

ÜBERNAHME Efl, Anbieter von Digitaldrucksystemen, MI-Systemen und Software, hat die DirectSmile GmbH, den Anbieter von Software-Lösungen für Cross-Media-Marketing, erworben. Das Unternehmen mit Sitz in Berlin war seit 2001 maßgeblich an der Entwicklung von Bildpersonalisierungs-Software beteiligt und bietet heute ausgefeilte Marketing- und Produktionslösungen für Agenturen und Druckereien an. Mit DirectSmile lassen sich Kampagnen, die Web, E-Mail, Social, Mobile und Printmedien verbinden, gestalten, personalisieren, automatisieren und messen. Die Technologie erweitert das Angebot von Efl um integrierte Funktionen für Marketing-Workflows. Efl will DirectSmile weiter entwickeln, als Stand-alone-Software anbieten und in andere Produkte integrieren.

20.000. SQUARESPOT-KOPF Kodak meldet die Installation des 20.000. Squarespot-Thermobebildungskopfs. Die Bebilderungstechnologie ist seit fast 20 Jahren Bestandteil des Portfolios von Kodak beziehungsweise des Unternehmens Creo, das 2005 von Kodak übernommen wurde. Die Technologie wurde als Alternative zu CtP-Systemen auf den Markt gebracht, die Platten mit sichtbarem Licht belichteten. Heute bietet Kodak eine Reihe von Plattenbelichtern mit Squarespot-Bebildungsköpfen an, sodass unter verschiedenen Formaten, Bebilderungs- und Automatisierungsoptionen gewählt werden kann. Die im US-Bundesstaat Michigan ansässige Druckerei Edwards Brothers Malloy erhält das Jubiläums-Produkt in einem Kodak Magnus VLF. > www.kodak.com

SPRINTIS ÜBERNIMMT SEIFERT Zum 1. August 2014 übernahm die Sprintis Schenk GmbH & Co. KG die Seifert Lösungen für Printprodukte GmbH & Co. KG. Das Unternehmen wurde 1995 von Thomas Seifert gegründet und entwickelte sich zu einem Großhandel für Konfektionierungsartikel mit eigenem kleinen Produktionsbereich. Seit einem Jahr hatte Seifert ihren Sitz in Kirchheim/Teck. Thomas Seifert (im Bild rechts) wird sich zukünftig als Vertriebsmitarbeiter von Sprintis im Vertriebsbüro Kirchheim/Teck um Kundenberatung und Vertrieb kümmern. Für die Seifert-Kunden bedeutet die Übernahme Vorteile, da die Palette der Lösungsmöglichkeiten durch die Verschmelzung mit Sprintis deutlich wächst. Sprintis ist nach eigenen Angaben der führende Großhandel für Konfektionierungsartikel, die per Hand in Druckprodukte eingearbeitet werden. Vertrieben wird eine Vielfalt von über 2.000 Artikeln – alles auch zu finden im Onlineshop. > www.sprintis.de



WIEDER SCHWARZ Ein Jahr nach der Insolvenz bewegt sich der Papierhersteller Reflex Premium Papier nach eigenen Angaben wieder in der Gewinnzone. Das Dürener Unternehmen habe das erste Halbjahr 2014 mit einer Umsatzsteigerung und einem positiven Ergebnis abgeschlossen und finanziere sich aus eigener Kraft. Nach der Insolvenz wurden Strukturanpassungen (unter anderem das Lager mit Zanders-Premium-Papiermarken) auf den Weg gebracht und umgesetzt. Daraus hätten sich Verbesserungen bei Lieferzeit und Termintreue ergeben. Unterdessen geht die Suche nach einem Investor weiter. > www.zanders-premium.com

Heidelberg kürzt sein Finishing-Angebot massiv

Abschied vom Anspruch des Komplettanbieters

Die Heidelberger Druckmaschinen AG streicht ihr Portfolio an Weiterverarbeitungsmaschinen massiv zusammen. Die Eigenfertigung an den Heidelberg-Standorten in Deutschland ist unter den neuen Marktbedingungen nicht mehr wettbewerbsfähig, heißt es in einer Presseinformation des Druckmaschinenherstellers. Daher würden bis auf die Fertigung von Falzmaschinen in Ludwigsburg die anderen Kapazitäten stillgelegt. Alle anderen Produkte werden eingestellt, an andere Unternehmen vergeben, Vertrieb und Service in andere Hände gelegt.

Im Bereich Postpress Packaging (Weiterverarbeitungsgeräte für den Verpackungsdruck) soll die Entwicklung und Herstellung von Produkten und Lösungen künftig durch den neuen chinesischen OEM-Partner Masterwork Machinery erfolgen, Vertrieb und Service will Heidelberg weiterhin selbst betreuen.

Bei den Weiterverarbeitungsmaschinen für den Akzidenzdruck (Postpress Commercial) erfolgt bis auf den Bau der Falzmaschinen und die Schneidemaschinen von Polar keine Vermarktung mehr durch Heidelberg. Sammelhefter und Klebebinde wird es in Zukunft von Heidelberg nicht mehr geben. Der Service der installierten Basis an den nicht mehr weitergeführten Produkten wird von Müller Martini übernommen.

Der Abbau der Heidelberg-Kapazitäten führt zur Schließung des Standorts Leipzig und zu einer entsprechenden Verringerung der Belegschaft an den Standorten Ludwigsburg und Wiesloch-Walldorf. Insgesamt sollen davon weltweit rund 650 Mitarbeiter betroffen sein.

