

WE LOVE PRINT, MEDIA & COMMUNICATION

Mai 2026
Folge 295
36. Jahrgang
Euro 6,60
Issn 1018 8054

print^{and} Publishing EUROPE



DRUPA 2028 20

Neuer Markenauftritt für vernetzte Printing Solutions

90 JAHRE DURST 08

Von Präzision zu Industrial Intelligence

STAATSPREIS DESIGN 2026 26

Verbindung von Form, Funktion
und gesellschaftlicher Verantwortung

ÖSTERREICHISCHE POST AG MZ 12Z039233 M



YEARS OF INNOVATION

FESPA BARCELONA 2026

MAY 19–22, 2026
BARCELONA, SPAIN
Hall 3 A115 & B120

OUR WORLD
IS PRINTED.

durst-group.com/fespa2026

durst

Wenn die Zulieferindustrie aufgibt ... leidet der Kunde

So manch aktuelle Beispiele aus der Welt der Zulieferindustrie stimmen nachdenklich ... Fujifilm hat sich in den letzten Wochen beziehungsweise Monaten vollkommen überraschend von einigen Produktbereichen verabschiedet, sprich Produktlinien werden sang und klanglos gestrichen. Das betrifft in erster Linie die JetPress 720 und 750, von denen übrigens auch einige Anlagen in Österreich stehen und deren Installationen teilweise noch nicht allzu lange zurückliegen. Da kann sich Frustration breit machen, wenn man erfährt, dass das gute Stück mit einigem Investitionsaufwand nur mehr bis 2030 serviciert wird. Erschwerend kommt hinzu, dass die Maschinen aufgrund der Einstellung auch am Gebrauchtmaschinenmarkt nichts mehr wert sind. Da kommt keine Freude auf bei den Anwendern, die sich zwangsläufig bald um Ersatzanlagen umsehen müssen. Ähnliches wurde vor wenigen Tagen für den Bereich WideFormat angekündigt, der komplett eingestellt wird. Und da gibt es auch eine entsprechende Kundenbasis weltweit. Dem Vernehmen nach hat die Konzernzentrale in Japan auch die eigenen Mitarbeiter in Europa mit diesen Entscheidungen überrumpelt und ihnen diese praktisch über Nacht mitgeteilt. Man kann sich vorstellen, wie schwierig es sein muss, solche Nachrichten dann auch seine Kunden zu übermitteln, wo es oftmals eine über Jahre aufgebaute Vertrauensbasis gibt. Es stellt sich die Frage, wie man als Kunde mit solchen Entscheidungen umgehen soll. Klagen dauern in der Regel sehr lange, kostet Zeit und vor allem viel Geld. Eine Möglichkeit wäre schon, dass sich einige Kunden zusammentun um gemeinsam vorgehen. Stichwort VW-Dieselskandal. Auf jeden Fall ist die Situation höchst unfair, da es sich hier um laufende Investitionen handelt, die wohl auch mit Bankunterstützung durchgeführt werden und von den Kunden nicht von heute auf morgen verändert werden können. Mit Sicherheit sind hier die letzten Worte noch nicht gesprochen ...

Vom Digitaldruck zum Offsetdruck. Nicht minder schwer wird die Zukunft für manroland-Bogenoffsetkunden. Mit der Entscheidung, dass der Betrieb in Offenbach stillgelegt und damit eine Traditionsmarke der Branche verloren geht,



ist wohl die Ersatzteilversorgung und Service der weltweit rund 6.200 Maschinen ein brennendes Thema. Eigentümer Tony Langley meinte kürzlich, dass man einen Weg finden wolle, mit Dritten eine Lösung für diese Situation zu finden. Heidelberg und Koenig & Bauer würden sich für das Servicegeschäft interessieren und es werde intensiv verhandelt. Für Kunden heißt es also warten, bis die Situation (hoffentlich bald) geklärt ist. Apropos Heidelberg: Da gibt es noch den Punkt, was nun mit den geplanten Großformataktivitäten passiert. Auf Nachfrage erklärte man uns, dass aufgrund der laufenden rechtlichen Prozesse, keine Aussage dazu gemacht werden kann. Die Presseaussendungen von Langley zum Thema manroland sind kläglich bis unkompetent ... anders hingegen die Aussendungen des Unternehmens, wenn das Langley Team wieder eine Regatta gewinnt. Da gibt es dann alles: Kommunikation, Videos, Interviews ... das ganze Programm.

Auf nach Linz. Dort wird es drucktechnisch, im wahrsten Sinn des Wortes, stiller. Cimpress hat die Druckerei Friedrich und deren Kundenstock übernommen, der Betrieb wird stillgelegt und es verbleibt ein Verkaufsbüro in Linz. Das war's ... wieder ein Traditionsbetrieb weniger, der jedoch wohl auch damit zu kämpfen hatte, dass die Familie Friedrich sehr uneins über deren gemeinsame Druckzukunft war.

Herzlichst Ihr
Michael Seidl
 m.seidl@europeanmediagroup.at

295

06

PEOPLE & EVENTS



PEOPLE & EVENTS

- 06** _ Heidelberg
Verträge des Führungsteams vorzeitig verlängert
- 07** _ Der mit den Funktionen tanzt
Xerox mit neuem DACH-Geschäftsführer

08

BUSINESS & MARKT



BUSINESS & MARKT

- 08** _ 90 Jahre Durst
Von Präzision zu Industrial Intelligence
- 10** _ Freude bei Koenig & Bauer
Punktlandung 2025 und starker Auftakt 2026
- 12** _ Papierindustrie zieht Bilanz
Forderung nach wettbewerbsfähigen Energiepreisen
- 14** _ Österreichische Wellpappe-Industrie
Der Kampf geht weiter
- 16** _ Im Transformationsmodus
Heinzel Group zieht Bilanz für 2025
- 17** _ Sie hamm a Haus baut
druck.at schließt Standortwechsel erfolgreich ab
- 18** _ Risikominimierung für Druckereien
Wie Sie Zahlungsausfälle vermeiden können (Teil 2)

Die nächste Ausgabe und deren Schwerpunkte

PRINT & PUBLISHING 296

»HAPTİK: WENN DER DRUCK SINNLICH WIRD«

Thema: Druckprodukte mit digitalen oder analogen Prozessen aufwerten. Haptische Erlebnisse pur! Passend dazu die Bedruckstoffe. Wir präsentieren Systemanbieter und Produzenten.

Erscheinungstermin: 26. JUNI 2026

Redaktions- und Anzeigenschluss: 05. JUNI 2026

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.

24

MEDIEN KOMMUNIKATION DESIGN



- 20** _ drupa 2028 und der Oktopus
Neuer Markenauftritt für vernetzte Printing Solutions
- 21** _ Die Geburtsstunde der Waterless Association
TCL-Solutions begleitet europäische Initiative für wasserloses Drucken
- 22** _ **Flaschenpost 21.**
Greenwashing ade – oder: Das Ende vom grünen Krokodil
- 23** _ Branchenindex / Stellenmarkt

MEDIEN . KOMMUNIKATION . DESIGN

- 24** _ And the Winner is ...
Festival La Gacilly-Baden Photo
- 26** _ Zum 51. Mal Staatspreis Design 2026 verliehen
Verbindung von Form, Funktion und gesellschaftlicher Verantwortung

30

PRODUKTION & TECHNOLOGIE



PRODUKTION & TECHNOLOGIE

- 30** _ Kyocera
Neue A3-Systeme für hohe Druckvolumen
- 32** _ koopmann media und Konica Minolta
Investition in eine AccurioJet 30000
- 34** _ Weniger Excel mehr Nachhaltigkeit
aitark vereinfacht Nachhaltigkeitsberichterstattung für KMU
- 35** _ Ein Jahr deponiefreier Betrieb
Mondi Neusiedler erreicht Meilenstein
- 36** _ Sonora Druckplatten
Lösung für nachhaltigen Druck aus nationaler Fertigung
- 38** _ Heidelberg auf der interpack 2026
Neue Lösungen für die Verpackungsproduktion mit Partnern
- 40** _ Aus der Praxis eines Gutachters
Mangelnde Lichtechtheit von bedruckten Klebefolien führt zu hohem Schaden

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 Konica Minolta AUTOREN Mag. Izabela Seidl-Kwiatkowska,
 Michael Seidl, Dr. Werner Sobotka, Ing. Harald Sexl MBA, Dr. Colin Sailer . 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, MEYTENSGASSE 27, A-1130 WIEN, TELEFON +43(0)1/983 06 40, FAX +43(0)1/983 06 40-18, E-MAIL: OFFICE@EUROPEANMEDIAGROUP.AT

HEIDELBERG

VERTRÄGE DES FÜHRUNGSTEAMS VORZEITIG VERLÄNGERT

Der Aufsichtsrat der Heidelberger Druckmaschinen AG hat die Verträge von Jürgen Otto (61), Vorstandsvorsitzender (CEO), und Dr. David Schmedding (49), Vorstand Vertrieb und Technologie (CSO), vorzeitig verlängert.



Jürgen Otto (li.) und Dr. David Schmedding (re.) können sich über eine vorzeitige Verlängerung ihrer Verträge freuen. ✖ © . Heidelberg

Die neuen Amtszeiten beginnen jeweils zum 1. Juli 2026. Der Vertrag von Jürgen Otto wurde bis 31. Juli 2029 verlängert und ist durch das Erreichen der Altersgrenze limitiert. Der Vertrag von Dr. David Schmedding läuft bis 30. Juni 2031. Mit dieser Entscheidung möchte der Aufsichtsrat ein klares Zeichen für Kontinuität und Stabilität an der Spitze des Unternehmens setzen. Seit der Bestellung des aktuellen Vorstands zum 1. Juli 2024 hat das Führungsteam die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens maßgeblich vorangetrieben. Unter der Führung von Jürgen Otto und Dr. David Schmedding hat sich Heidelberg vom führenden Unternehmen der Printmedienindustrie zielgerichtet zu einem breiter aufgestellten Technologieunternehmen weiterentwickelt. Dabei wurden sowohl im Kerngeschäft Print und Packaging als auch im Technologiesegment wesentliche strategische Weichen neu gestellt und Optionen erarbeitet.

Dr. Martin Sonnenschein, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Heidelberger Druckmaschinen AG, erklärte: »Der Aufsichtsrat ist von der strategischen Klarheit, der Wirkungskraft und dem leidenschaftlichen Engagement von Jürgen Otto und Dr. David Schmedding überzeugt. Der Vorstand hat seit seiner Bestellung finanziellen Freiraum für Heidelberg erarbeitet, strategische Entscheidungen in die Umsetzung gebracht und den Nutzen für die Kunden gesteigert. Die vorzeitige Vertragsverlängerung ist Ausdruck unseres Vertrauens und ein klares Bekenntnis zu Kontinuität und Stabilität für Mitarbeitende und Kunden weltweit.« Jürgen Otto, Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG, sagte: »Das Vertrauen des Aufsichtsrats ist für mich

Bestätigung und Ansporn zugleich. Wir haben Heidelberg in den vergangenen Jahren strategisch neu positioniert und wichtige Schritte hin zu einem breit aufgestellten High-Tech-Unternehmen gemacht, das seine Potenziale für bestehende und neue Kunden besser ausschöpft. Diesen Weg werden wir mit Konsequenz, Tempo und klarer Ergebnisorientierung weitergehen.« Dr. David Schmedding, Vorstand Vertrieb und Technologie, ergänzt: »Wir haben Heidelberg technologisch und marktorientiert weiterentwickelt und die Grundlage für zukünftiges Wachstum gelegt. Ich freue mich darauf, gemeinsam im Vorstandsteam und den Mitarbeitenden den Kundennutzen weiter zu steigern und unsere technologische Stärke weiter auszubauen.«

PEOPLE & EVENTS

news

DER MIT DEN FUNKTIONEN TANZT XEROX MIT NEUEM DACH-GESCHÄFTS- FÜHRER

Die Xerox Holdings Corporation gab bekannt, dass Michael Lang, derzeitiger Geschäftsführer von Lexmark Deutschland, Österreich und der Schweiz, zum 31. März 2026 zusätzlich zum Geschäftsführer von Xerox für Deutschland, Österreich und die Schweiz ernannt wurde. Lang übernimmt damit sowohl den Channel- und Behörden-Vertrieb in der Region als auch die Gesamtverantwortung für den deutschsprachigen Raum. Im Einzelnen zeichnet er für folgende Positionen bei Xerox verantwortlich: Vorsitzender der Geschäftsführung der Xerox Holding Deutschland GmbH, Geschäftsführer der Xerox GmbH, Geschäftsführer der Xerox Austria GmbH sowie Präsident

des Verwaltungsrats der Xerox AG, Schweiz. »Ich freue mich sehr auf meine neue Aufgabe – insbesondere darauf, die Teams von Xerox und Lexmark in der DACH-Region zusammenzuführen, gemeinsam mit unserem starken Partnernetzwerk die Weiterentwicklung unseres Geschäfts voranzutreiben und den Mehrwert für unsere Kunden konsequent auszubauen. Dank unserer neuen Go-to-Market-Strategie verfügt Xerox über eine klare Ausrichtung im DACH-Raum, mit der wir weiterwachsen werden«, so Michael Lang. »Ich danke meinen Vorgängern für ihre engagierte und erfolgreiche Arbeit und für die starke Basis, auf der wir heute aufbauen können«, so Lang weiter. ●

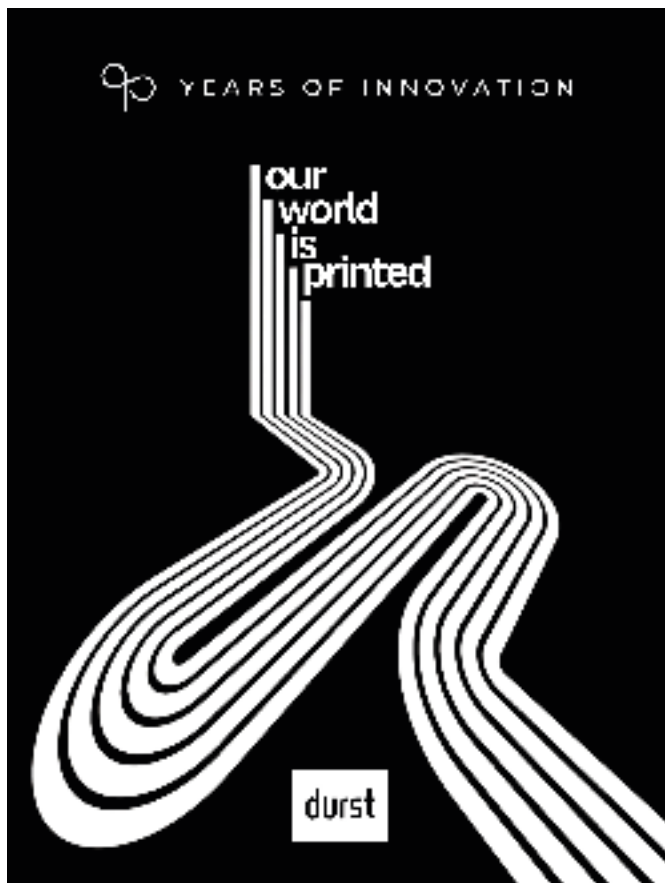


90 JAHRE DURST

VON PRÄZISION ZU INDUSTRIAL INTELLIGENCE

Manchmal beginnt eine große Geschichte ganz leise. 1936 legten zwei Brüder in einer kleinen Werkstatt in Brixen, Südtirol, den Grundstein für das, was heute die Durst Group ist. Es war kein Industriekonzern, keine globale Marke – sondern eine Idee: der Anspruch, Dinge besser zu machen. Präziser. Konsequenter. Zukunftsorientierter.

