

KOENIG & BAUER: UMSATZ LEICHT ÜBER VORJAHR

CEO BOLZA-SCHÜNEMANN MAHNT PREISDISZIPLIN AN

Durch gestiegene konjunkturelle Risiken und einen höheren Preisdruck seitens des Wettbewerbs sei das Marktumfeld anspruchsvoller geworden, teilt *Koenig & Bauer* im Bericht zum dritten Quartal 2019 mit. Dennoch sei der Konzernumsatz über alles betrachtet gewachsen und die Kapazitätsauslastung hoch.

In den ersten drei Quartalen 2019 seien im Konzern Aufträge in Höhe von 843,0 Mio. € eingegangen – rund 100 Mio. € weniger als im Vorjahr (943,2 Mio. €), was aber durch einen in dieser Dimension unüblichen Grossauftrag im Wertpapierdruck begünstigt war.

In seinem Brief an die Aktionäre weist der Vorstandsvorsitzende



CLAUS BOLZA-SCHÜNEMANN ausdrücklich auf den höheren Preisdruck vonseiten des Wettbewerbs hin:

«Grundsätzlich stehen für uns Preissenkungen zur Erhaltung oder Ausweitung von Marktanteilen ausser Frage. Der einzige aus unserer Sicht schlüssige Umgang mit Nachfrageschwankungen ist die aktive und schnelle Gestaltung der Kostenseite bei fortgesetzter Arbeit an innovativen Produkten, die dem Kunden einen

messbaren Mehrwert ermöglichen. Das schwierigere Marktumfeld mit zum Teil massiven Zugeständnissen der Konkurrenz hat sich aufgrund unserer strikten Preisdisziplin im Auftragseingang des dritten Quartals 2019 niedergeschlagen.» Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hätten auch dazu geführt, dass einzelne Projekte von Kunden verschoben würden. Bei Neubestellungen war der Auftragseingang insbesondere bei Sheetfed schwächer als in den Vorquartalen.

Mit Erlösen von 292,2 Mio. € im dritten Quartal sei der Konzernumsatz gegenüber dem Vorjahr (788,8 Mio. €) dennoch leicht auf 798,2 Mio. € gestiegen. Das Konzern-EBIT von 5,2 Mio. € (2018: 28,6 Mio. €) sei von Aufwendungen für die Wachstums-offensive 2023 beeinflusst, die kumuliert für 2019 bis 2021 bei rund 50 Mio. € liegen. «Neben

dem rückläufigen Servicegeschäft im Zeitungsdruck haben unerwartete Projektaufwendungen für den Wertpapier-Grossauftrag, ungeplante Qualitätskosten und negative Mixeffekte das Ergebnis belastet», erläutert CLAUS BOLZA-SCHÜNEMANN. «Auch in Anbetracht der gestiegenen Konjunkturrisiken arbeiten wir intensiv an Kostensenkungsprojekten.» Trotz der Schwankungen bei Umsatz, Auftragseingang und Gewinn der Segmente Sheetfed (Bogenoffset), Digital & Web (Rollen- und Digitaldruck) sowie Specials (Wertpapier-, Metall-, Glas-/Hohlkörperdruck und Coding) hält der Konzern-Chef die Ziele 2019 für erreichbar. Das Erreichen (Umsatzanstieg um 4% und eine EBIT-Marge von 6%) sei bei schwächeren Auftragseingängen herausfordernder geworden.

> www.koenig-bauer.com

KOMMENTAR

Schnäppchenmarkt Druckmaschinen?

Preiskämpfe kennen wir ja nicht erst, seit sich Händler und Anbieter im Internet wilde Preisschlachten liefern. Preisnachlässe sind auch oder gerade bei Investitionsgütern an der Tagesordnung. Wenn der *Koenig & Bauer*-CEO KLAUS BOLZA-SCHÜNEMANN in einem Aktionärsbrief jedoch explizit anführt, dass die eigene strikte Preisdisziplin gegenüber den zum Teil massiven Zugeständnissen der Konkurrenz zu schwächeren Auftragseingängen insbesondere im Sheetfed-Segment geführt hat, lässt sich erahnen, was zurzeit am Markt der Bogenoffsetmaschinen los ist.