Müller Martini bestätigt in einer eigenen Mitteilung die Übernahme der Service-Aktivitäten, spricht aber auch davon, dass bis Ende 2014 »das gesamte Know-how der bis anhin in Leipzig produzierten Ma-

schinen« übernommen werde. Was auch immer das bedeuten mag, es geht dabei offenbar auch um Geld. Denn in der Mitteilung heißt es auch, dass über die Höhe der Vertragssumme Stillschweigen vereinbart worden sei.

Bereits anlässlich der Bilanzpressekonferenz hatte Heidelberg als Bestandteil seiner Portfoliooptimierung die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle für margenschwache Produkte angekündigt. Und nach der Aktionärs-Hauptversammlung wurde Heidelberg-Chef Dr. Gerold Linzbach in der regionalen Tagespresse zitiert: »Wir haben noch immer



Bereiche, die keinen Cash erzeugen, sondern nur Geld verbrauchen.« Er wolle die Verlustbringer so schnell wie möglich abstellen, sagte Linzbach.

Heidelberg sei bei den Postpress-Produktlinien nur eingeschränkt wettbewerbsfähig gewesen, räumt Dr. Linzbach ein. »Die Neuaufstellung der Bereiche ist ein wichtiger Schritt, die wirtschaftliche Situation von Heidelberg zu verbessern und dem Renditeziel von mindestens acht Prozent näher zu kommen.« In der Summe sollen die Maßnahmen im Bereich der Weiterverarbeitung eine Ergebnisverbesserung von rund 30 Mio. Euro pro Jahr größtenteils ab dem folgenden Geschäftsjahr mit sich bringen.

Bisher machte der Bereich Weiterverarbeitung bei Heidelberg etwa 10% vom Umsatz aus. Dieser Anteil wird künftig noch kleiner. Vor allem hat sich Heidelberg damit vom bisherigen Anspruch des Komplettanbieters verabschiedet. Und gleichzeitig erlischt alles, was an die lange Tradition des Buchbinder-Pioniers Brehmer erinnert.

> www.heidelberg.com

nico

Paul Leibinger GmbH & Co. KG VERGRÖßERUNG UM MEHR ALS 30%

Die Paul Leibinger GmbH & Co. KG baut mit einem Investitionsvolumen von 8 Mio. € den Produktbereich industrieller Inkjet-Drucker am Firmensitz Tuttlingen aus. Der Spezialist für industrielle Kennzeichnungssysteme vergrößert seinen Hauptsitz damit um über 30%. Die Erweiterung dient vor allem dem Ausbau der Inkjet-Druckerserien JET3 und JET2neo. Dabei soll die Fertigungstiefe weiter ausgebaut werden. Die Geschäftsführung setzt damit auf die Produktherstellung »Made in Germany«: »Wir steigern Flexibilität, Qualität und Produktivität, was schlussendlich den Kunden in Form zuverlässiger Produkte zugute-



kommt«, berichtet Geschäftsführerin **Christina Leibinger**. Mit den Investitionen reagiert Leibinger auf die gute Geschäftsentwicklung der letzten Jahre. Allein 2013 wurde der Umsatz um 23% gesteigert und im ersten Quartal 2014 bereits um 12% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erhöht.

› www.leibinger-group.com

Akquisition AUS BST INTERNATIONAL UND ELTROMAT WIRD BST ELTROMAT

Mit dem Kauf der eltromat GmbH durch BST International zum 1. Juli beginnt für beide Unternehmen eine neue Ära. Mit der künftigen BST eltromat entsteht ein neuer Technologiepartner. BST International in Bielefeld ist nach eigenen Angaben führender Anbieter rund um die laufende Materialbahn mit Systemen zur Bahnlaufregelung, Farbmessung, Bahnbeobachtung, Registerregelung, Schichtdicken- und Flächengewichtsmessung sowie speziell zugeschnittenen Lösungen für die Reifenherstellung. Die bisherige eltromat GmbH in Leopoldshöhe ist für innovative Video-, Inspektions-, Farb- und Registerregelungssysteme für Inline-Druckprozesse bekannt.

Uwe Meyer, Geschäftsführer BST International, wird bei BST eltromat Sprecher der Geschäftsführung. Die bisherigen eltromat-Geschäftsführer Dr. Gunter Tautorius und Dr. Johann-Carsten Kipp werden die kaufmännische beziehungsweise technische Geschäftsführung übernehmen. Komplettiert wird die Führungsmannschaft durch Kristian Jünke, der als stellvertretender Geschäftsleiter den Bereich Sales & Service leiten wird.

Flyeralarm startet »Same Day« FLYER UND VISITENKARTEN IN NEUN STUNDEN ABHOLBEREIT

Flyeralarm führt die Lieferung am Tag der Bestellung (»Same Day«) ein. Ab sofort können Flyer und Visitenkarten mit einer Auflage von 250 Stück »Same Day« in Auftrag gegeben werden. Noch am selben Tag, ab spätestens 17.30 Uhr, liegt die frisch gedruckte Ware dann in einem der acht Flyeralarm-Stores (Berlin, München, Frankfurt, Düsseldorf, Dresden, Stuttgart, Nürnberg, Würzburg) zur Abholung bereit. Dazu müssen Aufträge und Druckdaten bis 9:00 Uhr morgens bei Flyeralarm eingegangen sein. Nach dem Basis-Datencheck geht der Auftrag sofort in Druck, die fertigen Drucksachen werden anschließend vom Logistikpartner an die Stores ausgeliefert. Sobald die Ware in den Stores ist, erhalten die Kunden eine Benachrichtigung per E-Mail. Derzeit sind mit »Same Day« ausschließlich 300-Gramm-Flyer und Visitenkarten mit einer Auflage von 250 Exemplaren erhältlich. Diese werden auf Wunsch auch klimaneutral gedruckt. In den kommenden Wochen soll das Angebot weiter ausgebaut werden. In einem ersten Schritt werden weitere Papierstärken hinzukommen.

