

WOLF ÜBERNIMMT STURM Die Druckerei Sturm & Sohn wurde zum 1. März 2015 von der Ingelheimer Wolf-Gruppe übernommen. Das familiengeführte Unternehmen Sturm & Sohn wird mit allen Mitarbeitern in der Wolf Gruppe aufgehen, der Standort Heidesheim aufgegeben. Insgesamt gehen etwa 100 Kunden von Sturm & Sohn in den Bestand der Wolf Gruppe über. › www.wolf-ingelheim.de

VERBRAUCHSMATERIAL ONLINE KAUFEN Ab sofort können Anwender von Mohr und Polar Schneidemaschinen Verbrauchsmaterialien und Zubehör online kaufen. Dazu wurde ein offenes Shop-System eingerichtet, in dem die heute üblichen Funktionen eines modernen Webshops zur Verfügung stehen. Die Abwicklung der Bestellung läuft über ein modernes Logistikzentrum, das bereits langjährige Erfahrungen beim Versenden von Ersatzteilen hat. › www.mohr-shop.com

DURST JOINT-VENTURE Durst, der Spezialist für industrielle Inkjet-Anwendungen, setzt seine Internationalisierung mit einem Joint-Venture im Keramikmarkt in Indien fort. Das Gemeinschaftsunternehmen VetroCER Ltd. mit Sitz in Greater Noida (Neu Delhi) wurde mit dem lokalen Vertriebspartner Ceradecor gegründet, mit dem Durst seit drei Jahren zusammenarbeitet und in dieser Zeit über 40 Durst Gamma Keramikdrucker installiert hat. Mit VetroCER wird die Partnerschaft nun auf industrielle Inkjet-Drucksysteme für die Glasdekoration erweitert. › www.durst-online.com.

25 JAHRE PHOTOSHOP Am 19. Februar vor 25 Jahren brachte Adobe das Bildbearbeitungsprogramm Photoshop auf den Markt. Schon 1987 hatten die Brüder Thomas und John Knoll ihr Bildbearbeitungsprogramm »Display« entwickelt. 1989 war die Entwicklung der Knoll-Brüder unter dem Namen Photoshop in Version 0.87 über die amerikanische Firma Barney Scan als Software zu einem Diascanner erhältlich. Diese Version empfahl der Creative Director Russell Brown den Adobe-Gründern Geschke und Warnock zum Kauf. Die Gebrüder Knoll wurden Adobe-Mitarbeiter und am 19. Februar 1990 kam Adobe Photoshop auf den Markt. »Heute ist Photoshop zum Synonym moderner Bildbearbeitung geworden. Aus unserer grafischen Industrie ist es kaum mehr wegzudenken – ein schönes Jubiläum für ein bedeutendes Produkt«, gratuliert Holger Busch, Hauptgeschäftsführer des Verbandes Druck und Medien Bayern.

KYOCERA MIT TEST-LABOR Seit Februar 2015 verstärkt Kyocera seinen technischen Kundendienst im wachsenden Inkjet-Markt mit einem Test Lab für Druckköpfe in Esslingen. Das Labor ergänzt das 2013 eröffnete Inkjet-Designcenter, um Drucker- und Tintenhersteller, die mit der Tintenstrahldruckkopf-Serie KJ4 von Kyocera arbeiten, technisch zu unterstützen. Das Test Lab ist mit einem Single-Pass-Flachbettdrucker mit einer Druckgeschwindigkeit von bis zu 16,93 m/Sek. und weiterem Equipment für Tests ausgestattet. › www.kyocera.de

FÜHRUNGSWECHSEL BEI HEIDELBERG DEUTSCHLAND VERTRIEBSORGANISATION NEU AUFGESTELLT

Am 1. April 2015 hat Michael Neugart den Vorsitz der Geschäftsführung der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (HDD) übernommen. Er folgt auf Reginald Rettig, der Mitglied der Geschäftsleitung

verschiedenen Führungspositionen tätig. In den letzten Jahren hat sich HDD neu ausgerichtet und sich den veränderten Markt- und Kundengegebenheiten angepasst. Die Branche konsolidiert sich, immer mehr



Management der deutschen Vertriebsorganisation von Heidelberg (von links): Andreas Doikas, Service; Felix Müller, Reinhold Hanske, Produktmanagement; Michael Neugart, Vorsitzender der Geschäftsführung; Reginald Rettig, Geschäftsleitung und Leiter Heidelberg Schweiz und Axel Lammer, Finanzen.

bleibt, seine langjährigen Erfahrungen und Marktkenntnisse einbringt und wie bisher die Heidelberg Schweiz AG als Vorsitzender der Geschäftsführung leitet. Zudem wechselte Felix Müller von der Heidelberger Druckmaschinen AG in die Deutschland-Organisation und leitet dort zukünftig das Produktmanagement. Der bisherige Leiter, Reinhold Hanske, geht zum 1. Oktober dieses Jahres in die passive Phase der Altersteilzeit. Michael Neugart war zuletzt Geschäftsführer einer Maschinenbaufirma in Süddeutschland. Davor leitete er über zwölf Jahre den Schneidemaschinenhersteller Polar-Mohr als Geschäftsführer. Bei Heidelberg war er bereits zwischen 1990 und 2000 in

Druckaufträge werden von industriell arbeitenden Unternehmen gefertigt. Der Vertrieb und der Service der HDD wird aktuell über fünf Niederlassungen abgedeckt: Berlin, Hamburg, Heidelberg (Wiesloch-Walldorf), München und Neuss. Unterstützt wird Neugart dabei von den fünf Niederlassungsleitern Jörn Henselek (Berlin), Stefan Kuper (Hamburg), Sascha Knabe (Heidelberg), Norbert Fuchs (München) und Alexander Schuster (Neuss). Mit über 530 Mitarbeitern, davon mehr als 300 im Service, betreut die HDD über 9.000 Kunden und ist somit die größte Vertriebs- und Serviceorganisation der Branche. › www.heidelberg.com/de

PAPIERINDUSTRIE MIT LEICHTEM WACHSTUM

Die deutsche Papierindustrie hat im vergangenen Jahr ihre Produktion mit 22,5 Mio. Tonnen leicht gesteigert. Bei weiteren leichten Verlusten im Bereich der grafischen Papiere verzeichnete die Branche ein Produktionsplus von insgesamt 0,6%. Dies sei auf das anhaltende Wachstum in den Bereichen Verpackung, Hygiene und Spezialpapiere zurückzuführen, meldet der Verband Deutscher Papierfabriken (VDP).

