

VERTRIEBSVEREINBARUNG KAPAG Karton + Papier AG hat den Vertrieb der Recyclingpapiere in den Flächengewichten von 90 g/m² bis 440 g/m² von der Papierfabrik Schoellershammer übernommen. KAPAG hatte bereits in der Vergangenheit die RC-Papiere in höheren Flächengewichten kaschiert. Seit Februar rüstet das Schweizer Unternehmen auch die unkaschierten Sorten in den niedrigeren Flächengewichten aus und vertreibt das vollständige RC-Papier Sortiment unter dem Markennamen Ecoliner weltweit (Ausnahme Benelux-Länder). › www.kapag.com

100 MILLIONEN EURO INVESTMENT Herma steht vor der grössten Investition in der 110-jährigen Unternehmensgeschichte. Für 100 Mio. Euro wird das auf Selbstklebetechnik spezialisierte Unternehmen in Filderstadt ein weiteres Beschichtungswerk für Haftmaterial errichten und die weltweit modernsten Fertigungslinien für Etikettierer und Etikettiermaschinen realisieren. Beide Produktionsanlagen werden auf dem Gelände entstehen, das Herma 2015 in unmittelbarer Nachbarschaft zu seinem Hauptsitz erworben hat. Der Kaufpreis ist in der Investitionssumme nicht enthalten. Der Baubeginn ist für 2017, die planmässige Inbetriebnahme für 2019 vorgesehen. Die jetzt vorgestellte Investition ist die erste Stufe eines Plans für das über 80.000 m² grosse Gelände, der bis 2040 reicht. › www.herma.de

125.000. KLIMANEUTRALER AUFTRAG Innerhalb von drei Jahren hat Onlineprinters über seine 15 Online-shops 125.000 klimaneutrale Aufträge realisiert. Hinter dem Service «klimaneutrales Drucken» steckt die technische Kompensation von Treibhausgasen. Im Kaufprozess werden die bei der Produktion erzeugten CO₂-Emissionen und die Mehrkosten für deren Ausgleich automatisch berechnet. Kunden können mit einem Mausklick das Klimaschutzprojekt wählen, mit dem die angefallenen Emissionen kompensiert werden sollen. «Insgesamt wurde so von den Onlineprinters-Kunden seit Januar 2013 die Menge CO₂ ausgeglichen, die dem Ausstoss von 2.000 Pkw mit einer Laufleistung von je 10.000 km entspricht», berichtet Dr. Michael Fries, CEO des Unternehmens. Die durchschnittlichen Mehrkosten pro Auftrag belaufen sich dabei auf nur etwa 0,86% des Bestellwerts. › www.onlineprinters.ch

EFI ÜBERNIMMT RIALCO Efl hat Rialco Limited übernommen, einen europaweit führenden Entwickler von Farbpulvern und weiteren Farbprodukten für Digitaldruck und Industrie mit Sitz in Bradford (Grossbritannien). Bei Efl dem Bereich industrieller Inkjet-Druck zugeordnet, wird Rialco Bestandskunden auch weiterhin kompetent zur Seite stehen. Geplant sind zudem kontinuierliche Neuentwicklungen zur Ansprache neuer Zielgruppen. › www.efi.com

Flyeralarm

ERSTER SCHWEIZER STORE IN ZÜRICH

Flyeralarm hat in der Kasernenstrasse 1 in Zürich seinen ersten Store in der Schweiz eröffnet. Damit erweitert Flyeralarm sein zuletzt schon stark wachsendes Online-Geschäft in der Schweiz und bietet mit der Präsenz vor Ort ein umfangreiches Service-Angebot. «Das Wachstum im Schweizer Markt spüren wir tagtäglich. Gerade im Bereich des Online-Drucks besteht noch weiteres Potenzial. Der Zürcher Store ist international der elfte, den wir eröffnen. Mit unserem Online-Shop



flyeralarm.ch sind wir bereits äusserst erfolgreich, mit der Store-Eröffnung setzen wir auf noch mehr Service für unsere Schweizer Kunden», sagt Flyeralarm Geschäfts-



führerin **Carmen Stragkas**. «Mit der Store-Eröffnung wollen wir unsere Bekanntheit in der Schweiz weiter erhöhen und unseren Kunden noch mehr Komfort bieten.»

