



Der Versandhändler Ratioform bietet jetzt zur Prozessbeschleunigung einen personalisierten Webshop an. Das Kunden Business Center kann komplett nach eigenen Anforderungen gestaltet werden. Es bietet viele Vorteile und lässt sich mit den eigenen Warenwirtschafts- und E-Procurementsystemen verknüpfen.



Kama ist Vorzeigebispiel für die Initiative ›5000 x 50‹, die Regierungschef Tillich vor zwei Jahren gemeinsam mit der sächsischen Landesarbeitsagentur, Gewerkschaften und Partnern aus der Wirtschaft auf den Weg gebracht hat. Ziel der Initiative ist es, mehr Menschen im Alter von über 50 Jahren in Beschäftigung zu bringen. Auf dem Bild erläutert Kama-Geschäftsführer Steffen Pieper Ministerpräsident Stanislaw Tillich und Arbeitsagenturchefin Jutta Cordt den Antrieb der Kama-Stanzmaschinen. Anlass für den Besuch war die Personalpolitik des Maschinenbauers, der auch Fachkräften der Generation 50 plus eine Chance gibt.



Das Poster ›The Beautiful‹ des Prägeföliherstellers Kurz wurde bei zwei Awards ausgezeichnet. Das Motiv des Posters, das eine luxuriös geschmückte junge Frau zeigt, wurde speziell entwickelt, um Veredelung als reizvolle Zierde zu präsentieren und zu zeigen, wie edle Verhüllung Schönheit unterstreicht.



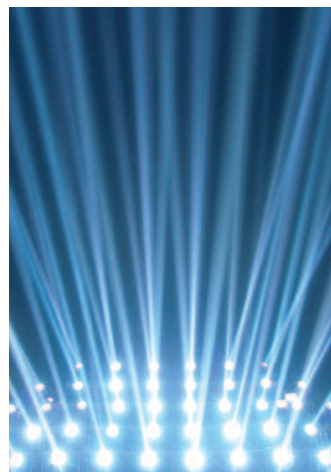
Lesen Sie weitere Nachrichten und Hintergrundbeiträge alle 14 Tage im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹.

DRUCKMARKT  
**impressions**

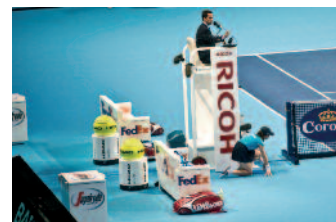
www.druckmarkt.com



Die Achilles Präsentationsprodukte GmbH bietet ab sofort die neue und kompakte Innovationsbox. Mit der 35 x 19 x 31 cm großen Box können 19 verschiedene Verpackungsarten und über 40 Druckveredelungskombinationen gezeigt werden. Ob Box, Schreib-, Presse- oder Fächermappe, Multi-Mediapack, Stehsammler, Schubler, Faltschachtel oder Klappkassette – alle Verpackungsvarianten sind in einem leicht zu transportierenden Koffer mit Magnetverschluss untergebracht. Neben Spezial-Matt, Iridodin-, Relief- und Strukturlacken werden Fensterkaschierung, Spezial-Soft, Flock und weitere hochwertige Veredelungsmöglichkeiten auf den Verpackungen gezeigt.



Eigentlich sind Jahresrückblicke überflüssig, schließlich haben wir doch alles selbst erlebt, zumindest aber davon gehört oder gelesen. Dennoch hat eine derartige Revue den Reiz, dass sich zurückliegende Ereignisse aus der Distanz und in ihrer Abfolge besser verstehen lassen. Und wenn wir ganz ehrlich sind: 2012 war schon ein außergewöhnliches Jahr. Unseren Rückblick finden Sie auf Seite 42.



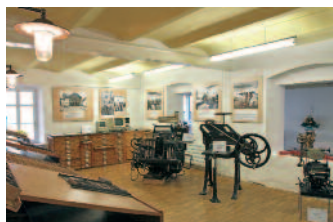
Die ATP und Ricoh haben ihre Partnerschaft für drei weitere Jahre bis 2015 zu verlängern. Ricoh ist somit auch weiterhin Platinum Partner und offizieller Lösungsanbieter für die ATP World Tour in Europa. Durch die Verlängerung der Unterstützung des professionellen Herrentennis wird 2015 das 10-jährige Jubiläum dieser Partnerschaft gefeiert.



## 125 Jahre Holzer Druck & Medien

### 160 JAHRE TAGESZEITUNG ›DER WESTALLGÄUER‹

Ein Doppeljubiläum kann Holzer in Weiler im Allgäu 2012 feiern, das nicht alltäglich ist. Aus sehr kleinen Anfängen sind inzwischen ein gestandener Verlag und eine hochmoderne Druckerei entstanden. 1852 fertigte der Lithograph Ellgass das erste Wochenblatt für den heimischen Markt, handgeschrieben und als Schulheft. 1887 übernahm



große Leistung. Hochglanz-Kataloge verlassen das Haus genauso wie aufwendig gestaltete Kalender oder Drucksachen mit Mattglanz und Metallic-Effekten. Die vollstufige Druckerei, mit drei KBA Rapida 105 und 106 (Fünffarben, Sechsfarben und Achtfarben) ausgestattet, hat sich im Akzidenzmarkt über die regionalen Grenzen hinaus ebenso



einen Namen gemacht wie im anspruchsvollen Bereich Bücherproduktion und besonders der Faksimile.

Anlässlich des Jubiläums zeigte Holzer in einer Ausstellung im Oktober 40 der bedeutendsten mittelalterlichen Handschriften als Faksimile, die drucktechnisch absolute Höchstleistungen verlangen, und,



Blick in das neugeschaffene Druckmuseum. Im Mittelpunkt die Linotype-Setzmaschine von 1911 und die Krause-Handschneidmaschine von 1890 (Bild oben). Daneben der Blick in die Faksimileausstellung mit 40 mittelalterlichen Handschriften. Rechts oben die Rückansicht des Druckereigebäudes von Holzer Druck und Medien. Das Gebäude wurde über die Jahre ständig erweitert und den produktionstechnischen Gegebenheiten angepasst. 2010 wurde die modernste der bei Holzer installierten KBA-Bogenoffsetmaschinen in Betrieb genommen. Vor der Achtfarben (von links) Dr. Elmar Holzer, Getrud Holzer und Betriebsleiter Peter Rasthofer.



Gebhard Holzer den Verlag und brachte das ›Anzeigebblatt für das westliche Allgäu‹ täglich heraus. Heute ist ›Der Westallgäuer‹ für 24.200 Leser die geschätzte Heimatzeitung, die in Partnerschaft mit der ›Allgäuer Zeitung‹ hergestellt wird. Die Tageszeitung erschien Mitte Oktober mit einer 92-seitigen Jubiläumsausgabe (siehe Bild rechts).

Doch bei allem Respekt für die Heimatzeitung: die 125 Jahre für die Druckerei Holzer sind ebenfalls eine



mit 32-karätigem Echtgold veredelt, dem Original perfekt nahekommen. Herausragend dabei die Reichenauer Handschriften um 1000 von Otto I. bis Heinrich II. Das neugeschaffene Druckmuseum wurde erstmalig vorgestellt. Im Mittelpunkt, neben Setzereigassen, die Original Linotype, welche der Gründer der Druckerei 1911 erstand, und eine Krause-Handschneidmaschine von 1890.

› [www.druckerei-holzer.de](http://www.druckerei-holzer.de)



DRUCKMARKT-  
REDAKTION UND  
VERLAG WÜNSCHEN  
SCHÖNE FESTTAGE  
UND VIEL ERFOLG IM  
JAHR 2013.