Stillstand war nie Teil der Durst Geschichte. Innovation ist bei Durst kein Trend und kein Projekt. Sie ist Teil der Firmen-DNA.  © . Durst



90 Jahre später ist aus dieser Fotowerkstatt ein weltweit führender Hersteller industrieller Digitaldruck- und additiver Fertigungssysteme geworden. Durst steht für technologische Exzellenz, für Qualität »Made in Durst« – geprägt von hoher Entwicklungstiefe, Präzision und kompromisslosem Qualitätsanspruch – sowie für unternehmerische Unabhängigkeit und langfristiges Denken. Aus Maschinen wurden Systeme. Aus Produkten wurde integrierte Produktionsintelligenz. Aus Hardware wurde ein ganzheitliches Verständnis digitaler Wertschöpfung. Stillstand war dabei nie Teil der Durst Geschichte. Innovation ist bei Durst kein Trend und kein Projekt. Sie ist Teil der Firmen-DNA. Jede Generation hat das Unternehmen neu gedacht und weiter-

entwickelt – von der analogen Fotografie über die industrielle Digitalisierung bis hin zu vollständig vernetzten Produktionsumgebungen. Heute steht Durst erneut an einem entscheidenden Wendepunkt.

Die nächste Evolutionsstufe

Diese heißt Kyveris und transformiert den digitalen Druck und die additive Fertigung, 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 gezeigt, wie Tinte auf Substrat trifft, wie sich Aufträge über Schichten hinweg

verhalten, wie Qualitätsabweichungen entstehen – und wie man sie verhindert. Dieses erfasste, strukturierte und kontinuierlich wachsende Wissen ist die Grundlage für das lernende System von Kyveris. Ohne den Details vorzugreifen, markiert Kyveris den Schritt von präziser Hardware hin zu Produktionsintelligenz. Maschinen, Software, Daten und Prozesse wachsen zu einem intelligenten, kontinuierlich lernenden Produktionssystem zusammen. Ziel ist eine Produktion, die nicht nur automatisiert, sondern transparent, reproduzierbar und zunehmend autonom agiert – bis hin zu unserer Vision der »Lights-Out-Factory«. Kyveris ist weder ein isoliertes Innovationsprojekt noch ein Zukunftsszenario in weiter Ferne. Es ist die logische Konsequenz aus jahrzehntelanger eigener 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 konsequent 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. ●

BUSINESS & MARKT

THE PLACE FOR EXPERTS

Europas Leitmesse für Druck und Werbetechnik

Jetzt anmelden mit Code **FESA620**



19. bis 22. Mai 2026
Fira Barcelona Gran Via

www.fespaglobalprintexpo.com



GLOBAL
PRINT EXPO
2026

Textildruckpartner

brother
at your side

Innovationspartner

durst

Thought Leadership-
Partner


KEYPOINT
INTELLIGENCE

Sponsor

Lumojet

Parallelveranstaltung

SIGN EUROPEAN
EXPO

P
Personalisation
Experience

C
Corrugated

T
Textile

WRAPFEST

FREUDE BEI KOENIG & BAUER

PUNKTLANDUNG 2025 UND STARKER AUFTAKT 2026

Die Koenig & Bauer AG hat im Geschäftsjahr 2025 trotz handelspolitischer Unsicherheiten, geopolitischer Krisen und eines insgesamt volatilen Marktumfelds Umsatz und operative Ertragskraft gesteigert und die gesetzten Jahresziele erreicht.

Das Berichtsjahr war geprägt von der konsequenten Umsetzung der Konzernfokussierung sowie der strategischen Neuausrichtung durch den Ende Dezember verabschiedeten strategischen Leitfaden »IMPACT«. »Wir erleben derzeit eine globale industrielle und politische Zeitenwende. Die jüngsten Entwicklungen im Nahen Osten seit Ende Februar sind eine deutliche Erinnerung daran, dass Volatilität längst zum »New Normal« geworden ist«, erklärt der Vorstandsvorsitzende 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 Millionen Euro und der Erfahrung, Prozesse flexibel an die jeweilige Lage anzupassen. »IMPACT« als neuer strategischer Leitfaden definiert dabei unsere gemeinsame Stoßrichtung, um die Zukunft der Druckindustrie aktiv zu prägen und die operative Resilienz für das nächste Jahrzehnt zu sichern.«

Positive Cashflow-Entwicklung

Die vorläufigen Geschäftszahlen wurden bestätigt: Koenig & Bauer erzielte einen Konzernumsatz von 1.302,4 Millionen Euro. Die operative Ertragskraft verbesserte sich spürbar: Das operative EBIT stieg auf 36,6 Millionen Euro, womit sich die operative EBIT-Marge auf 2,8 Prozent erhöhte. Maßgeblich hierfür war auch der deutliche Rückgang der Sonderaufwendungen auf 5,3 Millionen Euro durch den weitgehenden Abschluss des Fokusprogramms »Spotlight«. Ein strategischer Schwerpunkt war die Verbesserung der Cash-Generierung: Im Schlussquartal erzielte Koenig & Bauer einen starken Mittelzufluss von 69,1 Millionen

Euro, sodass sich für das Gesamtjahr ein positiver Free Cashflow von 7,2 Millionen Euro ergab. Vor dem Hintergrund des weiterhin herausfordernden Marktumfelds schlugen Vorstand und Aufsichtsrat vor, für das Geschäftsjahr 2025 keine Dividende auszuschütten.

Operativer Turnaround in den Segmenten

Beide Segmente trugen im abgelaufenen Geschäftsjahr zum profitablen Wachstum bei. Das Segment Paper & Packaging Sheetfed Systems (P&P) verzeichnete einen leichten Umsatzanstieg auf 741,5 Millionen Euro. Die operative Ertragskraft verbesserte sich hierbei deutlich; das operative EBIT stieg auf 25,0 Millionen Euro. Der Auftragseingang zeigte sich mit 704,0 Millionen Euro nach dem von der Weltleitmesse drupa geprägten, sehr starken Vorjahr äußerst stabil. Im Segment Special & New Technologies (S&T) gelang eine erfolgreiche Weiterentwicklung mit einem operativen Turnaround: Das operative EBIT verbesserte sich signifikant auf 9,0 Millionen Euro. Der Segmentumsatz wuchs deutlich um 6,8 Prozent auf 596 Millionen Euro, maßgeblich getrieben durch Leistungsfortschritte bei Banknoten-Projekten und ein stabiles Servicegeschäft. Der erwartungsgemäße Rückgang beim Auftragseingang auf 558,4 Millionen Euro resultiert primär aus den historisch außerordentlich hohen Bestellungen der US-Bundesdruckerei im Vorjahr. Spezialmärkte und neue Technologien zeichneten dabei eine erfreuliche Dynamik, was die breite Aufstellung des Segments bestätigt.

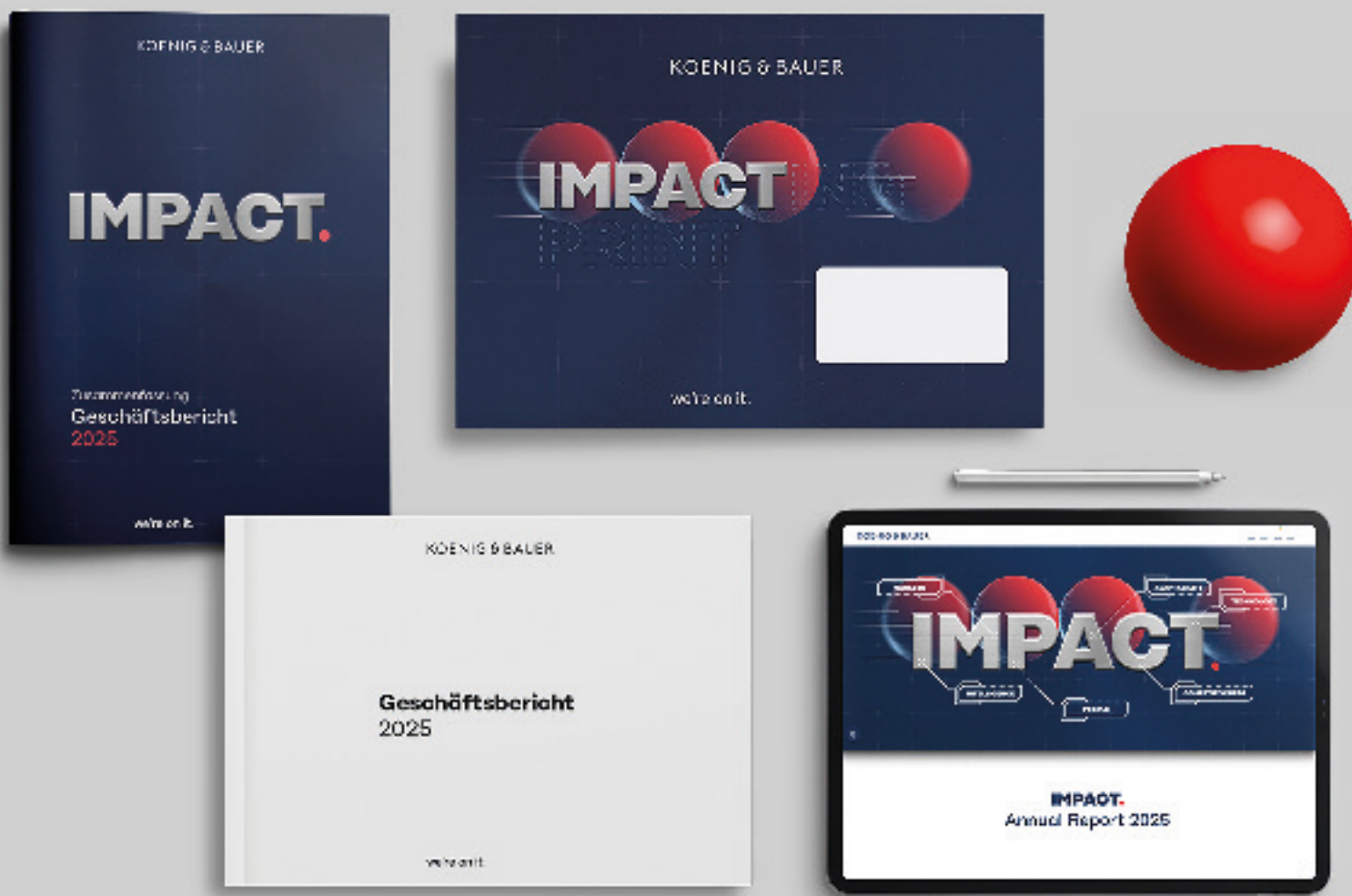
Strategischer Leitfaden »IMPACT«

Der Ende 2025 verabschiedete Leitfaden »IMPACT« löst die bisherige Strategie ab und zielt auf die Weiterentwicklung vom klassischen Maschinenbauer zum

ganzheitlichen Technologieanbieter ab. Visuell und inhaltlich verkörpert wird dieser Aufbruch durch eine Kugel. Koenig & Bauer ist kein statisches, sondern ein dynamisches Unternehmen, in dem Bewegung das verbindende Prinzip ist: Sie findet sich im Querschnitt der präzise rotierenden Druckzylinder genauso wieder wie in Milliarden fliegenden Tintentropfen im Digitaldruck. Eine Kugel ist niemals statisch. Sie verkörpert das Potenzial zu rollen, Kräfte aufzunehmen und Wirkung weiterzutragen. Echter »IMPACT« entsteht erst durch Beschleunigung, Kontakt und Verdichtung. Genauso übersetzt Koenig & Bauer dieses Prinzip in seine Strategie: Jede Entscheidung setzt etwas in Bewegung, jede Bewegung folgt einer klaren Richtung, und jede Richtung erzeugt messbare Wirkung für Kunden und Aktionäre.

Das namensgebende Akronym »IMPACT« steht dabei für die sechs zentralen Handlungsfelder, die als integrales System konzipiert sind, um die Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu stärken:

- **Intelligence:** Die Etablierung künstlicher Intelligenz in allen Geschäftsbereichen – vom Arbeitsplatz bis zur Maschine bei Software und Automatisierung.
- **Go-To-Market:** Man fokussiert sich auf die Skalierung des bestehenden Portfolios und erschließt gezielt Wachstumsmärkte wie Asien, LATAM, Indien, MEA und China mit angepassten Lösungen.
- **People:** Man investiert in die weltweiten Teams, fördert Weiterbildung und stärkt die lokalen Organisationen als Gesichter zum Kunden.
- **Adaptability:** Man reduziert Abhängigkeiten und erhöht die Anpassungsfähigkeit gegenüber volatilen Weltmärkten, unter anderem durch Ausbau wiederkehrender Umsätze und Flexibilisierung der Strukturen.
- **Competitiveness:** Durch schlankere



Prozesse und optimierte Herstellkosten sichert man die Wettbewerbsfähigkeit – auch in hart umkämpften Mid-Tech Märkten werde man gewinnen.

🔗 **Technology:** Technologieführerschaft bleibt die DNA. Das Unternehmen überzeugt durch Innovation in Workflow- und Software-Lösungen, beim Digitaldruck, bei der Automatisierung und mit der höchsten Produktivität und Zuverlässigkeit. Getragen wird diese Strategie von der Haltung »I ACT«, die diese Stoßrichtungen in konkretes unternehmerisches Handeln übersetzt. Basierend auf diesen Handlungsfeldern setzt sich Koenig & Bauer ein klares strategisches Zielbild bis 2030 und darüber hinaus: Das Unternehmen sieht ein Umsatzpotenzial von 1,5 Milliarden Euro bei einer operativen EBITDA-Marge von mindestens acht Prozent (ohne Sondereffekte). Um dieses Ziel zu unterstützen, wird der Konzern-Footprint weiter optimiert, wozu neben der verschlankten Struktur auf zwei Segmente auch die geplante Stilllegung des Betriebs der Albert-Frankenthal GmbH gehört.

Ausblick 2026

Für das Geschäftsjahr 2026 erwartet das Unternehmen eine Fortsetzung der operativen Stabilität. Mit Beginn des Jahres 2026 wurde die Guidance vom operativen EBIT auf das operative EBITDA umgestellt. »Wir haben 2025 eine weitere erfolgreiche Profitabilitätssteigerung erzielt«, betont Dr. Alexander Blum, CFO von Koenig & Bauer. »Gleichzeitig unterstreicht der positive Jahresauftakt unsere hohe Widerstandskraft: Ein solider Auftragsbestand gepaart mit einem guten Auftragseingang im ersten Quartal 2026, der über dem Vorjahresniveau liegt, sichert unsere Zielerreichung für das laufende Geschäftsjahr ab.« Unter der Annahme, dass die weltwirtschaftliche Entwicklung in den relevanten Märkten stabil bleibt und zeitnah Klarheit hinsichtlich möglicher US-Einfuhrzölle besteht, prognostiziert der Vorstand für 2026 einen Konzernumsatz auf Vorjahresniveau sowie ein operatives EBITDA von circa 80 Millionen Euro wie im Vorjahr. Die Prognose wird getragen von einem stabilen Umsatz und

Koenig & Bauer veröffentlicht die Jahreszahlen im bewährten, modularen Format. Das ganzheitliche Konzept aus detailliertem Geschäftsbericht, digitaler Version und kompakter Summary in eigens gefertigter Verpackung rückt in diesem Jahr den neuen strategischen Leitfaden »IMPACT« in den Fokus. Die Kugel verkörpert das verbindende Prinzip des Konzerns: Koenig & Bauer ist niemals statisch, sondern 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. ✖️ © . Koenig & Bauer

einem leicht reduzierten operativen EBITDA im Segment P&P. Für das Segment S&T wird ein deutlich steigender Umsatz- und Ergebnisbeitrag erwartet, dessen Profitabilität durch die fortschreitende Skalierung in neuen Geschäftsfeldern und die stabile Auslastung im Wertpapierbereich gestützt wird. Die Prognose steht unter dem Vorbehalt, dass es zu keiner weiteren signifikanten Eintrübung des globalen Investitionsklimas durch anhaltende geopolitische Spannungen kommt. Der Geschäftsbericht 2025 steht als PDF-Download zur Verfügung. 📄

PAPIERINDUSTRIE ZIEHT BILANZ

FÖRDERUNG NACH WETTBEWERBS- FÄHIGEN ENERGIEPREISEN

Mit 1,3 Milliarden Euro Investitionen in fünf Jahren bekennt sich die österreichische Papier- und Zellstoffindustrie klar zum Standort Österreich. Hohe Energiekosten und unzureichende Ausgleichsmechanismen verschärfen jedoch den Wettbewerbsdruck im europäischen Binnenmarkt. Die Industriestrategie der Bundesregierung setzt den richtigen Rahmen – jetzt brauche es konkrete Maßnahmen.



