

Nieuwe CEO voor Heidelberg Druckmaschinen AG

De raad van toezicht van Heidelberg heeft Ludwin Monz (58) aangesteld als de nieuwe CEO die Rainer Hundsdörfer (65) zal opvolgen. Monz neemt zijn functie op vanaf 1 april 2022, het begin van het nieuwe boekjaar. Ludwin Monz is tot eind dit jaar voorzitter van de raad van bestuur van Carl Zeiss Meditec AG, een op de MDAX genoteerd bedrijf. "Hij is een erkend expert in technologie en innovatie en heeft ervaring met de kapitaalmarkten", onderstreept Martin Sonnenschein, de voorzitter van de raad van toezicht van Heidelberg. Vooruitblikkend naar zijn nieuwe rol zegt Ludwin Monz: "In mijn ogen is Heidelberger Druckmaschinen AG



Ludwin Monz wordt de nieuwe CEO van Heidelberger Druckmaschinen AG.

een kroonjuweel van de Duitse technologie. Ik zie een enorm toekomstpotentieel in de enorme ervaring van de werknemers van het bedrijf, in de erg gediversifieerde internationale organisatie en in het merk dat al sinds jaren een gevestigde waarde is." Heidelberg dankte ook het engagement van Rainer Hundsdörfer als CEO van de onderneming. "Hij is erin geslaagd om de onderneming met succes door de covid-19-crisis te loodsen en tegelijk de strategische ontwikkeling ervan uit te tekenen en nieuwe activiteiten in te voeren, zoals de elektrische mobiliteit", verklaarde Martin Sonnenschein van de raad van toezicht.

Onderzoek BD myShopi: 'Negen op tien Belgen leest papieren folder'

De papieren folder is het meest geliefde reclamemedium blijkt uit de Door to Door Impact Survey van Profacts, een onderzoek in opdracht van BD myShopi. Ondanks alle digitale alternatieven houdt de papieren folder zich staande over verschillende bevolkingsgroepen en leeftijden. Negen op tien Belgen leest of doorbladert folders. Het percentage is volgens de onderzoekers gestegen in vergelijking met 2019. De Door to Door Impact Survey is een jaarlijks onderzoek waarbij de houding van de Belg ten opzichte van ongeadresseerde huis-aan-huiscommunicatie in kaart wordt gebracht. De studie is een initiatief van BD myShopi en werd uitgevoerd door het marktonderzoeksbureau Profacts. Voor het onderzoek werden 1.004 Belgen bevraagd. Een folder bereikt gemiddeld 4,5 miljoen Belgische brievenbussen en per huishouden lezen gemiddeld twee personen een folder. "Gemiddeld spendeert de Belg per week achttien minuten aan het lezen van folders", zegt

Leen Dehantschutter, de managing director bij BD myShopi. "Wanneer consumenten folders lezen, zijn ze volgens het onderzoek in eerste instantie op zoek naar speciale aanbiedingen." Uit onderzoek blijkt dat de minst storende reclamevormen het meest geapprecieerd worden. Waar slechts een op tien geen folders leest, ligt het gebruik van advertentieblockers door de consument voor alle mediakanalen een stuk hoger. Zo heeft een op drie een adblocker online en verwijdert een derde onmiddellijk digitale nieuwsbrieven. Op tv zijn de cijfers nog frappanter: bijna de helft van de kijkers kijkt uitgesteld zodat reclame kan worden doorgespoeld of zapt weg bij tv-reclame. Wanneer consumenten gevraagd worden naar hun favoriet medium om reclame te ontvangen, blijkt de folder favoriet. Meer dan de helft van de respondenten koos voor de papieren reclamefolder als één van hun favorieten. Wanneer de consumenten een keuze moesten maken en slechts één favoriet medium mochten aanduiden, bleef het succes van de folder overeind. Vier op de tien koos voor de folder als absolute favoriet. E-mail (17%) en televisie (14%) zitten ook in de top drie. "Het niet-intrusieve karakter van het medium folder speelt hier zeker een rol", duidt Leen Dehantschutter. "De folder valt bij de consument in de brievenbus en de consument bepaalt zelf wanneer hij deze folder doorbladert en hoe vaak hij of zij dit doet. Je wordt als het ware niet 'gestoord' tijdens een andere activiteit." Vooral de folders van supermarkten blijken populair en worden het vaakst gelezen of doorbladert. Meer dan twee op drie leest graag supermarktfolders, volgens het onderzoek. Folders over mode, doe-het-zelf, tuin en dier, decoratie en meubelen maken de top vijf van meest frequent gelezen folders compleet.



Meer dan negen op de tien Belgen leest of doorbladert folders.