Auch wenn sich die Ertragslage 2014 gegenüber dem Vorjahr sichtbar verbessert hat, hält die Branche dies wegen ihrer hohen Kapitalintensität nach wie vor nicht für ausreichend. Dr. Wolfgang Palm, der Vizepräsident des VDP, verwies bei



der Jahrespressekonferenz des Verbandes darauf, dass sich der Abwärtstrend bei den grafischen Papieren mit einem Produktionsminus von 0,5% deutlich verlangsamt habe. »Von einem Durchschreiten der Talsohle kann jedoch keine Rede sein«, sagte Dr. Palm. Überkapazitäten bei diesen Sorten seien bislang vor allem im europäischen Ausland abgebaut worden. Positiv sei das weitere Wachstum bei Verpackungspapieren und -kartons (1,2%), Hygiene- (1,7%) und Spezialpapieren (1,5%). Der Umsatz der Branche legte 2014 – nach einem Minus von 2,3% im Vorjahr – mit 0,3% auf 14,3 Mrd. € wieder leicht zu. › www.vdp-online.de

PITNEY BOWES UND HP VERLÄNGERN

Pitney Bowes gab die Verlängerung und den langfristigen Ausbau seiner globalen strategischen Allianz mit HP bekannt. Die seit 2009 bestehende Partnerschaft dient der Entwicklung integrierter Lösungen, die Kunden eine wirkungsvolle Kommunikation ermöglichen soll. Die Zusammenarbeit bezieht auf Produktebene die Erweiterung des Pitney-Bowes-Lösungsportfolios um ein Highspeed-Inkjet-Modell der HP T-Serie ein, das als Intelli-Jet-Drucksystem von Druckereien und Versendern genutzt wird, um Betriebsabläufe zu optimieren.

Die Zusammenarbeit belegt, wie sich mechanische und digitale Technologien ergänzen. Die Verknüpfung von Druck und Postversand ermöglicht effektive Kommunikation und durchgängige Arbeitsabläufe bei Druck und Versand.

› www.pitneybowes.com

RABER+MÄRCKER FIRMIERT UM

Das Konica Minolta-Tochterunternehmen Raber+Märcker GmbH wird ab Anfang Mai 2015 unter dem Namen Konica Minolta IT Solutions GmbH firmieren. Damit setzt der IT Solutions Provider seine IT-Strategie fort und verbindet künftig unter der Dachmarke Konica Minolta seine Business- und IT-Solutions. »Daraus ergeben sich Markt Vorteile und Synergien. Diese werden wir durch Services und Lösungen für unse-



re Kunden nutzbar machen«, sagt **Johannes Bischof**, Präsident der Konica

Minolta Business Solutions Deutschland. »Mit der Namensänderung nutzen wir künftig für jeden sichtbar eine weltweit renommierte Marke und die Leistungsfähigkeit eines Global Players. Unsere Kernkompetenz – IT Solutions – ist damit bereits im Namen verankert«, erläutert Franz Bruckmaier, Geschäftsführer von Raber+Märcker.

› www.konicaminolta.de

LOGISTIKNETZWERK FEIERT JUBILÄUM

Vor 15 Jahren eröffnete die Heidelberger Druckmaschinen AG ihr World Logistics Center in Wiesloch-Walldorf und legte damit den Grundstein für ein weltweit integriertes Logistiknetzwerk mit dem Ziel, Kunden in maximal 24 Stunden mit Serviceteilen und Verbrauchsmaterialien zu versorgen. Heute betreibt



Vor rund 15 Jahren eröffnete Heidelberg das World Logistics Center in Wiesloch-Walldorf.

Heidelberg drei weitere Logistik-Zentren in Japan, Hongkong/China und den USA. Im Laufe der letzten 15 Jahre wurden in diesen Logistikzentren zusammen nahezu fünf Millionen Bestellungen bearbeitet und zu Kunden in aller Welt versendet.

› www.heidelberg.com

25 JAHRE CANON RECYCLING-PROGRAMM

Canon feiert das 25-jährige Jubiläum seines Recycling-Programms für Tonerpatronen. Das Programm soll den Einsatz von Ressourcen minimieren und einen Beitrag zum Umweltschutz leisten. Die Canon-Patronen werden unter Berücksichtigung von Recycling-Aspekten entwickelt. Die Kombination aus der Wiederverwendung von Teilen, der Wiederaufbereitung von Materialien und der energetischen Rückgewinnung sorgt für eine wirksame Abfallvermeidung.

Canon hat 1990 als erstes Unternehmen ein Tonerpatronen-Recyclingprogramm eingeführt. Heute wird das für Kunden kostenlose Programm weltweit in 24 Ländern (18 Länder in Europa) betrieben. Bis Ende 2014 wurden rund 344.000 Tonnen gebrauchter Tonerpatronen gesammelt und damit rund 232.000 Tonnen neuer Rohstoffe und 502.000 Tonnen an CO₂ eingespart.

