

120 JAHRE KAMA Auf den Kama Finishing Days, die vom 13. bis 14. November 2014 in Dresden stattfanden, feierte das Unternehmen 120-jähriges Jubiläum. Teodor Remus, der 1894 den Kama-Vorläufer Scamag gründete, hatte mit der Erfindung der Rilllinie zum »Biegen ohne Brechen« die Kartonagenherstellung revolutioniert. Mit dem End-to-End-Workflow für digital gedruckte Faltschachteln, der FlexFold 52 und anderen Produkten kommen jetzt wieder wegweisende Neuheiten aus Dresden. Wir werden in der nächsten Ausgabe noch ausführlich darüber berichten. › www.kama.info

START IN DER SCHWEIZ Flyeralarm treibt die Expansion ins Ausland voran und startete jetzt in der Schweiz und in Belgien. Damit ist das Würzburger Unternehmen in zehn europäischen Ländern vertreten. Es sollen noch weitere Auslandsmärkte folgen. Während die Aufträge auch künftig in Deutschland gedruckt werden, ist das Unternehmen in den jeweiligen Ländern mit eigenen Webshops und häufig mit Niederlassungen präsent. In der Schweiz können die mehreren Hundert Flyeralarm-Produkte in mehr als drei Millionen Varianten über den Online-shop flyeralarm.ch in den Landessprachen deutsch, italienisch und französisch bestellt werden. In der Schweiz wird zunächst der Standard-Versand angeboten, bis Ende des Jahres folgen dann Express und Overnight. › www.flyeralarm.de

30 MIO. FOTOBÜCHER 30 Millionen Fotobücher hat Cewe nach eigenen Angaben mittlerweile produziert. Bereits fünf Jahre nach der Markteinführung im Jahr 2005 habe das Unternehmen das 10-millionste Fotobuch verkauft. 2012 feierte der Fotodienstleister mit Stammsitz in Oldenburg das 20-millionste Cewe Fotobuch. 2013 seien allein 5,8 Mio. Cewe Fotobücher verkauft worden. › www.cewe.de

IRD-AKTIVITÄTEN Auf der Mitgliederversammlung des IRD am 25. September 2014 in Würzburg wurde der Vorstand unter dem Vorsitz von Michael Kleine, Schatzmeister Albert Contzen sowie den Vorstandsmitglieder Richard Gerin und Roland Kaufmann, einstimmig in seinem Amt bestätigt. Ab sofort wird Dipl. Wirt. Ing. Michael Bränlich den IRD-Mitgliedern vor allem auf den Gebieten Prozessoptimierung und Materialflussanalyse zur Seite stehen. Institutsleiter Marko Graumann informierte über den neuen IRD-Newsletter, der über aktuelle Themen und Veranstaltungen informieren soll. › www.ird-online.de

E-BOOK-WACHSTUM FLACHT AB Der Marktanteil von E-Books wächst, allerdings nicht mehr so schnell wie früher. Die jüngste GfK-Erhebung zum 1. Halbjahr 2014 zeigt, dass der Umsatz mit E-Books im Publikumsmarkt (ohne Schul- und Fachbücher) von 4,2% auf 4,9% gestiegen ist. Der Zuwachs liegt bei 12,9% – nach 67,6% im Vorjahreszeitraum. 3,9% der deutschen Bevölkerung ab zehn Jahren (das entspricht 2,7 Mio. Menschen) gehörten im 1. Halbjahr 2014 zu den E-Book-Käufern. Dass der E-Book-Markt an Tempo verliert, hatten der Börsenverein und die GfK schon in ihrer Studie für 2013 gezeigt.

NEUNMONATSBERICHT

KBA KLAGT ÜBER ZÖGERLICHEN AUFTRAGSEINGANG

Die Koenig & Bauer AG hat bei ihren Umsatz- und Ergebniszielen für 2014 laut ihrem Neunmonatsbericht Fortschritte gemacht. Danach legte der Umsatz um 8,5% auf 791,8 Mio. € zu. Der Mehrumsatz, das erweiterte Servicegeschäft und Kostensenkungen hätten zu einem um 18 Mio. € verbesserten Betriebsergebnis von 7,0 Mio. € geführt. Das Vorsteuerergebnis erreichte 1,2 Mio. € gegenüber einem Minus von 16,3 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Nach Steuern meldet KBA allerdings einen Verlust von 2,3 Mio. €.

