

**ERFOLGREICHES  
GESCHÄFTSJAHR 2014**

Der Verpackungshersteller Edelman steigerte im Geschäftsjahr 2014 seinen Umsatz um 2% auf 238 Mio. € (Vorjahr: 233 Mio. €). Der Anteil der Auslandsgesellschaften betrug 53,8% und bewegt sich damit auf Vorjahresniveau (52%). Bei der Umsatzverteilung nach Branchen nahm das Health Care Segment 43,3%, das Beauty Care Segment 45,8% ein, Consumer Brands verzeichneten 10,9%. Der Anteil des Geschäftsfeldes Packungsbeilagen am Umsatz 2014 betrug wie im Vorjahr 10%. Die 2.275 Mitarbeiter produzierten 5 Mrd. Verpackungen und 1,2 Mrd. Packungsbeilagen.

An den Standorten im In- und Ausland investierte die Edelman Gruppe 13 Mio. € in neue Technologien, was 5,5% des Gruppenumsatzes entspricht.

Das Geschäftsjahr 2014 war geprägt durch die Schaffung schlankerer Unternehmensstrukturen. «Ein Unternehmen, das über 100 Jahre alt ist, muss man bezüglich Organisationsstruktur, Flexibilität und Kundenorientierung immer wieder auf den Prüfstand stellen», begründet



**Dierk Schröder**, Geschäftsführer der Edelman Gruppe, den Abbau einer von vier Leitungsebenen.

«Wir haben Entscheidungswege verkürzt und somit die Reaktionsgeschwindigkeit deutlich erhöht.»

› [www.edelman.de](http://www.edelman.de)

**XFAIR IN WIEN EIN VOLLER ERFOLG  
ÖSTERREICH HAT WIEDER EINE  
DRUCKFACHMESSE**

Österreich hat ganz offensichtlich wieder eine funktionierende Druckfachmesse. Nach drei Tagen ging die erste Ausgabe der Xfair, des Print- & Crossmedia Events für Österreich und CEE, am 17. April zu Ende. Mit knapp 2.000 registrierten Besuchern wurden sogar die Erwartungen der Veranstalter übertroffen. Was die Vertreter der rund 100 auf der Messe präsenten Firmen zusätzlich überzeugte, war offensichtlich die Qualität des Publikums.

Und auch das Einzugsgebiet passte: Selbst aus Vorarlberg waren Besucher angereist – und auch den beachtlich vielen Besuchern aus Deutschland war Wien eine Reise wert. Mit rund 15% Auslandsanteil aus den benachbarten CEE-Ländern wurde die Xfair auch ihrem internationalen Anspruch gerecht. Hier waren es vor allem Besucher aus Ungarn, gefolgt von der Slowakei, Kroatien, der Tschechischen Republik und Slowenien. Auch aus Polen, Rumänien, Bulgarien, Bosnien, der Ukraine und Russland kamen Besucher in die Marx-Halle.

Wie viele Reaktionen belegen, zeigten sie sich allesamt von der angenehmen Atmosphäre und dem kompletten Produktangebot angetan. Was allen Ausstellern auffiel: Die offensichtliche Investitionsbereitschaft. So mehrten sich mit zunehmender Dauer der Veranstaltung die Verkauf-Aufkleber auf den ausgestellten Maschinen. Selbst die von Heidelberg als Weltneuheit präsentierte Linoprint CV mit fünfter Farbe

fand einen Käufer. Und auch Müller Martinis Weltpremiere, der ausgestellte Vareo Klebebinder, ging nach Messeende direkt zum neuen Eigentümer nach Polen, ein ebenfalls ausgestellter Ventura-Fadenhefter fand in Ungarn einen neuen Käufer. Auch im Digitaldruckbereich konnten sich die Aussteller über heftige Kaufstätigkeit erfreuen – was Klaus Achraimer von Aristo Graphics zum Messeende vor logistische Probleme stellte. Gleich vier der ausgestellten Systeme mussten an vier verschiedenen Destinationen zu den neuen Eigentümern verfrachtet werden. Werner Christian Huber von Werner Graphics konnte sogar noch vor Eröffnung der Messe einen Verkauf eines Roland-Drucksystems an einen Mitaussteller verbuchen.