› www.canon.de

BIELOMATIK UNTER DEM SCHUTZSCHIRM

bielomatik ist in Schieflage geraten und will sich nun durch ein Schutzschirmverfahren sanieren. Das Amtsgericht Esslingen hat diesem Antrag der Geschäftsführung zugestimmt. Das Unternehmen aus Neuffen, das rund 550 Mitarbeiter beschäftigt, komme damit einer drohenden Zahlungsunfähigkeit zuvor, soll in Eigenverwaltung weitergeführt und saniert werden, heißt es in einer Pressemitteilung. Der Geschäftsbetrieb werde uneingeschränkt fortgeführt. Für die Tochtergesellschaft bielomatik jagenberg in Neuss mit 23 Mitarbeitern wurde ein Regelinsolvenzverfahren eingeleitet.

bielomatik will sich auf die Sparten Kunststoffschweißen und Schmiertechnik konzentrieren. Der Bereich Papierverarbeitung soll verkauft werden. Die Auslandsgesellschaften von bielomatik seien nicht betroffen. Inwieweit es das Joint-Venture bielomatti betrifft, wissen wir zurzeit noch nicht.

RAPID

TRANS UT

Unsere Schnellste!



Zusammentragen · Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex



www.mkwgmbh.de

Graphische
Maschinen

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

MANROLAND SÄGT NICHT MEHR manroland web systems und die SRS-Stahl GmbH, unabhängiger Händler mit eigenem Säge-, Fräs- und Schleifzentrum, kommen sich näher. Der Stahl verarbeitende Betrieb wird im April auf das Werksgelände von manroland web systems ziehen und den Betrieb des manroland-Sägezentrums einschließlich des Systemlagers übernehmen und in eigener Regie weiter betreiben. SRS-Stahl und manroland web systems unterzeichneten im Februar 2015 den entsprechenden Vertrag samt Rahmeneinkaufsvertrag für die Säge- sowie Mietverträge für Lager, Fertigung und Verwaltungsgebäude. › www.manroland-web.com

ERFOLGREICHES GESCHÄFTSJAHR Efl hat im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2014 nach eigenen Angaben ein neues Umsatzhoch erzielt. Auch das Geschäftsjahr wurde danach erfolgreich abgeschlossen. Das letzte Quartal habe mit einem Umsatz in Rekordhöhe von 211,1 Mio. US-\$ und einem Plus von 7% gegenüber dem Vorjahr geschlossen. Rekordhöhe erreichte auch der Umsatz im am 31. Dezember 2014 beendeten Gesamtjahr. Gegenüber dem Vorjahr schloss Efl das Geschäftsjahr mit einem Plus von 9% und 790,4 Mio. \$ ab, der Gewinn stieg auf 87,1 Mio. \$. »Im Hinblick auf unser Ziel, 2016 eine Milliarde Umsatz unter Maximierung unserer Gewinnspanne zu erzielen, sehen wir uns einen großen Schritt vorangekommen«, sagt Guy Gecht, CEO von Efl. › www.efi.com

ÜBERNAHME VON FOTOLIA Fotolia, der bisher in Privatbesitz befindliche Marktplatz für lizenzfreie Fotos, gehört nun zu Adobe. Mit der Übernahme will Adobe die Rolle der Creative Cloud als Plattform festigen. Im nächsten Schritt soll das Angebot von Fotolia in die Creative Cloud integriert werden. Damit stehen mehr als 35 Millionen Bilder und Videos zum Kauf bereit. Die Fotolia-Plattform als frei zugänglicher Stockfoto-Dienst soll fortgesetzt werden. › www.adobe.de

TABLET-MARKT SCHRUMPT iPads und Tablets finden weniger Käufer: Der gesamte Markt muss Verluste hinnehmen, zeigt die vom Marktforscher IDC veröffentlichte Statistik für das letzte Quartal 2014. Danach wurden erstmals seit Beginn des Jahrzehnts in einem Quartal weniger Tablets als im Vorjahr verkauft. Für Amazon brachen die Verkäufe des Kindle um 70% auf nur noch 1,7 Mio. Geräte ein, auch Apple verkaufte 18% weniger Geräte, hält mit dem iPad und 21,4 Mio. verkaufter Geräte jedoch weiter die Spitzenposition.

SCHAFFRATH UND D+L KOOPERIEREN Die schaffrath medien aus Geldern und D+L Druck und Logistik aus Bocholt arbeiten seit dem 1. Januar 2015 zusammen. In ihren Teilmärkten (schaffrath im Rollenoffset und D+L im Bogenoffsetdruck) haben sie nach eigenen Angaben eine starke Stellung, sehen sich als Technologieführer und investieren laufend in neue Technik und mehr Service. Für die Kunden böten sich durch die Kooperation neue Möglichkeiten und Optionen. › www.dul-print.de › www.schaffrath.de

**ORGANISATIONEN WARREN
NEUE WERBEBESCHRÄNKUNGEN
UND -ZWANGSHINWEISE**

Der bvdm (Bundesverband Druck und Medien) sowie neun weitere Organisationen der Werbewirtschaft warnen vor den Konsequenzen des geplanten Kleinanleger-schutzgesetz. Erstmals soll ein Verbot der Werbung gegenüber erwachsenen Bürgern in Abhängigkeit von deren Intellekt und Medienkonsum eingeführt werden. Damit wären nicht zu rechtfertigende Kommunikationsverbote in einer bislang nicht gekannten Eingriffstiefe festgeschrieben. Darauf weisen bvdm, BDZV (Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger), DDV (Deutscher Dialogmarketing Verband), FAW (Fachverband Außenwerbung), GWA (Gesamtverband Kommunikationsagenturen), der Markenverband, RMS (Radio Marketing Service), VDZ (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger) und ZAW (Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft) in einem gemeinsamen Schreiben an die Bundesminister für Finanzen, Justiz und Verbraucherschutz, Wirtschaft und Energie sowie an die Vorsitzenden der Bundestagsfraktionen hin. Die Druckindustrie in Deutschland ist zu mindestens 40% werbeabhängig und kann im Zuge politischer Entscheidungen, die zu Restriktionen der Werbewirtschaft führen, unweigerlich in Mitleidenschaft gezogen werden. »Es ist zu befürchten, dass derlei Eingriffe den Strukturwandel in der Druckindustrie erheblich beeinflussen. Unsere Aufgabe ist es, auf die Folgen für die Branche hinzuweisen und Schaden für die