Solche Preiskämpfe führen dazu, dass der eine weniger Geschäfte abschliesst, der andere zwar die Aufträge hat, seine Marge aber in den Keller fährt. Erklärt das vielleicht, warum der eine oder andere Hersteller nicht aus der Verlustzone rauskommt? Das wäre dann aber mehr als bedenklich. ni

Qualität made in Switzerland
hochwertige Druckprodukte zum Bestpreis

Hier ausführliche Beratung
058 551 15 27

graphax
IT Services
Document Solutions

EXZELLENTER SERVICE
Wir sprechen Ihre Sprache und verstehen Ihre Anliegen

SCHNELLE LIEFERUNG
Wir liefern Ihre Produkte so schnell wie möglich

MADE IN SWITZERLAND
Präzision und höchste Qualität dank unserer Schweizer Meister

www.druckshop2go.ch

SHOP2GO

Graphax AG - Riedstrasse 10 - 8953 Dietikon

Ihr eigener Online-Druckshop –
schnell - kostengünstig - effektiv!

NAMENSÄNDERUNG *Océ* wird Anfang 2020 in *Canon Production Printing* umbenannt. Aus geschäftlicher Sicht soll sich nichts ändern – die Organisation und das Produktportfolio bleiben bestehen, nur der Name und das Branding ist Gegenstand der Veränderung. Die Produkte werden ab 1. Januar 2020 unter der Marke *Canon* geführt. Dadurch soll eine Markeneinheit geschaffen werden.

WERTVOLLES UNTERNEHMEN *Steinbeis Papier*, der Papierhersteller aus dem schleswig-holsteinischen Glückstadt, wurde von *Deutschland Test* mit dem Siegel «Deutschlands wertvollste Unternehmen» ausgezeichnet. In der Kategorie «Papier-, Büro- und Schreibwarenhersteller» belegte *Steinbeis* den zweiten Platz hinter *Faber-Castell*. > www.stp.de

NEUER EIGENTÜMER Der niederländische Maschinenhersteller *Contiweb* hat einen neuen Eigentümer. Die Private-Equity-Firma *American Industrial Partners* hat ihre Anteile vorbehaltlich weiterer Beratungen und Genehmigungen an die niederländische Fondsgesellschaft *H2 Equity Partners* verkauft. *Contiweb* liefert unter anderen Rollenwechsler und Bahntrockner für die Offsetdruck-Branche. > www.contiweb.com

NAMENSWECHSEL *KBA-NotaSys*, nach eigenen Angaben Marktführer von Hochsicherheitsdrucklösungen, wird am 1. Juni 2020 in *Koenig & Bauer Banknote Solutions* umbenannt. Das auf den High-Tech-Sicherheitsdruck von Banknoten und Wertpapieren spezialisierte Unternehmen entstand 1952 unter dem Namen *Giori* und wurde 1964 zu *De La Rue Giori*. Seit 2001 ist das Unternehmen mit Sitz in Lausanne Teil der *Koenig & Bauer AG*, trug zunächst den Namen *KBA-GIORI* und hiess ab 2011 *KBA-NotaSys*. Ziel der jetzigen Namensänderung ist es, die Marken innerhalb der Unternehmensgruppe *Koenig & Bauer* zu vereinheitlichen. Organisation und Struktur von *KBA-NotaSys* bleiben erhalten.

REDUZIERTER STEUERSATZ Der Bundestag hat ein Steuergesetz verabschiedet, das einen ermässigten Steuersatz auch auf Apps, Websites und Datenbankangebote mit Büchern, Zeitungen und Zeitschriften vorsieht. Damit wird die steuerliche Gleichbehandlung von elektronischen und gedruckten Presseprodukten bei der Umsatzsteuer eingeführt.

STILLGELEGT Aufgrund des Nachfragerückgangs für grafische Papiere hat *UPM* die Papiermaschine 2 in Rauma (Finnland) am 6. November dauerhaft stillgelegt. Durch die Schliessung, wovon 179 Personen betroffen sind, verringert sich die Produktionskapazität für SC-Papiere um jährlich 265.000 Tonnen.

