

ENDE DER KURZARBEIT Die manroland Sheetfed GmbH, die im Januar etwa 800 Mitarbeiter in Offenbach in Kurzarbeit schickte, arbeitet seit Mai wieder normal. Das Unternehmen, das den Nachfragerückgang aus China als Grund für die Kurzarbeit angab, erklärte nun, dass sich andere Märkte überdurchschnittlich gut entwickelt hätten und bis auf Weiteres zur Normalität zurückgekehrt werden könne. › manrolandsheetfed.com

STÄMPFLI ÜBERNIMMT Die Stämpfli AG hat die Asim GmbH in Bregenz und deren Softwarelösungen übernommen. Das Berner Verlags- und Kommunikationsunternehmen will das Produkt-Informationssystem Media Solution 3 weiterentwickeln, den Vertrieb in Deutschland verstärken und in Österreich aufbauen. Das übernommene Unternehmen wird in Stämpfli Asim GmbH umfirmiert. › www.staempfli.com

JETZT OFFIZIELL Als sichtbares Zeichen der strategischen Ausrichtung von Konica Minolta wurde die Umfirmierung des Tochterunternehmens Raber+Märcker GmbH in die Konica Minolta IT Solutions GmbH offiziell vollzogen. Das neue Logo am Sitz der Konica Minolta IT Solutions GmbH in Stuttgart verdeutlicht die Bündelung der Business- und IT-Solutions unter einer gemeinsamen Dachmarke. › www.konicaminolta.de

KOOPERATION Das Münchner Softwarehaus PerfectPattern und Impressed in Hamburg kooperieren. Mit sPrint One bietet PerfectPattern eine Technologie für Sammelformen an. Impressed liefert hierfür eine Integration mit der Automatisierungslösung Enfocus Switch. Dadurch sollen Rohstoffe eingespart und Rüstzeiten und Produktionskosten gesenkt werden. › www.impressed.de › www.perfectpattern.de

RÜCKGÄNGE BEI DRUCKFARBEN 2014 war für die deutsche Lack- und Druckfarbenindustrie nach Angaben des Verbandes der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie e. V. (VdL) ein eher durchschnittliches Jahr. Insgesamt wurden im letzten Jahr im Inland 2 Mio. Tonnen Lacke und Farben sowie



537.000 Tonnen Druckfarben produziert. Diese Zahlen nannte der Verbandspräsident **Klaus Meffert** bei der Mitgliederversammlung am 20. Mai 2015 in Hamburg. »Damit hat die Branche die Marke von acht Milliarden Euro erreicht«, sagte er. Die Produktion in der Lack- und Druckfarbenindustrie sei 2014 insgesamt um 2,6% gestiegen, die Gesamtumsätze um 4%. Bei den Druckfarben erlebte die Branche im Jahr 2014 in allen Marktsegmenten des Publikationsdrucks jedoch weiterhin Rückgänge, was von entsprechendem Preisdruck begleitet war. Im Verpackungsbereich war dieser Trend nach Angaben des VdL nicht so deutlich ausgeprägt.

Der ökonomische Ausblick auf das Jahr 2015 bleibe mit Unsicherheiten behaftet, so Meffert weiter. Die Wirtschaftsexperten des VdL gingen zwar von einem leichten Wachstum der Produktionsmengen und einem ebenfalls leicht steigenden Inlandsgeschäft aus, allerdings eher im zweiten Halbjahr 2015. › www.lackindustrie.de

1. QUARTAL 2015 BEI DER KOENIG & BAUER AG

27% MEHR AUFTRÄGE – BEI UMSATZ UND ERGEBNIS NOCH RÜCKSTAND

Die wirtschaftlichen Kennziffern der Koenig & Bauer AG für das erste Quartal 2015 ergeben nach den Worten des Vorstandsvorsitzenden



Claus Bolza-Schünemann

»noch ein differenziertes Bild«.