Betriebe abzuwenden«, kommentiert Wilhelm Zacharias, Wirtschaftsreferent des bvdm, das Engagement des Verbandes. Darüber hinaus misstrauten die geplanten Werbeverbote der Kompetenz der Bürger, basierten auf sachfremden Kriterien und seien in der Praxis nicht justitiabel. Die Verbände lehnen auch den geplanten Zwangshinweis für die danach nur noch in einigen Medien erlaubte Werbung ab. Die aktuelle Fassung des Gesetzes stelle einen gravierenden Eingriff in die Rahmenbedingungen der privatwirtschaftlichen Medienproduktion dar. Die klare Position Deutschlands gegen weitere Werberegulierungen verhinderte in den letzten zehn Jahren die Einführung von schwerwiegenden Werbebeschränkungen in der EU. Darauf wollen die Verbände auch jetzt wieder hinwirken. › www.bvdm-online.de

FLYERALARM GLEICHT 50.000 t CO₂ AUS Flyeralarm hat den Verbrauch von insgesamt 50.000 Tonnen CO₂ seit 2010 ausgeglichen. Das entspricht den jährlichen CO₂-Emissionen von rund 20.000 Einfamilienhäusern. Mit den Zahlungen, die die Kunden über das freiwillige Angebot »Klimaneutrales Drucken« entrichten, unterstützt Flyeralarm ausgewählte Klimaschutzprojekte. Das Verfahren wurde vom Bundesverband Druck & Medien geprüft und zertifiziert. Auf der Unternehmens-Webseite können Kunden jederzeit sehen, wie viel CO₂ bereits ausgeglichen wurde. Um den »Klimaneutralen Druck« anbieten zu können, hat Flyeralarm für die wichtigsten Produkte im Offsetdruckverfahren die Menge an CO₂ ermittelt, die bei der Herstellung entsteht. Dies erfolgt auf Basis der gängigen wissenschaftlichen Verfahren und in enger Abstimmung mit dem Bundesverband Druck & Medien. Berücksichtigt wurde unter anderem der CO₂-Verbrauch, der bei der Herstellung der eingesetzten Materialien, der Anlieferung an die Druckerei, der Maschinennutzung, der Anfahrt der Mitarbeiter zum Unternehmen und bei der Gebäudetechnik entsteht. Die auf diese Weise ermittelte CO₂-Menge gleicht Flyeralarm durch die finanzielle Förderung zertifizierter Klimaschutzprojekte aus. Bei diesem Verfahren arbeitet Flyeralarm eng mit der First Climate Markets AG zusammen, einem erfahrenen und verlässlichen Vertragspartner für hochwertige Klimaschutzprojekte. › www.flyeralarm.de



GESCHÄFTSJAHR 2014 DER KOENIG & BAUER GRUPPE

UMSATZ KONSTANT, ERGEBNIS VERBESSERT

»Beim umfassendsten Restrukturierungsprojekt unserer jüngeren Unternehmensgeschichte sind wir zügig vorangekommen und freuen uns früher als erwartet über positive Ergebnisse«,



kommentiert Claus Bolza-Schünemann, Vorstandsvorsitzender des bald 200 Jahre alten Druckmaschinenbauers Koenig & Bauer, in einem Aktionärsbrief die Zahlen für das Geschäftsjahr 2014.

Demnach liegt der Umsatz des Konzerns mit 1,1 Mrd. € am oberen Ende der Prognose und gleichauf mit dem Umsatz 2013. Das im Vorjahr durch erhebliche Restrukturierungsaufwendungen belastete Ergebnis war 2014 trotz weiterer Sonderaufwendungen von 10,0 Mio. € mit +14,1 Mio. € deutlich besser als avisiert. Auch das Ergebnis vor Steuern (EBT) übertrifft mit +5,5 Mio. € und das Konzernergebnis mit +0,3 Mio. € die Prognose. In der Analyse des Geschäftsjahres verweist KBA auf zahlreiche Konflikte in der Welt, die schwache Konjunktur in Teilen Europas und in Schwellenländern sowie auf das geringere Wachstum in China, die den Auftragseingang 2014 beeinflussten. Daher sei die Entwicklung im Bogenbereich besonders erfreulich, bei der sich die starke Position im Faltschachtel- und Blechdruck ausgewirkt habe und das Geschäft entgegen dem Branchentrend leicht auf 610,1 Mio. € wuchs. Claus Bolza-Schünemann bezeichnet das Ergebnis der Bogensparte mit

+11,5 Mio. € als ausgesprochen ermutigend für die Zukunft. Gleichzeitig setzte sich die negative Entwicklung im Zeitungs- und Publikationsdruck fort und führte zusammen mit der Nachfrageberuhigung im Wertpapierdruck zu einem Rückgang um 14,2% auf 346,8 Mio. € beim Auftragseingang. Das Auftragsplus im Bogenbereich konnte diesen Rückgang jedoch nicht kompensieren, wodurch die Maschinen-Neubestellungen mit 956,9 Mio. € um 5,5% unter dem Vorjahr lagen.

Ähnlich zeigt sich auch die Entwicklung beim Umsatz. Während die Erlöse mit Bogenmaschinen um 3,3% auf 590,6 Mio. € stiegen, sank der Umsatz mit Rollen- und Sondermaschinen um 3,5% auf 509,5 Mio. €. Die geringeren Erlöse konnten teilweise durch die Töchter KBA-Kammann und KBA-Flexotecnica kompensiert werden. Beide liefern Spezialmaschinen für den Verpackungsdruck. Gewachsen ist auch die im Kennzeichnungsdruck tätige KBA-Metronic und einen Umsatzbeitrag leistete schließlich der



Mit der digitalen RotaJET will KBA verstärkt Märkte bedienen, bei denen anspruchsvolle Materialien und großer Bedruckstoffbreiten gefragt sind. Die erste Maschine produziert bei einem Dekor-

Digitaldruck mit der ersten an einen deutschen Dekordrucker gelieferten Inkjet-Rotation KBA RotaJET 168.