› www.flyeralarm.ch

DEUTLICH GESTIEGENER AUFTRAGSEINGANG ÜBER 1 MRD. EURO UMSATZ BEI KBA IM JAHR 2015

Der Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer AG (KBA) hat im Geschäftsjahr 2015 mit 1.025,1 Mio. Euro etwas weniger als im Vorjahr umgesetzt, was nach Aussage des Unternehmens am Geschäft mit Wertpapierdruckmaschinen und den durch die Neuausrichtung erwarteten geringeren Erlösen im



Die derzeit breitesten und leistungsstärksten Digitaldruck-Rotationen auf dem Weltmarkt werden bei KBA-Digital Web Solutions in Würzburg montiert (

Segment Digital & Web liegt. Nach Aussage von CEO



Claus Bolza-Schünemann ist KBA dem strategischen Ziel, die Umsätze in den Wachstumsmärkten Verpackungs- und Digitaldruck zu steigern, «ein gutes Stück nähergekommen». Bei Neumaschinen liege der Verpackungsanteil inzwischen bei etwa 70%, gefolgt vom Sicherheitsdruck mit rund 20%.

Der Auftragseingang legte nach den Zahlen von KBA im Jahr 2015 um 23,6% auf 1.182,7 Mio. Euro zu, womit eine gute Auslastung bis zur drupa Ende Mai 2016 gesichert sei.

Die Restrukturierung der Produktion und des Segments Digital & Web habe zu Kosteneinsparungen geführt, weshalb sich trotz Lohnsteigerungen und Mehrkosten zur Abfederung der Auslastungsspitzen das EBIT auf 35,9 Mio. Euro – gegenüber 13,3 Mio. Euro im Vorjahr – erhöht habe. Auch das Ergebnis vor Zinsen, Abschreibungen und Wertminderungen (EBITDA) lag laut KBA mit 65,0 Mio. Euro deutlich über dem Vorjahreswert von 41,9 Mio. Euro. Nach Steuern wird für das Geschäftsjahr 2015 ein Konzernergebnis von 26,9 Mio. Euro (2014: 0,3 Mio. Euro) ausgewiesen.

Im Bereich Bogenoffset stieg der Umsatz um 6,9% auf 561,7 Mio. Euro – bei einem Ergebnis von 25,5 Mio. Euro. Das 2015 verkleinerte Segment Digital & Web hat noch 98,4 Mio. Euro umgesetzt, jedoch ein negatives Ergebnis von –10,9 Mio. Euro eingefahren. Für 2016 erwartet KBA aber auch hier wieder schwarze Zahlen. Der Umsatz bei den Spezialmaschinen blieb trotz höherer Umsätze im Flexo- und Blechdruck aufgrund geringerer Erlöse im Wertpapiergeschäft mit 422,9 Mio. Euro hinter 2014 (474,5 Mio. Euro) zurück.

Die Exportquote von KBA lag 2015 bei 85%. Ende des Jahres waren bei der KBA-Gruppe 5.249 Mitarbeiter beschäftigt, 482 weniger als Ende 2014.

› www.kba.com

SIEGWERK: KONZENTRATION AUF VERPACKUNGEN

**FLINT GROUP ÜBERNIMMT
DAS SIEGWERK-ROLLEN-OFFSETFARBEN-GESCHÄFT**

Zum zweiten Mal in relativ kurzer Zeit macht Flint Group mit einer Akquisition auf sich aufmerksam: Nach dem Kauf des Digitaldruckmaschinenherstellers Xeikon bleibt Flint aber nun in bekannten Gefilden und übernimmt das Rollenoffsetfarben-Geschäft von Siegwerk. Dazu wurde ein verbindliches Angebot abgegeben, das die Übertragung des Know-hows und Portfolios der Siegwerk-Geschäftsbereiche Heatset & Newsink umfasst. «Die Investition ist Ausdruck unseres Engagements in diesen bedeutenden Marktsegmenten», sagt **Antoine Fady**, CEO der Flint Group. «Gleichzeitig wird unser Angebot auf dem Markt für Farben, Druckchemikalien und Transfermedien gestärkt.»



