



KOOPERATION Nach der gemeinsamen Durchführung von drei großen Maschinen-Retrofits intensivieren KBA und die EAE Ewert Ahrensburg Electronic GmbH ihre Zusammenarbeit. Ziel sind maßgeschneiderte Konzepte beim Überholen und Modernisieren von Zeitungsrotationen aller Fabrikate, teilt EAE mit. Der Kunde erhalte alles aus einer Hand, wobei KBA das Projektmanagement und die Koordination der Abwicklung bei der Steuerungstechnik durch EAE übernimmt. > www.eae.com

GESCHÄFTSFÜHRUNG Die manroland web systems GmbH hat seit 15. September 2012 einen neuen Sprecher der Geschäftsführung: Dipl.-Ing.



Eckhard Hörner-Maraß. Im ersten Geschäftsjahr nach der Insolvenz der manroland AG will manroland web systems die Ziele bei Umsatz und Ergebnis erreichen. Zuletzt hatte die Gesellschaft vom Insolvenzverwalter das Betriebsgrundstück in Augsburg erworben und damit seine Bindung zum Standort bekräftigt. Rund 1.500 Mitarbeiter arbeiten weltweit für das Unternehmen, das einen Umsatz von 300 Mio. € anstrebt. manroland web systems gehört seit Februar zur Possehl-Gruppe. Uwe Lüders, Vorstandsvorsitzender der L. Possehl & Co. mbH, bleibt Geschäftsführer der manroland web systems, wird sich aber aus dem operativen Geschäft zurückziehen. > www.manroland.com

SPONSORING Die Online-Druckerei flyeralarm unterstützt den FC Bayern München als offizieller Druck- und Classic-Partner. Damit erweitert das Würzburger Unternehmen sein Engagement beim Verein: Seit 2011 ist flyeralarm Hauptsponsor und Druckpartner des FC Bayern München Basketball. »Mit dem Verein verbinden uns Werte wie Leidenschaft, Dynamik und Bodenständigkeit. Für uns liegt daher die Partnerschaft nahe«, sagt Thorsten Fischer, Gründer und Geschäftsführer von flyeralarm. Zum Bundesligastart bedruckte flyeralarm die Energydrink-Dose »FC Bayern Energy«. Darüber hinaus ist flyeralarm in den Business-Bereichen der Allianz Arena präsent. > www.flyeralarm.de



BILDERMARKT Der Bundesverband der Photogroßlaboratorien (BGL) zieht bezüglich der Entwicklung des Bildermarktes in Deutschland eine positive Bilanz. Während Digitalfotos im ersten Halbjahr 2012 leicht zulegten, wuchs das Premiumprodukt Fotobuch um 10%. Michael Grütering, Geschäftsführer des BGL, sieht das Wachstum als gutes Zeichen für das zweite Halbjahr: »Ende 2012 könnten wir die Marke von sieben Millionen verkauften Fotobüchern in Deutschland übersteigen.«

INITIATIVE ONLINE PRINT Cewe-Color und König & Bauer Deutschland sind neue Mitglieder der Initiative Online Print e. V. (IOP). Bernd Zipper, Vorsitzender der IOP: »Durch den Beitritt wird die Bedeutung der Interessensvertretung unterstrichen und gleichzeitig bewiesen, dass es zunehmend wichtiger wird, Themen von Abnehmern, Zulieferern, Entwicklern und Maschinenbauern ein Forum zu geben.« > www.initiative-online-print.de

Ipex 2014 verliert an Bedeutung

NACH AGFA UND HP SAGT HEIDELBERG DIE TEILNAHME AB

Nach HP und Agfa Graphics hat nun auch Heidelberg seine Teilnahme an der Ipex 2014 in London abgesagt. Damit werden drei der zehn größten drupa-Aussteller beim nächsten Groß-Event der Branche nicht dabei sein.

Heidelberg habe diese Entscheidung nach der Überarbeitung der Vertriebs- und Marketingstrategie auf internationaler Ebene getroffen. Man müsse sich im europäischen Markt anders präsentieren, als in Ländern, wo Messen noch wichtig sind, um einen Markt aufzubauen und neue Kunden zu finden, erklärte Gerard Heanue, Managing Director bei Heidelberg UK. Die Konsolidierung des Drucks im europäischen Markt, die sinkende Zahl der Druckereien und die wachsende Fokussierung auf komplexere technische Verkäufe führe dazu, dass Messen in Europa nicht mehr so relevant seien wie in der Vergangenheit. »Wir können die Technik in unseren Democentern in gleichem Umfang zeigen, wie wir es auf der Ipex zeigen könnten. Damit und durch die Möglichkeit, über neue Medienkanäle direkt mit den Kunden zu kommunizieren, verlieren Messen in industrialisierten Märkten an Bedeutung«, sagt Heanue. Erst im Juni hat HP seine Ipex-Teilnahme abgesagt. Auch der Hersteller von Digitaldruckmaschinen wolle sich künftig mehr auf lokale und anwendungsspezifische Veranstaltungen konzentrieren. So sollen spezielle Geschäftsentwicklungs-Programme in Zukunft eine größere Rolle spielen. Ähnlich wie Heidelberg und HP begründet auch Agfa seine Absage mit der Neustrukturierung seiner Marketingstrategie. Agfa will sich

künftig nur noch auf eine wichtige internationale Messe in jedem der etablierten Märkte konzentrieren und in den Emerging Markets der Druckindustrie aktiver werden.

Damit bleiben für Agfa die drupa, die Print in Chicago und die Igas in Japan die Leitmesse für den europäischen, amerikanischen und asiatischen Markt. Lokale Messen könnten weiterhin eine Option sein, wenn es darum gehe, neue Zielgruppen für neue Technologien zu gewinnen oder spezielle Industriezweige anzusprechen.

Informa Exhibitions, der Veranstalter der Ipex 2014, zeigte sich in einer Stellungnahme naturgemäß enttäuscht.

Damit stehen auch die Messeveranstalter vor einer neuen Situation. Der Sommer hat gezeigt, dass sich die Zeiten geändert haben. So hat die Ifra auf Druck der Aussteller seine jährliche Messe von Madrid nach Frankfurt verlegt. Und die PostPrint, die im September in Leipzig stattfinden sollte, wurde kurzfristig abgesagt.



Die Ipex sieht sich als die größte englischsprachige globale Technologieveranstaltung für Druck, Verlagswesen und Medien und soll vom 26. März bis 2. April 2014 im Excel in London stattfinden.

> www.ipex.org