Neue Gesellschaftsstruktur

Ende 2014 beschäftigte die Gruppe mit 5.731 Personen rund 680 weniger als im Vorjahr. Ohne Auszubildende und freigestellte Beschäftigte sank die Belegschaft auf 5.114 Mitarbeiter und soll bis Ende 2016 auf 4.500 schrumpfen, wobei die Ausbildungsquote mit 7,4% überdurchschnittlich hoch bleiben soll.

Im Rahmen der Neuausrichtung des Konzerns wird der Wechsel von der jetzt funktionalen zu einer divisionalen Struktur vorbereitet, bei der keine Toleranz für Verlustbringer und keine Quersubventionen erlaubt sein sollen. Die neue Gesellschaftsstruktur soll bei Zustimmung der Hauptversammlung im Mai rückwirkend zum Januar 2015 in Kraft treten. Dabei agiert die Koenig & Bauer AG in Würzburg als Holding mit Zentralfunktionen. Unter ihrem Dach sind die operativen Geschäftseinheiten Bogenoffset (Sheetfed Solutions), Digital & Rolle (Digital & Web Solutions) sowie als gemeinsame Fertigungsbasis die standortübergreifende Produktion (Industrial Solutions) vorgesehen. Die für den Sicherheitsdruck verantwortliche KBA-NotaSys in Lausanne wird wie KBA-MetalPrint (Stuttgart), KBA-MePrint und KBA-Metronic (beide Veitshöchheim), KBA-Kammann (Bad Oeynhausen) sowie KBA-Flexotecnica im italienischen Tavazzano im neu geschaffenen Segment Spezialmaschinen konsolidiert.

Kein Wachstum erwartet

KBA erwartet 2015 im Druckmaschinenmarkt kein Wachstum, sieht aber Potenzial im Verpackungs- und Digitaldruck. Dabei will sich KBA im digitalen Druck auf Anwendungen mit anspruchsvollen Materialien und großen Bahnbreiten konzentrieren. Dazu wurden mit der RotaJET L und RotaJET VL flexible Plattformen geschaffen. Zudem erwartet KBA erste positive Impulse aus der Partnerschaft mit HP bei der gemeinsamen Entwicklung einer Inkjet-Anlage für den digitalen Wellpappendruck (siehe auch »Druckmarkt impressions« 90). Im Segment Verpackung sieht sich die KBA-Gruppe ohnehin bereits gut aufgestellt und im Kartonagen-, Blech- und Glas-Direktdruck führend. Der Markt für flexible Verpackungen, in dem KBA-Flexotecnica tätig ist, soll weiter vorangetrieben werden, KBA-Kammann konzentriert sich auf Anlagen zur Dekoration von Hohlkörpern und kooperiert mit KBA-MePrint beim Druck hochwertiger Etiketten. Zudem will der Konzern den Service- und Handelsumsatz weiter steigern.

Für 2015 erwartet der KBA-Vorstand aufgrund der dann weitestgehend abgeschlossenen Restrukturierung eine spürbare Entlastung bei Ergebnis und Liquidität und strebt einen Konzernumsatz von gut 1,0 Mrd. € an (das wäre ein Rückgang), erwartet aber Ergebnisverbesserungen. Dabei sieht sich KBA weiterhin ausgesprochen solide finanziert.

» www.kba.com



DRUCKMARKT
impressions
PDF-Magazin für Print, Media, Kommunikation und Design

Weitere Hintergrundartikel, Berichte und Nachrichten finden Sie alle 14 Tage im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«.

www.druckmarkt.com



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.

ÜBERNAHME MIT ANSAGE HEIDELBERG ÜBERNIMMT PSG-GRUPPE

Es ist eine Übernahme mit Ansage: In der Druckmarkt-Ausgabe 95 und unserem Beitrag »Ein begehrter Markt – Verbrauchsmaterialien«



hatte das für Vertrieb und Services zuständige Heidelberg-Vorstandsmitglied **Harald Weimer** bereits angedeutet, dass weitere Akquisitionen im Bereich der Verbrauchsmaterialien nicht ausgeschlossen seien. Kurz zuvor hatte Heidelberg den belgischen Hersteller Blue Print Products NV übernommen. Jetzt gab der Druckmaschinenhersteller bekannt, die Printing Systems Group (PSG) mit Sitz in den Niederlanden zu einem nicht genannten Kaufpreis zu übernehmen. Anfang März wurde eine entsprechende Vereinbarung mit der Investmentgesellschaft CoBe Capital unterschrieben.

Bereits seit Jahrzehnten arbeiten PSG und Heidelberg zusammen. Zur PSG-Gruppe gehören so bekannte Handelshäuser wie Tetterode in den Niederlanden, Plantin und Grafimat in Belgien, Macchingraf in Italien, Hartmann in Spanien und BTI-Hellas in Griechenland. Mehr als die Hälfte des Umsatzes erwirtschaftet PSG mit dem Verkauf von Service- und Verbrauchsmaterialien, davon ein überwiegender Teil mit Heidelberg-Produkten.