**FINANZSPRITZE** Eastman Kodak hat sich eine Finanzspritze von 793 Mio. US-\$ (etwa 623 Mio. €) gesichert. Der Kredit wird einem Konsortium aus privaten Investoren und den Banken JPMorgan Chase und der UBS bereitgestellt, teilte das Unternehmen mit. Voraussetzung für den Kredit ist allerdings der Verkauf von Kodak-Patenten für mindestens 500 Mio. \$. Kodak hat jedoch seit Monaten Probleme, die Patente zum ursprünglich erwarteten Preis von über 2,5 Mrd. \$ loszuschlagen. Kodak benötigt die Finanzmittel, um das seit Januar laufende Insolvenzverfahren bis zum ersten Quartal 2013 abzuschließen.

**GESCHÄFTSBELEBUNG** Die technotrans-Unternehmensgruppe erwirtschaftete im 3. Quartal 2012 einen Umsatz von 24,2 Mio. €. Damit hat sich die Geschäftsbelebung nach Angaben des Unternehmens fortgesetzt. Der Anstieg gegenüber den ersten beiden Quartalen sei maßgeblich auf die Normalisierung im Geschäftsfeld Print zurückzuführen, das im Vorjahr unter der Investitionszurückhaltung vor der drupa und unter dem Einfluss der Insolvenzen von manroland und Kodak gelitten hätte. Nach neun Monaten beträgt der Umsatz dennoch nur 66,1 Mio. € nach 74,1 Mio. € im Vorjahreszeitraum (-10,7%). ▶ [www.technotrans.de](http://www.technotrans.de)

**ZUKUNFTSSICHERUNG** Zweieinhalb Monate nach der Insolvenz ist das Druckhaus Berlin-Mitte mit einer neuen Gesellschafterstruktur und mit Kooperationen wieder am Start. Als neue Gesellschafter übernehmen die Unternehmerfamilie Lind, die Produktions-Agentur Lieblingsdrucker, der Internet-Unternehmer Gi-Yong Choi mit seinem Portal flyer.de und die Unternehmensberatung perPuls die Verantwortung für die Fortführung der Geschäfte. Mit dieser Lösung werden die beiden Standorte mit 68 Arbeitsplätzen sowie die Vollstufigkeit und das Umweltprofil des Druckhauses erhalten. Auch das Informationszentrum für nachhaltige Printproduktion wird fortgeführt. ▶ [www.druckhaus-berlin-mitte.de](http://www.druckhaus-berlin-mitte.de)

**FUSIONSWELLE** Am 16. November wurde die Bildung des Verbandes Druck + Medien Nord-West e. V. (VDM Nord-West) besiegelt, ein Zusammenschluss aus den Verbänden Druck + Medien Nord und Nordrhein-Westfalen. Der neue VDM Nord-West wird mit rund 800 Mitgliedsunternehmen der größte Fachverband der Druck- und Medienwirtschaft in Deutschland mit Standorten in Düsseldorf, Lünen bei Dortmund und Hamburg. »Mehr Leistungsfähigkeit durch Bündelung der Kräfte«, so begründet Oliver Curdt, Geschäftsführer und Vorstand des neuen Verbandes, die Verschmelzung. »Wir passen vom Leistungsangebot und von der Philosophie zusammen, es findet zusammen, was augenscheinlich einfach zusammen gehört«, ergänzt der neue Vorsitzende des Verbandes, der Zeitungsverleger Dr. Reinhard Laumanns aus Lippstadt. Laumanns war zuvor auch Vorsitzender des größeren NRW Verbandes.

Die Fusion ist eine Reaktion auf den Druck, dem sich die gesamte Medienlandschaft seit geraumer Zeit ausgesetzt sieht. Ende Oktober 2012 hatten bereits der vdm Niedersachsen (vdmn) und der vdm Berlin-Brandenburg (vdmbb) die Fusion zum vdm NordOst per Januar 2013 beschlossen.

Laufzeit der Messe wird auf elf Tage verkürzt

## DRUPA BLEIBT WEITER IM VIER-JAHRES-TURNUS

Die drupa bleibt bei ihrem Vierjahres-Turnus. Das hat das 20-köpfige drupa-Komitee in seiner konstituierenden Sitzung am 2. November beschlossen. Ausschlaggebend für diese Entscheidung ist der internationale Messekalender.

»Planungssicherheit ist angesichts des aktuellen wirtschaftlichen Umfeldes und der Situation in den internationalen Absatzmärkten eminent wichtig«, erläutert Kai Büntemeyer, Vorstandsvorsitzender des Fachverbandes Druck- und Papiertechnik im VDMA und Präsident von Global Print.

Gleichzeitig entschied das drupa-Komitee, die Messedauer auf elf Tage zu verkürzen. Das neue Datum der nächsten drupa: 31. Mai bis 10. Juni 2016. Begründet wird dies unter anderem mit der Besucherstruktur der drupa, die sich geändert habe. »Reisten früher große Gruppen bevorzugt am Wochenende an, so entwickelt sich die drupa zur B2B-Messe mit einem hohen Anteil von Top-Entscheidern«, erläutert Werner Matthias Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf. »Damit ist es hinfällig, zwei Wochenenden in die Laufzeit zu integrieren. In elf Tagen, also einem Wochenende und neun Werktagen, bringen wir die Interessen von Angebot und Nachfrage bestens auf einen Nenner.«

Zudem traf das Gremium auf seiner Sitzung personelle Weichenstellungen.



gen. Dipl.-Ing. **Claus Bolza-Schümann**, Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG, wurde einstimmig zum Präsidenten der drupa 2016 ernannt. Mit dem 56-Jährigen stellt



Koenig & Bauer wie schon in den Jahren 1995, 2000, 2004 und 2008 den drupa-Präsidenten.

Bestätigt wurden Dr. Jürgen Vutz, Vorsitzender der Geschäftsführung Windmüller & Hölscher KG, zum Vizepräsidenten und damit Vorsitzender des Zulassungsausschusses sowie Rolf Schwarz, Präsident des Bundesverbandes Druck und Medien e. V., zum zweiten Vizepräsidenten der drupa 2016.

Das drupa-Komitee repräsentiert die gesamte Technologiebreite von Premedia über Druck bis zur Weiterverarbeitung sowie Packmittelproduktion und Papierverarbeitung. Die Anwenderseite ist durch Mediendienstleister ebenso vertreten wie durch die fünf wichtigsten Branchenverbände: Fachverband Druck- und Papiertechnik im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA), Frankfurt; Bundesverband Druck und Medien (bvdm), Wiesbaden; Wirtschaftsverbände Papierverarbeitung (WPV), Darmstadt; Verband Deutscher Papierfabriken (VDP), Bonn und der Verband der Druckfarbenindustrie im Verband der Mineralfarbenindustrie (VdD), Frankfurt.

▶ [www.drupa.de](http://www.drupa.de)

# low chem – ein Ansatz Chemiefrei – die Lösung!



## :Azura TS

Die chemiefreie Druckplatte von Agfa Graphics für den umweltschonenden Akzidenzdruck – leistungsstark bei niedrigen Betriebskosten.