Die österreichische Papier- und Zellstoffindustrie mit ihren 23 Mitgliedbetrieben bekennt sich klar zum Produktions- und Industriestandort Österreich. Mit einem Branchenumsatz von 4,4 Milliarden Euro und einer Exportquote von 88 Prozent ist sie ein zentraler Bestandteil der heimischen Industrie. Rund 440.000 Arbeitsplätze hängen direkt oder indirekt an der Wertschöpfungskette Forst-Holz-Papier, womit jeder elfte Arbeitsplatz in Österreich mit diesem Sektor verbunden ist. In den vergangenen fünf Jahren investierte die Branche rund 1,3 Milliarden Euro in den heimischen Standort, allein 2025 flossen rund 190 Millionen Euro in Modernisierung,

Dekarbonisierung und Versorgungssicherheit. »Die österreichische Papierindustrie ist eine Vorzeigebindustrie – exportstark, innovativ und stark verzahnt mit der heimischen Forst- und Holzindustrie, der Weiterverarbeitung und dem Recyclingsektor. Das macht sie unverzichtbar für den Standort Österreich. Unsere Industrie ist bereit, weiterhin hochqualifizierte Arbeitsplätze zu schaffen und ihre Transformation hin zu einer klimaneutralen Branche konsequent fortzusetzen. Jetzt ist die Politik gefordert, wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen sicherzustellen, unnötige und überzogene Regulierungen abzubauen und Berichtspflichten auf das notwendige Maß zu reduzieren«, betont

Präsentierten die Ergebnisse, Sorgen und Wünsche der österreichischen Papierindustrie: v.l.n.r. Martin Zahlbruckner, Präsident Austropapier; Sigrid Eckhardt, Geschäftsführerin Austropapier, Harald Ganster, Vorstandsmitglied von Austropapier, Ronald Scheucher, Industrieökonom bei Mainland Economic Consultants. **✕** © . Daniel Schaler

Austropapier-Präsident Martin Zahlbruckner. Wie stark sich die Branche strategisch weiterentwickelt und zugleich verändert hat, zeigen auch die Produktionszahlen: 2025 entfielen 2,666 Millionen Tonnen auf Verpackungspapiere, ein Plus von rund 37 Prozent gegenüber 2015, und 1,164 Millionen Tonnen auf grafi-

sche Papiere. Damit bildet das Produktportfolio die veränderten Marktanforderungen und internationalen Entwicklungen klar ab. Beide Bereiche bleiben ein wichtiger und international geschätzter Bestandteil der österreichischen Produktion. Ergänzt wird dieses breite Portfolio durch Spezialpapiere, die in zahlreichen systemrelevanten Bereichen zum Einsatz kommen, etwa in der Medizin, im Hygiene- und Pharmabereich sowie in weiteren Industriezweigen. Die Papierindustrie beweist damit Tag für Tag ihre Systemrelevanz.

Überdurchschnittlich hohe Energiepreise

Für die Papier- und Zellstoffindustrie haben sich die Wettbewerbsnachteile bei den Energiekosten im europäischen Vergleich weiter verschärft. Österreich zählt zu den teuersten Energiestandorten in Europa. Heimische Unternehmen sind daher strukturell schlechter gestellt als ihre Mitbewerber in europäischen Nachbarstaaten, was Investitionen und Beschäftigung zunehmend unter Druck setzt. Besonders deutlich zeigt sich der Handlungsbedarf beim Standortabsicherungsgesetz: Die geplanten Entlastungen bleiben klar hinter jenem Niveau zurück, das vergleichbare Industrien in anderen EU-Staaten erhalten. »Österreichische Werke stehen im direkten Vergleich mit Standorten, die bei den Energiekosten deutlich bessere Ausgangsbedingungen haben. Die Strompreiskompensation wird hierzulande nun zwar umgesetzt, bleibt aber klar hinter dem Niveau von Deutschland.

Österreichische Betriebe zahlen das 2,3-Fache an Energiekosten im Vergleich zu deutschen Standorten. Energiekostenunterschiede dieser Größenordnung entscheiden darüber, wo investiert und wo Beschäftigung gesichert wird«, sagt Harald Ganster, Vorstandsmitglied von Austropapier. Und ergänzt markig: Die Kosten für den Betrieb einer Papierfabrik sind mit homöopathischen Dosierungen nicht zu behandeln.«

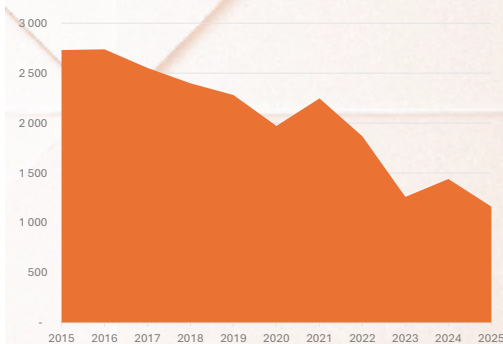
Vorreiter in punkto Industriestrategie

Mit der Industriestrategie 2035 hat die Bundesregierung die richtigen Schwerpunkte benannt: Energie, Kreislaufwirtschaft, Bioökonomie und Transformation sowie ein klares Bekenntnis zum Wirtschaftsstandort. Die Papier- und Zellstoffindustrie setzt viele dieser Ziele bereits heute um und nimmt eine Vorreiterrolle in der Bioökonomie ein. Rund 70 Prozent erneuerbare Energieträger, die Versorgung von mehr als 110.000 Haushalten mit Strom und Fernwärme sowie eine Altpapiereinsatzquote von 88 Prozent machen deutlich, welchen Beitrag die Branche schon jetzt leistet. Gleichzeitig treibt sie die Entwicklung nachhaltiger Verpackungs- und Spezialpapierlösungen voran und erschließt mit Zellstoff und Lignin neue biobasierte Anwendungen mit weiterem Potenzial für Wertschöpfung und Innovation. »Die Papier- und Zellstoffindustrie ist ein industriepolitisches Multitalent und hat große Bedeutung für die Leistungsfähigkeit unserer Volkswirtschaft. Im Zusammenspiel

mit vor- und nachgelagerten Industrien stärkt sie die industrielle Basis Österreichs, eröffnet neue Perspektiven für eine biobasierte High-Tech-Industrie und schafft in zentralen Feldern sehr große Wachstumspotenziale«, hält Ronald Scheucher, Industrieökonom bei Mainland Economic Consultants, fest. Diese industrielle Stärke kommt nicht von allein, die Branche investiert kontinuierlich in ihre Mitarbeiter. Das brancheneigene Ausbildungszentrum in Steyermühl – vollständig eigenfinanziert und im DACH-Raum führend – sichert das Know-how, das langfristig zum Wachstum der Industrie beiträgt. Rund 3.000 Absolventen haben bislang die Einrichtung besucht. Der gestiegene Frauenanteil in der Industrie zeigt, dass diese Investition in Vielfalt in der gesamten Breite der Branche ankommt. Diese Stärke gilt es nun auch industriepolitisch abzusichern. Für Geschäftsführerin Sigrid Eckhardt ist damit klar, welche politischen Weichen jetzt gestellt werden müssen. »Österreich hat eine Industriestrategie – das ist richtig und wichtig. Die Bundesregierung hat damit die Chance und das Mandat, Österreich wirtschaftspolitisch wieder auf Kurs zu bringen. Entscheidend ist nun eine rasche Umsetzung. Wettbewerbsfähige Energiepreise sind hier aus Sicht der Papierindustrie genauso wichtig wie die Verlängerung der freien Zuteilung von CO₂-Zertifikaten im ETS, um genau jene Unternehmen zu unterstützen, die bereits in Transformation und Dekarbonisierung investiert haben«, sagt Austropapier-Geschäftsführerin Sigrid Eckhardt. ●

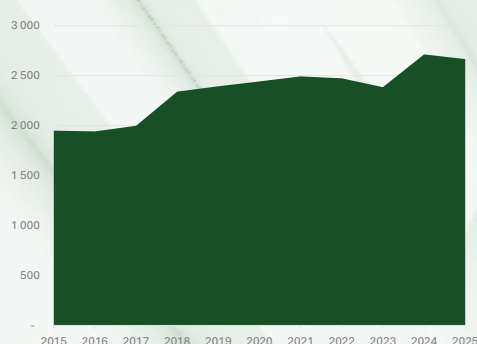
Transformation zu nachhaltigen Verpackungslösungen

Produktion grafisches Papier
in Mio. Tonnen



Quelle: Austropapier

Produktion Verpackungspapier
in Mio. Tonnen



austropapier

2025 entfielen 2,666 Millionen Tonnen auf Verpackungspapiere, ein Plus von rund 37 Prozent gegenüber 2015, und 1,164 Millionen Tonnen auf grafische Papiere. Damit bildet das Produktportfolio die veränderten Marktanforderungen und internationalen Entwicklungen klar ab. Sprich: der Bereich Grafische Papier hat in den letzten Jahren sehr gelitten und Verackung hat zugelegt.

✘ © . Austropapier

ÖSTERREICHISCHE WELLPAPPE- INDUSTRIE

DER KAMPF GEHT WEITER

2025 war, wie schon die Jahre zuvor, für die heimische Wellpappe-Industrie ein herausforderndes Jahr: Volatile Rohstoffpreise, hohe Energiekosten und eine gedämpfte Konsumlaune setzten die Betriebe unter Druck.



Das Podium: v.li.n.re.:
Horst Santner, Forum
Wellpappe Austria,
Marcus Ihlenfeld,
Co-Founder woom
und Stephan Kaar,
Sprecher Forum
Wellpappe Austria.
✕ @ . com _ unit / APA /
Richard Tanzer

Das Produktionsvolumen sank im vergangenen Jahr um 1,6 Prozent auf 709 Millionen Quadratmeter, der Umsatz konnte mit 509 Millionen Euro ein minimales Plus von 0,7 Prozent erreichen. »Die Lage bleibt angespannt. Die stabile Nachfrage nach Wellpappe-Verpackungen ist erfreulich, aber die Kosten gehen weiter deutlich nach oben«, sagt Stephan Kaar, Sprecher des Forum Wellpappe Austria. Die Unternehmen der österreichischen Wellpappe-Industrie müssen sich in einem Markt behaupten, der von hohen Personal- und Produktionskosten (Stichwort Energiepreise) sowie großen wirtschaftlichen Schwankungen geprägt ist.

Systemrelevanz für stabile Lieferketten

Mit nachhaltigen Verpackungslösungen leistet die Wellpappe-Industrie einen unverzichtbaren Beitrag zu sicheren Lieferketten für Industrie, Handel und Bevölkerung. Wichtigste Abnehmer sind Lebensmittel- und Getränkehersteller mit rund 46 Prozent, ge-

folgt von langlebigen Gütern wie Maschinen, Möbel, Elektronikteilen und Automotive (20 Prozent) sowie E-Commerce-Verpackungen (rund 9 Prozent). 42 Prozent der in Österreich produzierten Wellpappe gehen in den Export.

Preisrallye bei Energie, Rohstoffen und Logistik

Für 2026 erwartet die Wellpappe-Branche weiteren Druck. »Wir sehen eine Preisrallye bei Energie, Rohstoffen und Logistik, getrieben durch internationale Krisen. Die kommenden Monate sind schwer kalkulierbar«, so Kaar. »Dank starker regionaler und europäischer Lieferketten sowie hoher Recyclingquoten ist die Versorgung aktuell gesichert«, betont der Branchensprecher. Gleichzeitig wächst der bürokratische Aufwand durch neue EU- und nationale Vorgaben deutlich. Eine aktuelle Branchenumfrage zeigt, dass regulatorische Anforderungen mittlerweile zu den großen Belastungsfaktoren zählen, gleichauf mit den stark gestiegenen Arbeitskosten.

PPWR als Chance für den Kreislauf

Die EU-Verpackungsverordnung (PPWR), die ab August 2026 zur Anwendung kommt, bietet auch Chancen für eine harmonisierte Kreislaufwirtschaft. »Bei sachgerechter Umsetzung stärkt sie nachhaltige Wellpappe-Lösungen«, so Kaar. Wellpappe erfüllt bereits heute wichtige EU-Ziele: Sie besteht durchschnittlich zu 88 Prozent aus Recyclingpapier, wird in Österreich zu mehr als 90 Prozent recycelt, und ihre Fasern können bis zu 25-mal wiederverwendet werden. »Wellpappe ist ein Paradebeispiel für nachhaltiges Verpacken.«

Attraktive Arbeitgeber

Die sieben Unternehmen des Forum Wellpappe Austria beschäftigen rund 1.600 Mitarbeiter und bilden jährlich rund 70 Lehrlinge aus. Ein Highlight sind die Wellpappe Adventure Days mit Sport, Spaß und Teambuilding für den Nachwuchs. »Die Wellpappe-Branche ist ein attraktiver Arbeitgeber«, sagt Horst Santner vom Forum Wellpappe Austria. »Doch

auch hier setzen die anhaltend hohen Personalkosten unsere Betriebe massiv unter Druck. Allein in den vergangenen fünf Jahren sind die Gehälter um insgesamt 27 Prozent gestiegen. Das können wir durch Produktivitätssteigerungen bei weitem nicht wettmachen«, so Santner. Ohne wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen drohen Nachteile für den Standort Österreich und die Betriebe. Die österreichische Wellpappeindustrie investiert weiterhin konsequent in moderne Produktionsprozesse. »Gemeinsam mit unseren Kunden arbeiten wir laufend an innovativen Verpackungslösungen, die sowohl wirtschaftlich als auch ökologisch überzeugen«, sagt Horst Santner. Die innovativen Verpackungen und Displays werden jedes Jahr mit dem Wellpappe Austria Award ausgezeichnet.

woom bikes setzt auf nachhaltige Transportverpackung

»Als Kinder- und Jugendfahrradhersteller tragen wir Nachhaltigkeit in unserer DNA«, sagt woom bikes Co-Founder Marcus Ihlenfeld. »Zum einen ist unser Produkt ein Vehikel, um die Freude am Radfahren und an aktiver, klimafreundlicher Fortbewegung zu verbreiten. Zum anderen wollen wir unseren Kindern eine lebenswerte und nachhaltige



Welt hinterlassen und ihnen haltbare Produkte in die Hand geben, die unter fairen Bedingungen hergestellt wurden.« Woom, mit Hauptsitz in Wien, ist mit einem Umsatz von 150 Millionen Euro heute weltweit in über 40 Ländern vertreten, und bereits mehr als zwei Millionen Kinder und Jugendliche fahren auf woom bikes.