Heidelberg hat das weitestgehend stabile Geschäft mit Verbrauchsmaterialien zu einem strategisch wichtigen Bereich erklärt. Schließlich geht es um einen weltweiten Markt mit einem Umsatz-Volumen von rund 8 Mrd. € alleine für den Bogenoffsetdruck (ohne Papier), wovon etwa 2 Mrd. € in Europa umgesetzt werden. Wie Heidelberg-Vorstandschef **Dr. Gerold Linzbach** erklärt, soll »das margenstarke und konjunkturunabhängigere Geschäft mit Service und Verbrauchsmaterialien ausgebaut werden, um einen Konzernumsatzanteil von über 50 Prozent zu realisieren.« Heute komme Heidelberg schon auf einen Anteil von 40%. Integriert in den Gesamtkonzern ergibt sich durch die Übernahme der PSG-Gruppe mit über 400 Mitarbeitern ein Mehrumsatz von rund 130 Mio. € für Heidelberg. »Die Stärke von PSG im Service- und Verbrauchsmaterialien-geschäft sowie der hervorragende Kundenzugang sind äußerst attraktiv für uns«, sagt Linzbach und erläutert weiter: »Nach der Bereinigung unprofitabler Portfolio-positionen beginnt für Heidelberg nun die Phase des aktiven Portfolioaufbaus, um das Unternehmen wieder auf Wachstumskurs zu bringen.«

› www.heidelberg.com



BELASTUNG DURCH US-DOLLAR-WECHSELKURS

Das Verhältnis zwischen US-Dollar und Euro belastet zunehmend die Rohstoffbeschaffung der Druckfarbenindustrie. Die Hauptlieferanten etwa in China und Indien fakturieren in US-Dollar, während der Euro weiter an Wert verliert. »Dies ist eine besorgniserregende Entwicklung, die großen Kostendruck



erzeugt«, sagt Siegwerk-CEO **Herbert Forke**. »Die durch die Entwicklung befeuerten Kostensteigerungen auf dem Rohstoffmarkt stellen zunehmend ein Problem dar, das mit internen Maßnahmen nicht mehr kompensiert werden kann.« Zwar hätte die Preisentspannung auf den Rohölmärkten für Entlastung gesorgt, doch der Dollar-Kurs und die damit verbundene Abwertung des Euro überträfen die positiven Effekte bei Weitem.

Siegwerk wird nach eigenen Angaben weiterhin daran arbeiten, die Kostensteigerungen durch Produktoptimierungen und Leistungssteigerungen mit Kunden und Lieferanten zu kompensieren. Diese Effizienzmaßnahmen könnten jedoch nur zum Teil die Lücken schließen, die bereits im Vorfeld durch die hohe Preisvolatilität in den letzten Jahren entstanden seien, teilt Siegwerk mit.

› www.siegwerk.com

NEUES MITGLIED DER INITIATIVE ONLINE PRINT

Das Druckhaus Weppert ist der Initiative Online Print (IOP) beigetreten. Die IOP ist ein Zusammenschluss von Unternehmen des Online-Print-Sektors. Neben Druckereien und dem Bundesverband Druck und Medien zählen auch Softwareanbieter, Maschinenhersteller sowie weitere Dienstleister dazu. Die Initiative versteht sich als Kommunikationsplattform für ihre Mitglieder sowie als Interessenvertretung nach außen.

Das Druckhaus Weppert betreibt mit xposeprint.de, flinq.de und dem Web-to-Print-Service VIP Print gleich mehrere webbasierte Druck- und Gestaltungs-lösungen. Das Unternehmen hat sich in den vergangenen Jahren durch kontinuierliche Investitionen von einer kleinen Offset-Druckerei zu einem modernen Print-Produktionszentrum mit industriellen Strukturen und zeitgemäßen Online-Vertriebskanälen entwickelt. Für Geschäftsführer



Norbert Hettlich bietet die IOP im Onlinebereich »eine ideale Austausch- und Netzwerkplattform auf CEO-Ebene, die uns weiterhilft, gemeinsam mit unseren anderen Marktteilnehmern die Branche weiter zu formen.«

› www.druckhaus-weppert.de

SIRIUS DIREKT-MARKETING INTEGRIERT

Die Bielefelder Sirius Direktmarketing GmbH zählt zu den innovativsten Lettershops in Deutschland und hat schon früh Crossmedia- und Datenbank Lösungen entwickelt. Der Maschinenpark umfasst Digitaldruckmaschinen, Verpackungs- und Adressieranlagen sowie Kuvertiermaschinen.

Die Sirius Direktmarketing GmbH wurde mit Wirkung zum 1. Februar 2015 in die Neef + Stumme premium printing GmbH & Co. KG in Wittingen integriert. »Schon seit Jahren betreuen Neef + Stumme und Sirius dieselben Großkunden wie BMW, Evonik, RAG, Linde und die Deutsche Telekom im Bereich Druck und Versand von Kundenzeitungen. Daher ist es ein sinnvoller Schritt, die beiden Produktionsprozesse in Wittingen bei Neef + Stumme zu vereinen. Dank nahtloser Produktion verkürzen wir die Produktionszeiten signifikant und leisten darüber hinaus einen Beitrag für die Nachhaltigkeit«, sagt Holger Tiemann, Geschäftsführer der Sirius Direktmarketing GmbH.