Der Auftragseingang lag mit 306,7 Mio. € um 27% über dem Vorjahr und der Auftragsbestand war um etwa 130 Mio. € höher als zum Quartalsbeginn. Dagegen gebe es noch Nachholbedarf beim Umsatz und beim Ergebnis, meldet KBA. Denn mit 177,3 Mio. € lag der Konzernumsatz 16,9% unter dem des Vorjahres. Das Konzernergebnis vor Steuern (EBT) sei vor allem aufgrund der geringen Auslieferungen und des damit niedrigen Quartalsumsatzes sowie der Auslastungsprobleme an den neu dimensionierten deutschen Rollenstandorten mit –17,7 Mio. € niedriger als im Vorjahr (–12,1 Mio. €).

Dennoch hält der Vorstand an seiner Prognose für 2015 fest. »Weit über 50 Prozent des Konzernumsatzes wird KBA in der zweiten Jahreshälfte erwirtschaften, mit entsprechend positiven Folgen für das Ergebnis«, sagt Bolza-Schünemann. »Angesichts der guten Projektlage bin ich zuversichtlich, dass wir das angestrebte Umsatzziel von über 1 Milliarde Euro erreichen.«

Der KBA-Quartalsbericht teilt das Konzerngeschäft erstmals in die Segmente Bogenoffsetmaschinen (Sheetfed Solutions), Digital- und Offset-Rollenmaschinen (Digital & Web Solutions) und Spe-

zialmaschinen (Special Solutions). Zum Segment Special Solutions gehören unter der Marke KBA-NotaSys die neu formierten Gesellschaften im Wertpapierdruck sowie die in diversen Verpackungsmärkten tätigen KBA-MetalPrint, KBA-MePrint, KBA-Metronic, KBA-Kammann und KBA-Flexotecnica.

Mit fast 30% mehr Neuaufträgen im ersten Quartal behauptet sich KBA gut am

industriellen Dekordruck. Die mit HP entwickelte Inkjet-Web-Press für den Wellpappenmarkt eröffnet zusätzliche Perspektiven. Diese wird in Würzburg realisiert und soll der Fachwelt im vierten Quartal 2015 vorgestellt werden.

Über 50% des Konzernumsatzes entfallen heute auf Bogenoffsetanlagen und dazugehörige Systeme. Dabei dominieren Verpackungskun-



Anlagen und Systeme für die Banknotenproduktion sind der größte Umsatzträger im Segment Special Solutions.

Markt, denn nach VDMA-Angaben wurden in diesem Zeitraum über 12% weniger deutsche Druckereimaschinen bestellt.

Im Geschäftsbereich Bogenoffset setzt sich die gute Auftragsentwicklung nach der erfolgreichen Messe Print China und die starke Stellung im Verpackungsdruck laut KBA fort. Auch andere Gesellschaften meldeten weitere Neubestellungen. 2015 wird sich die Lieferstruktur bei KBA nachhaltig verändern. Das Rollenoffsetgeschäft trägt immer weniger zum Konzernumsatz bei. Dagegen gewinnt der High-Volume-Inkjet-Druck an Bedeutung. KBA-Digital & Web Solutions adressiert auch neue Anwendungen wie den

den das Geschäft von KBA-Sheetfed Solutions sowie der meisten Gesellschaften im Segment Special Solutions. Den größten Umsatz- und Ergebnisbeitrag bei den Spezialmaschinen leisten Systeme für die Banknotenproduktion. Die meist staatlichen Kunden kommen nach Angaben von KBA in der Regel von außerhalb der Industrieländer. Dies erschwere die Planbarkeit des Wertpapiergeschäfts. Die breite Aufstellung der KBA-Gruppe nivelliere allerdings segment-spezifische Nachfrageschwankungen und erleichtere die Anpassung an Marktveränderungen.