- Kein Wasserverbrauch
- Kein Gefahrgut im Produktionsprozess
- Einleitung ins Abwassernetz möglich \*
- pH-neutrale Substanzen
- minimaler Reinigungsaufwand
- stabile, vereinfachte Prozesse
- Wegfall kritischer Einflussgrößen
- Auflagenstabilität bis 100.000

\* in Absprache mit der lokalen unteren Wasserbehörde

Für mehr Informationen, schauen Sie einfach unter [www.agfagraphics.de](http://www.agfagraphics.de)

**AGFA** 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Agfa Graphics Germany GmbH & Co. KG  
Paul-Thomas-Str. 58  
40599 Düsseldorf  
[www.agfagraphics.de](http://www.agfagraphics.de)

### digi:media 2013 abgesagt ZURÜCKHALTUNG DER ZULIEFERINDUSTRIE

Die digi:media 2013 wird nicht stattfinden. Zwar habe die Zulieferindustrie das Konzept der Messe begrüßt, sich aber nicht in ausreichendem Maß beteiligt. Unter dem Motto ›Content trifft Technik trifft Business‹ war die digi:media 2011 angetreten, um die crossmediale, alle Medienkanäle umfassende Kommunikation abzudecken. »Die Herausforderung für 2013 bestand darin, das innovative Konzept weiterzuentwickeln und auszubauen«, sagte digi:media-Direktor Manuel Mataré. Bezogen auf das Fachprogramm sei das gelungen. Anders sehe es beim Messeteil der digi:media aus. »Absagen, Flächenreduzierungen – aber vor allem die große Zurückhaltung repräsentativer Branchenplayer lassen keine digi:media erwarten, die ihrem Qualitäts-Anspruch gerecht werden kann. Die Entscheidung, die Messe abzusagen, ist uns nicht leicht gefallen. Aber angesichts der fehlenden Perspektive auf einen radikalen Umschwung im Buchungsverhalten mussten wir jetzt die Reißleine ziehen«, erläutert Manuel Mataré. »Die Messe Düsseldorf will immer ein verlässlicher Partner der Industrie sein. In diesem Zusammenhang war es für uns wichtig, den Ausstellern Planungssicherheit zu geben und nicht mit einer kurzfristigen Entscheidung zu konfrontieren.« Die digi:media 2013 findet demnach nicht in ihrer geplanten Konzeption statt. Allerdings werde im Dialog mit den Kooperationspartnern geprüft, ob und inwieweit einzelne Veranstaltungselemente in Zukunft weiterhin in Düsseldorf realisiert werden können.

### MB Bäuerle wird geschlossen RETTUNGSVERSUCHE SIND GESCHEITERT

Aus für den Falz- und Kuvertiermaschinenhersteller Mathias Bäuerle aus St. Georgen im Schwarzwald: Das Unternehmen wird geschlossen, die 153 Mitarbeiter entlassen. Die Bemühungen, nach dem Ausstieg des Schweizer Eigentümers Jürg P. Haller einen Investor zu finden, blieben erfolglos. Auch das Tochterunternehmen Print Finish in Leipzig mit 13 Mitarbeitern ist betroffen.

Nachdem der bisherige alleinige Gesellschafter Haller seinen Ausstieg aus dem Unternehmen ankündigte, stellte MB im Juli 2012 Insolvenzantrag. Nach Informationen des Insolvenzverwalters Martin Mucha sei weltweit nach Investoren gesucht worden. Am Ende seien mit 18 möglichen Interessenten intensive Verhandlungen geführt worden, doch seien die Marktchancen für MB Bäuerle trotz hochwertiger Produkte als schlecht eingestuft worden. Als strategisch ungünstig habe sich erwiesen, dass sich MB in den vergangenen Jahren auf den Kuvertieranlagenmarkt konzentrierte und viel Geld investierte. Dieser Markt wird jedoch von drei großen Unternehmen beherrscht. MB blieb lediglich ein Marktanteil von 1%. Bei Falzmaschinen hätte der Marktanteil immerhin bei knapp 30% gelegen, so Mucha. Nachdem das 1863 gegründete Unternehmen mit innovativen Produkten und dem ›richtigen Riecher‹ von Uhren auf Rechenmaschinen und seit den 1950er Jahren auf Falzmaschinen umgestellt hatte, kamen in den 1970er Jahren einschneidende Veränderungen auf das Unternehmen zu. Seit 1985 war MB in Privatbesitz des Schweizer Jürg P. Haller. Nächstes Jahr hätte MB 150-jähriges Bestehen gefeiert.



Heidelberg legt Halbjahresbilanz vor

## ERGEBNISSE IM RAHMEN DER ERWARTUNGEN

Die Heidelberger Druckmaschinen AG liegt zur Hälfte des Geschäftsjahres 2012/13 laut Quartalsbericht operativ auf Kurs. Im Vergleich zum Vorjahr seien die Auftragseingänge im ersten Halbjahr bedingt durch die drupa im Mai um 225 Mio. € auf 1,558 Mrd. € gestiegen (Vorjahr: 1,333 Mrd. €). Der Auftragsbestand lag mit 790 Mio. € rund 60 Mio. € über dem Vorjahr. Der Umsatz legte im 2. Quartal gegenüber dem Vorjahresquartal um 10% zu und kletterte auf 697 Mio. €. Mit 1,217 Mrd. € lagen die Umsätze nach dem ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres planmäßig leicht über dem Vorjahresniveau (1,18 Mrd. €).

»Die Branche entwickelt sich nach wie vor stabil, die Nachfrage nach unseren Produkten ist robust«, sagte **Gerold Linzbach**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg.



»Der bisherige Verlauf im aktuellen Geschäftsjahr erfüllt uns mit Zuversicht, die angestrebten Ziele zu erreichen.«

Allerdings wird das Ergebnis nach einem Minus von 37 Mio. € im ersten Halbjahr auch im laufenden Geschäftsjahr weiterhin negativ sein. Dennoch liegt Heidelberg nach Aussage von Finanzvorstand **Dirk Kalliebe** nach sechs Monaten im Rahmen der eigenen Planungen: »Die avisierten Einsparungen werden planmäßig erreicht.«

Dazu gehört auch der weitere Personalabbau. Ende September 2012 hatte Heidelberg weltweit 14.745 Beschäftigte, die Zahl der Mitarbeiter sank also binnen Jahresfrist um rund 1.000 Personen.

### SEGMENTE

Im ersten Halbjahr erhöhte sich der Auftragseingang im Segment Heidelberg Equipment gegenüber dem Vorjahr um 22% auf 988 Mio. €. Der Umsatz lag jedoch im Vergleich zum Halbjahr zuvor mit 669 Mio. € in etwa auf dem gleichen Niveau. Heidelberg Services legte bei den Auftragseingängen im Halbjahr ge-



Montage der Seitenwände im Werk Wiesloch-Walldorf.

genüber dem Vorjahreswert um 10% auf 564 Mio. € zu. Im Halbjahresvergleich erhöhten sich die Umsätze durch gestiegene Verkäufe bei Verbrauchsmaterialien und mehr Umsatz im Servicegeschäft um 9% auf 542 Mio. €.

### REGIONEN

Die Auftragslage liegt nach den vorliegenden Zahlen zum Halbjahr in den einzelnen Regionen auf oder über Vorjahres-Niveau, entwickelt sich jedoch unterschiedlich. Ein deutliches Plus von 40% erzielten die Bestellungen aus Nordamerika. In der Region Asia/Pacific sowie in Europe, Middle East und Africa lagen die Halbjahreswerte ebenfalls über denen aus 2011/2012. In Osteuropa bewegten sich die Auftragseingänge auf Vorjahresniveau, in

Südamerika lagen sie leicht darunter. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei den Umsatzerlösen.