«Für den Erfolg unseres Unternehmens ist es wichtig, dass wir unsere Ressourcen auf die Märkte von morgen ausrichten. Dies tun wir mit der Konzentration auf den Verpackungsdruck», sagt **Herbert Forker**, CEO von Siegwerk. Das Illustrationstiefdruck-Geschäft mit Druckfarben für Magazine, Kataloge und Broschüren, bei dem Siegwerk eigenen Angaben zufolge über einen Marktanteil von 45% in Europa verfügt, soll jedoch fortgeführt werden. Die 76 Siegwerk-Mitarbeiter der Web-Offset-Sparte sollen am Standort Siegburg in andere Bereiche wechseln. Flint Group beabsichtigt, ein Kernteam des Siegwerk-Rollenoffset-Geschäfts bei sich zu beschäftigen. > www.siegwerk.com



Inkjet-Technologie

VERKAUFT KODAK SEINE ZUKUNFT?

Kodak hat nach eingehender Überprüfung seiner Organisationsstruktur eine strategische Entscheidung für das Inkjet-Geschäft getroffen. Danach will Kodak seine Inkjet-Technologie-Plattform Prosper verkaufen.

«Das Business mit der Prosper-Plattform hat noch erhebliches Potenzial für weiteres Wachstum», sagte **Jeff Clarke**, Kodak Chief Executive Officer. «Um ihr wirtschaftliches Potenzial auszu-



schöpfen, wird Prosper jedoch besser durch ein Unternehmen mit einer grösseren Vertriebspräsenz im digitalen Druckmarkt genutzt.» Das bedeutet wohl im Klartext, dass Kodak mit seiner aktuellen Verkaufsorganisation nicht in der Lage ist, die Druckköpfe und Maschinen zu verkaufen und auch den technischen Herausforderungen möglicherweise nicht mehr gewachsen ist. Anders lässt sich die Meldung kaum interpretieren. Zumal Philip Cullimore, President der Kodak Inkjet Systems Division, erst kürzlich die neue Plattform Ultrastream angekündigt hatte, die in Ent-

wicklung sei, aber wohl erst im Jahr 2019 marktreif sein werde. Die Anzahl der aktuell installierten Prosper-Drucksysteme gab Cullimore mit etwa 50 bis 60 an. Ausserdem seien 1.200 Prosper-Druckköpfe weltweit installiert. 2015 wurden im Geschäftsbereich Inkjet rund 81 Mio. US-Dollar umgesetzt, was rund 5% des Kodak-Umsatzes ausmacht. Laut Cullimore entspricht dies einem Wachstum von 35% gegenüber dem Vorjahr. > www.kodak.com

Bobst Group

WÄHRUNGSBEDINGTEM GEGENWIND GETROTZT

Die Bobst Group erzielte im Geschäftsjahr 2015 einen Konzernumsatz von 1,331 Mrd. CHF, was einer Steigerung um 31 Mio. CHF oder 2,4% gegenüber 2014 entspricht. Bereinigt um Wechselkurseffekte und Akquisitionen sei das Geschäftsjahr 2015 mit einem organischen Umsatzwachstum von 6,8% abgeschlossen worden. Die im ersten Quartal 2015 eingeleiteten Massnahmen zur Milderung der Auswirkungen der Euro-Abwertung gegenüber dem Schweizer Franken kompensierten einen Grossteil der negativen Währungseffekte auf die Gruppenergebnisse. Die Gruppe startete mit einem höheren Auftragsbestand als 2014. Der Geschäftsbereich Sheet-fed nahm das Jahr 2016 mit einem guten Auftragsbestand in Angriff, während Web-fed leicht unter dem Vorjahreswert lag.

Für einige sind wir ein rotes Tuch.

Da wir mit Hartnäckigkeit unsern Vorsprung in Qualität und Kundenservice verteidigen. Zu Ihrem Vorteil.

Tel. 052 316 17 33
info@epple-druckfarben.ch



KROMER GRUPPE «WIR BAUEN FÜR DIE ZUKUNFT»

Seit Oktober 2014 treten die Kromer-Unternehmen einheitlich unter dem Brand «Kromer Gruppe» als Dachmarke mit einem einheitlichen Erscheinungsbild und dem Slogan «Druck voraus» auf. Als Dienstleister für Druck und Logistik hatte Kromer im Herbst 2014 angekündigt, einen neuen Standort vor den Toren Lenzburgs zu errichten. Ab Mitte 2017 soll der Neubau bezogen werden.

