabe: Uwe Clever, Stefan Egger, Christian Forthuber, Beatrix Gezek, Alexander Glück, Philip Paris, Michael Seidl, Martin Seiter, Dr. Werner Sobotka (eh klar), Knud Wassermann und Kurt K. Wolf. ●



Konterkariert mit Vorgeschichte ...

Konterkariert – ein Wort, das so schön widersprüchlich klingt, dass es fast schon als Motto über der Grünangergasse in Wien prangen könnte. Wer, wenn nicht der Verband Druck Medien, sollte wissen, wie man sich selbst am besten ins Abseits rückt und druckt?

Man blättert also durch das neue Branchenblatt, das sich selbst so ernst nimmt, dass es gleich Gutenberg auf dem Cover mit einer KI verkuppelt. Ein Schelm, wer hier an einen Generationenkonflikt denkt – oder an einen Kurzschluss im Prompt. Aber gut, immerhin ist das Titelbild nicht von einer lokalen Druckerei, sondern von einer künstlichen Intelligenz. Regionalität, wie sie liebt und lebt – im Silicon Valley.

Apropos Regionalität: Da wird stolz ein Leitfaden für die Vergabe an heimische KMUs präsentiert. Ein Meilenstein, finanziert aus den prall gefüllten Verbandsschutteln, die irgendwo hinter dem Stephansdom schlummern. Brancheninsider fragen sich, ob die Betroffenen, die Entscheidungsträger, die diesen Vergabeleitfaden anwenden sollen, informiert werden? Denn die Behörden und öffentlichen Auftraggeber warten ja geradezu darauf, dass ihnen jemand sagt, wie sie ihren Job machen sollen. #sarkasmusaus.

Doch der eigentliche Höhepunkt: Das »Korrektorat« und nicht Lektorat wurde mit »chatGPT, Version GPT-5«; durchgeführt. In einem Land mit über 200 Schreib- und Übersetzungsbüros. Man könnte fast meinen, der Verband möchte zeigen, wie man mit maximaler Konsequenz an den eigenen Mitgliedern vorbeiarbeitet. Wer

braucht schon lokale Wertschöpfung, wenn man amerikanische Server mit Euro füttern kann?

Und dann das Impressum: Name der Druckerei, ja. Ort? Fehlanzeige. Aber keine Sorge, auf der Homepage wird die Einhaltung des Mediengesetzes gepredigt. Wasser predigen, Datenwolke trinken – so geht Branchenvertretung heute.

Fazit? Wenn es für Selbstironie einen Innovationspreis gäbe, die Grünangergasse hätte ihn sicher. Für alles andere bleibt nur: Bitte nicht nachmachen. Oder doch – aber dann wenigstens mit einem echten Lektorat. Und vielleicht einem Hauch Hausverstand.

**Diesmal ein grantiger Gruß aus
der Flaschenpostflasche von einem
aufmerksamen Branchenbeobachter
Ein Flaschenpostler! 🍷**

The Good Book



Das Buch wird durch höchste Qualität in Design, Papier und Inhalt vom einem Alltagsgegenstand zum Kulturgut erhoben. In der Publikation The Good Book feiern wir diese Verwandlung.

Alle Munken-Standardprodukte sind EU Ecolabel, FSC® FSC-C020637 und PEFC™ PEFC/05-33-99 zertifiziert.