### AUSBLICK FÜR 2012/2013

Für das laufende Geschäftsjahr 2012/2013 erwartet Heidelberg unverändert ein positives Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit, das im ersten Halbjahr jedoch von den

Kosten für die drupa und Anlaufkosten für neue Produkte belastet wurde. Ein Drittel der geplanten Einsparungen aus dem Effizienzprogramm Focus 2012 von rund 180 Mio. € sollen laut Heidelberg im laufenden Geschäftsjahr zum Tragen kommen. Im kommenden Geschäftsjahr sollen die Kostensenkungen erstmals voll wirksam werden und zu jährlichen Einsparungen von rund 180 Mio. € führen.

»Für Heidelberg gibt es derzeit nur ein Ziel: die dauerhafte Rückkehr in die Gewinnzone. Danach richten wir alle Unternehmensbereiche konsequent aus«, äußert sich Heidelberg-Chef Gerold Linzbach zur Zukunft des Konzerns.

➤ [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)

### Elanders expandiert

#### SPATENSTICH FÜR PACKAGING INNOVATIONS-CENTRUM

Elanders Germany expandiert im Waiblinger Gewerbegebiet Eisental. Am 26. Oktober 2012 erfolgte der erste Spatenstich für das künftige Packaging Innovations-Centrum. »Nach der Fertigstellung wird die bislang in Gärtringen angesiedelte Elanders Printpack hier einziehen. Damit baut Elanders Germany den Standort zu einem Kompetenzzentrum aus, das alle Dienstleistungen rund um Druck und Verpackung vor Ort und unter einem Dach vereint«, erläutert Peter Sommer.

Elanders Germany ist als global operierendes Druckunternehmen die deutsche Dependence des in Schweden ansässigen Mutterkonzerns. Der Sitz in Waiblingen wurde seit dem Bezug im September 1994 bereits im Dezember 1999 um ein Nebengebäude und im Oktober 2007 um einen Neubau erweitert. Der Umzug von Elanders Printpack nach Waiblingen wird von zusätzlichen Investitionen von 5 Mio. € in den Maschinenpark begleitet. Dabei entstehen neue Arbeitsplätze. In Waiblingen werden künftig etwa 300 Mitarbeiter tätig sein.

Durch die Ergänzung der bisherigen Bereiche Digitaldruck, Offsetdruck und Weiterverarbeitung um den Verpackungsdruck profiliert sich Elanders Germany als Druckdienstleister, der alle Kompetenzen unter einem Dach vereint. »Die kurzen Wege ermöglichen ein schnelles Agieren und Reagieren ohne Reibungsverluste, mit denen das wirtschaftlich erfolgreich operierende Unternehmen seine Wettbewerbsfähigkeit weiter steigert«, führt Peter Sommer aus.

➤ [www.elanders-germany.com](http://www.elanders-germany.com)



## Xerox GLOBAL CITIZENSHIP JAHRESBERICHT

Xerox hat den Jahresbericht ›Global Citizenship 2012‹ vorgestellt. Im



Vorwort beschreibt **Ursula Burns**, Chairwoman und CEO von Xerox, die Ansätze zu nachhaltiger Innovation, die mit dem allgemeinen Bestreben des Unternehmens einhergehen, die Arbeitsweise von kleinen und großen Organisationen und Unternehmen weltweit zu vereinfachen. »Dabei geht es nicht um bloße Reduzierung oder Vereinfachung. Vielmehr steht für uns im Vordergrund, Prozesse zu bereinigen und überflüssige Schritte zu vermeiden, indem Technologien intelligent und strategisch eingesetzt werden«, so Burns. »Auf diese Weise sparen Unternehmen nicht nur Zeit und Geld, sondern schonen auch kostbare Ressourcen und minimieren Abfall.«

Im Oktober wurde Xerox für das Engagement ausgezeichnet. Bereits im fünften Jahr in Folge hat das Unternehmen die Kriterien für soziale Verantwortung und Engagement für Interessensgruppen, Menschenrechte sowie Klimaschutz und Nachhaltigkeit nach dem FTSE4-Good-Index erfüllt, der seit 2001 besteht und Benchmarks enthält, um soziales Engagement messen zu können.

› [www.xerox.de](http://www.xerox.de)

## Ehrenpreis für Koenig & Bauer BAYERISCHER PRINTMEDIENPREIS 2012

Anlässlich der Münchener Medientage wurde der Würzburger Koenig & Bauer AG in einer feierlichen Abendveranstaltung am 25. Oktober im Rahmen des Bayerischen Printmedienpreises 2012 der Ehrenpreis des Bayerischen Ministerpräsidenten verliehen. Ministerpräsident Horst Seehofer würdigte mit dieser Auszeichnung den in der Branche als innovativ geltenden, weltweit zweitgrößten Druckma-



Der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei und Medienminister Thomas Kreuzer (r.) und der KBA-Vorstandsvorsitzende Claus Bolza-Schünemann nach der Entgegennahme des Ehrenpreises des Bayerischen Ministerpräsidenten im Rahmen der Verleihung der Printmedienpreise 2012.

schinenbauer als bayerisches Vorzeigeunternehmen mit beeindruckender Geschichte und großer Zukunft. In der Veranstaltung vor mehreren Hundert Ehrengästen überreichte der bayerische Medienminister Thomas Kreuzer den Ehrenpreis an den KBA-Vorstandsvorsitzenden Claus Bolza-Schünemann.

› [www.kba.com](http://www.kba.com)

## manroland web systems HÖRNER-MARAß STELLT STRATEGIE VOR

»Wir werden bei adäquatem Verlauf des vierten Quartals die Erwartungen in Umsatz und Ergebnis erfüllen und gehen von einem positiven Jahresergebnis 2012 aus«,



sagte **Eckhard Hörner-Maraß**, neuer Geschäftsführer von manroland web systems, auf einer Betriebsversammlung

Mitte Oktober in Augsburg. Bei Rollendrucksystemen und Service hätten sich die Restrukturierungsmaßnahmen ausgezahlt. Es sei ein solider Start im ersten Geschäftsjahr der manroland web systems GmbH, erklärte Hörner-Maraß: »Es liegen aber noch anspruchsvolle, Energie, Kreativität und Intelligenz fordernde Aufgaben vor uns.« In gesättigten Märkten seien nur die schnellsten, kreativsten, produktivsten und selbstbewusstesten Unternehmen erfolgreich. Für Sicherheit steht nach Überzeugung von Hörner-Maraß die Bindung an den Standort Augsburg, die mit dem Kauf des Betriebsgrundstücks besiegelt wurde. Und als Gründe für das stabile Fundament sieht er die mittelständische Organisation, das zurückgewonnene Kundenvertrauen und das erfolgreiche Projektmanagement, das auch in turbulenten Zeiten für termingerechte Auslieferungen, kurze Installationszeiten und punktliche Inbetriebnahmen sorgte.

› [www.manroland-web.com](http://www.manroland-web.com)

## Fujifilm MEHR ALS 10.000 EURO FÜR WATERAID

In den ersten drei Monaten der einjährigen Initiative, die im Mai startete, sind bereits 10.680 € zusammengekommen. Fujifilm spendet einen Teil des Umsatzes von jedem in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika verkauften Quadratmeter der Brillia HD PRO-T3, der prozesslosen Offsetplatte, an WaterAid. Für die Verarbeitung dieser Druckplatten ist kein Wasser erforderlich. »Fujifilm fühlt sich in besonderem Maße der



Umwelt verpflichtet. Wir freuen uns daher, WaterAid mit Spenden aus dem Verkauf der PRO-T3 zu unterstützen«, erklärt Yasufumi Morimoto, Senior Vice President, Fujifilm Europe GmbH. »Wir haben unser Ziel für zwölf Monate auf 30.000 € festgesetzt. Daher sind wir mit der bisher erreichten Summe sehr zufrieden.«

WaterAid ist eine Wohltätigkeitsorganisation zur Verbesserung des Zugangs zu sauberem Trinkwasser sowie der sanitären Grundversorgung und Hygiene in den weltweit ärmsten Dörfern.