1. HALBJAHR BEI HEIDELBERG VERSCHLANKUNG DER ORGANISATION

Der *Heidelberger Druckmaschinen AG* ist es eigenen Angaben zufolge im zweiten Quartal (Juli bis September 2019) gelungen, den schwachen Jahresauftakt annähernd zu kompensieren. Doch unter dem Strich stehen weiterhin Verluste.

So seien beim Umsatz (+9% auf 622 Mio. €) und beim Auftragseingang (+1% auf 648 Mio. €) Verbesserungen erzielt worden. Impulse habe das Geschäft aus der Digitalisierung im Kerngeschäft Bogenoffset erfahren, das in den USA und in China für steigende Umsätze Sorge. Dazu beigetragen hätte das neue Geschäftsmodell (Subskription) und damit ein höherer Anteil wiederkehrender Umsätze aus Vertragsgeschäft und E-Commerce. Inzwischen mache der Anteil der Subskriptionen am Auftragsbestand über 10% aus.

Schwierig zeige sich dagegen das von Investitionszurückhaltung geprägte Geschäft in Deutschland, Grossbritannien und im Rest Mitteleuropas, weshalb Massnahmen zur Sicherung der Profitabilität und Verbesserung der Liquidität vorangetrieben würden. «Die vergangenen Monate haben gezeigt, dass unsere Strategie stimmt»,

wird **RAINER HUNSDÖRFER**, Vorstandsvorsitzender von *Heidelberg*, zitiert:

«Der Anteil des Vertragsgeschäfts steigt, Kunden setzen auf unsere digitalen Lösungen und durch gezielte Investitionen in unser Kerngeschäft si-

chern wir unsere Markt- und Technologieführerschaft. Die solide Entwicklung im zweiten Quartal macht uns zuversichtlich, das geplante Umsatzziel zu erreichen.»

Ergebnissicherung via Rotstift

Allerdings soll das Ergebnis über mehr Kosteneffizienz und eine Verschlan- kung der Organisation gesichert werden. Mit anderen Worten: Es wird der Rotstift angesetzt. In diesem Zusammenhang wird



Technik-Vorstand **STEFAN PLENZ**, verantwortlich für das Segment Digital Technology,

Heidelberg zum Ende seiner Vertragslaufzeit im Juni 2020 verlassen. Wie es heisst, in beiderseitigem Einvernehmen, nachdem Aufsichtsrat und Vorstand entschieden haben, die Führungsstrukturen zu verschlanken und den Vorstand zu verkleinern. Das Technologie-Ressort wird künftig von **RAINER HUNSDÖRFER** geleitet, der Einkauf wechselt zum Finanzvorstand **MARCUS WASENBERG**, Vertrieb und Digitalisierung werden bei Chief Digital Officer **PROF. DR. ULRICH HERMANN** konzentriert.

Das lässt aber schon noch Fragen offen: Im Zuge der digitalen Transformation

will *Heidelberg* ohne einen Technologievorstand für Digital Technology arbeiten? Zudem sollen Investitionen um 20 Mio. € gekürzt werden, Durchlaufzeiten und Bestandshöhen optimiert, das For- derungsmanagement verbessert, gebundenes Kapital um 50 Mio. € reduziert werden. Portfolioanpassungen sowie Strukturoptimierungen sollen in Summe für ein Liquiditätspotenzial von rund 100 Mio. € sorgen.

Weiterhin Verluste

Das alles vor dem Hintergrund, dass *Heidelberg* den Halbjahresumsatz 2019/20 mit 1.124 Mio. € gegenüber dem Vorjahres-Halbjahr (1.114 Mio. €) verbesserte, den Auftragsbestand gegenüber dem Geschäftsjahresende am 31. März (654 Mio. €) um rund 16% auf 756 Mio. € erhöhte, mit dem Auftragsingang des Halbjahres mit 1.263 Mio. € aber hinter dem des Vorjahres (1.306 Mio. €) zurückliegt. Und auch wenn sich das Finanzergebnis verbesserte (-23 Mio. € im Halbjahr 2019/20 statt -28 Mio. € im Vorjahr), lag das Ergebnis nach Steuern bei -16 Mio. € (Vorjahr: -6 Mio. €). *Heidelberg* schreibt also weiterhin Verluste.