› www.kba.com

LATE-NIGHT-UPLOAD BIS 22 UHR

diedruckerei.de verlängert die Annahmezeit bei Druckdaten für 1.400 Standard-Drucksachen von 12 Uhr auf 22 Uhr. »Ab sofort gehen Standardaufträge, die werktags bis 22 Uhr vollständig in unseren Onlineshops einge-



hen, noch am selben Tag in Produktion«, erläutert Dr. Michael Fries,

Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH, die Verkürzung der Gesamtlieferzeit. »Das sind etwa 95 Prozent aller Drucksachen und damit ein Spitzenwert in der Branche. Damit geben wir Kunden aus der Kreativbranche mehr Zeit für die Gestaltung von Druckprodukten«, so der COO. Aufgrund der automatisierten Abläufe im Onlineshop und des 24-Stunden-Produktionsbetriebes ist der Fertigungsbeginn eines Auftrags bis spät in die Nacht möglich.

› www.diedruckerei.de

MUTARES AG ÜBERNIMMT ZANDERS

Die mutares AG, München, hat die Metsä Board Zanders GmbH nach Zustimmung des Bundeskartellamtes am 20. Mai 2015 übernommen. Der Firmenname wird sich in Zanders GmbH ändern. Die Geschäftsführung wird von Dr. Lennart Schley und John Tucker übernommen. Plan der neuen Geschäftsführung ist es, das Unternehmen mit allen bestehenden Produkten auf Wachstum auszurichten. Das Produktportfolio, bestehend aus Chromolux, Zanlabel, Zanflex, RX Nature, Zanpack und Silver Digital soll fortgeführt und ergänzt werden.

Die mutares AG erwirbt mittelständische Unternehmen und Unternehmensteile, die im Zuge einer Neupositionierung des Eigentümers veräußert werden und ein klares operatives Verbesserungspotenzial besitzen. mutares AG unterstützt seine Beteiligungsunternehmen mit eigenen Teams und dem Ziel, eine Wertsteigerung zu erreichen.

› www.mutares.de

KOOPERATION IM LOGISTIKBEREICH

Die Carl Berberich GmbH und die Papier Union GmbH arbeiten in der Logistik seit dem 1. Mai 2015 zusammen. Der Grundgedanke der Kooperation, so berichtet Berberich-Geschäftsführer Heinz König, liege in einer stärkeren Flexibilität, die eine effiziente Vernetzung der Logistik voraussetze. Mit Blick auf die Marktdynamik führt König weiter aus: »Mit der neuen Zusammenarbeit können wir schnell auf Veränderungen des Marktes reagieren und Kundenbeziehungen sichern«.

»Beide Unternehmen bleiben eigenständig«, betont Thomas Schimanowski, Geschäftsführer der Papier Union. »Das Bündeln unserer Logistikkompetenz stärkt die Unternehmen und lässt sie kostenoptimierter und flexibler in der Kundenbelieferung agieren. Davon profitieren alle Beteiligten – unsere Kunden und beide Unternehmen.«

› www.papierunion.de
› www.berberich.de

VDMB UND INPRINT GRÜNDEN KOOPERATION

Die InPrint – Fachmesse für funktionale und dekorative Drucktechnologien innerhalb der industriellen Fertigung – und der Verband Druck und Medien Bayern e. V. (VDMB) bilden eine strategische Partnerschaft zur gemeinsamen Stärkung des Produktimages von Print. Der Fokus der Zusammenarbeit liegt auf der Unterstützung sowohl der Druck- und Medienunternehmen in Bayern als auch der InPrint 2015, die vom 10. bis 12. November 2015 erstmalig am Standort München stattfindet.

Die Partner planen eine gegenseitige Unterstützung im Marketing und haben ein Aktionspaket erarbeitet. Die Spannweite der am industriellen Druck orientierten Maßnahmen beinhaltet Networking und Know-how-Transfer sowie das Eruiieren von Wachstumspotenzialen und Marktdurchdringung in Süddeutschland.