› [www.fujifilm.eu](http://www.fujifilm.eu)  
› [www.wateraid.org](http://www.wateraid.org)

## Kurz & knapp

**Metsä Board** Kyrö hat in Kooperation mit zwei finnischen Energiekonzernen ein neues Biokraftwerk im Wert von 50 Mio. € in Betrieb genommen, um damit den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck um bis zu 50% zu reduzieren. • Die **technotrans AG** hat ihre Immobilie in Gersthofen für 4 Mio. € verkauft. Das Gebäude war 2005 für die Produktion von Peripherieanlagen für Druckmaschinen der 1998 übernommenen BVS Graphische Technik GmbH gebaut worden. 2009 hatte technotrans die Produktion jedoch eingestellt und nach Sassenberg verlagert. • Im **Papieratlas**-Städtewettbewerb 2012 ([www.papieratlas.de](http://www.papieratlas.de)) wird Göttingen als ›recyclingpapierfreundlichste Stadt Deutschlands‹ geführt, da erstmals ausschließlich Recyclingpapiere in Verwaltung und Schulen verwendet werden. • Der Verkauf von **Presstek** an die amerikanische **MAI Holdings Inc.**, ein Tochterunternehmen des Kapitalfonds **American Industrial Partners Capital Fund**, ist abgeschlossen. Die Übernahme war bereits im August dieses Jahres angekündigt worden.



## Neunmonatszahlen der Koenig & Bauer AG

### KBA SIEHT SICH AUF KURS: KONZERNUMSATZ SOLL AUF 1,2 MILLIARDEN EURO STEIGEN

»Wir sind auf Kurs was die für das Jahr in Aussicht gestellten Relationen angeht.« Diese Bilanz zieht der Vorstandsvorsitzende der Koenig & Bauer AG,



**Claus Bolza-Schünemann**, im Neunmonatsbericht. KBA hat danach den Konzernumsatz gegen-

über dem Vorjahr um 16,6% auf 916,2 Mio. € gesteigert. Obwohl die Bestellungen bei Bogenmaschinen gegenüber 2011 um etwa 10% zugelegt hätten, erreichte der Auftragsengang mit 826,0 Mio. € nicht den durch Großaufträge geprägten Rekordwert von 2011 mit 1.155,7 Mio. €. Der Auftragsbestand liegt dem Bericht zufolge Ende September mit 735,5 Mio. € zwar um rund 75 Mio. € unter dem Vorjahr, aber um 171 Mio. € über dem Wert von 2010. Eine starke Verbesserung um über 40 Mio. € meldet KBA beim Betriebsergebnis. Nach -20,4 Mio. € in der Vorjahresperiode wird es mit +20,5 Mio. € ausgewiesen.

#### BOGEN UND ROLLE

Durch die von der drupa 2012 ausgehenden Sonderimpulse übertraf der Auftragseingang bei Bogenmaschinen mit 517,8 Mio. € den Vorjahreswert um 10%. Der Umsatz lag in den ersten neun Monaten mit 395,4 Mio. € noch auf Vorjahresniveau. Der drupa-Effekt werde sich erst im Schlussquartal stärker auswirken, heißt es in dem Bericht. Hohe Kosten für Entwicklung und Einführung neuer Maschinengenerationen in allen Formatklassen, der anhaltende Preisdruck und der Umsatzrückstand hätten im Bogenbe-

reich zu einem negativen Ergebnis von -21,4 Mio. € geführt.

Die Neuaufträge bei Rollenmaschinen lagen mit 308,2 Mio. € um 55% unter dem hohen Vorjahreswert von 683,7 Mio. €. Dagegen stieg der Umsatz in diesem längerfristig orientierten Geschäft durch Lieferungen früher gebuchter Aufträge um 34,1% auf 520,8 Mio. €



Trainingscenter bei KBA in Radebeul.

an. Durch höhere Deckungsbeiträge, das Servicegeschäft und den vorteilhaften Produktmix legte das Segmentergebnis auf 41,9 Mio. € (2011: 1,7 Mio. €) zu.

#### EXPORTQUOTE FAST 90%

Bei einem gegenüber 2011 geringeren Inlandsumsatz erhöhte sich die Exportquote auf 89,5%. Ins europäische Ausland gingen in der Berichtsperiode nur noch 29,7% der Lieferungen (2011: 36,1%). Asien trug, getrieben durch China, 24,4% zum Konzernumsatz bei. Der Anteil der Märkte Lateinamerika und Afrika stieg auf überdurchschnittliche 25,3% (2011: 11,4%). Der Anteil Nordamerikas blieb mit 10,1% unter dem Durchschnitt.

#### POSITIVER AUSBLICK FÜR 2012

Ende September beschäftigte KBA inklusive der 411 Auszubildenden 6.312 Mitarbeiter. Ohne die neu

konsolidierte Schweizer Tochter Print Assist AG hat sich die Beschäftigtenzahl im Vergleich zum Vorjahr (6.446) um 149 verringert. Im Ausblick bestätigt der Vorstand seine Ziele für das Geschäftsjahr 2012. Danach soll der Konzernumsatz auf über 1,2 Mrd. € steigen und ein zweistelliges Vorsteuerergebnis erreicht werden.

Weitergehende Aussagen zum Jahresergebnis 2012 und zu den Erwartungen für das Geschäftsjahr 2013 will das Management angesichts der gewachsenen Unsicherheiten im wirtschaftlichen und politischen Umfeld erst im Februar 2013 bei der Vorlage der vorläufigen Zahlen machen.

Im Hinblick auf die Verbesserung der Ertragskraft hat KBA im Frühsommer nochmals ein bis 2014 laufendes Programm zur Kostensenkung gestartet. »Es geht nicht um weitere Personalanpassungen in großem Stil. Es gilt, die Sachkosten weiter zu reduzieren, die Arbeitsteilung zwischen den Konzernstandorten noch effizienter zu gestalten, den Konzerneinkauf zu optimieren und die Arbeitszeiten unserer Mitarbeiter ohne Mehrkosten flexibler zu gestalten«, sagt Claus Bolza-Schünemann.

► [www.kba.com](http://www.kba.com)

## flyeralarm design award

### MACH' DIE WELT EIN BISSCHEN BESSER

Der flyeralarm design award geht in die vierte Runde. Wie jedes Jahr ruft die nach eigenen Angaben größte Online-Druckerei Europas alle Kreativen dazu auf, eine Anzeige für gemeinnützige Organisationen zu entwerfen. Bis zum 15. Januar 2013 können Vorschläge unter [www.flyeralarm-design-award.de](http://www.flyeralarm-design-award.de) eingereicht werden, die Teilnahmegebühr beträgt 15 Euro. Zur Auswahl stehen auch dieses Mal wieder fünf Organisationen aus den Kategorien »Menschen«, »Tiere«, »Umwelt«, »Standpunkt« und »Underdog«. Eine Fachjury, bestehend aus Vertretern der Organisationen sowie aus den Bereichen Grafik, Text und Design ermittelt in allen fünf Kategorien den jeweils besten Entwurf. Die Kategorien-Sieger werden im Frühjahr 2013 gekürt und erhalten Preisgelder in Höhe von je 2.500 Euro.