Ausblick 2026: herausfordernd, aber widerstandsfähig

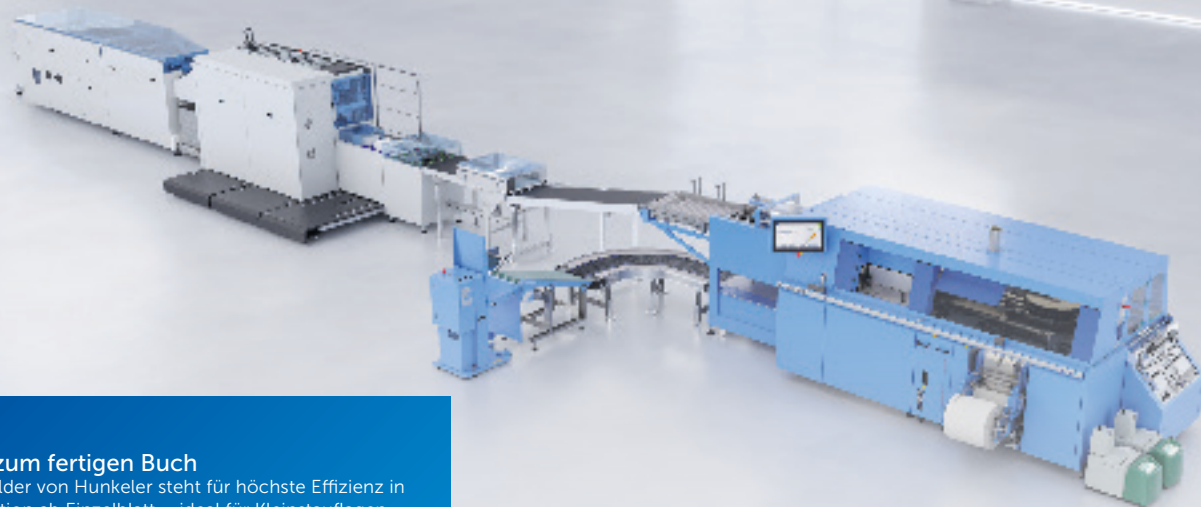
Die Wellpappe-Industrie hat in der Vergangenheit wiederholt Krisen gemeistert, doch

Kinderfahrrad Hersteller woom setzt auf nachhaltige Wellpappeverpackungen.

✕ @ . com_unit/APA/Richard Tanzer

die Summe aus steigenden Papier-, Energie- und Personalkosten erreicht mittlerweile eine Größenordnung, die selbst eine leistungsfähige Branche nicht mehr dauerhaft kompensieren kann. »2026 wird herausfordernd. Aber wir setzen auf unsere Stärken: Nachhaltigkeit, Versorgungssicherheit und regionale Wertschöpfung«, so Stephan Kaar, Sprecher des Forum Wellpappe Austria. ●

STARBOOK SHEETFOLDER/ VAREO PRO



Vom Einzelblatt zum fertigen Buch

Der Starbook Sheetfolder von Hunkeler steht für höchste Effizienz in der Buchblockproduktion ab Einzelblatt – ideal für Kleinstauflagen und Book-on-Demand. In perfekter Kombination mit dem Vareo PRO Klebebinder von Müller Martini entsteht ein durchgängiger, vollautomatischer Workflow – für maximale Produktivität und Qualität.

mullermartini.com

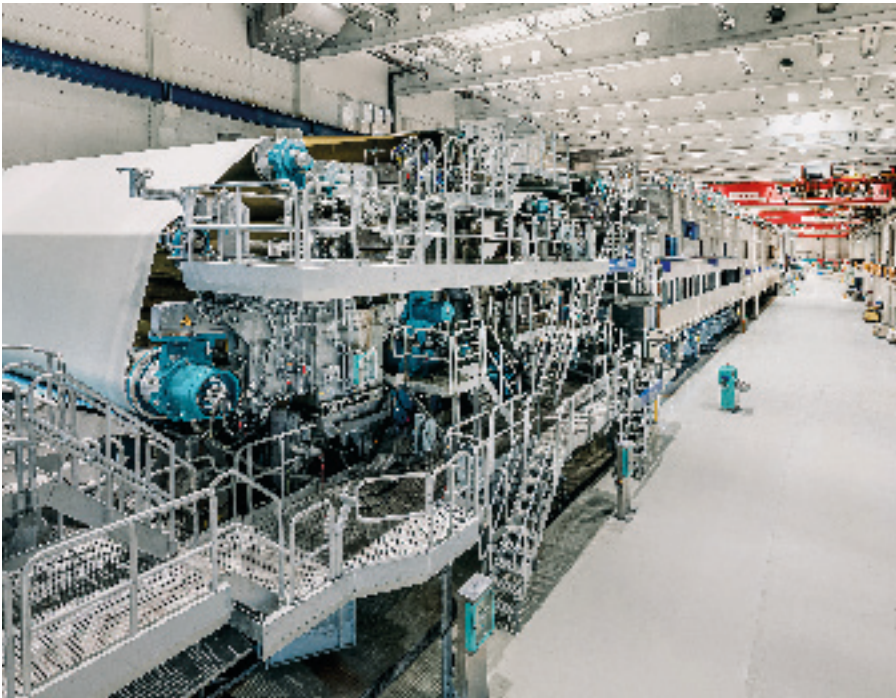
MÜLLER MARTINI

hunkeler

IM TRANS- FORMATIONSMODUS

HEINZEL GROUP ZIEHT BILANZ FÜR 2025

Die Heintel Group hat ihre Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2025 im Rahmen des Nachhaltigkeits- und Geschäftsberichts 2025 veröffentlicht. In einem herausfordernden Marktumfeld setzte die Gruppe ihre strategische Transformation konsequent fort und erreichte wichtige operative sowie nachhaltigkeitsbezogene Meilensteine.



Der Nettoumsatz belief sich 2025 auf 1.989,1 Millionen Euro bei einem gesamten Absatzvolumen von 3,01 Millionen Tonnen Zellstoff und Papier. In den Werken der Heintel Group wurden 780.284 Tonnen Papier, 414.120 Tonnen Marktzellstoff sowie 334.745 Kubikmeter Schnittholz produziert. In der weltweiten Distribution von Zellstoff und Papier für Drittlieferanten wurden in Summe 1.816.275 Tonnen abgesetzt. Trotz volatiler Nachfrage und Preisdruck sorgte die man mit einer disziplinierten Kosten- und Cashflow-Steuerung für eine stabile finanzielle Basis im Jahresverlauf. Ein besonderes Highlight bildete die erfolgreiche Inbetriebnahme der umgebauten Papiermaschine PM11 in Laakirchen im April 2025. Der Umbau von grafischen Papieren auf Wellpappenrohppapier unterstreicht den strategischen Fokus der Heintel Group auf die Weiterentwicklung ihres nachhaltigen Verpackungspapier-Portfolios.

Mit dem Ausbau der Wellpappenrohppapierproduktion in Laakirchen setzt das Unternehmen ein klares Zeichen für eine nachhaltige Zukunft und stärkt seine Position als führender Anbieter in Europa. ✕ © . Heintel Group/Karl-Heinz Ruber

Deutliche Fortschritte bei Klimazielen

Auch hinsichtlich ihrer Klimaziele machte die Gruppe 2025 deutliche Fortschritte. Im Vergleich zu 2021 konnten die CO₂-Emissionen (Scope 1 und Scope 2) um 39,9 Prozent reduziert werden, und 72 Prozent des gesamten Energieverbrauchs stammen inzwischen aus erneuerbaren Quellen. Die Heintel Group bleibt klar auf Kurs bei der Umsetzung ihrer Klimaziele bis 2030, die von der Science Based Targets Initiative validiert wurden. Auch für das Jahr 2026 geht das Unternehmen von anhaltend herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aus. Dennoch

blickt man dank gezielter Effizienzprogramme, einer starken bereichsübergreifenden Zusammenarbeit und eines klaren strategischen Fokus auf nachhaltiges Wachstum zuversichtlich in die Zukunft. »Das Jahr 2025 hat gezeigt, wie widerstandsfähig und engagiert unsere Teams an allen Standorten und in allen Unternehmen der Gruppe sind«, sagt Sebastian Heintel, CEO der Heintel Group. »Selbst in einem schwierigen Umfeld sind wir gemeinsam konsequent vorangegangen und haben wichtige Schritte in unserer Transformation umgesetzt. Wir sind gut vorbereitet auf 2026 und darüber hinaus.«



Sebastian Heintel, CEO der Heintel Group, mit Produktionsstandorten in Pöls, Laakirchen und Steyrmühl in Österreich sowie Kunda in Estland: »Das Jahr 2025 hat gezeigt, wie widerstandsfähig und engagiert unsere Teams an allen Standorten und in allen Unternehmen der Gruppe sind.« ✕ © . Heintel Group

SIE HAMM A HAUS BAUT

DRUCK.AT SCHLIESST STANDORT- WECHSEL ERFOLGREICH AB

Die Online-Druckerei druck.at hat den Umzug in ihr neues, hochmodernes Gebäude im Gewerbepark Leobersdorf erfolgreich abgeschlossen. Das Unternehmen vereint damit alle bisher auf vier Objekte verteilten Arbeitsbereiche wieder unter einem Dach und schafft so optimale Voraussetzungen für weiteres Wachstum am Standort.



Nach intensiven Vorbereitungen sind seit Mitte April alle Produktionsbereiche sowie sämtliche Büroabteilungen am neuen Standort in der Rudolf Diesel-Straße 5A in Betrieb. Die bei Kunden beliebte Auftragsabholung erfolgte schon seit Anfang April am neuen Standort. »Wir freuen uns sehr, diesen wichtigen Meilenstein erfolgreich gemeistert zu haben«, so die drei Geschäftsführer Andreas Mößner, Gerhard Patek und Markus Graf. »Die Einmietung in den Standort ist ein Investment in die Zukunft von druck.at als starker Arbeitgeber in der Region. Durch das neue Gebäude erhöhen

wir unsere Effizienz aufgrund der optimalen Nutzung von Ressourcen. Das bedeutet schnellere Reaktionszeiten, noch präzisere Abstimmungen und letztendlich einen noch besseren Service für die Kundschaft.«

Als einer der größten Arbeitgeber vor Ort beschäftigt das Unternehmen über 300 Mitarbeitende und bietet ihnen nun ein modernes Arbeitsumfeld mit hellen Büros, groß-

Im Bild von v.l.n.r.:

Markus Graf | Geschäftsführer, druck.at;
Andreas Mößner | Geschäftsführer, druck.at;
Gerhard Patek | Geschäftsführer, druck.at
✕ @ . druck.at

zügigen Pausenbereichen und einem hauseigenen Fitnesscenter. Der Umzug erfolgte in zwei Etappen: Anfang März zogen zunächst das Kundencenter sowie weitere Büroabteilungen in das neue Gebäude ein. In den darauf folgenden Wochen folgte der Transfer des Maschinenparks. Trotz des Umzuges blieb der Service durchgehend gewährleistet. ●

RISIKOMINIMIERUNG FÜR DRUCKEREIEN

WIE SIE ZAHLUNGS AUSFÄLLE VERMEIDEN KÖNNEN **TEIL 2**

In der Zusammenarbeit mit Agenturen und Druckvermittlern erleben viele Druckereien immer wieder die gleichen Herausforderungen: Die Agentur möchte nicht, dass der Endkunde weiß, wer tatsächlich produziert, und bittet darum, im Hintergrund zu bleiben.

TEXT · Ing. Harald Sexl, MBA, Unternehmensberater



Bevor das wirtschaftliche Leid zu groß wird, lohnt es sich, klare Vereinbarungen mit dem Auftraggeber zu treffen. ✖ © · Photogenica

Gleichzeitig sollen Sie als Druckerei oft hohe Summen vorfinanzieren – ein Spagat, der nicht selten Bauchschmerzen bereitet. Die Angst, den Auftrag oder gar die Geschäftsbeziehung zu verlieren, ist groß. Denn Agenturen wissen um ihre Position und setzen nicht selten auf das Druckmittel „Liebesentzug“ – ein Thema, das viele aus dem Alltag kennen. Doch warum kommt

die Agentur zu Ihrer Druckerei? Ist es wirklich nur die Liebe zum Produkt, oder spielen Preis, Qualität und Termintreue nicht doch die entscheidende Rolle? Wer sich dieser eigenen Stärken bewusst ist, kann selbstbewusster auftreten und muss sich nicht verstecken.

Sich vor Zahlungsausfällen schützen

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie Sie sich als Druckerei vor einem Zahlungsausfall

schützen können, ohne dabei das Vertrauen zu verlieren oder die Zusammenarbeit unnötig zu belasten:

- **Vertragliche Vereinbarungen mit Schutzmechanismen:** Sie können spezielle vertragliche Regelungen treffen, die das Ausfallrisiko minimieren sollen. Beispielsweise kann vereinbart werden, dass Sie erst nach Zahlungseingang mit der Produktion beginnen oder dass Sicherheiten hinterlegt

werden. Doch Vorsicht: Auch die beste vertragliche Absicherung hilft wenig, wenn der Vermittler in die Insolvenz rutscht. Verträge sind nur so gut wie die Bonität des Vertragspartners. Daher sollten Sie sich nicht in falscher Sicherheit wiegen. Für rechtliche Details empfiehlt es sich, einen spezialisierten Anwalt zu Rate zu ziehen.

- **Direkte Rechnungsstellung an den Endkunden:** Eine der sichersten Varianten ist es, die Rechnung direkt an den eigentlichen Auftraggeber – also den Kunden der Agentur – zu stellen. Die Agentur erhält dann ihre Provision wie gewohnt, aber Sie sind auf der sicheren Seite. So bleibt Ihr Betrieb liquide und das Risiko, auf offenen Forderungen sitzen zu bleiben, wird deutlich kleiner. Natürlich muss dies offen und partnerschaftlich kommuniziert werden – idealerweise schon zu Beginn der Zusammenarbeit.
- **Vorkasse oder Teilzahlungen:** Gerade bei größeren Aufträgen kann es sinnvoll sein, zumindest eine Anzahl-

lung zu verlangen. Das schafft Verbindlichkeit und Sie können entspannter arbeiten. Je offener und klarer Sie mit Ihren Geschäftspartnern sprechen, desto besser lassen sich solche Lösungen finden.

Ein Beispiel aus der Praxis

Aus meiner langjährigen Erfahrung im Außendienst weiß ich, wie sensibel dieses Thema ist. Einmal stand eine Druckerei vor der Entscheidung, für eine Agentur einen Großauftrag zu produzieren. Die Agentur bestand auf Kundenschutz und wollte, dass die Druckerei im Hintergrund bleibt. Nach einem offenen Gespräch einigte man sich darauf, dass die Rechnung direkt an den Endkunden gestellt wird und die Agentur ihre Provision separat erhält. Das Ergebnis: Die Druckerei konnte sicher planen, die Agentur blieb zufrieden und der Endkunde erhielt pünktlich seine Ware.

Mut zur eigenen Stärke

Lassen Sie sich nicht von der Angst vor Liebesentzug leiten. Agenturen und Vermittler kom-

men nicht aus reiner Sympathie zu Ihnen, sondern weil Sie Qualität, Zuverlässigkeit und einen fairen Preis bieten. Seien Sie sich Ihrer Stärken bewusst und treten Sie selbstbewusst auf. Offene Kommunikation, klare Absprachen und ein gesundes Maß an Vorsicht sind die besten Werkzeuge, um Zahlungsausfälle zu vermeiden und langfristig erfolgreich zu bleiben. Am Ende gilt: Lieber einmal mehr nachfragen und gemeinsam eine Lösung finden, als später auf unbezahlten Rechnungen sitzen zu bleiben. Und wenn Sie unsicher sind, holen Sie sich rechtlichen Rat – das gibt zusätzliche Sicherheit und stärkt Ihre Position im Markt. ●

STARKE MASCHINEN. STARKER SERVICE.

Kurze Reaktionszeiten – flächendeckendes Servicenetz
Hohe Servicequalität – exzellent geschultes Team
Kompetenter Telefonsupport – schnelle Ferndiagnose

Unser Ziel: Ihre Zufriedenheit

Horizon

www.horizon.de



DRUPA 2028 UND DER OKTOPUS

NEUER MARKENAUFTRITT FÜR VERNETZTE PRINTING SOLUTIONS

Mit einem neuen Markenauftritt hat die drupa ihre künftige Ausrichtung vorgestellt. Zwei Jahre vor Messebeginn gibt die Weltleitmesse für Printing Solutions damit einen ersten Ausblick auf die konzeptionelle und inhaltliche Neupositionierung.