Seit 1993 produziert die Kromer Gruppe, deren Wurzeln auf das Jahr 1898 zurückgehen, am «Unteren Haldenweg» in Lenzburg. Durch das Wachstum der Gruppe ist inzwischen jedoch alles zu eng geworden. Ab Mitte 2017 will die Kromer Gruppe deshalb den Neubau in der Industriezone GEXI in Lenzburg – ideal gelegen in unmittelbarer Nähe des Autobahnzubringers Lenzburg – beziehen. Dann soll die industrielle Druckproduktion der Kromer Print AG als Daten-, Druck- und Logistikzentrum mit weiteren Dienstleistungen komplett am neuen Standort erfolgen. Auf dem 6.000 m² grossen Grundstück wird der Neubau realisiert, zu dem am 21. März der symbolische Spatenstich erfolgte.

Symbolisch deshalb, weil der Spatenstich ohne Spaten oder Schaufeln, ohne Bagger oder das Durchschneiden eines Bandes stattfand. «Es geht schlicht und einfach um die Menschen, um nichts anderes, einfach und unkompliziert, wie wir als Firma sein möchten», begründete **Andy Amrein**, Geschäftsleiter der Kromer Print AG. «Unsere Zuversicht und Zukunftspläne erhalten ein neues Haus, ein zu Hause für die Mitarbeitenden, wo man sich wohlfühlen, wo man gerne hingehen möchte und gemeinsam etwas umsetzen kann.»

Und passend zum Beginn des kalendrischen Frühlings bezog er auch diese Symbolik mit ein – es sei genau die Jahreszeit, in der Neues entstehe.

Zum Blühen bringen

«Diesen Gedanken an das Neue und Blühende wollen wir mitnehmen an diesen Standort. Es liegt nun an uns, diese Chance zu nutzen und diesen neuen Standort zum Blühen zu bringen. Die Voraussetzungen dazu sind gegeben», sagte Amrein vor den gut 100 Gästen.

Anwesend seien alle, die in dem Neubau arbeiten werden, sagte er, alle, die dazu beigetragen hätten, dass es überhaupt so weit gekommen sei: Behörden, Nachbarn, Architektenteam und auch der Branchenverband viscom. «Alle, die uns mit Rat und Tat über Jahrzehnte begleitet haben, alle Partner, die an uns glauben, die mit uns gemeinsam die Herausforderungen des Alltags meistern und uns im Tagesgeschäft unterstützen und auch die Vertreter der schreibenden Zunft, welche unser Handeln immer wieder aufgenommen haben und regelmässig über uns berichten. Die Anwesenheit all dieser Menschen ist für mich eine

riesige Wertschätzung.» Denn es seien die Menschen, unsere Mitarbeitenden und Partner, welche diesen Standort zum Leben erwecken werden, sagte er.

Entfalten und entwickeln



Zuvor hatte der Patron und Verwaltungsratspräsident **Theo Kromer** die Tradition und Denkweise des Unternehmens dargelegt. «Hier bauen wir nun ein Haus für die vierte Generation», sagte er. «Dabei ist nicht nur die Besitzerfamilie gemeint, sondern auch die sehr treuen Mitarbeiter. An dem neuen Ort haben wir ideale Möglichkeiten, uns weiter zu entfalten und zu entwickeln.»

Es gehe künftig um eine Produktionsweise, die dem Gedanken von Industrie 4.0 folge, nach dem möglichst alle Prozesse miteinander und auch mit den Kunden vernetzt sind, führte er weiter aus. Man werde bei Kromer das Internet der Dinge im

Rahmen der eigenen Möglichkeiten für eine transparente und intelligente Produktion nutzen. Dazu gehöre natürlich auch das Automatisieren, bei dem wiederkehrende Abläufe sicherer und effizienter gestaltet werden.