› www.inprintshow.com
› www.vdmb.de

FLYERALARM MIT PRINTMANAGEMENT

Flyeralarm bietet seit Januar neben dem Stammgeschäft auch Leistungen für Großkunden an. Die Flyeralarm Printmanagement GmbH bietet auf die Bedürfnisse zugeschnittene Lösungen und koordiniert Druck- und Marketingprojekte für Kunden, heißt es einer Mitteilung. Das Portfolio reiche von Druckdienstleistungen über Werbetechnik und Filialausstattung über Direct-Mailings bis zu beratungsorientierten Projekten. Aktuell habe Flyeralarm Printmanagement das Unternehmen »Parfümerie Douglas« gewinnen können. Die Flyeralarm Printmanagement GmbH entstand nach dem Kauf des Unternehmens »upgrade!« aus Hamburg. Mit der neuen Gesellschaft will Flyeralarm das Angebot um die individuelle Beratung für Marketing-Kampagnen und weiterführenden Marketing-Dienstleistungen erweitern.

› www.flyeralarm.de

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

**ERFOLGREICHES
GESCHÄFTSJAHR 2014**

Der Verpackungshersteller Edelman steigerte im Geschäftsjahr 2014 seinen Umsatz um 2% auf 238 Mio. € (Vorjahr: 233 Mio. €). Der Anteil der Auslandsgesellschaften betrug 53,8% und bewegt sich damit auf Vorjahresniveau (52%). Bei der Umsatzverteilung nach Branchen nahm das Health Care Segment 43,3%, das Beauty Care Segment 45,8% ein, Consumer Brands verzeichneten 10,9%. Der Anteil des Geschäftsfeldes Packungsbeilagen am Umsatz 2014 betrug wie im Vorjahr 10%. Die 2.275 Mitarbeiter produzierten 5 Mrd. Verpackungen und 1,2 Mrd. Packungsbeilagen.

An den Standorten im In- und Ausland investierte die Edelman Gruppe 13 Mio. € in neue Technologien, was 5,5% des Gruppenumsatzes entspricht.

Das Geschäftsjahr 2014 war geprägt durch die Schaffung schlankerer Unternehmensstrukturen. »Ein Unternehmen, das über 100 Jahre alt ist, muss man bezüglich Organisationsstruktur, Flexibilität und Kundenorientierung immer wieder auf den Prüfstand stellen«, begründet



Dierk Schröder, Geschäftsführer der Edelman Gruppe, den Abbau einer

von vier Leitungsebenen. »Wir haben Entscheidungswege verkürzt und somit die Reaktionsgeschwindigkeit deutlich erhöht.«

› www.edelman.de

**ZWEITER DRUPA GLOBAL TRENDS REPORT
INTERNATIONALE DRUCKBRANCHE
OPTIMISTISCH**

Die Resultate des zweiten ›drupa Global Trends report‹ zu den wirtschaftlichen und operativen Trends der weltweiten Printbranche liegen vor – mit teilweise überraschenden Erkenntnissen, wie die Messe Düsseldorf mitteilt. Dies sei umso interessanter, da der Fragenkatalog im Wesentlichen identisch mit dem des ersten ›drupa Global Trends report‹ vom Februar 2014 sei. Dadurch ließen sich Entwicklungen und wichtige Eckdaten der Branche wie finanzielle Konditionen, Geschäftsklima, Investitionsabsichten oder eingesetzte Technologien aufzeigen und Trends erkennen.

Nach der aktuellen Studie erwarten 48% der befragten Drucker eine Verbesserung der wirtschaftlichen Situation in den kommenden zwölf Monaten und nur 7% eine Verschlechterung. Ähnliches zeigen laut Studie die Erwartungen der weltweiten Zulieferindustrie: 51% rechnen mit einer Verbesserung und 8% mit einer Verschlechterung.

Deutlich differenzierter fallen die Ergebnisse dagegen bei

den einzeln untersuchten Parametern aus:

- So stiegen die Umsätze der Druckdienstleister weiterhin – aber weniger ausgeprägt. 39% melden eine Steigerung ihrer Umsätze, während 22% einen Rückgang verbuchen. Der positive Saldo von 17% liegt dabei unter den 27% der ersten Umfrage.