Zentrales Element des Erscheinungsbildes ist ein symbolisch eingesetztes Key Visual: der Oktopus. Er steht für Vernetzung, Intelligenz, Agilität und Resilienz sowie für die gleichzeitige Beherrschung komplexer Prozesse. Damit verweist er auf eine technologische Realität, in der Printing Solutions zunehmend als integrierte Systeme gedacht werden, einschließlich anspruchsvoller Anwendungen im Packaging-Umfeld. Prozesse greifen ineinander, Workflows sind vernetzt, Effizienz entsteht aus dem Zusammenspiel von Hardware, Software, Materialien und automatisierten Anwendungen. »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, Anwendungen und Märkte eingeordnet und zusammengeführt werden – ein Anspruch, der sich konsequent auch im neuen Markenauftritt widerspiegelt.«

Kommunikatives Leitbild

Der Slogan »drupa. dive into the unseen« greift diesen Ansatz auf und lenkt den Blick auf Entwicklungen, deren Bedeutung sich häufig erst im Gesamtzusammenhang erschließt – etwa durch das Zusammenspiel von Technologien, Prozessen und Anwendungen entlang der Wertschöpfungskette. Der Slogan steht damit für eine lösungsorientierte Einordnung technologischer Innovationen, jenseits einzelner Produkte oder kurzfristiger Effekte. »Der Slogan bringt auf den Punkt, wofür die drupa steht: für Visionen, Wissenstransfer

und Orientierung in einer zunehmend komplexen technologischen Landschaft«, sagt Sabine Geldermann, Director drupa, Portfolio Print Technologies der Messe Düsseldorf. »Er unterstreicht den Anspruch und die Haltung der drupa, Zukunftsthemen und technologischen Fortschritt nicht isoliert darzustellen, sondern sie im Kontext von Markt, Anwendung und Wertschöpfung verständlich einzuordnen.«

Orientierung für morgen schaffen

Vor diesem Hintergrund führt die drupa 2028

Der Oktopus: Er steht für Vernetzung, Intelligenz, Agilität und Resilienz sowie für die gleichzeitige Beherrschung komplexer Prozesse.

✕ @ . Messe Düsseldorf



Das drupa Komitee hat das neue Erscheinungsbild der drupa 2028 für gut befunden. ✕ @ . Messe Düsseldorf

erstmal eine neue Erlebnisarchitektur ein. Inhalte, Anwendungen sowie Formate für Austausch, Kollaboration und Vernetzung werden künftig entlang klar definierter thematischer Cluster gebündelt. So werden technologische Entwicklungen nachvollziehbar strukturiert. Die Architektur dient dabei als gemeinsamer Ordnungsrahmen für Aussteller, Besucher und Medien. Weiterführende Informationen zur Markenstory, zur Erlebnisarchitektur und zur inhaltlichen Ausrichtung der drupa 2028 finden sich unter www.drupa.de/neuedrupa 🔴

DIE GEBURTSTUNDE DER WATERLESS ASSOCIATION

TCL-SOLUTIONS BEGLEITET EUROPÄISCHE INITIATIVE FÜR WASSERLOSES DRUCKEN

Die TCL-Solutions GmbH zählt zu den zentralen Initiatoren der neu gegründeten Waterless Association (WLA), einer strategischen Allianz führender europäischer Unternehmen zur Förderung des wasserlosen Offsetdrucks.



Gemeinsam mit T&K Srl, CODIPAG, Anagraf sowie der Marke Verico setzt TCL-Solutions ein starkes Zeichen für Qualität, Nachhaltigkeit und Innovation in der Druckindustrie. Das Unternehmen hat Aktivitäten in Deutschland, den Niederlanden, Österreich und dem Mittleren Osten verfügt über langjährige Erfahrung im Bereich wasserloser Offsetlösungen (WLO). Als etablierter Partner von Toray und ClassicColours begleitet das Unternehmen Druckereien ganzheitlich – von der Druckvorstufe über den eigentlichen Druckprozess bis hin zur Weiterverarbeitung. Mit ihrer technischen Expertise und praxisorientierten Beratung unterstützt TCL-Solutions ihre Kunden dabei, modernste Technologien effizient einzusetzen und nachhaltige Produktionsprozesse erfolgreich zu implementieren. Die aktive Mitgestaltung der Waterless Association unterstreicht den Anspruch des Unternehmens, nicht nur Lieferant, sondern strategischer Entwicklungspartner für Druckbetriebe zu sein.

Starkes Netzwerk für nachhaltige Innovation

Die Waterless Association verfolgt das Ziel, den wasserlosen Offsetdruck europaweit zugänglicher zu machen und dessen Vorteile stärker im Markt zu verankern. Dazu gehören:

- Aufbau eines stabilen europäischen Vertriebs- und Servicenetzwerks
 - Technische Schulungen und Wissenstransfer
 - Umfassende Beratung und Supportleistungen
 - Zugang zu hochwertigen Druckplatten, Farben und Verbrauchsmaterialien führender Hersteller
- Wasserloses Drucken steht für konstante Druckqualität, reduzierte Makulatur, geringeren Chemikalieneinsatz und effizientere Produktionsprozesse. Durch die Bündelung von Kompetenzen schafft die Allianz eine leistungsfähige Plattform, um diese Vorteile nachhaltig im Markt zu etablieren.

Bildung und Wissenstransfer im Fokus

Die Initiative versteht sich ausdrücklich als Bildungs- und Informationsplattform. Im Mittelpunkt stehen technischer Austausch, Qualifizierung und die Sensibilisierung für ökologische sowie qualitative Vorteile des wasserlosen Druckverfahrens. TCL-Solutions bringt hierbei insbesondere ihre internationale Markterfahrung, technische Beratungskompetenz und ihr umfassendes Netzwerk ein. Ziel ist es, Druckereien ganzheitlich zu begleiten – von der Auswahl geeigneter Maschinen und Verbrauchsmaterialien bis hin zu Schulungen und After-Sales-Service. Auf unsere Anfrage teilte man uns mit, dass es in Europa rund 150 Anwender für wasserlosen Offsetdruck gäbe. In der DACH-Region etwa 60 bis 70 Druckereien. Die KBA Cortina User sind davon ausgenommen, da in einer eigenen Gruppe aktiv. ●



Greenwashing ade – oder: Das Ende vom grünen Krokodil

Der Flaschenpostler sitzt am Ufer und blickt auf einen See, der lange Zeit alles andere als einladend war. Früher, so erinnert er sich, war dieses Wasser trüb, schwer und unerquicklich. Und dann kamen Regeln. Keine beliebten Regeln. Aber sie haben gewirkt. Heute ist das Wasser klar. Man sieht wieder den Grund. Und plötzlich wirkt alles... ehrlicher. Mit diesem Bild im Kopf verfolgt der Flaschenpostler die nächste Welle. Wieder eine Verordnung. Wieder Stimmen, die lauter werden. Wieder diese Mischung aus Empörung und Überraschung.

Dabei ist das alles andere als neu! Worum geht es diesmal eigentlich? Um Umweltversprechen! Um jene kleinen Zeichen auf Produkten, Verpackungen und Druckwerken, die mit einem netten Namen und einem hübschen Bild daherkommen und sagen: »Das hier ist gut für die Umwelt.« Das Problem: Viele dieser Aussagen sind nicht überprüfbar. Nicht belegt. Nicht klar definiert. Es fehlt an Transparenz, an nachvollziehbaren Kriterien und an unabhängiger Kontrolle. Es steht viel drauf – aber niemand weiß, was wirklich dahintersteckt.

Und warum ist das so? Weil jedes selbst kreierte Label auch seine selbst kreierte Regeln mitbringt. Jeder definiert für sich, was »nachhaltig« ist. Jeder ist ein bisschen besser, ein bisschen grüner, ein bisschen glaubwürdiger – zumindest auf dem eigenen Papier. Es ist ein Wettbewerb entstanden, nicht um die beste Lösung, sondern um die schönste Erzählung.

Der Flaschenpostler erinnert sich gut: Man wusste, dass es kommt. Man wurde eingeladen. Man hätte sich einbringen können. Aber wie so oft wurde das Thema zur Seite gelegt. Zwischen »machen wir später« und »so schlimm wird es nicht werden«.

Und jetzt? Jetzt ist der Aufschrei groß. Der Flaschenpostler schmunzelt. Denn das Muster kennt er bereits. Es war bei der DSGVO so. Es war bei der EUDR so. Man weiß, dass etwas kommt. Man weiß, dass es eine Deadline gibt. Und man tut – nichts. Zumindest nicht genug. Bis der Tag da ist. Und plötzlich ist alles dringend.

Und was kommt als Nächstes? Die PPWR? Wer kümmert sich heute schon darum? Vielleicht genau jene, die es immer tun:

die Berater. Diejenigen, die dann gerufen werden, wenn es eng wird. Der Flaschenpostler meint: Diese sollten eigentlich verpflichtet werden, jedes Jahr ein Dankeschreiben – oder zumindest ein paar Mozartkugeln – nach Brüssel zu senden. An Frau Ursula von der Leyen. Aus purer Dankbarkeit für die planbare Geschäftslage.

Doch zurück zum See. Das Wasser war trüb geworden. Nicht durch Abwässer. Durch Worte. »Nachhaltig.« »Umweltfreundlich.« »Klimaneutral.« Und irgendwo dazwischen: der grüne Elefant. Das gelbe Krokodil. Der Konsument stand da und wusste nicht mehr, was er glauben soll. Und genau deshalb kommt diese Regelung. Nicht als Strafe. Sondern als Aufräumen. Ein Aufräumen mit einem Markt, in dem jeder sein eigenes Label erfinden konnte. Ein Aufräumen mit Aussagen, die gut klingen, aber wenig Substanz haben.

Künftig wird genauer hingesehen. Aussagen müssen belegbar sein. Nachvollziehbar. Und – für manche neu – auch von unabhängiger Seite überprüfbar. Natürlich bringt das Aufwand. Natürlich wird es unbequem. Aber vielleicht ist genau das notwendig, damit das Wasser wieder klar wird.

Der Flaschenpostler lehnt sich zurück und lässt den Blick über den See schweifen. Die Wellen sind da. Manche kommen spät. Manche zu spät. Aber das Wasser fragt nicht danach. Es wird trotzdem klar. Und vielleicht sieht man dann wieder, worauf es wirklich ankommt: Weniger Etikett. Mehr Inhalt. Weniger Behauptung. Mehr Wahrheit.

Mit einem leichten Schmunzeln und einem Blick Richtung Brüssel ...

Der Flaschenpostler 



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:** Vertriebs Erfahrung (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



manfred ergott

... schreibt und gestaltet Nachhaltigkeitsberichte und Umwelterklärungen, die man sehr gerne liest.

office@manfredergott.at
+43 676 392 39 00
www.manfredergott.at

BRANCHEN INDEX STELLEN MARKT

SV 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

AND THE WINNER IS ... FESTIVAL LA GACILLY-BADEN PHOTO

Große Freude bei den Organisatoren und der Stadt Baden. Das Festival La Gacilly-Baden Photo wurde bei den LUXlife Creative and Visual Arts Awards als weltweit Bestes Open-Air-Fotografie-Event 2025 ausgezeichnet.



Große Freude im Hause Lammerhuber für die Auszeichnung mit dem LUXlife Creative and Visual Arts Award. ✖ © . Lammerhuber

Ein Festival, das unter dem Motto »Australien & Die Neue Welt« rund 336.000 Besucher in den Bann von 30 fotografischen Erzählungen ziehen konnte und damit das größte Festival seiner Art in Europa darstellte. »Nach dem Erfolg der ersten Creative and Visual Arts Awards im letzten Jahr freuen wir uns, dieses Jahr noch mehr der besten Akteure der Branche zu feiern. Alle unsere Gewinner definieren die Kreativbranche auf ihre eigene Weise neu, und wir können nur ahnen, was die Zukunft für sie bereithält!«, so Kaven Cooper, Award-Koordinator von LUXlife. »Dieser

renommierte Preis würdigt herausragende Leistungen in einer Vielzahl von Disziplinen innerhalb der globalen Kunstszene. Ob Bildende und Darstellende Kunst, Fotografie und Videografie, Produktdesign, Digitale Kunst oder kreative Technologie – die Vielfalt dieses Awards wird nur noch von der Exzellenz seiner Preisträger übertroffen.« Schon zum achten Mal begeisterten rund 1.500 großformatige Fotografien der weltbesten Fotografen in den Parks und Gärten und an den Fassenden der Stadt Baden von Juni bis Oktober die Menschen. Auf rund sieben Kilometern Länge reihte

sich Ausstellung an Ausstellung, die mit ihrem Generalthema Mensch – Natur – Umwelt faszinierten und sowohl die Schönheit unseres Planeten Erde als auch dessen Verletzlichkeit aufzeigten. »Jedes Unternehmen und jede Person, die hier ausgezeichnet wird, repräsentiert das Beste dieser Branche auf globaler Ebene, und ihre Liebe zu ihrem Handwerk und zur Förderung der Künste im Allgemeinen hebt sie aus der Masse hervor«, so die Laudatio von LUXlife. »Es ist wohlthuend und macht uns demütig, so viel Wertschätzung zu erfahren. Für eine Sache, die uns sehr am Herzen liegt und die Menschen berührt, interessiert und zum Nachdenken anregt: Fotografie und die Geschichten, die sie erzählt verpackt in ein Festival, das eine Stadt für vier Monate in

MEDIEN KOMMUNIKATION DESIGN

eine Bilderstadt verwandelt, frei zugänglich für alle«, bedanken sich Silvia und Lois Lammerhuber.

Der Journalist Gianmarco Maraviglia, der für die Washington Post, CNN, Bloomberg und Newsweek berichtet, fasst zusammen: »Das Festival in Baden war eine der inspirierendsten fotografischen Erfahrungen, die ich je gemacht habe. Für mich wird es definitiv zu einer regelmäßigen jährlichen Veranstaltung werden.« Und Ben Lorenz vom Imaging Media House in Berlin sagt über das Festival: »Manche Tage erinnern uns daran, warum wir die Fotografie so sehr lieben – und mein Besuch beim Baden Photo Festival 2025 war genauso ein Tag. Die Gastgeber Silvia und Lois haben ein Festival geschaffen, das mit

ihrem großen Herzen definitiv zu einer regelmäßigen jährlichen Veranstaltung werden.«

Creative and Visual Arts Awards

Nur wenige Bereiche sind so vielfältig und einflussreich wie die kreativen und visuellen Künste, die eine Vielzahl von Emotionen, Erzählungen und Ausdrucksformen umfassen und somit unsere vielfältige, multikulturelle Gesellschaft perfekt widerspiegeln. Die Kraft dieser Geschichten, Veränderungen auf persönlicher, lokaler, nationaler oder internationaler Ebene zu bewirken, kennt keine Grenzen, und die dadurch erzielten Verbindungen bringen alle näher zusammen, spiegeln unsere Gemeinsamkeiten und Unterschiede wider

und helfen uns, zu wachsen und auf eine bessere Zukunft für alle zu blicken. Die Kreativ- und Bildende Kunstbranche ist einer der dynamischsten und vielfältigsten Sektoren der Weltwirtschaft. Im Jahr 2025 wird die globale Kreativwirtschaft auf über drei Billionen US-Dollar geschätzt, wobei Bildende Kunst, Musik, Produkt- und Modedesign sowie audiovisuelle Medien eine zentrale Rolle spielen. Unabhängige Künstler, multidisziplinäre Schöpfer und grenzübergreifende Studios erweitern weiterhin die Grenzen und bieten neue Erfahrungen, die Handwerk, Kultur und modernste Technologie miteinander verbinden. ●

ZUM 51. MAL STAATSPREIS DESIGN 2026 VERLIEHEN

VERBINDUNG VON FORM, FUNKTION UND GESELLSCHAFTLICHER VERANTWORTUNG

Am Abend des 16. April wurden im MuseumsQuartier Wien die Gewinnerprojekte des Staatspreis Design 2026 durch das Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus (BMWET) ausgezeichnet. Der alle zwei Jahre ausgeschriebene und bereits seit 2001 von designaustria durchgeführte Wettbewerb wurde in drei Kategorien vergeben; zusätzlich wurden die Sonderpreise »Spaces & Environment« sowie »Design Concepts« verliehen.



Staatspreis Design 2026: Die Ausstellung.