Wenn Sie mehr erfahren möchten, besuchen Sie arcticpaper.com/munken-book



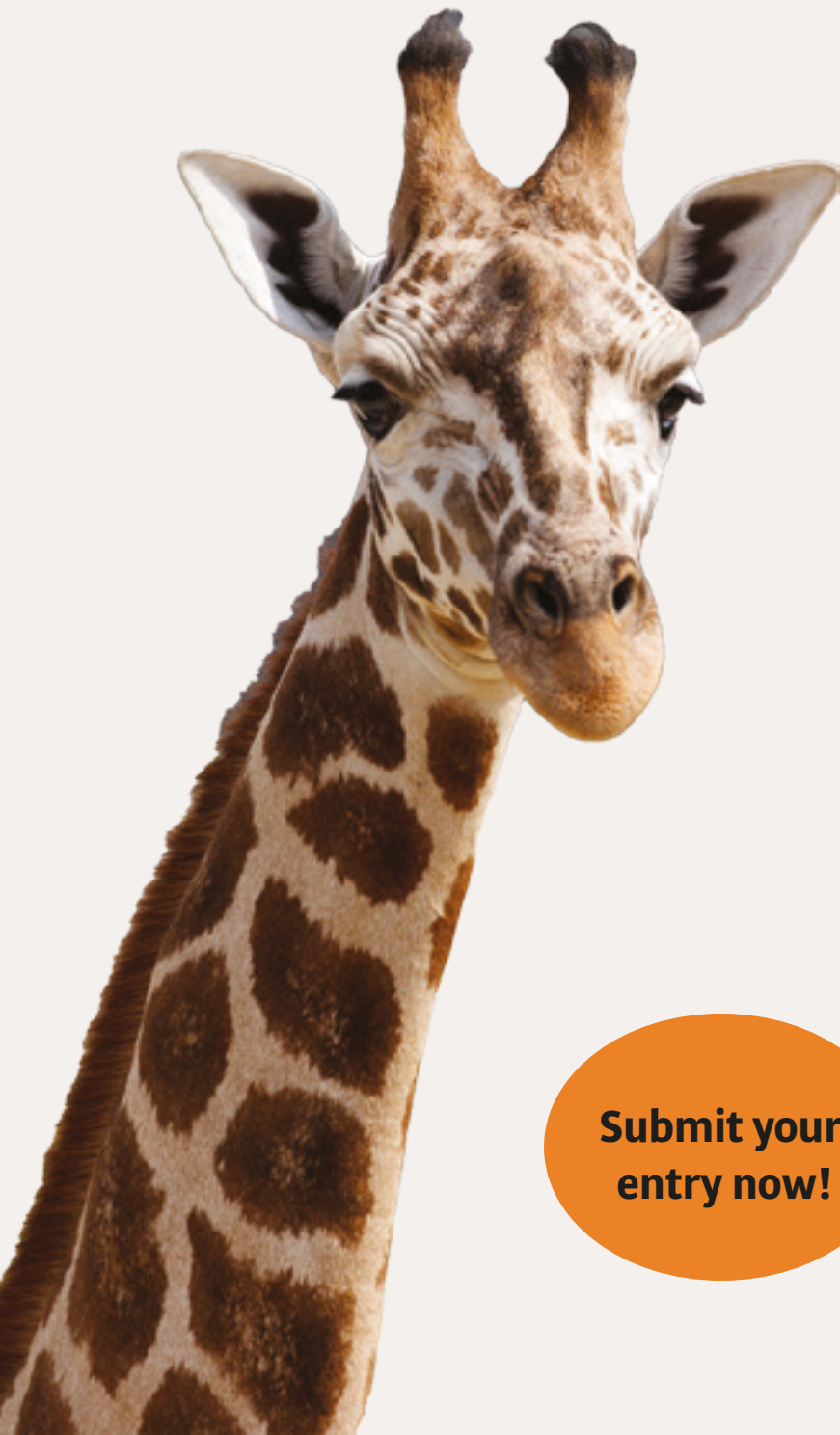
MUNKEN

Unique

Enter the EDP Awards 2026

and showcase your unique solution to the world.

Winners will be announced at Fespa 2026.



Launched in 2007 by the European Digital Press Association (which brings together 20 leading European trade magazines), the annual EDP Awards honor the most innovative and powerful solutions in the international digital print business.

THE 2026 CATEGORIES:

- | Software
- | Large & Wide format print
- | Commercial print
- | Packaging
- | Finishing & Embellishment
- | Robotics & Quality Control
- | Inks & Substrates

**Submit your
entry now!**

www.edpawards.com