› www.flyeralarm.de

Dr. Fries verstärkt Management ONLINEPRINTERS STREBT INTERNATIONALISIERUNG AN

Die Geschäftsleitung der Onlineprinters, einer der führenden Internet-Druckereien in Europa, wird seit



1. Juli durch **Dr. Michael Fries**, verstärkt. Er bringt umfassende strategische und praktische Erfahrungen aus der

Branche mit. In seiner letzten Position als Vorstand des Fotobuch-Herstellers Cewe Color war er bis Ende 2013 für dessen deutsche Betriebe und den Aufbau der B2B-Online-druckerei Viaprinto verantwortlich. Der erfahrene Manager übernimmt ge-



meinsam mit **Walter Meyer**, Gründer und CEO der Onlineprinters, die Leitung der Onlineprinters Holding GmbH und

deren Tochtergesellschaften. »Wir sind stolz darauf, dass uns Dr. Fries bei unserer internationalen Expansion unterstützen wird«, freut sich Meyer. Onlineprinters erzielt mit einem Wachstum von jährlich 20% einen Jahresumsatz in dreistelliger Millionenhöhe.

› www.onlineprinters.com

RAPID TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen • Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

Graphische
Maschinen

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

KUNDENCENTER FÜR INKJET Xerox hat Anfang Juni ein neues europäisches Kundenzentrum mit dem Schwerpunkt Inkjet-Drucksysteme und -Services eröffnet. Das Impika Inkjet Innovation Centre im französischen Aubagne verfügt über einen knapp 8.500 m² großen Ausstellungsraum mit Impika Inkjet-Drucksystemen, der an die Produktionsstätten und



Forschungseinrichtungen des Unternehmens angrenzt. Im Center können Kunden und Interessenten die Inkjet-Maschinen Technologie testen. »Nach dem Erwerb von Impika im Jahr 2013 stellt die Eröffnung des Showrooms einen Meilenstein für unsere Inkjet-

Strategie dar«, erklärt Andrew Copley, Präsident Graphic Communications Operations bei Xerox. Zu den ausgestellten Produkten gehören die Impika iPrint Compact, iPrint Reference, iPrint eVolution und iPrint eXtreme sowie die iEngine 1000 und 1000L. > www.xerox.de

NACHHOLBEDARF 100 Unternehmer haben an einer Umfrage zu Strategien in der Druckindustrie teilgenommen, die der Verband Druck und Medien Bayern e. V. durchgeführt hat. Danach ist jedes achte Unternehmen völlig ohne Strategie unterwegs. Bei Dreiviertel ist die Strategie, wenn sie überhaupt existiert, nur einem Teil der handelnden Personen bekannt. Hier ist laut VDMB Nachholbedarf, auch wenn für den Mangel an Strategie zu wenig Zeit im Tagesgeschäft, geringe Veränderungsbereitschaft der Mitarbeiter, fehlende Kommunikation, geringe Ressourcen oder Wettbewerbsdruck angeführt wurden. > www.vdmb.de

FIRMENJUBILÄUM Fünf Jahre Sprintis und der abermalige Ausbau von Lager- und Bürofläche am Firmenstandort in Würzburg war für Christian und Matthias Schenk, Geschäftsführer der Sprintis GmbH & Co. KG, ein Grund zum Feiern. Am 27. Juni begrüßten sie zahlreiche Gäste und die



Belegschaft zum Tag der offenen Tür. Nach einem Rundgang durch das neue Bürogebäude und die beiden Lagerhallen mit einer Fläche von 2.500 m² wurde mit den über 200 Gästen in einer angemieteten Almhütte gefeiert. Christian Schenk war zufrieden:

»Dieser Tag war für uns etwas Besonderes. Sieht man sich an, wie wir vor einigen Jahren angefangen haben und wo wir heute stehen, können wir mit Stolz sagen, dass wir einiges richtig gemacht haben. Und wir haben noch viele Ideen, Sprintis weiter voranzubringen.« > www.sprintis.de

VERTRIEBS- UND MARKETINGAKTIVITÄTEN Ricoh Deutschland hat die bisher separaten Divisionen Sales und Marketing am 1. Juli 2014 organisatorisch zusammengeführt. Ziel sei die gemeinsame Nutzung vorhandener Ressourcen, Synergiepotenziale zu erschließen und Vertriebsaktivitäten effektiver auf Markt- und Kundenanforderungen auszurichten. Die Verantwortung dafür übernimmt Peter Tabke, der seit 1. November 2011 als Director Sales und Mitglied der Geschäftsleitung die deutsche Vertriebsorganisation leitet.