✕ © . Valerie Eccli

Die 51. Edition des Staatspreis Design positioniert sich einmal mehr als Gradmesser für eine Haltung, die Tradition als Grundlage für Innovation versteht. Von der Wiener Moderne bis zur Gegenwart zeigt sich ein durchgängiger Anspruch: die Verbindung von Form, Funktion und gesellschaftlicher Verantwortung. Insgesamt 176 Einreichungen von 130 Gestaltern wurden von einer internationalen Jury bewertet. 31 Projekte wurden in den

Haupt- und Sonderkategorien ausgezeichnet. In der Kategorie »Konsumgüter« wurde der Wasserhahn »SafeTap« von EOOS ausgezeichnet. Den Preis in der Kategorie »Investitionsgüter« erhielt Johannes Geisler für »LifeTaq – Tissura«, ein Laborgerät, das zur Reduktion von Tierversuchen beiträgt. In der Kategorie »Produktgestaltung Interior« überzeugte »Regal Tonda« von Johannes Scherr für Grüne Erde. Der Sonderpreis »Spaces & Environment« ging an »Zukunft

ist gut: Eine Schule wird zur Guten Stube«, ein Low-Budget-Projekt zur Gestaltung eines generationenübergreifenden Raums im Brengenerwald. In der Sonderkategorie »Design Concepts« wurden Katja Posch, David Soche, Franziska Kerber und Dominik Scherrer mit dotierten Preisen ausgezeichnet. ●



Staatspreis Design »Konsumgüter«

»SafeTap« | Wasserhahn

Design und Beauftragung: EOOS

Herstellung: EOOS NEXT | www.eoos.com/

Jurybegründung: »SafeTap ist ein herausragendes Beispiel für Social Design im Bereich der Konsumgüter, das mit minimalen Mitteln maximale globale Wirkung entfaltet. Als radikal einfaches Tool adressiert er eine der drängendsten Herausforderungen in wasserarmen Regionen. Besonders der Dosiermechanismus überzeugt: Ein intuitiver Handgriff schont die kostbare Ressource und ermöglicht dennoch gründliche Hygiene. Durch die universelle Kompatibilität verbindet der Entwurf ökologische Konsequenz mit sozialer Verantwortung.«



Staatspreis Design »Investitionsgüter«

»LifeTaq – Tissura« | Technologie zur Herstellung

von menschlichen Gewebemodellen

Design: Johannes Geisler | Projektbeteiligung: Patrick Diem, Manfred Taschner

Beauftragung: LifeTaq-Analytics GmbH

Herstellung: LifeTaq-Analytics GmbH, Aspekt Development GmbH (Vorserie Konstruktion)

johannesgeisler.com/

Jurybegründung: »Tissura übersetzt komplexe Biotechnologie in ein exzellentes industrielles Gesamtsystem. Die Jury würdigt die formale Kohärenz, die wissenschaftliche Innovation nicht nur umhüllt, sondern als funktionale Struktur erst anwendbar macht. Ein herausragendes Beispiel für Design, das den Weg für ethische Forschung und globalen Impact ebnet.«



Staatspreis Design »Produktgestaltung Interior«

»Regal Tonda« | Solitär Möbel

Design: Johannes Scherr

Beauftragung und Herstellung: Grüne Erde GmbH

www.johannes-scherr.com | www.grueneerde.com

Jurybegründung: »Das Regalsystem folgt einer konsequenten Ein-Material-Strategie, welche die ästhetische Ruhe des Objekts betont. Besonders beeindruckend ist die innovative Stecklogik: Dass ein hochstabiles Möbel ohne jegliche Beschläge funktioniert, macht den Aufbau zu einem intuitiven Erlebnis. Das naturbelassene Holz schafft zudem eine multisensorische Qualität, die man riechen und fühlen kann.«



Alle zwei Jahre wird der Staatspreis ausgeschrieben und von designaustria durchgeführt.

✘ © . Valerie Eccli



Sonderpreis »Spaces & Environment«

»Zukunft ist Gut: Eine Schule wird zur Guten Stube« | Gestaltung eines generationenübergreifenden Raums

Design: Simone Angerer, Nina Beck, Anna Hopfner

Projektbeteiligung: Sarah Greber, Agnes Hollenstein, Katharina Kleiter, Stefanie Weis

Beauftragung: OJB – Offene Jugendarbeit Bregenzerwald

Herstellung: Handwerker und das Team der OJB

www.ojb.at

Jurybegründung: »Mit diesem Projekt wird eine Low-Budget-Konversion gewürdigt, der mit minimalen Mitteln eine vollständige atmosphärische Metamorphose gelingt. Statt klischeehafter Jugendästhetik setzt die Gestaltung auf eine unaufgeregte Qualität, die Räume öffnet. Herausragend ist der kollaborative Prozess, durch den ein Ort hoher Resonanz entstand, der soziale Teilhabe beispielhaft vorlebt.«



Sonderpreise »Design Concepts«

»Pape – paper electronics« | Materialinnovation zur Vermeidung von Elektroschrott

Design: Franziska Kerber

Ausbildungsstätte: FH Joanneum

Jurybegründung: »Pape begegnet der Krise des Elektroschrotts mit einer kreislauffähigen Produktarchitektur. Die Jury würdigt den ganzheitlichen Ansatz, bei dem sich das System am Ende seines Lebenszyklus nahezu autonom in seine Ressourcen trennt. Indem Nutzer aktiv in den Aufbau einbezogen werden, wird Materialität begreifbar. Ein visionärer Beitrag zum Circular Design.«



»MALU« | Das energieschonende Kühlsystem für urbane Wohnräume

Design: Katja Posch

Ausbildungsstätte: FH Joanneum

Jurybegründung: »Mit MALU wird das Problem der Überhitzung von Innenräumen durch eine beeindruckend schlichte Lösung adressiert. Die Jury beeindruckte die Rückbesinnung auf die Verdunstungskühlung – eine antike Technik, die hier in eine zeitgenössische, ästhetische Form übersetzt wurde. Das Objekt bietet einen funktionalen Impact auf die Architektur, verpackt in hohe skulpturale Qualität.«



»Closed Loop Footwear« | Modulares Schuhkonzept für die Kreislaufwirtschaft

Design: Dominik Scherrer

Ausbildungsstätte: FH Joanneum

Jurybegründung: »Dieser Schuh definiert Langlebigkeit durch Modularität neu. Besonders hervorgehoben wurde die handwerklich präzise Ausführung: Die markante Seilführung dient nicht nur der Struktur, sondern erzeugt eine eigenständige, haptisch spannende Ästhetik. Damit gelingt die Verbindung von praktischer Nachhaltigkeit mit einem modernen Look für eine designbewusste Zielgruppe.«



»CropKit« | Smarter Mikrotraktor für kleinbäuerliche Landwirtschaft

Design: David Soche

Ausbildungsstätte: Technische Universität Delft

Jurybegründung: »Eine visionäre Lösung für die Landwirtschaft. Die Jury beeindruckte die intelligente Kombination aus kompakter Bauweise und einem hochflexiblen Zubehörsystem, das eine individuelle Anpassung ermöglicht. Durch die Verbindung von menschlicher Arbeitskraft und smarter Automatisierung fördert der Entwurf die Autonomie der Landwirte und stärkt gleichzeitig die ökologische Verantwortung.«

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

KYOCERA NEUE A3-SYSTEME FÜR HOHE DRUCKVOLUMEN

Die Kyocera Document Solutions hat sieben neue Modelle rund um die Systeme Kyocera TASKalfa MZ9500ci und Kyocera TASKalfa MZ10500i vorgestellt.

Die neue Generation von A3-Multifunktionsdruckern ist für hohe Druckvolumen in Büroumgebungen und Druckereibetrieben sowie bei Druckdienstleistern ausgelegt.



Sie verbinden hohe Druckgeschwindigkeit, stabile Bildqualität, moderne Sicherheitsfunktionen und KI-gestützte Funktionen. Zu den neuen Modellen gehören die drei Farb-Multifunktionssysteme TASKalfa MZ9500ci, TASKalfa MZ8500ci und TASKalfa MZ7500ci sowie die vier Schwarzweiß-Multifunktionssysteme TASKalfa MZ10500i, TASKalfa MZ9500i, TASKalfa MZ8500i und TASKalfa MZ7500i. Damit ergänzt Kyocera sein Angebot im High-Speed-A3-Segment für Anwender mit hohem Dokumentenaufkommen. Ein Dual-Toner-Konzept mit zwei Tonern je Farbe ermöglicht den Tonertausch während des laufenden Druckbetriebs und reduziert somit Ausfallzeiten. Mit Druckgeschwindigkeiten von bis zu 105 Seiten pro Minute und einer Auflösung von bis zu 2.400 x 2.400 dpi liefern die Systeme auch bei großen Druckaufträgen eine konstant hohe Bildqualität. Dadurch eignen sich die Systeme über den Büroalltag hinaus auch für die Produktion von Broschüren, Handouts oder Marketingmaterialien.

Verbesserte Scanleistung und Sicherheit

Auch im Bereich Dokumentenerfassung

überzeugen die neuen Multifunktionsdrucker durch hohe Produktivität. Der integrierte Dokumentenscanner erreicht Scangeschwindigkeiten von bis zu 300 Bildern pro Minute per Dual-Scan und verarbeitet bis zu 500 Blatt pro Scanvorgang. Zudem werden durch den geraden Scanweg spezielle Medien wie Karton oder Ausweise unterstützt, wodurch sich unterschiedliche Dokumententypen effizient digitalisieren lassen. Die neuen TASKalfa-Systeme verfügen über alle notwendigen Sicherheitsfunktionen wie Secure Boot und Laufzeitintegritätsprüfungen der Firmware sowie über erweiterte Verschlüsselungs- und Authentifizierungsverfahren. Diese Funktionen helfen Unternehmen dabei, sensible Informationen zu schützen und Compliance-Anforderungen zu erfüllen. In Kombination mit der AKI Printaurus Security Suite lassen sich durch diese Software zudem alle relevanten Sicherheitseinstellungen zentral steuern und über die gesamte Geräteflotte hinweg überwachen.

KI unterstützt Dokumentenprozesse

Eine Reihe KI-basierter Features unterstützt Anwender bei ihrer täglichen Arbeit. So er-

Ein Dual-Toner-Konzept mit zwei Tonern je Farbe ermöglicht den Tonertausch während des laufenden Druckbetriebs und reduziert somit Ausfallzeiten. ✖ ©. Kyocera

kennt eine intelligente Bildanalyse beispielsweise fehlende Scanbereiche oder beschädigte Dokumente und verhindert damit eine fehlerhafte Digitalisierung. Weitere KI-Funktionen erkennen vertrauliche Dokumente und können das Kopieren oder Scannen sensibler Inhalte verhindern. Die KI-gestützte Bildoptimierung verbessert zudem die Darstellung niedrig aufgelöster Bilder oder handschriftlicher Ergänzungen.

Die neuen A3-Systeme sind für die Integration mit cloudbasierten Lösungen optimiert und lassen sich nahtlos in digitale Dokumentenprozesse einbinden. Dokumente können direkt am System digitalisiert, klassifiziert und in Cloud-Speicher oder Dokumentenmanagement-Systeme übertragen werden. Damit eignen sich die Systeme auch als zentrale Plattform für die Digitalisierung dokumentenbasierter Geschäftsprozesse. ●

PRO DUKTION & TECHNO LOGIE



**Offsetdruck –
neu interpretiert.**



Unendliche Möglichkeiten dank
Substratsvielfalt bis 600 micron,
breitem Farbspektrum und
KI-Automatisierung.

KOOPMANN MEDIA UND KONICA MINOLTA INVESTITION IN EINE ACCURIOJET 30000



Mit der Investition geht koopmann media einen deutlichen Schritt in Richtung digitaler Print-Produktion.

Mit dem digitalen B2+-Inkjet-Bogendrucksystem richtet die Spezialdruckerei aus der Nähe von Bremen ihre Produktion konsequent auf veränderte Marktanforderungen aus. Ziel der Investition ist es, kleinere Auflagen, individualisierte Druckprodukte und unterschiedliche Materialien wirtschaftlich und in konstant hoher Qualität zu verarbeiten.

Die Entscheidung für die AccurioJet 30000 ist eine Reaktion auf den Wandel im Druckmarkt, in dem klassische Offset-Technologie in wirtschaftlicher Hinsicht zunehmend an Grenzen stößt. »Der Markt für Druckprodukte verändert sich sehr schnell. Die Bestellmengen werden kleiner, gleichzeitig steigen die Anforderungen an

Individualisierung und Reaktionsgeschwindigkeit«, sagt Markus Duhme, Geschäftsführer von koopmann media. »Ein Kunde benötigt vielleicht 100.000 Stück, aber in 200 unterschiedlichen Versionen. Das können wir mit herkömmlichen Offset-Maschinen wirtschaftlich nicht leisten.« Mit der Investition geht koopmann media nun einen deutlichen

Schritt in Richtung digitaler Print-Produktion. Das Unternehmen schafft damit die Grundlage, um Kundenwünsche auch künftig flexibel, qualitativ hochwertig und vor allem wirtschaftlich zu erfüllen.

Gute Gründe für die Investition

Für koopmann media waren mehrere Fakto-



Markus Duhme, Geschäftsführer, CEO der koopmann media GmbH setzt auf die Stärken des Digitaldruck. Das Unternehmen schafft damit die Grundlage, um Kundenwünsche auch künftig flexibel, qualitativ hochwertig und vor allem wirtschaftlich zu erfüllen.

✕ © . koopmann media GmbH

ren kaufentscheidend. Dazu gehören die konstante Druckqualität, eine geringe Makulatur, kurze Rüstzeiten, der niedrige Verbrauch von Strom und Tinte sowie die hohe Ausfallsicherheit. Hinzu kommt die Möglichkeit, auch dicke Bedruckstoffe bis 0,6 Millimeter zu verarbeiten. Damit schafft die AccurioJet 30000 die Voraussetzungen für eine herausragende Produktion kleiner und differenzierter Auflagen. Gleichzeitig eröffnet das System neue Spielräume für Spezialanwendungen und neue Geschäftsfelder. »Mit der AccurioJet 30000 unterstützen wir Druckdienstleister dabei, hochwertige und variantenreiche Produktionen wirtschaftlich umzusetzen«, sagt Mirko Pelzer, Offering Manager Deutschland und Österreich bei Konica Minolta Business Solutions. »koopmann media zeigt mit dieser Entscheidung, wie sich moderne Inkjet-Technologie strategisch nutzen lässt, um flexibler zu produzieren, schneller



Solutions: »Mit der AccurioJet 30000 unterstützen wir Druckdienstleister dabei, hochwertige und variantenreiche Produktionen wirtschaftlich umzusetzen.« ✕ © . Konica Minolta

auf Kundenanforderungen zu reagieren und neue Potenziale im Druck zu erschließen.« Ein konkretes Wachstumsfeld sieht das Unternehmen in der individualisierten Produktion von Pflanzensteckern für die grüne Branche. Hier spielt das neue Inkjet-System seine Stärken in puncto Materialflexibilität und wirtschaftlicher Produktion kleiner und differenzierter Auflagen aus. Zugleich beschleunigt der digitale Workflow die Fertigung. Traditionelle Arbeitsschritte wie die Belichtung von Druckplatten entfallen. Das spart Zeit und unterstützt eine schnellere Umsetzung variantenreicher Produktionen.

Signal für die Zukunft von Print

koopmann media verbindet die Investition nicht nur mit wirtschaftlichen Vorteilen,

sondern auch mit einer klaren Zukunftsperspektive für den Spezialdruck. »Wer investiert, hat auch Ideen, wie es weitergeht, hat eine Vision für die Zukunft«, erläutert Markus Duhme. »Umgekehrt wirkt sich so eine Investition sowohl auf Mitarbeitende als auch auf Kunden aus: Hier passiert etwas Positives, es herrscht Zuversicht. Die Menschen bekommen einen Kick, mitzumachen und noch mehr Ideen einzubringen. Eine neue Maschine weckt auch Fantasie. Ich glaube jedenfalls an die Zukunft von Print.« Die Entscheidung von koopmann media unterstreicht damit einen Trend, der die Branche zunehmend prägt: mehr Flexibilität, mehr Individualisierung, mehr Effizienz und die Erschließung neuer Anwendungen durch digitalen Inkjet-Druck. ●

WENIGER EXCEL MEHR NACHHALTIGKEIT

AITARK VEREINFACHT NACHHALTIGKEITSBERICHT- ERSTATTUNG FÜR KMU

Seit Inkrafttreten der Corporate Sustainability Reporting Directive müssen große Unternehmen ESG-Daten offenlegen. Diese Anforderungen geben sie entlang der Lieferkette, und damit an kleinere Unternehmen, weiter.