- Die Margen der Druckereien sinken laut Report weiter. 43% berichten über sinkende Margen; lediglich 16% konnten diese erhöhen. Ausnahmen sind der Studie folgend die Märkte Nordamerika und der Mittlere Osten, in denen 29% beziehungsweise 28% eine Steigerung der Margen meldeten.

- Digitaldruck ist laut ›drupa Global Trends report‹ noch kein Umsatzbringer im großen Maßstab. So schnell der Anteil von Digitaldruck im gesamten Drucktechnologiemix auch steige, würden die meisten Umsätze aber nach wie vor im konventionellen Druck generiert. Lediglich 10% der befragten Drucker hätten 2014 mehr als 25% ihres Umsatzes im Digitaldruck (2013: 7,9%) erzielt.

- Druckereien setzen nach der Studie nicht auf druckfremde Leistungen. Oft als neues Geschäftsfeld empfohlen, werde dies in der Realität aber nicht angenommen. Lediglich 27% der befragten Druckereien erzielen mehr als 10% ihres Umsatzes mit Leistungen wie Asset Management, Pflege von Datenbanken etc.

› www.drupa.de

**PREMIUMPROGRAMM
VON ONLINEPRINTERS**

»Das neue Premiumprogramm von Onlineprinters richtet sich an Unternehmen und Reseller und bietet diesen entscheidende Vorteile für ihr Geschäft, zum Beispiel einen individuellen Key-Account-Manager, eine attraktive Rabattstaffel und individuelle Vereinbarungen beim Einkaufs- und Abwicklungsprozess. Das wird sehr gut



angenommen«, freut sich **Anita Holzhauser**,

Leiterin Kundenservice und Vertrieb der Onlineprinters, über den Start des Premiumservice der Onlinedruckerei.

Schon mit einem Druckvolumen ab 10.000 Euro Jahresumsatz können Onlinekäufer ihren regelmäßigen Bedarf an Drucksachen bequem über den Onlineshop abwickeln und gleichzeitig den persönlichen Service des Programms genießen.



Eine Reihe von Vorteilsbedingungen und individuellen Services begleitet die Premiumpartnerschaft: Neben einer speziellen Rabattstaffel für Großkunden können Aufträge auf Kundenwunsch auch über eine eigens eingerichtete XML-Schnittstelle abgewickelt werden. Papier- und andere Bedruckstoffe wie Plattenmaterial für Werbeschilder werden je nach Premiumstatus als Muster kostenfrei zur Verfügung gestellt.

› www.onlineprinters.ch

**IST METZ WEIHT NEUBAU
MIT HAUSMESSE EIN**

Seit 30 Jahren hat die IST Metz GmbH ihren Firmensitz in Nürtingen-Zizishausen, wo die Unternehmensgruppe immer wieder expandierte. Nun wurde der Neubau fertiggestellt und mit der Hausmesse UV Days in Betrieb genommen.

Ende November 2013 war der Startschuss für die Arbeiten am alten Werk gefallen, das als Lager für die Mitglieder der IST Metz Gruppe diente. Das größere und modernere Gebäude wurde innerhalb von anderthalb Jahren errichtet.

Die Hausmesse UV Days der IST Metz GmbH vom 15. bis 18. Juni fand zum ersten Mal im Neubau statt, der mit über 2.000 m² mehr Ausstel-



lungsfläche als je zuvor bietet. Nach Angaben des Unternehmens sind die UV Days die weltgrößte Veranstaltung zum Thema UV-Technologie, zu der rund 700 Gäste aus aller Welt erwartet wurden. Das neue dreistöckige Gebäude wird durch die Tochterfirmen S1 Optics GmbH und Gerhard Metz Metallbau GmbH bezogen, die damit ihre Produktionsfläche vergrößern. Die rund 4.900 m² Fläche werden außerdem von der IST Metz GmbH genutzt.

› www.ist-uv.de

**Empfehlungsanzeigen
auch für das schmale
Budget:**

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹.

Telefon 0 26 71 - 38 36

E-Mail:

nico@druckmarkt.com