Altana beteiligt sich an Landa Digital Printing

100 Millionen Euro für Nanografie-Projekt

Seit der ersten Präsentation auf der drupa 2012, als Benny Landa mit seiner Nanografie-Maschine sein Marketing-Feuerwerk abbrannte, ist es eher ruhig geworden um die als »bahnbrechend« bezeichnete Technologie. Die Erkenntnis, das Maschinenlayout und die Architektur ändern zu müssen, sorgte wohl für die größte Verzögerung bei dem ehrgeizigen Projekt – immer wieder wurde die Auslieferung erster Maschinen verschoben. Jetzt wurde bekannt, dass sich Auslieferung von Beta-Maschinen abermals, nun auf die erste Hälfte 2015, verschiebt. In der zweiten Jahreshälfte soll dann die Auslieferung der Bogenmaschinen beginnen.

Nun teilten die Landa-Gruppe und der Spezialchemiekonzern Altana mit, dass sie eine Vereinbarung unterzeichnet haben, wonach Altana für 100 Mio. € im Wege einer Kapitalerhöhung einen Minderheitsanteil an Landa Digital Printing erwirbt. Beide Unternehmen sehen den Schritt als Finanzinvestment und den Startpunkt für eine langfristige Partnerschaft. Andere Geschäftsbereiche der Landa-Gruppe seien nicht Teil der Transaktion. Die von Altana eingebrachten finanziellen Mittel sollen für den nächsten (>den letzten«, wie es in der Mitteilung heißt) Entwicklungsschritt der Nanography-Technologie verwendet werden.

Konkret soll das Geld in den Bau und Produktionsstart der von Landa entwickelten Nanographic Printing Druckmaschinen fließen sowie in den Aufbau von Produktionskapazitäten für die zugehörigen Nanoinks in Israel. Altana will als Entwicklungspartner die Erfahrungen aus der Druckindustrie seiner Geschäftsbereiche BYK Additives & Instruments, Eckart Effect Pigments und Actega Coatings & Sealants einbringen.

»Wir freuen uns, diese strategische Partnerschaft mit Benny Landa einzugehen. In Sachen Innovation sprechen wir dieselbe Sprache«,



wird **Dr. Matthias L. Wolfgruber**, Vorstandsvorsitzender der Altana AG, in einer Unternehmensmeldung

zitiert. »Ich bin zuversichtlich, dass wir damit in eine Technologie investieren, die auch unseren Kunden helfen kann, sich erfolgreich für die Zukunft aufzustellen.«



Benny Landa, Inhaber und Geschäftsführer der Landa-Gruppe, sieht in der Verbindung mit der Altana-Gruppe

einen entscheidenden Meilenstein für sein Unternehmen und »einen Vertrauensbeweis für unser Bestreben, Digitaldruck für den Verpackungs- und kommerziellen Druck nutzbar zu machen. Altana bringt wertvolle Erfahrungen in diesen Märkten und im Betrieb weltweiter Produktionsstätten mit, die wir im Zuge der Ausweitung unserer globalen Präsenz gerne nutzen.«

Von den zur drupa 2012 genannten Kooperationspartnern aus dem Kreis der Druckmaschinenbauer dürfte indes nur noch Komori übrig geblieben sein. Sowohl bei Heidelberg als auch bei manroland Sheetfed übt man sich in Zurückhaltung bezüglich der Partnerschaft. Landa selbst äußerte sich in einem Gespräch mit der österreichischen Fachzeitschrift 4c: »Wir konzentrieren uns auf Komori.« Der japanische Druckmaschinenbauer wird gemäß einer Vereinbarung vom November 2013 die Hardware der Maschine liefern.

nico

Wifag ist jetzt Wifag-Polytype Technologies

Lösungen für Druck, Beschichtung und Veredelung

Die Wifag Maschinenfabrik AG, Hersteller von Rotationsmaschinen mit über 100-jähriger Tradition, heißt jetzt Wifag-Polytype Technologies AG. Der Name der neuen Gesellschaft mit Sitz im schweizerischen Freiburg soll für Lösungen rund um Druck, Beschichtung und Veredelung stehen, wie das Unternehmen mitteilt. Unter dem Dach der Wifag-Polytype Technologies AG seien nun Software- und Automationskompetenz, Maschinenbau- und Material-Know-how vereint. Die Lösungen umfassen den Maschinenbau für Druck-, Beschichtungs- und Veredelungsmaschinen, konventionelle und digitale Prozesslösungen, Automations- und Leitstand-Technologie sowie Software, Inkjet-Tinten und Primer. Möglich wurde dies durch den 2007 begonnenen strategischen Zukauf von Unternehmen und die Erweiterung des Expertenteams, so Wifag-Polytype Technologies. Die zunächst als Tochterunternehmen weiterbestehende Polytype Converting AG soll 2015 mit der Wifag-Polytype Technologies AG verschmolzen werden.

Die beiden Unternehmen Wifag und Polytype Converting haben in den vergangenen Jahren zusätzliches Know-how eingekauft. Mit der Mehrheitsübernahme von Pagen-darm in Hamburg im Jahr 2007 kam die Trockner-Technologie, mit der Firma Spühl 2008 der Digitaldruck in die Unternehmensgruppe.

Zwar wurde der Vertrieb der LFP-Maschinen der Baureihe Virtu eingestellt, die Experten von Spühl bilden aber die Keimzelle für das »Digital Competence Center« der Wifag-Polytype Group. Ähnliches gilt für das »Automation Competence Center«, in dem das Know-how der Wifag und der 2011 übernommenen Solna zusammengefasst wurden, das jüngst durch ein Team ergänzt wurde, das bisher für EAE in Ahrensburg arbeitet.

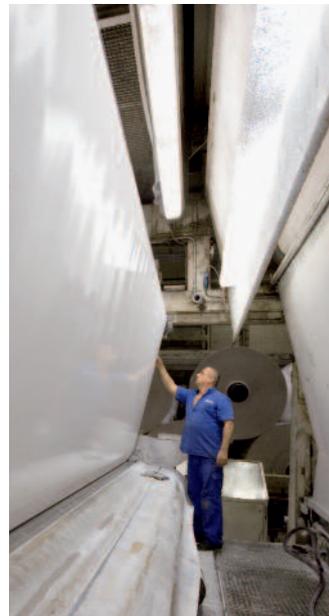
Die Schweizer haben nun nach eigenen Angaben auch den für Lebensmittelverpackungen geeigneten wasserbasierten Inkjet-Digitaldruck zur Marktreife gebracht. Gemeinsam mit Kunden entwickelt die Wifag-Polytype Technologies AG derzeit Lösungen für den Druck auf Aluminiumfolie und Papiersubstrate. Ein wichtiger Schritt, um diese Projekte zum Erfolg führen zu können, war die Übernahme eines zehnköpfigen Forschungs- und Entwicklungsteams der in Insolvenz befindlichen Ilford Imaging Anfang 2014. Das Team brachte das Know-how für Inkjet-Farben, Primer und funktionelle Schichten ein.

Daneben liefert Wifag-Polytype Technologies AG auch OEM-Technologie: so beispielsweise die Digital Engine für das digitale Großformat-Lackiersystem Dmax des Schweizer Herstellers Steinemann (siehe auch Druckmarkt 91). Darüber hinaus wird die digitale Drucktechnologie auch für die anderen Unternehmen der Gruppe bereitgestellt.

Papierfabrik Scheufelen

Stilllegung einer Papiermaschine: Halbierung der Kapazität

Die Papierfabrik Scheufelen in Lenningen steht vor einem radikalen Kahlschlag. Zwei Drittel der Belegschaft von 650 Mitarbeitern werden wohl gehen müssen. In einer Pressemitteilung hatte Scheufelen am 15. Juli mitgeteilt, dass der rückläufige Verbrauch an grafischen Papieren die Papierfabrik dazu zwingt, die Kapazität von 300.000 auf 140.000 Jahrestonnen zurückzu-



fahren. Dazu werde die PM 6, die größte Papiermaschine des Unternehmens, mit den dazu gehörenden Anlagen in naher Zukunft abgestellt.

Scheufelen hatte in den vergangenen Jahren rote Zahlen geschrieben. 2013 ging der Umsatz weiter von 207 auf 195 Mio. € zurück. Da bei Premium-Papieren jedoch noch Geld verdient werde, habe die Geschäftsführung beschlossen, Bilder-

druck-Papiere für den Massenmarkt deutlich zurückzufahren und den Premiumbereich aufzustocken.

Künftig wolle man den Anteil von Premium-Papieren steigern und die Marktposition von gestrichenen Premium-Papieren weltweit ausbauen, teilte Scheufelen mit. Das Unternehmen befand sich bis zu seiner Insolvenz im Juli 2008 im Besitz der Familie Scheufelen und wurde zum Januar 2009 von der finnischen Papiergruppe Powerflute übernommen. Nach dem überraschenden Rückzug der Finnen ging Scheufelen 2011 an den Rohstoffkonzern Paper Excellence Group in Amsterdam. Die Muttergesellschaft produziert eigenen Angaben zufolge pro Jahr 2,5 Mio. Tonnen Zellstoff und Papier und beschäftigt über 2.300 Mitarbeiter. Paper Excellence betreibt sechs Zellstoffwerke in Kanada, zwei in Frankreich und die Papierfabrik Scheufelen in Deutschland.

Die aktuelle Entwicklung bei der schwäbischen Papierfabrik Scheufelen ist Ausdruck der Überkapazitäten bei gleichzeitig sinkender Papiernachfrage in den gesättigten zentralen europäischen Märkten. Dass bei Scheufelen nicht alles im Reinen ist, wurde zuletzt deutlich, als der am 1. März 2014 vorgestellte Direktor Vertrieb und Marketing das Unternehmen bereits Anfang Juli wieder verlassen hat.

➤ www.scheufelen.com

KURZ & BÜNDIG

Die Sanierung und Restrukturierung der Druckereigruppe **Offizin Andersen Nexö** wurde erfolgreich abgeschlossen. Das Insolvenzgericht Leipzig hat die Insolvenzverfahren (in Eigenverwaltung) über das Vermögen der Offizin Andersen Nexö Leipzig GmbH, der **Messedruck Leipzig GmbH**, der **Treuleben & Bischof GmbH** und der **Leipziger Kunst- & Verlagsbuchbinderei GmbH** aufgehoben. • **Canon Deutschland** und **Seiko Instruments** wollen ihre Zusammenarbeit verstärken. Vor der Akquisition durch Canon hatte **Océ Deutschland** die großformatigen Seiko-Drucker unter dem Double Brand Océ Seiko vertrieben. Dies setzen Canon Deutschland und andere europäische Vertriebsorganisationen nunmehr fort. • Die **Onlineprinters GmbH** ist bereits zum fünften Mal in Folge offizieller Partner des Fußball-Supercup und begleitet den hochkarätigen Sportevent mit einem umfangreichen Kommunikationspaket wie Bandenwerbung mit dem Logo des Onlineshops **diedruckerei.de** sowie die Präsentation der Marke auf Presserückwänden.

NEUER PRÄSIDENT Auf der Jahreshauptversammlung des Bundesverbandes Druck und Medien am 27. Juni 2014 in München wurde **Wolfgang Poppen** zum neuen Präsidenten gewählt. Er tritt die Nachfolge von Rolf Schwarz an, der nach elfjähriger Amtszeit nicht mehr kandidierte. Poppen ist bereits Mitglied des sozialpolitischen Ausschusses des bvdmd und Vorsitzender des Verbandes Papier, Druck und Medien Südbaden e. V. Poppen ist Geschäftsführer und Verleger der Badischen Pressehaus GmbH & Co. KG mit deren Tochterunternehmen Freiburger Druck. In seiner Antrittsrede in München unterstrich er die Bedeutung der Zusammenarbeit der Landesverbände mit dem Bundesverband.



Poppen ist Geschäftsführer und Verleger der Badischen Pressehaus GmbH & Co. KG mit deren Tochterunternehmen Freiburger Druck. In seiner Antrittsrede in München unterstrich er die Bedeutung der Zusammenarbeit der Landesverbände mit dem Bundesverband.

PARTNERSCHAFT Xeikon, Hersteller von Rollen-Digitaldrucksystemen, und Jorg Graphische Produkte GmbH, Anbieter von High-End Digitaldrucksystemen, haben eine strategische Partnerschaft für den Vertrieb von gebrauchten und werksüberholten (Factory-Reconditioned) Xeikon-Drucksystemen der Serie 5000 und 6000 vereinbart. Jorg-Geschäftsführer Michael Th. Jorg sieht sein Unternehmen aufgrund der langjährigen Erfahrungen mit aufgearbeiteten Digitaldruck-Systemen, dem weltweiten Vertrieb sowie Installation und Service als passenden Partner für diese Kooperation. > www.jorg.de

KOOPERATION Quadtech und die St.Galler Gallus-Gruppe kooperieren. Quadtech wird den Schweizer Hersteller mit Farbregel- und Farbmesssystemen beliefern, die in den Offset-, Flexo- und Tiefdruckmaschinen von Gallus für das Inline-Farbmanagement eingesetzt werden und für verkürzte Rüstzeiten, höhere Druckqualität und eine gesteigerte Produktivität sorgen sollen. Das für den Offsetdruck entwickelte Farbregelungssystem mit Spectral-Cam bietet einen geschlossenen Regelkreis und passt die Farbzonen im laufenden Betrieb an festgelegte Farbziele an.

QUARK-ANGEBOT ›CREATIVE PRO‹ Seit April 2014 bietet Quark jedem Kunden, der QuarkXPress 10 als Upgrade oder Volllizenz erwirbt, die Option ›Creative Pro‹ an. Dieses Paket mit Software und Schriften hat einen Wert von über 1.000 €. Die Aktion läuft noch bis zum 13. Dezember 2014. »Millionen von Anwendern weltweit nutzen QuarkXPress. Wir wollen sie mit den neuesten Tools ausstatten, damit sie optimale Arbeitsbedingungen haben. Die Profi-Tools, die wir jetzt zusammen mit QuarkXPress 10 liefern, machen das Leben einfacher, produktiver und kreativer«, sagt **Matthias Gilke**, Senior Global Marketing Manager bei Quark. »Unser spezielles Angebot gilt auch für kleine und große Unternehmen, die sich nicht an eine cloudbasierte Mietsoftware binden wollen. Sie haben damit die Möglichkeit, günstig auf QuarkXPress 10 upzugraden, das wir auch weiterhin als unbeschränkte Lizenz ohne monatliches Mietmodell anbieten.« > www.quark.com/de/creativepro

VERSANDHANDEL IM MINUS Nach den Zahlen des Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (Bevh) für das 2. Quartal 2014 liegt der Umsatz 6,8% unter dem des Vorjahreszeitraums. Von April bis Juni 2014 erzielten die Online- und Versandhändler einen Umsatz von 11 Mrd. €. Im 2. Quartal 2013 lag er noch bei 11,8 Mrd. €. 86% davon wurden im E-Commerce erzielt. Damit ist der Anteil des elektronischen Handels noch einmal um 1,5% gestiegen. Beim Umsatz bedeutet dies jedoch ein Minus von 5% zum Vorjahreszeitraum.

5. Media Mundo Kongress in Düsseldorf

Ökonomische Motivation zur nachhaltigen Medienproduktion

Am 17. und 18. November 2014 findet in Düsseldorf der 5. Media Mundo Kongress statt, der unter dem Motto ›rethink sustainability – Ökonomische Motivation zur nachhaltigen Medienproduktion‹ steht. Nachdem der Fokus in den letzten Jahren auf die ökologischen Handlungsweisen fixiert war, soll beim diesjährigen Kongress die Ökonomie als nicht weniger wichtige Säule der Nachhaltigkeit betrachtet werden. Gerade für die Druck- und Medienbranche stellt sich aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Situation die Frage nach praktischer Umsetzung und Motivation.

Die drupa setzt ihre langjährige Zusammenarbeit mit der Brancheninitiative Media Mundo fort und ist nach 2011 und 2012 wieder Kooperationspartner. »Green Printing und Nachhaltigkeit in der gesamten Prozesskette wird auf der drupa 2016 eine wichtige Rolle spielen. Markenartikler setzen zunehmend auf den Aspekt der Nachhaltigkeit und fordern für ihre Printkommunikation die Einhaltung grüner Standards. Hier sind Industrie und Druckereien gefordert, den einmal eingeschlagenen Weg fortzusetzen«,



unterstreicht **Werner M. Dornscheidt**, Vorsitzender der Geschäftsführung Messe Düsseldorf. Auch als Wettbewerbsfaktor spielt Green Printing eine bedeutende Rolle. So haben im ›drupa Global Trends Report‹ im Februar dieses Jahres 48% der befragten Druckdienstleister angegeben, dass sie auf Kundenwunsch zertifizierte Papiere verwenden. Weitere 37% betreiben nach eigener Aussage nachhaltige Abfallwirtschaft, und 33% setzen ein zertifiziertes Umwelt-Management-System ein.

»Die Ökonomie ist eine wichtige Triebfeder für die nachhaltige Medienproduktion und bringt maßgebliche Effekte der ökologischen Nachhaltigkeit mit sich. Denn Ökonomie ist die Grundlage für Wettbewerbsfähigkeit«, so **Rüdiger Maaß**, Geschäftsführer des Fachverbandes der Medienproduktoren. Der 5. Media Mundo Kongress beschäftigt sich daher mit den Einflüssen der Prozessoptimierung, mit Energieeffizienz und Standardisierung. Dabei werden unterschiedliche Denkweisen beleuchtet, wie der Wandel erfolgreich gestaltet werden kann und wohin die Reise geht. Experten aus Wissenschaft, Umweltverbänden, Politik und Industrie diskutieren über die aktuelle Situation und zu erwartende Szenarien der nahen Zukunft. Zudem werden von Pionieren nachhaltiger Medienproduktion Ansätze aus der Praxis vorgestellt sowie Probleme und unerwartete Herausforderungen.



Unterstützt wird der Kongress außerdem vom WWF und FSC als NGO-Partner, den Papiergroßhändlern Antalis und IGEPa sowie der schwedischen SCA-Gruppe. > www.mediamundo.biz



Xfair Print & Crossmedia-Show in Wien

Neuer Anlauf für einen Druck-Event in Österreich

Österreich bekommt einen eigenen professionellen Fachevent mit Konferenz und Ausstellung für den klassischen und digitalen Druck, für das Cross-Media-Publishing, die Werbetechnik und den Verpackungsdruck. Jedenfalls laufen die Vorbereitungen in Wien bereits auf vollen Touren. Drei Tage – vom 15. bis 17. April 2015 – sind geplant.

Auch ein Veranstaltungsort ist bereits gefunden: die Marx-Halle im neu entstandenen Medienquartier im 3. Wiener Bezirk. Neben einer Konzert-Location ist dort auch Raum für Messeveranstaltungen entstanden. Der abgeschlossene Hallenteil verfügt über alle für eine Messe- und Kongressveranstaltung notwendigen Einrichtungen.

Der thematische Rahmen des Events wird alle Bereiche der gedruckten und digitalen Kommunikation und Produktion umfassen:

- Klassischer Druck mit allen technologischen Möglichkeiten
- Veredelung und Finishing
- Digitaler Druck in allen Facetten
- Crossmediales Publishing auf allen Medienkanälen
- Großformatdruck auf allen Substraten und Medien
- Werbetechnik mit Signage, POS- und Out of Home
- Neue Verpackungs-Herstellungs-technologien
- Spezialanwendung für industrielle Fertigungsprozesse
- Gedruckte Elektronik und neueste Technologie-Entwicklungen.

Hinter dem Event stehen österreichische Fachzeitschriften beziehungsweise deren Chefredakteure und Verleger. So neben der MacksMedia GmbH mit Rudolf Messer als Verleger von ›X-media‹ auch Knud Wassermann als Chefredakteur und Blattmacher der ›Graphischen Revue‹ sowie weitere aus dem Umfeld grafischer Produktionen. Sie werden ihre Expertise auch in die Konzeption des professionellen Rahmen- und Konferenzprogrammes einbringen. Auch mit Fachmedien der Nachbarländer sind intensive Kooperationen geplant.

Der rote Faden, der sich durch die Veranstaltung zieht, ist die Anwendung aller Technologien und Geräte sowie der Nutzen für Produzenten, Dienstleister, Auftraggeber und Kunden. Für einen lückenlosen Know-how-Austausch sollen nicht nur die auf den Ausstellerständen gezeigten Technologien und Anwendungen

sorgen, sondern auch ein groß angelegtes und in den Event integriertes Konferenzprogramm.

In Vorträgen, Seminaren und Workshops sollen aktuelle Branchenthemen behandelt werden. Wesentliche Aspekte sind dabei technologische- und länderübergreifende Kooperationsmöglichkeiten. Zusätzliche Elemente wie eine Consultants Lounge mit Know-how-Center, ein Technology Theatre, eine Speakers Corner und ein Media Village mit eigenem Programm sollen weitere Möglichkeiten zum Netzwerken und zum Gedankenaustausch bieten. Natürlich wird auch der gesellschaftliche Aspekt nicht zu kurz kommen. Ein langer zweiter Messetag mit anschließendem ›Fest für Print‹ soll für Stimmung sorgen. Der Eintritt für die Veranstaltung bei Online-Voranmeldung ist übrigens gratis.

› www.xfair.at



Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

Seit mehr als 30 Jahren schätzen Kunden weltweit unsere Qualität auf höchstem Niveau.



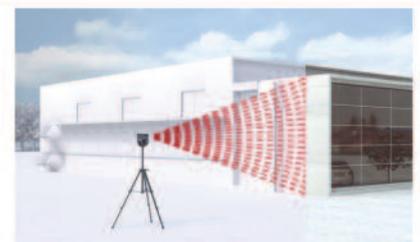
Grafische Systeme

Wir entwickeln und fertigen Systeme und Anlagen für die Grafische Industrie. Im Besonderen für den Bereich Pre-Press des Offsetdruckes. Einzelsysteme bis zu vollautomatisierten Prozesslinien.