Der Umsatz im Geschäftsbereich Bogenoffsetmaschinen stieg um 6,5% auf 406,3 Mio. € gegenüber 381,4 Mio. € im Vorjahr. Leicht bessere Preise hätten unter anderem zu einem positiven Betriebsergebnis von 2,8 Mio. € (–7,8 Mio. € im Jahr 2013) geführt. Bei Rollen- und Sondermaschinen hätten höhere Erlöse im Wertpapier- und Spezialverpackungsdruck den Umsatz im Vergleich zu 2013 um 10,6% auf 385,5 Mio. € wachsen lassen. Trotz schwacher Auslastung verbesserte sich das Segmentergebnis auf 4,2 Mio. € (–2,9 Mio. € im Vorjahr).

Allerdings beklagt KBA mit Blick auf den Auftragseingang das wirtschaftliche Umfeld in wichtigen Schwellenmärkten und in Teilen Europas. Die Folgen der Finanzkrise seien noch nicht überwunden, militärische Auseinandersetzungen und die Sorgen um Ebola führten zu gedämpften Zukunftserwartungen und bremsen das Neugeschäft.

So unterschritt der Auftragseingang im Konzern mit 668,7 Mio. € den Vorjahreswert (709,6 Mio. €) um 5,8%, allerdings mit unterschiedlicher Intensität in den Geschäftsbereichen. Während die Bestellungen bei den Bogenoffsetmaschinen in den ersten neun Monaten mit 449,9 Mio. € nur 1,9% unter dem Vorjahr blieben, sanken sie bei Rollen- und Sondermaschinen gegenüber 2013 um 12,9% auf 218,8 Mio. €. Neben dem weit unter den ohnehin schon niedrigen Erwartungen bleibenden Neugeschäft mit Rotationsanlagen für den Zeitungs- und Akzidenzdruck seien auch im Banknotendruck trotz vieler Projekte neue Aufträge nur zögerlich eingegangen. Entsprechend sei der Auftragsbestand Ende September mit 437,4 Mio. € deutlich niedriger als vor zwölf Monaten (2013: 627,7 Mio. €).

Trotz der eingetrübten Konjunkturerwartungen hält der Vorstand von KBA an seinen Zielen für 2014 fest. »Bei KBA ist derzeit im Hinblick auf die Sicherung der Profitabilität vieles im Umbruch. Dennoch werden wir aus heutiger Sicht im laufenden Geschäftsjahr einen Konzernumsatz von etwas über einer Milliarde Euro und ein ausgeglichenes Konzernergebnis vor Steuern erreichen«, prognostiziert der Vorstandsvorsitzende Claus Bolza-Schünemann.

Zum 30. September 2014 beschäftigte die KBA-Gruppe 5.930 Mitarbeiter. Ohne den Fachkräftenachwuchs, Beschäftigte in Altersteilzeit sowie ohne die neu konsolidierten Gesellschaften KBA-Kammann und KBA-Flexotecnica sank die Mitarbeiterzahl um 445 auf 4.907. Die Beschäftigtenzahl soll bis 2016 noch unter 4.500 fallen.

› www.kba.com

HEIDELBERG

ÜBERNIMMT BLUEPRINT

»Mit der Akquisition von BluePrint bauen wir das Angebot bei den Verbrauchsmaterialien weiter aus«,



kommentiert **Harald Weimer**, Vorstand Vertrieb und Services, die

kürzlich bekannt gewordene Übernahme des belgischen Anbieters von Druckchemikalien. Damit erwerbe die Heidelberger Druckmaschinen AG wichtiges Know-how für die Entwicklung und Herstellung von Verbrauchsmaterialien. BluePrint verfügt über ein vollständiges Portfolio an Feucht- und Waschmitteln für Bogenoffset-Druckmaschinen und gilt bei umweltfreundlichen Produkten als innovativ.

»In der Vergangenheit haben BluePrint und Heidelberg bereits eng zusammengearbei-



tet«, sagt **Peter Tix**, Leiter des Geschäftsfelds Consumables bei Heidelberg.

»Unter dem Dach des Saphira-Portfolios werden wir das BluePrint-Angebot weiter entwickeln. Die Produkte werden schrittweise in den wichtigsten Märkten von Heidelberg verfügbar sein.«

Nach dem Erwerb des englischen Lackherstellers Hi-Tech Coatings im Jahr 2008 ist der Kauf von BluePrint ein weiterer Schritt von Heidelberg, den Umsatz mit Verbrauchsmaterialien zu steigern. »Wir wollen mittelfristig der weltweit führende Anbieter von Verbrauchsmaterialien in unserer Branche werden«, erklärt Weimer. › www.heidelberg.com