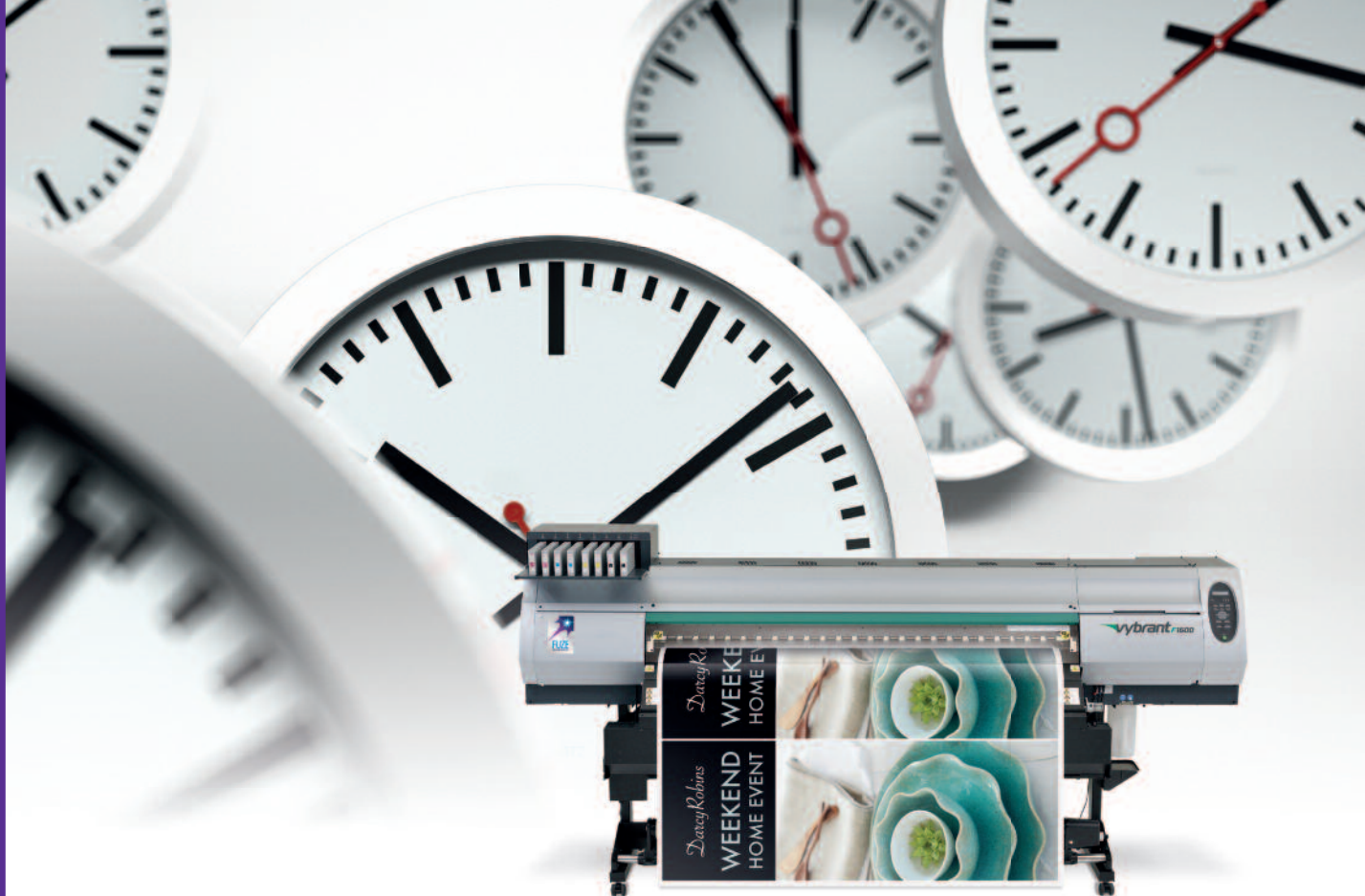
› www.neef-stumme.de

Rod Krün Plau

Wir stellen die Fakten klar und bringen sie in die richtige Reihenfolge.
DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.



Arbeiten Sie effizienter

Vybrant F1600

Rollendrucker mit FUZE® Technologie

Die Vybrant F1600 produziert hochqualitative, lang haltbare Drucke, die sofort nach dem Druck weiterverarbeitet und verschickt werden können. Der Zwischenschritt der Ausdünstung entfällt komplett dank der patentierten FUZE® Technologie von Fujifilm, die die Vorteile von Solvent- und UV-Tinten vereint. Mit einer Geschwindigkeit von bis zu 18 m²/h, einer exzellenten Haftung sowie der außergewöhnlichen Kratzfestigkeit erfüllt die Vybrant mit einer Druckbreite von 1,61 m alle Anforderungen an einen schnellen Digitaldruckmarkt.

Sehen Sie die Vybrant F1600 und weitere Drucksysteme von Fujifilm live in Aktion auf der FESPA in Köln. Wir freuen uns auf Ihren Besuch an unserem Stand S9 in Halle 6.

Weitere Informationen
www.fujifilm.de
grafische_systeme@fujifilm.de



vybrantF1600

FUJIFILM
Value from Innovation

DIE GALLUS GRUPPE STEIGERT UMSATZ

Die ausgeprägtere Kurzfristigkeit im Nachfrageverhalten nach Etikettendruck- und Faltschachteldruckmaschinen brachte 2014 ein starkes zweites Halbjahr mit rekordhohen Umsätzen im Schlussquartal und entsprechenden Ergebniseffekten. Dies teilt die in St.Gallen ansässige Heidelberg-Tochter Gallus mit. Der Umsatz soll demnach im zurückliegenden Geschäftsjahr um 8% auf 202 Mio. Franken (Vorjahr 187 Mio. CHF) gestiegen sein.

Die nachlassende Wachstumsdynamik wichtiger Schwellenländer wie Brasilien und China sowie die Nachfrageschwäche im Zuge politischer Krisen in Teilen Osteuropas sowie im Mittleren Osten sei durch starke Umsätze in den Kernländern Europas kompensiert worden.

Nach der Ankündigung der Schweizer Nationalbank vom 15. Januar 2015 zur Aufgabe der Wechselkursbindung an den Euro wurden laut Gallus erste Kostenreduzierungsmaßnahmen eingeleitet, um die Auswirkungen des Anstiegs des Schweizer Franken zu verringern. An der bisherigen Strategie der Fokussierung auf die Segmente Etiketten und Faltschachteln mit Investitionen in den Aufbau des Geschäfts mit digitalen Druckmaschinen sowie in weitere Innovationen bei gleichzeitiger weiterer Verbesserung der Kostenposition werde festgehalten.

› www.gallus-group.com

DRITTES WERK FÜR DRUCKHAUS WEPPERT

Das Druckhaus Weppert baut seine Produktionskapazitäten weiter aus und bleibt dabei dem Standort Schweinfurt treu. Das Traditionsunternehmen lässt seit 9. März ein ca. 2.000 m² großes ehemaliges Lagerhaus im Industrie- und Gewerbegebiet Schweinfurt Hafen-Ost seinen Erfordernissen entsprechen



Das Druckhaus Weppert setzt bei seiner Wachstumsstrategie weiterhin voll auf Schweinfurt. In Kürze wird das Print-Produktionszentrum hier bereits sein drittes Werk eröffnen.

chend umbauen. Bereits ab Anfang April sollen die ersten Maschinen in das neue Werk umziehen. Die Fertigstellung des Projekts ist für Anfang Mai geplant. Die Produktionsschwerpunkte am neuen Standort werden die beiden Wachstumsfelder Broschürenfertigung und Digitaldruck sein.

Es ist bereits das dritte Werk, das Weppert im Schweinfurter Hafen eröffnet. Erst 2012 wurde Werk II in Betrieb genommen und seither kontinuierlich um neue Maschinen erweitert. Die Aufträge, um die Maschinen auszulasten, werden durch ein weiterhin boomendes Online-Geschäft generiert. Weppert unterhält neben der Online-Druckerei xposeprint.de und der Design-Lösung flinq.de eine Reihe von Online-Portalen, über die Unternehmen aller Größen Drucksachen ordern können.

› www.druckhaus-weppert.de

ONLINEPRINTERS RÜCKT NÄHER AN DIE SCHWEIZ

»Mit der Währungsumstellung von onlineprinters.ch von Euro auf Schweizer Franken und dem Wegfall aller Importkosten ist unser Onlineshop ein »echter Schweizer« geworden«, sagt Kai Plinke, Chief Financial Officer der Onlineprinters GmbH, zu den Verbesserungen beim Drucksachenkauf über die in Deutschland ansässige Onlinedruckerei. »Schweizer Kunden profitieren von den niedrigen Produktionskosten in der Eurozone«, ergänzt er. Dafür wurden alle Preise im Shop in Schweizer Franken (CHF) neu kalkuliert, zudem entfallen Importkosten und Formalien.

› www.onlineprinters.ch

Anmerkung: *Das selbstbewusste Auftreten der Online-Druckerei wird die Schweizer Druckereien nicht entzücken. Die klagen schon seit Jahren über den Wettbewerb aus dem Ausland. Mit der Freigabe des Wechselkurses des Euro gegenüber dem Franken dürfte sich das Problem für die Schweizer Drucker noch weiter verschärfen. Denn auch wenn sich viele Schweizer Manager gerne in »Swissness« üben und am Wochenende nur regionale Produkte wie Wein und Käse einkaufen, hindert es sie nicht, montags einen dicken Druckauftrag ins Ausland zu vergeben.*

KURZ & BÜNDIG

Ricoh Europe ist eine Partnerschaft mit **Leapfrog 3D Printers** eingegangen. Danach ist Ricoh in Europa offizieller Reseller der 3D-Drucker. • **Canon** und der Purchase-to-Pay-Spezialist **Palette** werden eine Software für einen digitalen Fakturierungs- und Abrechnungsprozesses bereitstellen. • Das Technologieunternehmen **Pitney Bowes**, das vor allem Versand-Lösungen anbietet, passt seinen Markenauftritt mit neuem Logo dem zunehmenden vernetzten Handel an. • Der auf Outsourcing Services spezialisierte Dienstleister **Invoco** tritt seit Februar 2015 unter dem Namen der Muttergesellschaft **Xerox** auf. • Mit einem Tag der offenen Tür feierte **Cewe** in Oldenburg das 30-millionste Cewe Fotobuch. 2005 brachte der Fotodienstleister das Fotobuch heraus. • Die **Kern GmbH** hat zum Jahresbeginn eine Kooperation mit der **Helmar Schmidt Polygraphischer Industriebedarf GmbH** in Hamburg und der **Heinrich Baumann Grafisches Centrum GmbH** in Frankfurt vereinbart, nach der die KAS Kuvertiermaschinen im grafischen Bereich und bei Digitaldruckereien vermarktet werden sollen. • Die Jury des Deutschen CSR-Preis 2015 hat **Kyocera Document Solutions** in der Kategorie »CO₂-Vermeidung als Beitrag zum Klimaschutz« nominiert. • **Konica Minolta** wurde mit dem FTSE4Good Global Index, dem oekom research »Prime Status« und dem RobecoSAM Gold-Award ausgezeichnet. Die anerkannten Social Responsibility-Awards unterstreichen das Engagement des Unternehmens bei nachhaltigen Investment-Standards. • **Flyeralarm**, die nach eigenen Angaben führende B2B-Online-Druckerei Europas, startete Ende Februar Online-shops in Dänemark, Schweden und Finnland. Damit ist das Würzburger Unternehmen neben Deutschland in 14 weiteren europäischen Ländern vertreten. • **Mitsubishi HiTec Paper Europe GmbH**, Hersteller gestrichener Spezialpapiere, erhöht die Preise um 7%. Die Preisanpassung ist gültig ab dem 1. Mai 2015. • Der Papiergroßhändler **Antalis** teilt mit, dass er aufgrund von Kostensteigerungen in der Wertschöpfungskette die Preise für ungestrichene Naturpapiere zum 7. April 2015 um 5% bis 7% anpassen musste. • Die **Printmedienpartner GmbH**, Full-Service-Unternehmen mit eingebundenem Lettershop, ist insolvent. Der Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens wurde bereits am 27. Februar 2015 gestellt. • **Konica Minolta** wurde mit dem »European Service Value Award« ausgezeichnet, den die Beratungsgesellschaft **ServiceValue** in Kooperation mit der Universität **St.Gallen** verleiht. • Das 2014 von der **marks-3zet GmbH** akquirierte italienische Unternehmen **Printgraph Waterless** in Mailand ist seit Januar 2015 als **marks-3zet Srl** im italienischen Markt tätig. • Die **vjoon GmbH**, Entwickler von Software-Lösungen für das Management digitaler Inhalte, kooperiert mit **Extensis** bei der Integration von Font-Management in vjoon's Publishing-Plattform.