In diesem Jahr können Teilnehmer aus folgenden fünf Organisationen wählen: Schenke eine Ziege e. V. (Kategorie Menschen), Provieh e. V. (Kategorie Tiere), Deepwave e. V. (Kategorie Umwelt), Standpunkt e. V. (Kategorie Standpunkt) und Furaha Phönix Kinderhaus e. V. (Kategorie Underdog). Der Underdog wird in diesem Jahr zum zweiten Mal gekürt. Dabei handelt es sich um bislang eher unbekannte Organisationen, die meist nicht im Rampenlicht stehen. In diesem Jahr haben sich knapp fünfzig gemeinnützige Organisationen für den Underdog 2013 beworben. Per Online-Voting haben sich über 2.000 Personen für den Verein Furaha Phönix Kinderhaus e. V. entschieden.

► [www.flyeralarm-design-award.de](http://www.flyeralarm-design-award.de)



Nach dem Ausstieg von Illies

## RYOBI ÜBERGIBT DEN VERTRIEB AN FERROSTAAL

Es war ein neuer Tiefschlag in ohnehin turbulenten Zeiten, als die Illies-Graphik-Muttergesellschaft die 37 hamburger Beschäftigten Mitte September entließ und ankündigte, Illies werde sich aus dem grafischen Markt zurückziehen und den Ryobi-Vertrieb aufgeben.

In einem offiziellen Statement hatte der Vorsitzende der Geschäftsführung der Hamburger C. Illies & Co., Michael Illies, mitgeteilt, Illies werde sich auf seine Kerngeschäfte fokussieren. »In konsequenter Umsetzung dieser Entscheidung ziehen wir uns aus dem europäischen Vertrieb grafischer Produkte zum Jahresende zurück.«

Dies alles führte zu einer heillosen Verwirrung im deutschen, österreichischen und auch im Schweizer Markt. Denn auch wenn die Nachricht nach Angaben von Illies durch

eine Indiskretion vorzeitig öffentlich wurde, ist unverständlich, dass man nicht zuerst die Nachfolge regelt, bevor man die Mitarbeiter entlässt. In diesem Informations-Wirrwarr sah sich die Chromos AG zwischenzeitlich genötigt, darüber aufzuklären, dass für die Schweiz und Österreich alles beim Alten bleibt und Chromos weiterhin als autonomer Ryobi-Partner verantwortlich für die beiden Märkte ist.

### Neue Vertriebsstruktur

Mittlerweile hat Ryobi eine neue Vertriebsstruktur etabliert und die Vertriebsrechte an Ferrostaal übertragen. Die Generalvertretung und Vertriebsrechte betreffen Deutschland, Polen, Russland, Ukraine, Weißrussland und die baltischen Staaten Litauen, Estland und Lettland. Ferrostaal ist schon seit 15 Jahren Vertriebspartner für Ryobi in

Nord- und Südamerika und hatte im vergangenen Jahr die Generalvertretung für die USA und Kanada übernommen.

Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland und Island werden in Zukunft direkt durch Ryobi betreut. Nach dieser Entscheidung bedauert Illies Graphik in einem Rundschreiben die Entscheidung: »Leider ist es uns trotz intensivster Bemühungen nicht gelungen, Ryobi von einer Neugründung auf Basis des bestehenden Teams zu überzeugen«, informierte Dr. Horst Steppat, General Manager von Illies Graphik die Geschäftspartner.

### Ferrostaal – keine Unbekannte

Ferrostaal baut mit den Vertretungen in Europa das Druckereimaschinengeschäft aus. »Mit der Erweiterung auf den deutschen und die osteuropäischen Märkte sind wir nun im Druckmaschinengeschäft global aufgestellt«, sagt Bernd Ahlmann, Leiter Equipment Solutions bei Ferrostaal. Dabei ist Ferrostaal in der Branche ohnehin keine unbe-

kannte Größe und war lange Zeit Vertriebspartner von manroland. Die fast 50 Jahre Branchenerfahrung resultieren aus der Übernahme des Händlers Intergrafica, der von Lateinamerika nach Asien, Afrika und Australien expandierte. Ferrostaal gehörte lange Zeit zur GHH Gutehoffnungshütte, einem Vorgängerunternehmen von MAN. 2009 veräußerte MAN 70% der Ferrostaal-Anteile an eine Investmentgesellschaft, kaufte diese aber wegen der Korruptionsaffäre um den Verkauf von U-Booten (Ferrostaal wurde zu einem Bußgeld von rund 140 Mio. € verdonnert) wieder zurück. Im Zuge der Entflechtung aus dem MAN-Konzern kündigte manroland 2009 den Vertretungsvertrag mit Ferrostaal. Im März 2012 übernahm die Hamburger MPC Münchmeyer Petersen & Co. das Unternehmen. Mit rund 4.300 Mitarbeitern erwirtschaftete Ferrostaal 2010 noch einen Umsatz von 1,8 Mrd. €, der 2011 bei noch rund 1,0 Mrd. € lag.

nico

► [www.ferrostaal.com](http://www.ferrostaal.com)



**RAPID**  
TRANS UT

# Unsere Schnellste!

Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,  
dynamisches Design

Höhere  
Produktivität

Automatische  
Formatumstellung

Duplex

**MKW**

[www.mkwgmbh.de](http://www.mkwgmbh.de)

Graphische  
Maschinen

MKW Graphische Maschinen GmbH · D-56766 Ulmen · Am Weiher · Telefon +49 (0)2676 93050





## Heidelberg kauft OFS

### HEIDELBERG SCHWEIZ BAUT GESCHÄFT MIT CONSUMABLES AUS

Die Heidelberg Schweiz AG baut ihr Geschäft mit Verbrauchsmaterialien durch die Übernahme der OFS Holding AG, zu der die OF Schweiz AG und die OF Service AG gehören, weiter aus. Das Unternehmen mit 25 Beschäftigten ist prominenter Lieferant von Vorstufensystemen und Verbrauchsmaterialien und seit über 40 Jahren im Schweizer Markt tätig. Der Schwerpunkt lag bislang vor allem auf dem Vertrieb von CtP-Systemen und Druckplatten aus dem Hause Kodak für den Bogenoffset- und Zeitungsmarkt.

Nach der Übernahme von OFS bezeichnet sich Heidelberg Schweiz als größten Händler von Verbrauchsmaterialien in der grafischen Industrie der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein. Dadurch steige der Umsatzanteil



Nach der Vertragsunterzeichnung in Olten (von links): Roland Wymann, Geschäftsleiter Finanzen und Carsten Heitkamp, Vorsitzender der Geschäftsleitung, beide Heidelberg Schweiz AG, sowie Beatrice Müller, VR-Präsidentin und Kurt Steidle, Verwaltungsrat, beide OFS Holding AG.

an Verbrauchsmaterialien bei der rund 135 Mitarbeiter zählenden Heidelberg-Vertriebsgesellschaft auf über 25% des Gesamtumsatzes.

»Unser Angebot orientiert sich an der Wertschöpfungskette im Offsetdruck von der Vorstufe über den Druck bis zur Weiterverarbeitung inklusive Software, Service und Verbrauchsmaterialien«, stellt Carsten Heitkamp, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Heidelberg Schweiz AG, fest. Kurt Steidle, bislang Delegierter des Verwaltungsrates der OFS, ergänzt: »Durch das Zusammenführen der Aktivitäten gewinnen letztendlich unsere Kunden, die auf ein noch breiteres Angebot zurückgreifen können. Wir sind überzeugt, dass das Unternehmen mit dem Zusammenschluss in guten Händen ist.«.