Aufgrund der äusserst positiven Resonanz sowohl bei Besuchern als auch Ausstellern steht aber auf alle Fälle fest, dass die Xfair 2015 keine Eintagsfliege bleiben wird. Wegen der drupa Ende Mai bis 10. Juni nächsten Jahres wird die nächste Xfair in der ersten Woche im April 2017 stattfinden. Und, wenn es nach einigen Ausstellern geht, soll auch der Angebots-Bogen noch weiter gespannt werden. So sieht etwa Gerald Heerdegen, Geschäftsführer von Fahnen Gärtner, die Xfair ohne Weiteres auch als Plattform für den gesamten gedruckten Werbemittelbereich. Und die Verpackungshersteller hätten zusätzlich gerne mehr Verpackungsproduktion als Messethema.

› [www.xfair.at](http://www.xfair.at)

**GRAPHAX ERWEITERT  
GESCHÄFTSFELDER**

Eine effiziente IT-Infrastruktur hat in den letzten Jahren enorm an Bedeutung gewonnen. Früher lediglich ein Mittel zum Zweck ist heute eine intelligente, skalierbare IT-Umgebung in vielen Unternehmen eine unabdingbare Voraussetzung für den geschäftlichen Erfolg. Aktuelle Cloud-Prozesse und die damit verbundene Datensicherheit sind heute in vielen Unternehmen jeder Branche ein ernst zu nehmendes Thema. «Wir haben festgestellt, dass immer mehr KMUs ohne eine eigene IT Abstimmungsprobleme zwischen den verschiedenen Systemen und den Dokumentenlösungen haben – und niemand ist verantwortlich. Genau dort setzen wir an: alles aus einer Hand und zu kalkulierbaren Kosten. Wir sind überzeugt, dass dieses Angebot dem Bedürfnis von vielen Kunden entspricht», sagt Graphax CEO Daniel Eckert.

Die Business-Lösungen von Graphax IT-Services zielen somit primär auf kleine und mittlere Unternehmen. Diese sollen sich mit einer stabilen IT-Infrastruktur auf ihr eigentliches Tagesgeschäft konzentrieren können. Ob einzelne Server- und Arbeitsplatzpakete oder die Konzeption und den kompletten Betrieb der gesamten IT-Umgebung des Kunden – Graphax IT Services bietet alle benötigten Lösungen, massgeschneidert und aus einer Hand. So können die Firmen jetzt nicht nur die innovativen Lösungen im Output- und Dokumenten-Management nutzen, sondern profitieren von der gesamten Dienstleistungs- und Produktvielfalt der Graphax AG.

› [www.graphax.ch](http://www.graphax.ch)

**LATE-NIGHT-UPLOAD  
BIS 22 UHR**

diedruckerei.de reagiert auf die Anforderungen ihrer Kunden und verlängert die Annehmzeit bei Druckdaten für alle 1.400 Standard-Drucksachen von 12 Uhr auf 22 Uhr. «Wir haben ein Herz für viel beschäftigte Kreative. Ab sofort gehen Standardaufträge, die werktags bis 22 Uhr vollständig in unseren Onlineshops eingehen, noch am selben Tag in Produktion», gibt Dr. Michael Fries, Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH, die Verkürzung der Gesamtlieferzeit bekannt. «95 Prozent aller Drucksachen gehen jetzt an dem Tag in Produktion, an dem sie im Onlineshop bestellt werden. Das ist Spitzenwert in der Branche. Damit geben wir unseren Kunden aus der Kreativbranche mehr Zeit für die Gestaltung von Broschüren, Flyern und anderen Druckprodukten», so der COO. Aufgrund der automatisierten Abläufe im Onlineshop und des 24-Stunden-Produktionsbetriebes ist der Fertigungsbeginn eines Auftrags bis spät in die Nacht möglich. Voraussetzung ist, dass Bestellung, Zahlung und Druckdaten bis zur neuen Stichzeit 22 Uhr im Onlineshop eingegangen sind.

› [www.diedruckerei.de](http://www.diedruckerei.de)



**Dr. Michael Fries**, Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH,