

Bei der Verleihung der diesjährigen iF Design Awards am 9. März wurde die Koenig & Bauer RotaJet in der Disziplin «Produkt-Design» mit der begehrten Trophäe ausgezeichnet. Die RotaJet überzeugte durch ihre Funktionalität und moderner Designsprache.



Im Februar 2018 hatte die Rapida LiveApp einen German Design Award in der Kategorie «Excellent Communications Design» erhalten.

Bildquelle: Koenig & Bauer

KOENIG & BAUER ZIELE FÜR 2017 ÜBERTROFFEN

Mit einem umsatz- und ertragsstarken 4. Quartal hat Koenig & Bauer eigenen Angaben zufolge seine Ziele für 2017 überschritten. Die Konzernzahlen zeigen einen Anstieg bei Umsatz, Ertrag und Auftragseingang, wobei die Erlöse mit 1.217,6 Mio. € laut Koenig & Bauer im Zielkorridor lagen.

Mit einem Umsatzanstieg von 4,3% gegenüber dem Vorjahr sei das organische Umsatzwachstum von jährlich rund 4% erreicht. Damit wurde der um 25 Mio. € weiter rückläufige Umsatz mit Zeitungs- und Akzidenzrotationen überkompensiert. Mit einem Plus von 10,1% auf 1.266,3 Mio. € legte auch der Auftragseingang im Konzern gegenüber dem Vorjahr (1.149,7 Mio. €) deutlich zu. Dabei ist der Anteil der Serviceerlöse am Umsatz um

2,1% auf 25,6% gestiegen und soll nach Aussage von CFO Mathias Dähn bis 2021 sukzessive auf 30% steigen. Das grösste Geschäftsfeld Bogenoffset hat beim Auftragseingang mit Anlagen für den Faltschachtel- und Akzidenzdruck gegenüber 2016 um 15,2% auf 656,2 Mio. € zugelegt. Der Umsatz erhöhte sich dabei um 7,3% auf 660,2 Mio. €. Der Gewinn stieg von 31,3 Mio. € im Vorjahr auf 37,5 Mio. €. Durch das weiter rückläufige Maschinengeschäft mit Zei-

tungs- und Akzidenzrotationen lagen Auftragseingang und Umsatz bei Digital & Web unter dem Vorjahreswert. Das Ergebnis war zudem durch Optimierungsarbeiten im flexiblen Verpackungsdruck und F&E-Aufwendungen belastet, sodass das EBIT mit -4,3 Mio. € unter dem Vorjahr lag. Höhere Bestellungen im Wertpapier-, Blech-, Hohlkörper- und Kennzeichnungsdruck führten zu einem Anstieg der Auftragseingänge um 16,1% auf 533,7 Mio. €.

Von 444,3 Mio. € im Vorjahr wuchs der Umsatz um 5,3% auf 467,9 Mio. €. Nach dem Gewinn von 44,3 Mio. € im Vorjahr wurde 2017 ein EBIT von 53,7 Mio. € erzielt.

Für zusätzliches Wachstum arbeitet Koenig & Bauer an weiteren Lösungen im Verpackungs-, Digital- und Industriedruck. «Die Verkaufsabschlüsse für Rotations- und Flachbettstanzen lagen deutlich über unseren Erwartungen», sagt CEO



Claus Bolza-Schünemann.

Ein Schwerpunkt der Entwicklungen ist der prosperierende Wellpappendruck. «Für den signifikant wachsenden Markt des analogen Direktdrucks auf Wellpappe haben wir die Bogen-Flexomaschinen CorruFlex und CorruCut entwickelt. Eine CorruCut wird Anfang 2019 bei dem Pilotkunden Klingele

installiert», sagt Bolza-Schünemann. «Ein weiterer Zielmarkt ist der Dosendruck. Die im Mai 2017 vorgestellte CS MetalCan für das Bedrucken 2-teiliger Dosen ist auf grosses Kundeninteresse gestossen. Nach dem Abschluss von zwei Kundenverträgen beginnen wir mit intensiven Feldtests mit dem Ziel der Verkaufsfreigabe Ende dieses Jahres.» Im Digitaldruck sieht Koenig & Bauer eine zusätzliche Wachstumsoption, da keine Substitutionsgefahr bei den adressierten Druckmärkten besteht. Falls sich die konjunkturellen und politischen Rahmenbedingungen für das internationale Geschäft nicht verschlechtern, strebt der Vorstand für 2018 einen Umsatzanstieg im Konzern von rund 4% an.

› www.koenig-bauer.com

Komplettlösungen

MARK ANDY ÜBERNIMMT PRESSTEK

Mark Andy, US-amerikanischer Hersteller von Etiketten- und Verpackungsdruckmaschinen, übernimmt Presstek, Anbieter von Offset-Druckplatten, Direct-Imaging-Drucksystemen und CtP-Lösungen. Das gab Mark Andy jetzt bekannt. Mit der Übernahme von Presstek ist Mark Andy nun Anbieter von Komplettlösungen für die Druckindustrie. Der Bereich Zahara-Druckplatten von Presstek für den wasserlosen Offsetdruck wird nicht von Mark Andy übernommen, sondern in ein neues Unternehmen namens Verico Technology umgewandelt. Verico will so seinen Marktanteil für wasserlose Platten und Beschichtungstechnologien für den Bogenoffset ausbauen. 2012 übernahm American Industrial Partners (AIP) das 1987 gegründete Unternehmen Presstek. AIP ist auch an Goss beteiligt (siehe auch Seite 10).

HEIDELBERG HOHE NACHFRAGE NACH DIGITALEN LÖSUNGEN

Der strategische Fokus von Heidelberg liegt 2017/18 auf der Umsetzung strategischer Ziele im Rahmen von «Heidelberg goes digital». Diese sollen zum Erreichen der mittelfristigen Unternehmensziele beitragen. Die Zuversicht hierfür hat sich im Verlauf des Geschäftsjahres offenbar weiter verstärkt.

Operativ ist Heidelberg nach drei Quartalen auf Kurs, die Jahresziele für 2017/18 zu erreichen, meldet der Druckmaschinenhersteller. So lag der Konzernumsatz mit 1.657 Mio. € zwar leicht unter dem Vorjahreswert von 1.680 Mio. €, doch getrieben von der hohen Nachfrage nach digitalen Produkten sei im 3. Quartal eine erfreuliche Entwicklung beim Auftragszugang verzeichnet worden. Dieser legte um mehr als 16% auf 678 Mio. € zu. Nahezu alle für Heidelberg relevanten Regionen wie Europa und die USA verzeichneten Verbesserungen. «Heidelberg vollzieht den Wandel zu einem modernen digitalen Technologieunter-

nehmen. Unsere neuen Lösungsangebote stossen auf die erhoffte Kundennach-



frage», kommentiert **Rainer Hundsdörfer**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg, die Entwicklung.

«Unser Ziel, rund drei Milliarden Euro und einen Nachsteuergewinn von mehr als 100 Millionen Euro zu erzielen, wird damit immer greifbarer.» Die Profitabilität wurde gegenüber den Vorjahreswerten weiter erhöht. Die gesunkenen Finanzierungskosten führten zu dem von -42 Mio. auf -36 Mio. € verbesserten Finanzergebnis.

«Unsere Finanzierungsstruktur ist solide, wodurch wir unsere Investitionen in neue

Geschäftsmodelle finanzieren können», sagte Dirk Kaliebe, Finanzvorstand von Heidelberg. «Zudem seien auch Zukäufe denkbar, wenn sie unsere digitale Transformation beschleunigen.» Bezüglich der operativen Jahresziele hält Heidelberg an den kommunizierten Aussagen fest. Der Umsatz soll in etwa das Vorjahresniveau erreichen, auch wenn Währungseffekte sowie die gezielte Reduzierung des Gebrauchsmaschinenhandels das Geschäft beeinflussen. Mit Massnahmen zur Effizienzsteigerung wird im Geschäftsjahr 2017/18 unverändert eine EBITDA-Marge von bis zu 7,5% angestrebt.

> www.heidelberg.com

Future Champion 2018

MBO ERHÄLT AUSZEICHNUNG

Die «Wirtschaftswoche» hat den Falzmaschinenbauer MBO als «Future Champion 2018» ausgezeichnet. Von MBO wird erwartet, die höchste Kategorie «Weltmarktführer Champion» aufgrund des Unternehmenswachstums mittelfristig zu erreichen. «Als Familienunternehmen sind unsere Entscheidungswege besonders kurz und wir können dadurch schneller auf Marktentwicklungen reagieren», sagt MBO-Geschäftsführer **Thomas Heininger**.



Darüber hinaus wurde MBO für den «Grossen Preis des Mittelstands» nominiert. Nur jedes tausendste Unternehmen Deutschlands erreicht diese Nominierungsliste. Bereits die Nominierung zum Wettbewerb, zu dem man sich nicht selbst bewerben kann, gilt als Eintrittskarte ins «Netzwerk der Besten».

> www.mbo-folder.com

Für einige sind wir ein rotes Tuch **epple**
DRUCKFARBEN

Da wir mit Hartnäckigkeit unseren Vorsprung in
Qualität und Kundenservice verteidigen.
Zu Ihrem Vorteil

Epple Druckfarben Schweiz GmbH · Hünikerstrasse 2 · 8442 Hettlingen · +41 52 316 17 33 · +41 52 316 25 61 · info@epple-druckfarben.ch



Wieder einmal stehen für die Belegschaft von manroland web systems in Augsburg Veränderungen an. Die Geschäftsleitung und der Gesellschafter L. Possehl haben Betriebsrat und IG Metall über den geplanten Zusammenschluss mit Goss informiert. Vertreter aller Parteien treten nunmehr in Gespräche über die konkrete Ausgestaltung dieses Vorhabens und die Auswirkungen auf die Mitarbeiter. Verfolgt wird das Ziel, am Ende eines offenen Dialogs mit Betriebsrat, Belegschaft und Gewerkschaft einen mehrjährigen Zukunftspakt für den Standort Augsburg zu schliessen.

Bildquelle: manroland

MANROLAND WEB SYSTEMS UND GOSS SYNERGIEN SOLLEN INNOVATIONSKRAFT STÄRKEN

Die Druckmaschinenbauer manroland web systems und Goss wollen ihre Geschäftsaktivitäten zusammenlegen. Goss macht einen Jahresumsatz von 210 Mio. US-Dollar (rund 170 Mio. Euro), manroland web systems hat 2016 nach eigenen Angaben einen Umsatz von 242 Mio. Euro erzielt.

Seit einigen Jahren schon gehen die Verkäufe an neuen Rollenoffsetmaschinen permanent zurück. Zuletzt wurden erst gar keine aussagekräftigen Marktzahlen mehr veröffentlicht. Unsere aktuellste Zahl stammt von 2015 und weist für den weltweiten Absatz von Rollenoffsetmaschinen einen Umsatz von 450 Mio. € aus – mit der Tendenz nach unten. Wie viel bei den einzelnen Herstellern

hängen blieb, ist allenfalls Spekulation, da die Umsätze durch Retrofits aufgebessert werden. So wurde schon seit einiger Zeit erwartet, dass es zu einem Zusammenschluss von Druckmaschinenherstellern kommen wird. Immer wieder gehandelt wurden dabei Goss und manroland web systems. Jetzt ist es offenbar so weit. Die beiden Hersteller von Rollenoffsetdrucksystemen für Zeitungen, Illustrations-

produkte und Verpackungen planen ganz konkret einen Zusammenschluss ihrer Geschäftsaktivitäten. Das neue, kombinierte Unternehmen soll von einer sich ergänzenden geografischen Marktpräsenz profitieren, Synergien freimachen und nutzenorientierte Lösungen im Systemgeschäft und Service ermöglichen. Vorbehaltlich der Zustimmung der Kartellbehörden soll der Zusammenschluss bis Mitte des Jahres 2018 realisiert sein.

Die Anteilseigner von manroland web systems und Goss International, die Lübecker Possehl-Gruppe und American Industrial Partners (AIP), sollen beide am neuen, kombinierten Unternehmen beteiligt bleiben, heisst es in einer von Goss und manroland web systems parallel verbreiteten Pressemitteilung. Das Goss-Geschäftsfeld für Rollenwechsler und Trocknungssysteme von Contiweb ist in die Transaktion nicht eingebunden. Contiweb wird dadurch zu einem eigenständigen Unternehmen, bleibt aber im Besitz von AIP. «manroland ist auf einem nachhaltigen Erfolgsweg. Wir wollen diesen Weg fortsetzen und stärken, indem wir durch zielgerichtete Konsolidierung Synergien, die Weiterentwicklung unserer F&E-

Aktivitäten und unsere Innovationskraft stärken», beteuert Alexander Wassermann, CEO von manroland. Und auch Mohit Uberoi, CEO von Goss unterstreicht: «Unsere Kunden werden aus einem noch breiteren Portfolio von Produkten und Dienstleistungen auswählen können. Die Kombination ist der Schlüssel für ein erstklassiges Produktangebot und einen exzellenten Kundenservice.» Das neue Unternehmen will neben dem Neumaschinen- und Servicegeschäft beim Geschäft mit Retrofits und Upgrades wachsen. Zudem soll Wachstum aus dem Ausbau der E-Commerce-Aktivitäten generiert werden.

› www.manroland-web.com
› www.gossinternational.com



Papierfabrik Scheufelen
**VORÜBERGEHEND
EINGESTELLT**

Die Situation bei der traditionsreichen Papierfabrik Scheufelen in Oberlenningen spitzt sich zu. Die seit 30. Januar 2018 im Insolvenzverfahren befindliche Papierfabrik hat den Betrieb vorübergehend einstellen müssen und die überwiegende Zahl der 340 Mitarbeiter zunächst freigestellt. Das 1855 gegründete Unternehmen war wegen der deutlich erhöhten Zellstoffpreise und des Rückgangs der grafischen Märkte in Schwierigkeiten geraten. Zwar laufen Vertrieb und Versand normal weiter und die Gespräche mit möglichen Investoren werden weiterhin fortgeführt, doch die gestalten sich offenbar als äusserst schwierig.

› www.scheufelen.com

Athesia Kalenderverlag
**CALENDARIA AG
ÜBERNOMMEN**

Die Mediaprint-Gruppe, Paderborn, hat entschieden, sich nach dem Kauf von www.online-druck.biz neben dem klassischen Offsetdruck stärker auf Digitaldruck und die Onlinevermarktung von Druckprodukten zu konzentrieren. Ausserdem soll das vorhandene Fullservice-Geschäft weiter ausgebaut werden, um das vorhandene Wachstumspotenzial besser zu nutzen. Im Zuge dieser strategischen Fokussierung hat die Mediaprint-Gruppe sämtliche Aktien der Calendaria AG, Immensee/Schweiz, an die Athesia Kalenderverlag GmbH verkauft. Der Athesia Kalenderverlag mit Sitz in Unterhaching bei München ist mit jährlich 1.000 Kalendertiteln Markt-

fürer in den Handelsvertriebswegen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Luxemburg und Südtirol. Die in Bozen ansässige Athesia Unternehmensgruppe beschäftigt rund 1.500 Mitarbeiter. Zu dem Südtiroler Medienunternehmen gehören unter anderem die Tageszeitungen «Dolomiten» und «Alto Adige», Buch- und Papeteriehandlungen, Athesia Druck sowie Tourismusunternehmen. Darüber hinaus hält das Unternehmen Beteiligungen im IT-Sektor und im Bereich regenerative Energie. Mit der Übernahme der Calendaria AG erweitert der Athesia Kalenderverlag sein in den letzten Jahren stetig und überproportional gewachsenes B2B-Geschäft über Deutschland hinaus.

› www.athesia-verlag.de

Nachfolgeregelung
**LANG DIREKT-
WERBUNG AG**

Die beiden Schweizer Familienunternehmen Kromer Print AG, Lenzburg, und Lang Direktwerbung AG, Neudorf, gehen gemeinsame Wege. Die mehrjährige Zusammenarbeit war Basis für die Nachfolgeregelung der Lang Direktwerbung. Rückwirkend zum 1. Januar 2018 wurde das gesamte Aktienpaket an Kromer Print verkauft. Geschäftsleiter Andy Amrein steht für eine optimale Fortsetzung des Lebenswerkes der Familie Lang ein. Der Umzug von Neudorf nach Lenzburg bietet Synergien. Während der Startphase wird Robert Lang seine Erfahrung weiterhin zur Verfügung stellen.

› www.kromer.ch

WirmachenDruck.ch
**NEUE NIEDERLASSUNG
IN WINTERTHUR**

Die Online-Druckerei WirmachenDruck hat eine Niederlassung in Winterthur eröffnet. Mit der Gründung des neuen Standorts unter dem Namen WirmachenDruck Schweiz GmbH will das Unternehmen dem starken Wachstum in der Schweiz gerecht werden und den Druckservice vor Ort zugänglich machen. So soll am Standort in Winterthur künftig auch die Selbstabholung der Druck-Erzeugnisse möglich sein.

› www.wir-machen-druck.ch

HP Latex R-Series

Die Latex Revolution geht weiter...



Drucken Sie starre und flexible Medien mit einem System: HP Latex R

- Optik und Haptik des bedruckten Materials bleiben erhalten
- Weissdruck, der nicht vergilbt
- Druckköpfe der Weisspigmenttinte verstopfen nicht
- Kürzeste Trocknungszeiten
- Geruchlose Drucke
- Umweltschonende Tinten

Reservieren Sie jetzt Ihren Demotermin an der FESPA 2018 (15.-18. Mai 2018) unter 044 855 52 19 oder unter marc.wolf@chromos.ch
www.chromos-inkjet.ch



chromos

starke Marken, starke Lösungen



Bildquelle: piv

PIV TRENDREPORT KÜNSTLICHE WELTEN VOR DEM DURCHBRUCH

Virtual Reality (VR) ist die Darstellung der Wirklichkeit in einer computer-generierten, interaktiven und virtuellen Umgebung. Augmented Reality (AR) geht einen Schritt weiter und ist die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Dabei sind die Grenzen fließend.

Nun haben die genannten Techniken auf den ersten Blick nicht viel mit dem Drucken gemein, doch ist seit einiger Zeit zu beobachten, dass crossmediale Kampagnen auf Print, VR und AR setzen. Daher erscheint es interessant, dass Analysten Augmented Reality für die kommenden Jahre ein höheres Wachstum als Virtual Reality bescheinigen. Aktuell befindet sich der AR-Markt jedoch noch in einer frühen Phase.

Aktuell setzen AR-Anwendungen vor allem bei mobilen Systemen und Betriebssystemen Impulse, die dem gesamten AR-Markt Auftrieb geben könnten. So soll es laut PIV (Photoindustrie Verband) Ende 2017 eine Vervierfachung der Downloads von AR-Apps im Apple App Store gegeben haben. Experten erwarten daher für die kommenden Jahre rasanten Wachstum bei Software und Services für AR-Inhalte. AR und VR gehören als Ima-

ging-Trendthemen folglich auch zu den Schwerpunkten der photokina im September 2018.

In diesem Zusammenhang glaubt der PIV, dass sich die Impulse aus dem Mobilfunksektor auf den AR-Markt auswirken und neue Zielgruppen im Konsumentenmarkt erschliessen.

Vom Geschäft mit AR-fähigen Sensoren und Bildprozessoren könnten insbesondere Imaging-Unternehmen profitieren. Smartglasses bie-

ten insbesondere im B2B-Bereich langfristige Wachstumsperspektiven. IDC prognostiziert den Absatz von 24 Millionen AR-Headsets (B2C und B2B) für 2021. Ein möglicherweise steigender Bedarf an fotorealistischen AR-Effekten könnte auch Bilddienstleistern Chancen mit 3D-animierten AR-Inhalten bieten.

Nach Einschätzung des PIV sind die Wachstumsprognosen im AR-Markt attraktiv. Digi-Capital prognostiziert für 2022 einen weltweiten Umsatz von 85 bis 90 Mrd. US-Dollar für AR-Hard- und Software-Anwendungen und Deloitte schätzt, dass Konsumenten für AR-Inhalte bereits 2018 rund 100 Mio. \$ ausgeben werden. Ob dieser Blick in die Kristallkugel richtig ist, wird sich noch zeigen.

Zumindest nennt der PIV aber einige Gründe, die den Markt antreiben könnten.

- **Marktdurchdringung:** Die Bedeutung von Smartglasses wird auch im B2C-Markt zunehmen und neue Hard- und Software für Smartphones für starke Verbreitung sorgen.
- **Geringere Markteintrittsbarriere:** Neue Programme vereinfachen die Entwicklung von AR-Apps.
- **Fotografische Qualität:** Bessere Sensoren und optische Systeme erleichtern korrekte und realistischere AR-Effekte.
- **AR-Inhalte:** Neue Webservices machen die Erstellung eigenständiger AR-Inhalte möglich.

› www.piv-imaging.com

Umsatz gehalten

FIT FÜR DAS DIGITALE ZEITALTER

Der Umsatz der Stämpfli Gruppe blieb im Geschäftsjahr 2017 mit 65,6 Mio. CHF stabil (Vorjahr: 66,3 Mio.).

«In Zeiten, in denen die Margen branchenübergreifend sinken, freut uns das ganz

besonders», sagt **Dr. Rudolf Stämpfli**, Präsident des Verwaltungsrats.



Mit diesem Ergebnis konnte die Umsatzsteigerung von 4,1% aus dem Vorjahr konsolidiert werden. Zurückzuführen ist das stabile Resultat auf die gute Entwicklung der Stämpfli Verlag AG und das erfolgreiche Zusammenspiel der Leistungsgebiete Kommunikation, Fachmedien, Internet, Publikationssysteme und Produktion.

Für die vier Unternehmen der Stämpfli Gruppe verlief das Geschäftsjahr 2017 unterschiedlich: Die Stämpfli Verlag AG konnte ihren Umsatz wiederum steigern. Sie befasst sich intensiv mit dem Aufbau neuer Inhaltsformate und Themen wie Open Access sowie der damit einhergehenden Veränderung bei den Urheberrechten.

Für die Stämpfli AG war 2017 ein anspruchsvolles Jahr. Die zugehörige Stämpfli Kommunikation, die hauseigene Kommunikationsagentur, entwickelte sich zwar erfreulich. Die Stämpfli Produktion hingegen hatte mit dem starken Franken zu kämpfen. Das Unternehmen Stämpfli GmbH in Bregenz etablierte sich vermehrt mit dem Publikationssystem mediaSolution3 und akquirierte wichtige Projekte. Die Stämpfli Polska Sp. Z o.o. konnte ihr Team mit erfahrenen Spezialistinnen erweitern.

› www.staempfli.com

Gedruckte Elektronik UMSATZWACHSTUM VON 7%

In der Branche der organischen und gedruckten Elektronik stehen die Zeichen weiter auf Wachstum. Nach der aktuellen Geschäftsklimaumfrage der OE-A (Organic and Printed Electronics Association) erwarten 87% der Teilnehmer, dass sich die Branche weiter positiv entwickeln wird. Im Rahmen der halbjährlichen Geschäftsklimaumfrage erhebt die OE-A, eine Arbeitsgemeinschaft im VDMA, ein Stimmungsbild der internationalen Mitglieder – vom Materialhersteller bis zum Endanwender – hinsichtlich Umsatz, Auftragszugang, Investitionen und Beschäftigung.

Mit einem prognostizierten Umsatzwachstum von 7% wird 2018 ein erfolgreiches Jahr für die OE-A Mitglieder, die weiter in ihre Produktion, Forschung und Entwicklung investieren wollen.

› www.oe-a.org

Koenig & Bauer ADC AWARD FÜR DIE FESTSCHRIFT

Koenig & Bauer hat Bronze bei den diesjährigen ADC Awards gewonnen. Der Art Directors Club e. V. prämierte die Festschrift zum 200-jährigen Gründungsjubiläum des Traditionsunternehmens aus Würzburg mit der renommierten Auszeichnung. Koenig & Bauer setzt damit seine erfolgreiche Award-

sprachigen Schweiz gehen jedes Jahr um die bronzenen, silbernen und goldenen Nägel des ADC ins Rennen. Am 16. und 17. April 2018 tagten 27 Expertenjurys, um die vielfältigen Einsendungen in den verschiedensten Wettbewerbskategorien zu begutachten. Die insgesamt 378 kreativen Juroren bewerteten die Originalität, Klarheit, Kraft, Machart und Freude der Beiträge.



Koenig & Bauer erhielt für die Festschrift zum 200-jährigen Firmenjubiläum in zwei Kategorien den bronzenen Nagel des Art Directors Clubs.

Serie für Produkte und Publikationen fort. Mehrere Tausend Beiträge aus Deutschland, Österreich, Luxemburg und der deutsch-

In den Kategorien «Design/Typografie» und «Corporate Publishing» konnte der Beitrag über Tradition und Moderne des Würzburger Druckmaschinenherstellers die Jury überzeugen.

› www.koenig-bauer.com

Sind Sie bereit für die digitale Revolution?

Wir sind es! Mit der neuen AccurioPress Serie von Konica Minolta starten Sie erfolgreich in ein neues Zeitalter des Digitaldrucks. Nur leere Worte? Keinesfalls! Konica Minolta ist seit Jahren einer der erfolgreichsten Hersteller tonerbasierter Digitaldruckmaschinen. Mit der neuen AccurioPress Serie werden neue Massstäbe gesetzt.



KONICA MINOLTA

graphax | IT Services
Document Solutions

www.graphax.ch