Nach Informationen von Heidelberg Schweiz ist geplant, alle Aktivitäten des Consumable-Geschäftes am Unternehmenssitz der OFS in Pfaffnau zu bündeln. Neben dem Angebot der OFS wird zusätzlich das gesamte Angebot an Saphira-Verbrauchsmaterialien wie Farben, Lacke, Wasch- und Gummütücher, Chemikalien sowie Walzen inklusive des Angebots an umweltschonenden Verbrauchsmaterialien der Saphira-Eco-Linie aus einer Hand angeboten.

➤ [www.ch.heidelberg.com](http://www.ch.heidelberg.com) ➤ [www.ofsgroup.ch](http://www.ofsgroup.ch)

## Baumann

### KOMORI- STATT MANROLAND-MASCHINEN

Das Grafische Centrum Heinrich Baumann in Frankfurt verkauft ab Januar 2013 das Bogenoffsetmaschinenprogramm von Komori. Damit endet auch die seit 80 Jahren bestehende Vertriebspartnerschaft mit dem Offsetmaschinenhersteller manroland. Mit deren Bogenoffsetmaschinen war Baumann in Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland präsent. Mit der Komori-Partnerschaft kommen Bayern, Baden-Württemberg, Sachsen und Thüringen hinzu. Dafür stehen Baumann nach eigenen Angaben über 400 Mitarbeiter und Büros in München, Leipzig und Meckenheim zur Verfügung. Den nördlichen Teil der Bundesrepublik deckt nach wie vor die Hubertus Wesseler GmbH ab. Den Raum Süddeutschland hatte bis zu seiner Insolvenz der grafische Fachhändler Grafitech bedient.

## manroland sheetfed

### UMSTRUKTURIERUNG ABGESCHLOSSEN?

Die im September angekündigten Entlassungen bei der Offenbacher manroland Sheetfed GmbH wurden jetzt bestätigt. 77 Mitarbeiter mussten das Unternehmen zum 30. November verlassen.

»Die umfangreiche Umstrukturierung, die im Januar umgesetzt wurde, war ein sehr grober Schnitt. Seitdem haben wir unsere Prozesse neu abgestimmt, und auch wenn es bedauerlich ist, dass wir weitere Mitarbeiter entlassen müssen, ist unser Unternehmen mit diesen Feinabstimmungen und den durchgeführten Prozessoptimierungen sehr gut aufgestellt. Wir erwarten in absehbarer Zukunft keinen weiteren Personalabbau«, wird ein ungenannter Unternehmenssprecher in der Pressemitteilung zitiert.

Zudem gab manroland bekannt, dass das Werk in Mainhausen, in dem Verpackung und Versand der Druckmaschinen erfolgen, geschlossen wird. Das 2,9 Hektar große Gelände soll zu gegebener Zeit verkauft werden. Verpackung und Versand werden an den Hauptsitz des Unternehmens in Offenbach verlagert. Dort werden 10% des unternehmenseigenen Werkzeugmaschinenparks verkauft, um die nötigen Umzüge auf dem 11,3 Hektar großen Gelände zu ermöglichen. Nachdem Niederlassungen in Hamburg, Leipzig, Stuttgart und München bereits geschlossen wurden, wird manroland sheetfed zukünftig mit Niederlassungen in über 40 Ländern weltweit etwa 2.000 Mitarbeiter beschäftigen – davon 1.000 in Deutschland, einschließlich der mehr als 100 Auszubildenden.

➤ [www.manroland-sheetfed.com](http://www.manroland-sheetfed.com)

**DRUCKMARKT**  
**impressions**

**Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Alle 14 Tage mit Bildstrecken, Hintergrundberichten und Nachrichten.**

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

## KOMMENTAR

### Handel ist Wandel

»Handel ist Wandel.« Auf diesen Punkt brachte Rolf Broglie Anfang des Jahres im Gespräch mit ›Druckmarkt‹ seine rund vierzig Jahre Erfahrung in den Handelshäusern der Chromos-Gruppe. Die jüngsten Entwicklungen geben ihm einmal mehr Recht. Der Handel steckt seit einiger Zeit in einem tiefgreifenden Veränderungsprozess.

Dabei muss man gar nicht so weit nach hinten blicken. Im Herbst 2010 wurde die Schweizer Koller AG von Agfa Graphics gekauft und ging in der Agfa Graphics Switzerland auf, Chromos gab den Vertrieb der Komori-Maschinen im Oktober 2011 an Gietz ab und im Herbst 2012 krachte es auch in Deutschland so richtig im Gebälk. Illies Graphik in Hamburg gab bekannt, zum Jahresende aus dem Geschäft als grafischer Fachhändler und als Generalimporteur von Ryobi-Maschinen und weiteren großen Marken aus Vorstufe und Druck auszusteigen. Kurz später übernahm die holländische Wifac (ihrerseits eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Wifag Polytype Holding AG in der Schweiz) einen der größten und mit 110 Jahren wohl traditionsreichsten deutschen Fachhändler, die Unternehmensgruppe Graphia Willy Nothnagel. Zuvor schon hatte Wifac den süddeutschen Händler Döring übernommen. »Und was Wifac angeht, muss es dabei nicht bleiben«, erklärt Marcel Otto, Geschäftsführer der Wifac Holding. Innerhalb der Expansionsstrategie von Wifac werden weitere Akquisitionen in Europa zu den möglichen Szenarien gerechnet.

Vor diesem Hintergrund ist es nur zu verständlich, dass die OFS unter die Fittiche von Heidelberg geschlüpft ist. Denn es ist absehbar, dass auf die grafischen Fachhändler noch weit schwerere Zeiten zukommen werden als bislang absehbar.

Nun mag man trefflich darüber streiten, wer Urheber dieses Händlersterbens ist. Einerseits könnte man den Druckmaschinenherstellern den Schwarzen Peter zuschieben, weil diese immer stärker in den Markt der Verbrauchsmaterialien drängen, um sich eine geringere Abhängigkeit vom Maschinenverkauf zu verschaffen. Auch im Digitaldruckmarkt sind die Maschinenhersteller darauf bedacht, ihre sogenannten Consumables wie Toner und Tinten selbst an den Mann zu bringen. Und bei Druckplatten sowie Papieren wird das Streckengeschäft längst am Handel vorbei direkt mit den Großabnehmern abgewickelt. Andererseits versuchen auch die Endabnehmer, sprich die Druckereien, durch beispielsweise Einkaufsgemeinschaften günstigere Einkaufskonditionen zu erzielen.

Da bleibt dem Fachhandel nur noch wenig Bewegungsspielraum. Denn in dem Maße, wie den Handelshäusern das Geschäft mit Druckereien kaum noch eine Marge zum Überleben bietet, in gleichem Maße wird die ehemals quicklebendige Landschaft der Händler weiter ausgedünnt. Die Profiteure dieser Entwicklung sind aber ganz sicher nicht die Druckereien.

Klaus-Peter Nicolay

# VOLL Treffer

Immer öfter hört und liest man, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing bemühen müssen. Das ist leichter gesagt als getan – denn wo fängt man an und wie weit muss man gehen? Da Marketing ein extrem weites Feld ist, hat der ›Druckmarkt‹ gemeinsam mit dem Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser das ›Marketing-Glossar‹ konzipiert.

Das Glossar innerhalb der Reihe ›Druckmarkt College‹ beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunikation, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.



Druckmarkt College  
**Marketing-Glossar**  
Alles wichtige zum Thema  
Marketing: kompakt und  
kompetent.

180 Seiten, 11,5 x 21 cm.  
Preis: 19,50 €

Zu bestellen im Internet  
im Druckmarkt-Shop.  
[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)



**KOOPERATION** Der FFI, Fachverband Faltschachtel-Industrie e. V., beteiligt sich an der printXmedia Süd GmbH und arbeitet künftig mit dem Beratungsnetzwerk der Druck- und Medienverbände beim Service- und Beratungsangebot eng zusammen. Damit ergänzt der FFI sein Leistungsangebot um weitere Facetten im Bereich des Know-how-Transfers für seine Mitgliedsunternehmen. ▶ [www.ffi.de](http://www.ffi.de)

**NAMENSFINDUNG** Die im Januar gegründete Geschäftseinheit der Bertelsmann-Druckereien hat jetzt auch einen Namen und ein Corporate Design. Unter dem Dach von Be Printers bündelt Bertelsmann insgesamt 17 Produktionsstandorte in sechs Ländern auf zwei Kontinenten. Die Druckereigruppe ist in den USA und Kolumbien sowie in Europa (Prinovis Deutschland und UK, Italien, Spanien) tätig. CEO von Be Printers ist Bertram Stausberg, der in Personalunion auch Prinovis vorsteht. Die einzelnen Betriebe von Be Printers werden auch künftig unter ihrem angestammten Namen am Markt agieren. Be Printers erzielt eigenen Anga-



ben zufolge einen Jahresumsatz von 1,2 Mrd. € und beschäftigt derzeit rund 6.800 Mitarbeiter. Die Druckereien produzieren im Tiefdruck, Rollen- und Bogenoffset sowie im Digitaldruck Zeitschriften, Kataloge, Prospekte, Bücher und Kalender. ▶ [www.beprinters.com](http://www.beprinters.com)

**RÜCKGANG** Mit 110 Ausstellern und knapp 4.000 Besuchern (Vorjahr 4.923 Besucher und 139 Aussteller) verzeichnete die 18. Druck + Form in Sinsheim zwar einen deutlichen Besucher- und Aussteller-Rückgang im Vergleich zum Vorjahr, der Veranstalter zeigt sich dennoch zufrieden. Die Innovationsfreude der Anbieter aus Vorstufe, Druck und Weiterverarbeitung sei groß gewesen und das Begleitprogramm sei gut angenommen worden. Trotz des Besucherrückgangs seien die Aussteller mit dem Messeverlauf zufrieden gewesen. »In der grafischen Industrie sind große Veränderungen zu verzeichnen. Damit die Messe auch 2013 eine interessante Plattform bleibt, werden wir die 19. Druck + Form den Veränderungen anpassen«, kündigte Prokurist Andreas Wittur an. Die nächstjährige Veranstaltung soll vom 9. bis 12. Oktober stattfinden.

**BLOCKHEIZKRAFTWERK** Heidelberg hat am Standort Wiesloch-Walldorf ein Blockheizkraftwerk in Betrieb genommen. Mit der Strom- und Wärmeerzeugung des neuen Kraftwerks, das jährlich etwa 12 Gigawattstunden produziert, senkt Heidelberg die Gesamtenergiekosten an dem Produktionsstandort künftig um rund 10%. Die Druckmaschinenfabrik mit rund 860.000 m<sup>2</sup>, 36 Hallen und Bürogebäuden hat einen Energiebedarf von etwa 60 Gigawattstunden Strom pro Jahr. Die Energiekosten machen jährlich einen niedrigen zweistelligen Millionenbetrag aus.

**ERGEBNISVERBESSERUNG** Der Verpackungshersteller Mayr-Melnhof Karton AG, Wien, hat das 3. Quartal 2012 mit einer deutlichen Ergebnisverbesserung gegenüber den Vorquartalen abgeschlossen. Trotzdem verzeichnete das Unternehmen nach eigenen Angaben nach drei Quartalen 2012 im Vergleich zum Vorjahr leichte Ergebnisrückgänge.

#### flyeralarm

#### 20.000 TONNEN CO<sub>2</sub> AUSGEGlichen

Nach zweieinhalb Jahren zieht flyeralarm eine positive Bilanz des klimaneutralen Drucks: Bei mehr als 400.000 Bestellungen hätten sich die Kunden bisher für den klimaneutralen Druck entschieden. Dadurch seien rund 20.000 t CO<sub>2</sub> kompensiert worden – Tendenz steigend.

»Durch den klimaneutralen Druck geben wir unseren Kunden die Möglichkeit, einen Beitrag für die Umwelt zu leisten und die eigene CO<sub>2</sub>-Bilanz zu verbessern«, sagt Tanja Hammerl, Geschäftsführerin von flyeralarm. Im Mai 2010 hatte flyeralarm als erste Online-Druckerei in Deutschland den klimaneutralen Druck angeboten.

Neben diesem Angebot trägt flyeralarm nach eigenen Angaben auch selbst zur Verminderung von CO<sub>2</sub>-Emissionen bei: Neben dem effizienten Herstellungsverfahren setzt das Unternehmen mehr und mehr umweltfreundliches Material ein, reduziert den Verpackungsmüll, vermeidet Lkw-Leerfahrten und nutzt die Maschinenabwärme zur Heizung einer Produktionshalle.

▶ [www.flyeralarm.de](http://www.flyeralarm.de)

#### Sappi Printers of the Year DEUTSCHE DRUCKEREIEN RÄUMEN AB

Sappi zeichnete im Rahmen der 14. Verleihung der Sappi International Printers of the Year Awards in Johannesburg die weltweit besten Druckereien aus. Alle Finalisten hatten sich zuvor in regionalen Wettbewerben durchgesetzt.

Besonders erfolgreich waren die Teilnehmer aus Deutschland. Sie erhielten sechs der insgesamt elf Elefanten-Trophäen, die an die afrikanischen Wurzeln des Papierher-



Der Bronzeguss-Elefant symbolisiert Sappis südafrikanische Wurzeln.

stellern erinnern sollen. Sieger sind Eberl Print aus Immenstadt in der Kategorie Geschäftsberichte, Druckpartner Druck- und Medienhaus aus Essen in den Kategorien Kalender und Digitaldruck, Lechte aus Emsdetten in der Kategorie Kataloge, Color Druck Leimen in der Kategorie Druck allgemein und die Color-Gruppe aus München in der Kategorie Magazine.

Bei der Bekanntgabe der Gewinner sagte sappi-CEO Ralph Boöttger: »Wir zeichnen die Gewinner für ihr Engagement, ihre Kreativität und ihr Fachwissen aus, mit dem sie Drucksachen produzieren, die die Grenzen des technisch Möglichen neu definieren.« Mehr als 5.500 Arbeiten wurden für den Wettbewerb insgesamt eingereicht.

▶ [www.sappi.com](http://www.sappi.com)





**Denken Sie in größeren Dimensionen.  
Denken Sie an Wettbewerbsvorteile.**

**Denken Sie digital.**

**Drucken Sie mehr mit einer digitalen Kodak NexPress SX Produktionsfarbdruckmaschine.**

Profitieren Sie vom digitalen Druck der am Markt stark nachgefragten farbigen Kleinauflagen und drucken Sie auf bis zu 660 mm langen Bogen. Erweitern Sie die Auswahl Ihrer Produktionsanwendungen mit den innovativen Lösungen für das fünfte KODAK NEXPRESS Druckwerk. Beeinflussen Sie Ihre Gewinnentwicklung positiv – mit maximaler Produktivität, hoher Qualität und einzigartigen Anwendungen, durch die Sie sich von Ihren Wettbewerbern abheben.

Kodak Digitaldrucklösungen: die richtige Wahl, um heute und morgen erfolgreich zu sein.

[www.kodak.com/go/commg](http://www.kodak.com/go/commg)



Kodak NexPress SX Produktionsfarbdruckmaschine