«Hier werden im Juli 2017 neue Lösungen zu sehen sein, welche einmalig sind und speziell für unsere Bedürfnisse entwickelt werden», ergänzte Andy Amrein, wollte an dieser Stelle noch nicht mehr verraten.

Man darf gespannt sein. Denn Kromer hat das grosse Glück, ein völlig neues Gebäude planen zu können, sich die Strukturen und Arbeitsabläufe zurechtlegen zu können und nicht auf vorgegebenes Rücksicht nehmen zu müssen.

«Geplant haben wir ein Produktionsgebäude und nicht eine Druckerei! Unsere Vision ist eine effiziente und schlanke Produktion. Es soll Produktionswege unabhängig von Druckverfahren, aber konsequent an den Bedürfnissen unserer Kunden ausgerichtet geben, weil auch die sehr



Amrein, Geschäftsleiter der Kromer Print AG. «Unsere Zuversicht und Zukunftspläne erhalten ein neues Haus, ein zu Hause für die Mitarbeitenden, wo man sich wohlfühlen, wo man gerne hingehen möchte und gemeinsam etwas umsetzen kann.»



Über 100 Gäste kamen zum «Spatenstich», der keiner war, der aber den Aufbruch der Kromer Gruppe in eine neue Ära eingeleitet hat. Ab Mitte 2017 soll an diesem Ort Neues geschaffen werden.



Ein Neubau «auf der grünen Wiese» erlaubt die Umsetzung neuer Ideen und Lösungen, die speziell für die Bedürfnisse der Kromer Gruppe geschaffen werden.

schnell und flexibel agieren müssen, um erfolgreich zu sein.» Im Zeitalter sinkender Auflagen und zielgerichtetem Marketing zähle nicht mehr alleine die Herstellung von Produkten. Die Kombination von Produktion und Logistik werde zum Erfolgsgarant. «Unsere vor über 15 Jahren eingeführte und geschützte Marke Printlogistik beweist dies eindrücklich», führte Amrein aus.

Grösster Ausbildungsbetrieb

«Im nächsten Sommer wird hier das zu Hause von rund 100 Mitarbeitenden sein. Auch wird es eine Ausbildungsstätte für acht verschiedene Berufe und Fachrichtungen sein. So werden wir dafür sorgen, dass mindestens zehn Prozent der Belegschaft beruflich ausgebildet werden, also eine Lehre machen», sagte Andy

Amrein mit Blick auf die Ausbildung junger Menschen. «Wir leben in einem wirtschaftlichen Umfeld, in dem unser duales Berufsbildungssystem zurecht weiter an Bedeutung gewinnt. Wir sind als KMU auf gute Fachleute in allen Bereichen angewiesen. Und diese kommen nicht von irgendwoher, sondern müssen vorher ausgebildet sein. Es ist daher einerseits bedauerlich, dass wir in unserer Branche im Kanton Aargau der grösste Ausbildungsbetrieb geworden sind – trotz grosser Medienhäuser im Kanton. Andererseits ist das für uns auch Ansporn.»

Natürlich werden auch Maschinen das Bild dieses Standorts prägen. Menschen und Maschinen alleine reichen aber nicht oder nicht mehr aus. Diese für unsere Branche in der Vergangenheit typische Denkhaltung bietet keine Gewähr mehr für eine sichere Zukunft. «Es sind heute die Vernetzung von Mensch und Maschine sowie die zugrunde liegenden schlanken Prozesse in Administra-

tion, Produktion und Logistik, welche die Leitplanken für die tägliche Arbeit sind», führte Amrein aus.

Flexibel rund um die Uhr

Mit Flexibilität und Zuverlässigkeit im 24-Stunden-Betrieb will Kromer seine Konkurrenzfähigkeit in Lenzburg trotz hohem Druck von aussen bestätigen und ausbauen. «Wir glauben, gut gewappnet zu sein, um dem zunehmenden Wettbewerb und dem steigenden Druck aus dem Ausland gewachsen zu sein. Wir wollen unsere Marktanteile halten und in kleinen Schritten weiter ausbauen», zeigte sich Amrein überzeugt.