> www.heidelberg.com



Specials
FINEST PAPER

Specials® Feinstpapiere wecken Emotionen

Lebendig. Eindrucksvoll. Aussergewöhnlich. Specials® Feinstpapiere von Papyrus sagen mehr als tausend Worte. Sie verzaubern Ihre Botschaft in ein emotionales Erlebnis. Mit

verführerischen Farben und faszinierenden Strukturen wecken Specials® Feinstpapiere die Neugier, beflügeln die Kreativität und enthüllen wahre Leidenschaft.

Inspiration gesucht? Folgen Sie uns auf Instagram: [@Papyrus_Designerbrunch](https://www.instagram.com/Papyrus_Designerbrunch)

PAPYRUS 

GERICHTSURTEIL Fake-Bewertungen sind rechtswidrig

Ohne positive Bewertungen lässt sich im Netz (fast) nichts mehr verkaufen. Das gilt für den Consumer-Bereich, aber auch für Handelsplattformen. Darin wittern einige dubiose Agenturen ein Geschäft und liefern Fake-Empfehlungen auf Bestellung.

Dem hat das *Landgericht München* in seinem Urteil vom 14. November 2019 jetzt einen Riegel vorge-schoben und gekaufte Bewertungen im Internet für rechtswidrig erklärt. Das Gericht gab damit einer Klage des Urlaubsportals *Holidaycheck* gegen erfundene Bewertungen statt, die ein Unternehmen an mehrere Hoteliers verkauft hatte. Nach dem Urteil dürfen künftig keine Bewertungen von Menschen verkauft werden, die nicht tatsächlich in dem jeweiligen Hotel übernachtet haben. Dieses Urteil war längst überfällig. Und von dem Urteil des Gerichts geht auch ein wichtiges Signal aus.

Denn Sicherheit und Vertrauen sind für die Kunden von Online-Shops essenziell und Bewertungen tragen massgeblich zum Vertrauen in den Onlinehandel bei. Wer gute Bewertungen kauft, statt sie zu verdienen, verspielt dieses Vertrauen jedoch. Fake-Bewertungen sind daher mehr als nur ein geschäftsschädigendes Ärgernis.

Fake-Bewertungen, die selbst für Arbeitgeberbewertungsportale gehandelt werden, gehören also in gewissem Masse in die Kategorie Cyberkriminalität. Es gibt allerdings keine Technik, um sich gegen solche Bewertungen (gekaufte *Amazon*-Bewertungen sind mit einem Preis ab 19,40 € übrigens am teuersten) zu schützen.

TAMEDIA Ab 2020 TX Group

Die von *Tamedia* angekündigte Umstrukturierung in vier weitgehend eigenständige Unternehmen geht mit einer Namensänderung einher: *TX Group AG* heisst das Unternehmen ab 1. Januar 2020. Die dezentrale Organisation soll die Einheiten *TX Markets*, *Werbevermarktung (Goldbach)*, *20 Minuten*, *Pendlermedien* und *Tamedia* umfassen – alle mit eigener Geschäftsleitung und eigenem Verwaltungsrat. Das Flaggschiff *Tages-Anzeiger* versteckt sich in der Einheit *Tamedia*, wo weitere fast zwei Dutzend Zeitungen und Zeitschriften wie etwa *Sonntagszeitung*, *Le Matin Dimanche*, *Der Bund*, *24 heures*, *Basler Zeitung*, *Zürichsee-Zeitung*, *Thuner Tagblatt*, *Tribune de Genève*, *Bilanz*, *Der Landbote*, *BZ Langenthaler Tagblatt*, *TVtäglich*, *Schweizer Familie*, *Züritipp*, *GuideTV* etc. zu finden sind sowie die Druckzentren Zürich und Lausanne.

Das Netzwerk von Medien und Plattformen soll der Information, Orientierung und Unterhaltung

dienen und täglich über 80% der Schweizer Bevölkerung erreichen. Dabei wird betont, dass die Neustrukturierung kein Projekt zur Kosteneinsparung sein soll.