Lasersintern

Auch für unsere grafische Industrie. Wir konstruieren und fertigen lasergesinterte Kunststoffteile als Serienteil oder als Prototyp vollständig werkzeuglos.



3D-Laserscan

Auch für unsere grafische Industrie. Wir digitalisieren und dokumentieren Gebäude und Anlagen in den Bereichen Anlagenbau und Reverse Engineering.

Media-Analyse

REICHWEITE DER GEDRUCKTEN ZEITUNG BLEIBT STABIL

44,6 Millionen Bürger lesen pro Tag mindestens eine gedruckte Tageszeitung. Damit erreichen Zeitungen auch 2014 rund zwei Drittel der Bevölkerung (63,2%). Dies geht aus den Zahlen der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) hervor. Besonders stark sind die regionalen Abonnementzeitungen, die allein 36,1 Mio. Leser pro Tag erreichen und damit mehr als die Hälfte der deutschsprachigen Bürger (51,1%). 18,1% lesen eine gekaufte Zeitung und 4,7% der deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren greifen zu einer überregionalen Tageszeitung. »Die Mediennutzung verändert sich. Dass die Reichweite gedruckter Tageszeitungen trotzdem stabil bleibt, spricht für die Qualität des Mediums«, erklärt Alexander Potgeter, Mitglied der Geschäftsleitung der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft. Zusätzlich nutzen immer mehr Menschen die digitalen Angebote der Zeitungen. So lesen laut AGOF 30,9 Mio. Deutsche online Zeitung und 11,4 Mio. nutzen mobile Angebote. Die Zahlen der AGOF beziehen sich auf die Zeitungsleser im durchschnittlichen Monat.

➤ www.zmg.de

Dialogmarketing-Misere

FALSCHEN DATEN VERBRENNEN JEDEN ACHTEN UMSATZ-EURO

Werbetreibende Unternehmen horchen immer mehr falsche Kontaktdaten: Der Anteil fehlerhafter Datensätze kletterte im vergangenen Jahr international von 17% auf 22%. Das geht zumindest aus der Studie »Datenqualität als kritischer Erfolgsfaktor« von Experian Marketing Services hervor. Beinahe jedes Unternehmen (91%) ist von Defiziten wie unvollständigen, veralteten oder fehlerhaften Daten betroffen. Deutsche Unternehmen glauben, dass rund ein Fünftel (19%) der von ihnen erhobenen Informationen für Marketing und Vertrieb wegen der genannten Mängel unbrauchbar sind. Hauptursache für fehlerhafte Daten sind menschliche Fehler (59%), gefolgt von mangelhafter Kommunikation zwischen den Abteilungen (31%), mangelnder Datenstrategie (24%) und dem Fehlen von Technologie (22%). Über drei Viertel der befragten Unternehmen (77%) gehen davon aus, dass der Geschäftserfolg durch ungenaue und unvollständige Kontaktdaten beeinträchtigt wird. Im Durchschnitt gehen die Befragten von Umsatzeinbußen in einer Größenordnung von 12% aus.

Studie belegt:

ONLINEWERBUNG WIRD IGNORIERT

Eine Studie von Harris Interactive unter 2.000 US-Amerikanern ab 18 Jahren belegt, was wir schon seit längerer Zeit gefühlt und im »Druckmarkt« publiziert haben. Online-Werbung wird von über 82% der Befragten ignoriert. Mit deutlichem

Abstand folgen Fernsehen (37%) und Radio (36%). Am wenigsten Ignoranz findet im Druckmedium Zeitung statt, dort übersehen nur 35% der Leser Werbung. Ähnliches dürfte sicher auch für Magazine und andere Druckmedien gelten. Nun ließe sich lange darüber diskutieren, warum und weshalb das so ist und die Zahlen ließen sich relativieren. Wenn es von Online-Werbung nur so wimmelt (Banner, Social-Media-Werbung, Promotion, Video-Ads, Suchmaschinen-Werbeanzeigen etc.), wird schon etwas hängen bleiben, wollen Online-Werber ihren Kunden weiß machen. Doch viel nutzt nicht immer viel.

ÜBER **82%** DER ONLINE-WERBUNG WIRD IGNORIERT.

NUR **35%** DAGEGEN ÜBERBLÄTTERN EINE WERBUNG IN GEDRUCKTEN MEDIEN.



Akzidenzdruckereien setzen auf Agfa Graphics.

Druckvorstufenverantwortliche aus kleinen Familienbetrieben wie auch aus internationalen Konzernen vertrauen seit jeher auf die Partnerschaft mit Agfa Graphics. Die Entwicklung nachhaltiger und benutzerfreundlicher Lösungen ist fest in unserer Philosophie verankert und verfolgt das Ziel Ihre Druckqualität, Produktivität und Profitabilität zu steigern. Unser umfassendes Angebot beinhaltet perfekt aufeinander abgestimmte Komponenten für alle Bedürfnisse im Bereich Workflow, Computer-to-Plate sowie Druckplatten und Materialien für den Drucksaal. Alle unsere Systeme werden durch umfassende Beratungs- und Betreuungsprogramme unterstützt.

Wir wissen, was Druckereien brauchen. Deshalb entscheiden Sie sich für Agfa Graphics.

www.agfagraphics.com

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.