Die Rahmenbedingungen ermöglichen diesen Optimismus. «Sie alle haben dazu beigetragen», rief er den Anwesenden zu, «und dafür möchte ich mich noch einmal im Namen der ganzen Kromer Gruppe bedanken. Wir bauen für die Zukunft!» *nico*

› www.kromer.ch



Treffsicher

Von der Vorstufe über Druckmaschinen bis hin zum Drucksaal – mit Chromos Offset ist alles zielgenau auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt.

Weitere Informationen unter: www.chromos.ch

chromos - Offset

starke Marken, starke Lösungen



Drupa
2016

Manroland Sheetfed UMSATZ LEICHT GESTEIGERT

Langley Holdings, die Muttergesellschaft von Manroland Sheetfed, weist für das Geschäftsjahr 2015, das am 31. Dezember endete, einen Umsatz von 874,5 Mio. Euro und einen Gewinn vor Steuern von 106,7 Mio. Euro aus. Der Offenbacher Druckmaschinenhersteller Manroland Sheetfed ist im Hinblick auf Umsatz und Mitarbeiter der grösste der fünf Unternehmensbereiche des Konzerns und konnte seinen Umsatz leicht steigern.

Nach 288,2 Mio. Euro im Jahr 2014 lag der Umsatz 2015 mit 291,9 Mio. Euro leicht darüber. Der Auftragszugang entwickelte sich gut und sei gegenüber 2014 mit 48,3 Mio. Euro 2015 auf 79,5 Mio. Euro gestiegen. Am Firmensitz in Offenbach am Main waren im vergangenen Jahr 1.609 Mitarbeiter beschäftigt.

Die Manroland Sheetfed Division, die 2015 rund 33% zum Umsatz der Langley-Gruppe beisteuerte und 37% der Mitarbeiter der gesamten Langley-Gruppe stellt, hat laut Geschäftsbericht aus dem operativen Geschäft einen positiven Cash Flow erwirtschaftet.

Tony Langley, der Vorsitzende der Unternehmensleitung, berichtet weiter von einem Auftragsbestand in Höhe von 300 Mio. Euro bei rund 4.300 Beschäftigten.

› manrolandsheetfed.com

MANROLAND WEB SYSTEMS

GEWINN IM JAHR 2015: FÜR 2016 STEIGERUNG ERWARTET

Der Druckmaschinenhersteller manroland web systems hat eigenen Angaben zufolge im Geschäftsjahr 2015 ein deutliches Plus beim Gewinn verzeichnet. Bei einer Umsatzrendite von rund 3% sei das Ergebnis auf 6,2 Mio. Euro gestiegen. Aus Expertenkreisen heisst es, dass die Umsätze von über 250 Mio. Euro der Jahre 2013 und 2014 im vergangenen Jahr mit 240,7 Mio. Euro doch deutlich unterschritten wurden.



In einem verhaltenen konjunkturellen Umfeld habe manroland web systems seine Marktposition weiter ausgebaut, heisst es in einer Unternehmensmitteilung. Der Auftragszugang sei im Vergleich zu 2014 um über 10% auf rund 260 Mio. Euro gestiegen. Auch die abgeschlossene Umstrukturierung hätte ihre Wirkung gezeigt. «Die manroland web systems Unternehmensgruppe erwirtschaftete in 2015 ein positives operatives Ergebnis vor Steuern und Zinsen. Der

üppige Auftragsbestand im Neumaschinengeschäft von über 150 Mio. Euro lässt eine gute Auslastung des Werkes sowie eine Steigerung der Ertragskraft im Jahr 2016 erwarten», berichtet Geschäftsführer Jörn Gossé. Zur positiven Entwicklung würden die neuen Inline-Finishing-Systeme für Digitaldruckmaschinen beitragen. Im Rollenoffsetdruck geht manroland web systems von einer Stagnation aus. Innerhalb dieses Rahmens wollen

die Augsburger ihre Marktposition ausbauen. Das Unternehmen beschäftigte zum Jahresende 2015 weltweit 1.200 Mitarbeiter, davon 1.068 in Augsburg. manroland web systems wird zudem alle Auszubildenden und Jungfacharbeiter, die 2016 auslernen, übernehmen. Aktuell bildet das Unternehmen 63 junge Menschen in verschiedenen technischen und kaufmännischen Berufen aus und bietet 16 neue Ausbildungsplätze im September 2016 an.