Das Gründertrio – Ludwig Thier, Jakob Gmoser und Simon Rauscher – entwickelte aitark mit einer klaren Vision: Nachhaltigkeitsmanagement so einfach und zugänglich zu machen, dass KMU ihre Energie in wirksame Maßnahmen investieren können statt in Bürokratie.

✦ © . aitark

Das Grazer Start-up aitark bringt eine Lösung auf den Markt, die dabei eine der größten Herausforderung für KMU entschärft: die aufwendige und zerstreute Datensammlung. Statt Excel-Listen, unübersichtlicher E-Mails und fehlender Strukturen bietet aitark eine KI-gestützte Plattform, die Nachhaltigkeitsdaten automatisch ordnet, plausibilisiert und entlang gängiger Standards nutzbar macht. Damit wird Nachhaltigkeitsberichterstattung für KMU nicht nur einfacher, sondern planbar, ressourcenschonend und praktikabel. Unternehmen müssen heute mehr Nachhaltigkeitsdaten liefern als je zuvor – und stehen damit mitten in der Twin Transition, der gleichzeitigen ökologischen und digitalen Transformation. Doch die meisten kämpfen

noch immer mit unzähligen Listen und unübersichtlichen Ordnerstrukturen. Ein junges Gründerteam aus Graz hat dafür eine Lösung entwickelt. Jakob Gmoser, Simon Rauscher und Ludwig Thier haben mit aitark eine Software geschaffen, die genau dort ansetzt, wo bei vielen Unternehmen der größte Frust entsteht: bei der Datensammlung und -strukturierung.

Warum KMU jetzt handeln müssen – auch ohne gesetzliche Pflicht

Nachhaltigkeitsberichte sind für viele KMU noch freiwillig, faktisch sind sie es nicht mehr. Seit Inkrafttreten der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) müssen große Unternehmen detaillierte ESG-Daten offenlegen und geben diese Anforderungen

entlang der Lieferkette weiter. Zudem koppeln Banken Finanzierungen zunehmend an Nachhaltigkeitskennzahlen und auch bei Förderungen und Ausschreibungen sind immer häufiger ESG-Daten erforderlich. Wer keine strukturierten Daten liefern kann, riskiert Aufträge und Kreditkonditionen, wodurch eine faktische Berichtspflicht lange vor der gesetzlichen entsteht.

Von Datenchaos zu Klarheit

Ein zentrales Problem dabei ist die Zersplitterung der Daten. Während Konzerne eigene ESG-Teams aufbauen, sammeln viele kleinere Unternehmen Informationen aus Einkauf, Energieabrechnungen, Fuhrpark, Produktion, Lieferanten und mehr – meist verteilt über Excel-Listen, E-Mails und persönliche Ablagen. »Das kostet Zeit, Geld und Energie – Ressourcen, die eigentlich dort gebraucht werden, wo Nachhaltigkeit wirklich entsteht: in konkreten Maßnahmen statt administrativen Abläufen«, bringt es Co-Founder Simon Rauscher auf den Punkt. aitark macht aus diesem Chaos ein System. Die Plattform führt alle relevanten Nachhaltigkeitsdaten an einem Ort zusammen, strukturiert sie automatisch und unterstützt Unternehmen dabei,

aus diesen Daten fundiertes Wissen zu gewinnen. Mithilfe von KI zeigt aitark auf, wo Handlungsbedarf besteht, und liefert konkrete Maßnahmenvorschläge für den nächsten Schritt. Schritt für Schritt begleitet die Software durch die Datensammlung – stets entlang relevanter Standards. Das Ergebnis: »Weniger Aufwand, weniger Fehler und weniger Kosten für Nachhaltigkeitsberichte. Und mehr Zeit für echte Nachhaltigkeitsmaßnahmen«, sagt Rauscher. »Wir haben ein System

geschaffen, das Unternehmen wirklich entlastet. Eine Plattform, die die tägliche Arbeit vereinfacht, statt sie komplizierter zu machen.«

Die KMU-Lösung für Nachhaltigkeitsberichte

Was vor zwei Jahren als Idee in einem kleinen Büro in Fürstenfeld begann, ist heute ein einsatzbereites Produkt – und ein deutliches Signal: Nachhaltigkeitsberichterstattung

muss auch für KMU machbar sein. aitark wurde genau mit diesem Anspruch entwickelt. Die Software soll den gesamten Prozess so einfach und zugänglich machen, dass auch Betriebe ohne eigene Nachhaltigkeitsabteilung diese Anforderungen souverän bewältigen können – und darüber hinaus: Auch die Erfüllung von ISO-Zertifizierungen, digitaler Produktpass und anderen Use-Cases können über die Berichterstattung hinaus mit aitark abgebildet werden. ●

EIN JAHR DEPONIE-FREIER BETRIEB

MONDI NEUSIEDLER ERREICHT MEILENSTEIN

Seit zwölf Monaten arbeitet die Fabrik in Neusiedl vollständig deponiefrei. Über diesen Zeitraum hinweg wurden keine Produktionsabfälle mehr auf Deponien entsorgt – ein klares Zeichen für die konsequente Ausrichtung auf Kreislaufwirtschaft.

Mit einem Jahr deponiefreier Produktion stärkt das Werk Neusiedler seine Position als nachhaltiger Partner für Kunden im Bereich professioneller Druckpapiere. ✕ ©. Mondi

Effiziente Produktionsprozesse und verantwortungsvolle Abfallwirtschaft haben am Standort seit vielen Jahren hohe Priorität. In enger Zusammenarbeit mit einem Recyclingpartner werden Reststoffe wie Holzasche, die früher deponiert wurden, heute aufbereitet und einer sinnvollen Weiterverwendung zugeführt. Nach entsprechender Behandlung und strengen Qualitätskontrollen werden diese Materialien der Zementindustrie als Zusatzstoffe zur Verfügung gestellt. Dieser Erfolg hat nicht nur dazu beigetragen, Deponieabfälle aus der Produktion vollständig zu vermeiden, sondern auch wertvolle Ressourcen im Kreislauf zu halten. Damit stärkt Mondi sein Engagement für nachhaltige Lösungen und Kreislaufwirtschaft. Gleichzeitig unterstützt dieser Fortschritt die Umsetzung des Mondi Action Plan



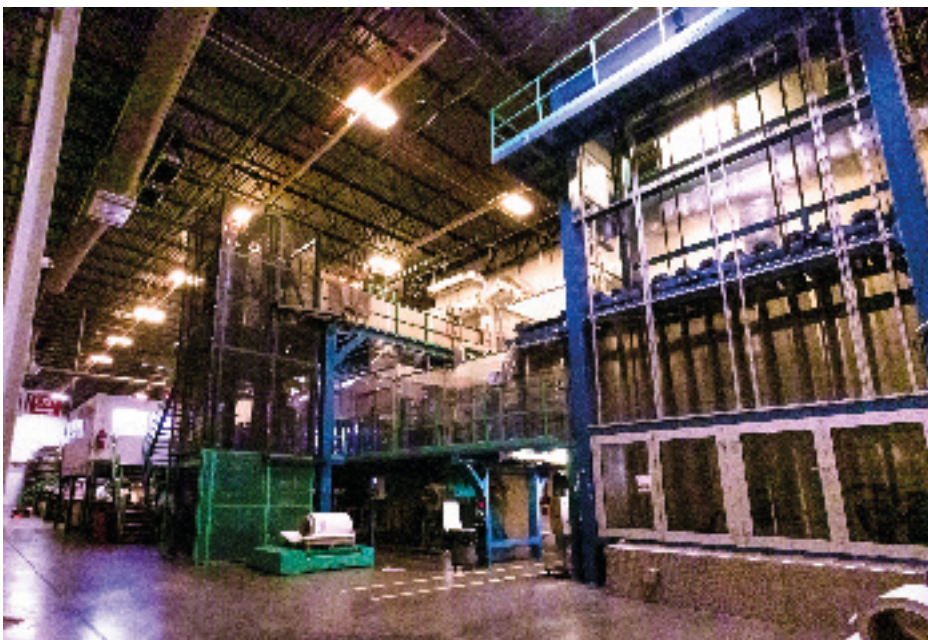
2030 (MAP2030), der auf Kreislauflösungen, handlungsfähige Mitarbeitende und Klimaschutz abzielt.

Auch die konzernweite Zielsetzung, Abfälle zu reduzieren und zirkuläre Lösungen auszubauen, wird dadurch aktiv vorangetrieben. »Wir sind stolz darauf, seit einem Jahr vollständig deponiefrei zu produzieren. Dieser Meilenstein setzt neue Maßstäbe für nachhaltige Produktion und unterstützt auch unsere Kunden dabei, ihre Lieferketten nachhaltiger zu gestalten. Gleichzeitig arbeiten

wir kontinuierlich daran, unsere Ressourceneffizienz weiter zu verbessern«, sagt Florian Döbl, Geschäftsführer von Mondi Neusiedler. Mit einem Jahr deponiefreier Produktion stärkt das Werk Neusiedler seine Position als nachhaltiger Partner für Kunden im Bereich professioneller Druckpapiere sowie technischer und Spezialpapiere für die Weiterverarbeitung. Mondi Neusiedler schließt sich damit dem Werk Frantschach an, das bereits seit mehreren Jahren als deponiefreier Standort betrieben wird. ●

SONORA DRUCKPLATTEN LÖSUNG FÜR NACHHALTIGEN DRUCK AUS NATIONALER FERTIGUNG

Im Jahr 2026 werden Offsetdruckereien weltweit weiterhin eine höhere Produktionseffizienz, niedrigere Kosten und eine verbesserte Nachhaltigkeit anstreben – nicht zuletzt, weil ihre Kunden zunehmend ressourcenschonende, energieeffiziente Produktionsmethoden und den Einsatz umweltfreundlicher Materialien verlangen.



Kodak setzt mit seinen Werken in den USA, Europa und Japan auf regionale Versorgung seiner Druckplattenkunden. ✖ © . Kodak

Kodak bietet hierfür mit den prozessfreien Sonora Platten eine Lösung. Seit der Markteinführung der ersten kommerziell erfolgreichen prozessfreien Platte im Jahr 2005 hat das Unternehmen mehrere bedeutende Innovationsmeilensteine erreicht, wodurch prozessfreie Sonora Platten für nahezu alle Offsetdruckanwendungen geeignet sind. Heute nutzen mehr als 6.000 Druckunternehmen die Platten, und die Einführung derer Platten bei Bogen- und Rollenoffsetdruckereien nimmt weltweit weiter zu.

Nachhaltige Chance für zukunftsorientierte Druckereien

Eine ganze Reihe von Vorteilen beflügelt diesen Trend: Druckdienstleister können

nachhaltiger werden, ohne Abstriche bei Produktivität oder Druckqualität zu machen. Mit Sonora Platten sinkt der Verbrauch von Strom, Wasser, Entwickler, Regenerat und Gummierung sowie von Auswaschlösung, der bei der traditionellen Plattenverarbeitung anfällt, auf null. Da keine Chemie eingesetzt wird und keine Plattenverarbeitungsanlage gereinigt und gewartet werden muss, gibt es auch keine zu entsorgenden Chemieabfälle oder verunreinigten Abwässer. Der Einsatz prozessfreier Platten eliminiert zudem Fehler und Schwankungen, die mit der nasschemischen Plattenverarbeitung verbunden sind. Das führt zu schnelleren, zuverlässigeren Rüstvorgängen und keinen Maschinenstillständen mit damit einhergehender Makulatur aufgrund von Plattenverarbeitungsfeh-

lern. Letztlich bedeutet dies Kosteneinsparungen für Druckereien – sowohl in der Druckformherstellung als auch im Drucksaal.

Regionale Fertigung für mehr Nachhaltigkeit

Um das weiterhin weltweit wachsende Nachfragevolumen zu bedienen, hat Kodak eine regional verteilte Plattenfertigungsstrategie umgesetzt. Kodak betreibt hochmoderne Werke in Columbus (US-Bundesstaat Georgia), Osterode (Deutschland) und Gunma (Japan). Neben prozessfreien Sonora Platten werden in diesen Werken auch weitere Produkte aus Kodaks Plattenportfolio gefertigt, um die regionale Marktnachfrage abzudecken. Die Fertigung in verschiedenen Regio-

Laura Cole, VP Pricing and Product Management: »Kodak bekennt sich weiterhin dazu, die lokale Plattenproduktion in den USA zu erhalten, wo wir der einzige verbliebene Hersteller sind. Dieses Engagement hilft uns auch, zollbezogene Herausforderungen zu bewältigen. Wir werden unsere Fertigung weiter ausbauen und alles tun, um die Kundennachfrage in den USA, aber auch weltweit zu erfüllen.« ✖ © . Kodak

nen der Welt gewährleistet eine reibungslose und schnelle Belieferung von Druckereien mit Kodak Platten. Darüber hinaus bietet die räumliche Nähe von Produktion und Verwendung im Vergleich zum Transport von Druckplatten aus entfernten Ländern oder Kontinenten Nachhaltigkeitsvorteile. »Die regionale Fertigung, die wir weltweit haben, ist ein entscheidendes Unterscheidungsmerkmal für uns. Sie ermöglicht uns, regional ausgerichtet zu agieren und die spezifischen Bedürfnisse jeder Region zu erfüllen, da sich Markterfordernisse und regulatorische Vorgaben unterscheiden«, erläutert Laura Cole, VP Pricing and Product Management, Kodak. Sie führt weiter aus: »Kodak bekennt sich weiterhin dazu, die lokale Plattenproduktion in den USA zu erhalten, wo wir der einzige verbliebene Hersteller sind. Dieses Engagement hilft uns auch, zollbezogene Herausforderungen zu bewältigen. Wir werden unsere Fertigung weiter ausbauen und alles tun, um die Kundennachfrage in den USA, aber auch weltweit zu erfüllen.«

Gezielte Investitionen für nachfrageorientierte Plattenfertigung

Als Reaktion auf einen deutlichen Nachfrageschub nach Sonora Platten in den USA hat Kodak kürzlich seine lokale Produktionskapazität für prozessfreie Platten erhöht. Im Werk Columbus wurde die Fertigung auf eine zweite, dafür modifizierte Plattenfertigungsline erweitert – und gewährleistet damit eine zuverlässige und schnelle Lieferung an Kunden in ganz Amerika. Um diese und weitere Produktionsverbesserungen zu erreichen und mit den neuesten Entwicklungen Schritt zu halten, investiert Kodak laut Laura Cole jedes Jahr Millionenbeträge in seine Fertigungsstätten: »Unsere kontinuierlichen Investitionen ermöglichen uns, nach höchsten Standards zu produzieren und die erstklassige Qualität zu liefern, die unsere Kunden von Kodak erwarten.«

Eine Strategie, die am Markt sehr gut ankommt

Kodaks Strategie der lokalen Plattenproduktion in verschiedenen Regionen der Welt wird von Kunden rund um den Globus geschätzt,



beispielsweise von Roto France, einem führenden französischen Zeitschriften- und Katalogdrucker. Das renommierte Rollen- und Bogenoffsetdruckunternehmen hat seine gesamte Produktion auf prozessfreie Sonora Platten umgestellt. Sylvain Roux, Produktionsleiter, kommentiert: »Dass Kodak Platten in Europa herstellt und sie über vergleichsweise kurze Distanzen liefert, ist für uns entscheidend, da es Verfügbarkeit, Versorgungssicherheit und Nachhaltigkeit gewährleistet. Wir danken Kodak für die Unterstützung in den vergangenen fünf Jahren bei unserer ambitionierten und qualitativ hochwertigen Umstellung auf 100 Prozent Sonora Platten. Dieses Engagement hilft uns, unsere Umweltauswirkungen zu minimieren, und darauf legen unsere anspruchsvollen Kunden sehr großen Wert.«

In den USA, wo die Verwendung von Sonora Platten enorm zugenommen hat, wird auch die heimische Fertigung sehr geschätzt. So hat beispielsweise Boone Newsmedia (BNI) – ein Unternehmen, das 91 Zeitungen sowie Websites, Einkaufsführer und Zeitschriften in zwölf Bundesstaaten besitzt – seine Druckproduktion auf prozessfreie Platten. Alle drei BNI-Druckstandorte befürworteten prozessfreie Sonora News Platten als ideale, effizienzsteigernde Lösung für ihren Betrieb. Laut K.O. Bennett, Produktionsleiter, war ein wesentlicher Faktor für die Entschei-

dung Kodaks Status als einziger verbliebener Hersteller von Offsetdruckplatten in den Vereinigten Staaten, was BNI Vertrauen in eine stabile inländische Lieferkette gab.