SPRINGER UND KKR EU-Kommission gibt grünes Licht

Die *EU-Kommission* hat den Einstieg des Finanzinvestors *Kohlberg Kravis Roberts (KKR)* beim Berliner Verlag *Axel Springer* geprüft und das Vorhaben genehmigt. Es gebe keine Wettbewerbsbedenken, da die Übernahme nur geringe Auswirkungen auf den Markt habe, erklärte die Brüsseler Behörde. *KKR* hatte die Übernahme von mehr als 40% der *Springer*-Aktien angekündigt. Der Medienkonzern *Springer*, der unter anderem die Tageszeitungen *Bild* und *Welt* herausgibt, will mit dem Einstieg sein digitales Wachstum vorantreiben. Neben journalistischen Inhalten setzt der

Konzern schon länger auf digitale Rubrikengeschäfte und erzielte damit in den ersten neun Monaten des Jahres 2019 bereits 73,4% der Umsatzerlöse.

Doch auch wenn der Anteil des Digital-Geschäfts weiter zunimmt, musste *Springer* in diesem Zeitraum einen Umsatz-Rückgang um 2,7% auf 2,3 Mrd. € hinnehmen. Auf Umsatz und Gewinn drücken neben Konsolidierungseffekten aus dem Verkauf der *Leisure-Gruppe* auch Rückstellungen, die für die angekündigten Restrukturierungen im Zuge des *KKR*-Einstiegs vorgesehen seien. Insgesamt prognostiziert das *Axel-Springer*-Management für 2019 ein Umsatz-Minus im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich, das Ebitda könnte um 10% bis 20% fallen.

DRUCKSACHEN Bremsklotz Porti und Gesetze

Ich bin relativ früh am Morgen am Briefkasten. Gut, interessiert niemanden, sonst wäre ich da auch nicht alleine. Aber ich stehe da ja nicht nur so rum, sondern hole meine Tageszeitung ab. Das ist nur deshalb möglich, weil rund 100.000 Zusteller in Deutschland mehr als 10 Millionen Zeitungen zu den Lesern bringen – bis in den letzten Winkel der Republik. Jetzt hat der *Bundestag* beschlossen, die Zustellung finanziell zu unterstützen. Im Bundeshaushalt 2020 sind 40 Mio. €

für die Zustellung von Zeitungen und Anzeigenblättern vorgesehen. Es soll eine temporäre Hilfe bei der digitalen Transformation von Abo-Zeitungen und der lokalen Vielfalt von Anzeigenblättern sein – zeitlich begrenzt auf fünf Jahre und noch gesperrt, bis ein endgültiges Konzept zur Förderung vorliegt. Grund für die staatliche Hilfe sind die gestiegenen Kosten der Auslieferung – auch wegen des 2018 eingeführten gesetzlichen Mindestlohns für Zeitungszusteller. Die Zeitungsverleger nennen Mehrkosten von rund 400 Mio. €. Klar, die wollen mehr. Das ist Lobbyarbeit. Die macht aber auch der *Verband Deutscher Zeitschriftenverleger*, der kurz vor der Entscheidung im *Bundestag* eine Zustellförderung aller Pressepublikationen gefordert hat. Denn auch der Versand von Zeitschriften und die Postzustellung von Magazinen ist ja nicht kostenneutral. Gerade jetzt flat-terte uns eine Information der *Post* ins Haus, nach der eine jahrelang geltende Beförderungsart ab 2020 ersatzlos gestrichen wird. Aber egal, ob Förderung oder nicht – gesetzliche Vorgaben und Porti werden immer mehr zum Bremsklotz von Printprodukten aller Art. Darüber sollte man wirklich noch einmal und vor allem ernsthaft nachdenken.

nico



DRUCKMARKT
Macht Entscheider
ENTSCHEIDUNGSSICHER



Mit Ricoh haben wir unseren idealen Partner im Geschäftsalltag gefunden

«Mit der Ricoh Pro C9210 profitieren wir von einem tollen Preis-Leistungs-Verhältnis. Sehr hilfreich für die Entscheidung war für uns auch das Experience Center, in dem wir umfangreiche Tests durchführen konnten.»

Sergio Nobile, Geschäftsführer der Edubook AG, Merenschwand