› www.manroland-web.com

SCHLAEFLI & MAURER

UNSCHÖNE SCHLAMMSCHLACHT NACH DER INSOLVENZ

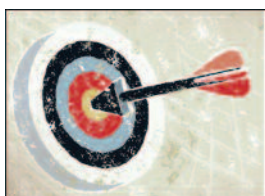
Nach dem Konkurs der Druckerei Schlaefli & Maurer in Uetendorf unweit von Interlaken hat sich eine wahre Schlammschlacht zwischen der ehemaligen Geschäftsführung um Lukas Dziadek und Thomas Lüdi sowie der Schweizer Gewerkschaft syndicom um die Hintergründe der Insolvenz entwickelt. Das Unternehmen sei «wahrscheinlich bewusst in den Ruin getrieben worden, um die Druckmaschinen aus der Konkursmasse von Schlaefli & Maurer zum Schleuderpreis zurückzukaufen», behauptet die eine Seite, von Rufmord spricht die andere Seite. Es wird den 65 Mitarbeitern, die auf der Strasse stehen, nicht helfen.

Allerdings gab es um Schlaefli & Maurer schon seit geraumer Zeit Gerüchte. Ende 2009 hatte Schlaefli & Maurer rund zehn Millionen Franken investiert, eine neue Heidelberg-Grossformatmaschine Speedmaster XL 145 installiert und damit in dem ohnehin umkämpften Schweizer Markt neue Kapazitäten geschaffen. Fünf Jahre nach der Grossinvestition verkauften die Besitzer das Unternehmen im September 2014 an Dziadek, der sich nach seinen Darstellungen entschieden habe, die mit einem Schuldenberg behaftete Druckerei zum symbolischen Wert zu übernehmen und weiter zu sanieren. Er

habe damals eine reelle Chance gesehen, das Unternehmen zu retten. Gleichzeitig mit dem Verkauf wurde das Verlagsgeschäft in die neue Verlag Schlaefli & Maurer AG ausgelagert. Dort hin wechselte vor etwa einem Jahr Rolf Hänni, der 25 Jahre lang Geschäftsführer bei Schlaefli & Maurer war. Grund für das Ausscheiden waren wohl Unstimmigkeiten mit dem neuen Inhaber über die Ausrichtung der Druckerei.

So wollte Dziadek die Grossformatmaschine mit dem Webshop Swissprinted.ch auslasten, der mit den Preisen europäischer Online-Druckereien mithalten sollte, aber in der Schweiz drucken liess.

Doch hinter den Kulissen brodelte es bereits seit Längerem. Seit 2011 habe Schlaefli & Maurer mit finanziellen Sorgen zu kämpfen gehabt. Auseinandersetzungen im Management, Klagen und Gerüchte im Markt setzten dem Unternehmen zusätzlich zu. Ein unschönes Ende.



Die cleveren Jobplattformen für Kommunikation & ICT:

- reichweitenstark und trotzdem zielgruppenfokussiert inserieren
- CV-Datenbank mit Matchingtool «QualiProfil»
- Social Media-, Partnernetzwerk- und Fachpresse-Präsenz

medienjobs.ch
ictjobs.ch

VON FACHLEUTEN FÜR FACHLEUTE: Die Jobplattformen für Medien, Kommunikation, Marketing, Informatik & Telekommunikation

High-Speed Inkjet

RICOH Pro VC60000

RICOH
imagine. change.

Die digitale Alternative zu
einer Offsetdruckmaschine!

Besuchen Sie uns an der
drupa 2016, Halle 8a



 Snap Me
Clickable Paper™

- 1 HERUNTERLADEN**
der CP Clicker-
App von iTunes
oder Google
Play™ Store-App 
- 2 HALTEN**
Sie Ihr Gerät über die mit
dem Logo gekenn-
zeichneten Seiten 
- 3 FOTOGRAFIEREN**
Sie die gekenn-
zeichneten Seiten
mit der CP-Clicker App 
- 4 SEHEN**
Sie nun weiter-
führende Informationen
zu diesem Thema 

Ricoh Schweiz AG
Hertistrasse 2
8304 Wallisellen
+41 (0) 844 360 360
www.ricoh.ch
info@ricoh.ch