Die japanische Verpackungsdruckerei Godo Co., Ltd. schätzt die Möglichkeit, Platten zu nutzen, die lokal im Kodak Werk in Gunma gefertigt werden. Als Full-Service-Anbieter umweltfreundlicher, kundenspezifischer Verpackungslösungen produziert Godo sowohl im konventionellen als auch im LED-UV-Offsetdruck. Das Unternehmen betont: »Unsere Kompetenz in der Lieferung hochqualitativer und hochwertiger Verpackungen in großer Variantenvielfalt, kleinen Losgrößen und mit kurzen Durchlaufzeiten hat uns dazu veranlasst, auf prozessfreie Sonora Platten umzusteigen. Dieser Schritt hat nicht nur unsere Umweltleistung verbessert, sondern auch zu Arbeitseinsparungen und Kostensenkungen geführt. Darüber hinaus sorgt die inländische Fertigung der Platten für eine zuverlässige Lieferkette und minimiert die mit dem Transport verbundenen CO₂-Emissionen – ein Vorteil, der unser Engagement für Nachhaltigkeit unterstützt.« Diese Kundenbeispiele machen eines deutlich: Mit einem effizienten globalen Plattenfertigungsnetzwerk stellt Kodak eine zuverlässige Verfügbarkeit und durchgängig hohe Produktqualität durch einen verlässlichen Partner sicher. ●

HEIDELBERG AUF DER INTERPACK 2026 NEUE LÖSUNGEN FÜR DIE VERPACKUNGSPRODUKTION MIT PARTNERN

Heidelberg unterstreicht seinen Anspruch als End to End-Systemintegrator für die gesamte Wertschöpfungskette der Verpackungsproduktion und hat dies auf der interpack in Düsseldorf mit weiteren Bausteinen präsentiert.



Der Fokus liegt dabei auf Prozessen, die dem Druckprozess vor- und nachgelagert sind. Aber auch technologische Erweiterungen im Portfolio und der Ausbau regionaler Aktivitäten in Wachstumsregionen wie Lateinamerika oder Indien werden weiter vorangetrieben. Im Rahmen dieses Ansatzes hat das Unternehmen auf der Messe mehrere strategische Partnerschaften mit den Verpackungsunternehmen Pack-Smart, Inc., Metsä Board, und der pfenning group bekannt gegeben, mit denen Schlüsselprozesse in der Verpackungsproduktion für

höhere Sicherheit, Nachhaltigkeit, größere Transparenz und mehr Automatisierung in einen durchgehenden Workflow integriert werden sollen.

Integration von Sicherheitslösungen in die Wertschöpfungskette

Die Zusammenarbeit von Heidelberg mit Pack-Smart, Inc. ist der zentrale Baustein für die Integration intelligenter, datengesteuerter Prozesse in die Verpackungsproduktion. Die Inkjet-Drucklösungen von Pack-Smart für

Auf seinem Stand präsentierte Heidelberg integrierte Anwendungsbeispiele aus den wachsenden Marktsegmenten Pharma, Kosmetik sowie Lebensmittel und Getränke. ✖ ©. Heidelberg

die Serialisierung, Authentifizierung und Rückverfolgbarkeit von Verpackungen werden nun in Zusammenarbeit mit Heidelberg in einen nahtlosen Produktionsworkflow integriert. Dies gilt für hochwertige Verpackungen, beispielsweise im Kosmetikbereich, über sensible pharmazeutische Anwen-

dungen bis hin zu hochvolumigen Lebensmittelverpackungen in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Dabei streben beide Unternehmen die Entwicklung integrierter, standardisierter Verpackungssysteme für klar definierte Anwendungsbereiche an, wie Faltschachteln, flexible Verpackungen oder Etiketten. Diese Systeme ermöglichen Reproduzierbarkeit, Skalierbarkeit und einen effizienten weltweiten Einsatz. Zu diesem Zweck beabsichtigen Heidelberg und Pack-Smart, ihre Lösungen aufeinander abzustimmen

tion ein. Das Angebot ist speziell auf hochwertige Konsumgüterverpackungen ausgerichtet. Die Partnerschaft verbindet nachhaltige Substrate mit der Druck- und Prozesskompetenz von Heidelberg und ermöglicht so neue, leistungsstarke Verpackungskonzepte, bei denen Materialeffizienz und konstante Leistung entscheidend sind. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit stehen gemeinsame Forschungs- und Entwicklungsprojekte, Pilotproduktionsläufe sowie Kundendemonstrationen im Print Media Center

ausgelegt, den Marktanforderungen nach kürzeren Lieferzeiten, Kostensenkung, Flexibilität sowie strengeren Anforderungen an Dokumentation und Rückverfolgbarkeit gerecht zu werden.



und einen gemeinsamen Rahmen für den weltweiten Vertrieb zu schaffen, der den Zugang zu lokalen Märkten erleichtert und gleichzeitig einheitliche technische Standards gewährleistet.

Mehrwertkartone als Teil des Produktionsprozesses

Mit Metsä Board geht Heidelberg eine Partnerschaft mit einem führenden Anbieter hochwertiger, faserbasierter Kartonlösungen für die Faltschachtelproduktion als Teil seines Ökosystems für die Verpackungsproduk-

von Heidelberg sowie im Excellence Centre und in den Design Studios von Metsä Board. Ziel ist es, Verpackungsdruckereien die Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen und deren Produktion mit Heidelberg Systemen zu ermöglichen.

Integrierter Materialfluss im Verpackungswertstrom

Die Zusammenarbeit mit der pfenning group konzentriert sich auf die Integration von Informations- und Materialflüssen in Produktion und Logistik. Diese sind darauf

Im Mittelpunkt der Messepräsentation stand klarerweise die Inkjet-Lösung von Pack-Smart, die segmentübergreifend individuelle Informationen auf vorgefertigte Verpackungen druckt, damit Markeninhaber ihre Produkte sicher identifizieren und nachverfolgen können.

✖ © . Heidelberg

MANGELNDE LICHTTECHTHEIT VON BEDRUCKTEN KLEBEFOLIEN FÜHRT ZU HOHEM SCHADEN

Ein Busunternehmen gibt für Werbezwecke einen Auftrag zum Bedrucken von Selbstklebefolien für die Busse an eine Digitaldruckerei. Großflächige Werbeanzeigen von ortsansässigen Firmen sollten auf den Bussen erscheinen. Eine Laufzeit von zwei Jahren wurde hierfür vereinbart. Nun zeigte sich schon nach wenigen Wochen, dass die bedruckten Folien auf den Bussen stark ausbleichten.

Von der Druckerei wurde unser Sachverständiger damit beauftragt, die Ursachen für das schnelle Ausbleichen der bedruckten Selbstklebefolien herauszufinden, damit der hierfür Verantwortliche herausgefunden wird.

Ortstermine

Beim ersten Ortstermin in der Druckerei wurde der Tintenstrahldrucker, mit dem die Selbstklebefolien bedruckt wurden, in Augenschein genommen. Von der Eignung dieses Tintenstrahldruckers konnte man sich überzeugen, ebenso von den eingesetzten Drucktinten auf dem Drucker. Es stellte sich heraus, dass einige Folien mit der »Tinte 1« und andere mit der »Tinte 2« bedruckt wurden. Anhand der Produktdatenblätter und Sicherheitsdatenblätter sind prinzipiell beide Drucktinten für den Tintenstrahldrucker auf dem Drucker geeignet. Außerdem eignen sich die Drucktinten für den Außeneinsatz, also auch als Werbeträger für Busse. So steht es jedenfalls in den entsprechenden Produktdatenblättern. Beim anschließenden Ortstermin im Busunternehmen konnte man sich von den korrekten und den ausgebleichten Folien auf den Bussen überzeugen. In Abbildung 1 ist der Farbton beim Muster »M1« in Ordnung, Abbildung 2 zeigt das ausgebleichte Folienmuster »M2«. Beide Muster waren circa acht Wochen im Einsatz auf demselben Bus. Für weitere Laboruntersuchungen wurden Proben diese Muster vom Bus entfernt und drucktechnisch untersucht.

Laboruntersuchungen der Farbabweichungen

In den Lab-Werten unterscheiden sich die beiden Muster »M1« und »M2« maßgeblich. Diese Lab-Werte wurden mit Hilfe des Messgerätes Techkon SpektroDens mit den folgenden Einstellungen erfasst:

Weißbezug:	absolut
Messgeometrie:	0°/45° bzw. 45°/0°
Beobachtungswinkel:	2°
Lichtart:	M1 (D50)
Polfilter:	nein

Die Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle aufgelistet.

	L	a	b
M1	68,17	25,37	61,13
M2	73,03	5,37	57,50

Tabelle 1: Ergebnisse der Lab-Werte der Muster »M1« und »M2«

Zur besseren Veranschaulichung sind die a- und b-Werte dieser beiden Muster »M1« und »M2« noch grafisch in Abbildung 3 dargestellt. Man erkennt sehr deutlich den Unterschied, also die Ausbleichung des Musters »M2« gegenüber dem Original, also Muster »M1«.

Laboruntersuchungen der Lichtechtheit

Für die Untersuchungen zur Lichtechtheit der

beiden bedruckten Folienmustern »M1« und »M2« wurden diese in einem Testgerät mit gefiltertem Xenon-Bogenlicht bestrahlt. Zur Prüfung der Lichtechtheit nach DIN ISO 12040 wurden die Probestücke zusammen mit einer Referenzskala, die aus 8 eingefärbten Wollstreifen besteht und deren Lichtechtheit bekannt ist, gefiltertem Xenon-Bogenlicht ausgesetzt. Die letzte Stufe der Probestücke, die sich zusammen mit der Wollskala unter dem Lichteinfluss farblich verändert, wird als visuelle Bewertung festgehalten.

Dabei wurde festgestellt, dass sich die Färbung des Musters »M1« kaum verändert, während das Muster »M2« deutliche Änderungen zeigt. Die Lab-Werte wurden mit einem Messgerät Gretag SPM 60 mit der Messgeometrie 45/45 gemessen. Die Ergebnisse sind in Tabelle 2 wiedergegeben.

Bestrahlungsdauer

M1	L	a	b
Anlieferung	65,9	19,9	61,5
12 h	65,2	19,8	60,4
36 h	65,9	20,0	61,3
60 h	66,3	20,1	61,6
120 h	65,4	19,8	60,7
180 h	66,3	20,2	61,2

Tabelle 2: Lab-Werte der Muster »M1« und »M2« in Abhängigkeit der Bestrahlungsdauer.

Dr. COLIN SAILER

Der Autor ist von der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Bogen- und Rollendruckmaschinen, Offset- und Tiefdruckverfahren. Er zeichnet für eine Vielzahl von Bewertungen und Expertisen verantwortlich.

www.print-und-maschinenbau.de



AUS DER PRAXIS EINES GUTACHTERS

Bestrahlungsdauer

M2	L	a	b
Anlieferung	71,6	5,1	58,6
12 h	71,2	4,9	58,7
36 h	71,8	4,4	58,3
60 h	71,9	4,0	58,5
120 h	71,6	2,8	56,8
180 h	73,2	1,8	57,1

Tabelle 2: Lab-Werte der Muster »M1« und »M2« in Abhängigkeit der Bestrahlungsdauer.

Man erkennt ganz deutlich, wie sich in Abhängigkeit der Bestrahlungsdauer der a-Wert bei Muster »M2« verändert. Er liegt zu Beginn der Messungen bei $a = 5,1$ und sinkt dann nach 180 Stunden Bestrahlung auf den Wert $a = 1,8$. Beim Muster »M1« (intaktes Muster) hingegen bleibt der a-Wert von $a = 19,9$ zu Beginn der Messungen nahezu erhalten und liegt nach 180 Stunden Bestrahlung immer noch bei $a = 20,2$.

Zusammenfassung

Es ist offensichtlich, dass die Färbung des Musters »M1« bei der Bestrahlung unverändert bleibt, während sich die des Musters »M2« verändert. Die deutlichste Veränderung bei Muster »M2« wird beim a-Wert festgestellt. Dieser nimmt ab, das heißt das Muster wird weniger rötlich. Der b-Wert ist nahezu konstant, und die Helligkeit (L-Wert) nimmt geringfügig zu. Obwohl in beiden Produktdatenblättern und Sicherheitsdatenblättern der beiden verwendeten Drucktinten keine technischen Unterschiede zu erkennen sind, unterscheiden sich die beiden Drucktinten hinsichtlich der Lichtechtheit deutlich. Die Drucktinte, mit dem das Folienmuster »M2« gedruckt wurde, ist für den Außeneinsatz als Werbeträger ungeeignet. ●



Abbildung 1 Folienmuster »M1« in Ordnung.



Abbildung 2 Folienmuster »M2« ausgebleicht.

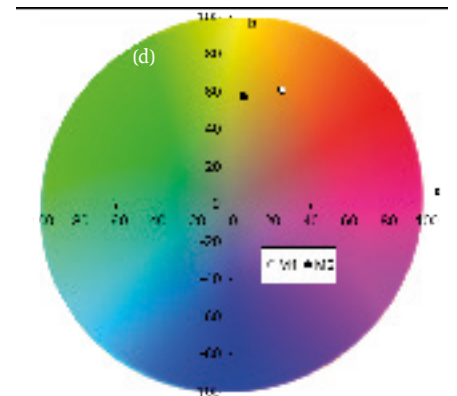


Abbildung 3 Lage der a- und b-Werte für die Folienmuster »M1« und »M2«.

MEDIA WITH CHARACTER

Print^{and}
Publishing

VISUAL
COMMUNICATION

Print^{and}
Publishing
europe

Packaging
AUSTRIA



EUROPEAN
MEDIA GROUP

EMGroup GmbH

Meytensgasse 27, 2. Stock | 1130 Wien | Austria
T +43-1 983 06 40 | F +43-1 983 06 40-18
E office@europeanmediagroup.at

www.printernet.at | www.packaging-austria.at

ABO BESTELLUNG

**Nähere Informationen zur Bestellung
Ihres persönlichen PRINT & PUBLISHING
Abonnements finden Sie unter:**

www.printernet.at





**WENN SCHADENSFÄLLE ZUM PROBLEM
WERDEN, GEHT ES UM DIE SCHNELLE
UND PROFUNDE BEURTEILUNG!**



**Print & Maschinenbau
Sachverständigenbüro für die Druckindustrie**

Dr.-Ing. Collin Sailer
Sachverständiger für Druckmaschinen,
Druck- und Druckereitechnik
Wenden Sie sich sofort bei Bestellung und Verdacht
Mitglied im DTC e.V. / VDEI / Euroconless / Messing / Euer

Viktor Frankl Straße 27 - D 86916 Kaufering
Tel.: +49 (0) 89 / 69388194
Fax: +49 (0) 89 / 69388390
Mobil: +49 (0) 172 / 8207286
collin.sailer@web.de

WWW.PRINT-UND-MASCHINENBAU.DE