



Bildquelle: manroland.

## MANROLAND GOSS WEB SYSTEMS ZUSAMMENSCHLUSS FÜR GLOBALE MARKTPRÄSENZ

Die beiden Rollenoffset-Druckmaschinenhersteller manroland web systems und Goss International haben die Fusion ihrer Geschäfte abgeschlossen. Das neue Unternehmen wird unter dem Namen «manroland Goss web systems» firmieren.

Alexander Wassermann, Geschäftsführer von manroland web systems, wird Geschäftsführer des neuen Unternehmens mit Hauptsitz in Augsburg und einem nord-amerikanischen Sitz in Durham. Die Gesellschafter von manroland web systems und Goss International, die Lübecker Possehl-Gruppe beziehungsweise American Industrial Partners (AIP) mit Sitz in New York, bleiben Gesellschafter des neuen Unternehmens.

Das Contiweb-Geschäft sowie die manroland-Produktionsgesellschaft sind in dieser Transaktion nicht enthalten und bleiben eigenständig. «Wir werden unsere globale Präsenz erhöhen, unsere Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten fortsetzen und unsere Marktpräsenz durch gezielte Konsolidierung stärken. Unsere Kunden können aus einem noch breiteren Portfolio an Produkten und Dienstleistungen wählen», sagt Alexander Wassermann. manroland Goss web sys-

tems werde sich auf vier Hauptgeschäftsfelder konzentrieren: System-Lösungen (Druck- und Weiterverarbeitungsanlagen einschliesslich Gebrauchtmaschinen), Retrofit-Lösungen, Service- und E-Commerce-Lösungen (Marktplatz für Bestell- und Logistikleistungen für alle Lieferanten der Rollenoffsetindustrie). Das neue Unternehmen beschäftigt über 1.000 Mitarbeiter.

› gossinternational.com  
› manroland-web.com

### Contiweb UNABHÄNGIGKEIT AM 40. JAHRESTAG

Contiweb, Spezialist für Rollenwechsler und Trockner, operiert jetzt offiziell als ein eigenständiges Unternehmen. Das Unternehmen war zuvor eine Tochter von Goss International. Contiweb wird weiterhin unter dem Dach von American Industrial Partners (AIP) operieren, einem Investment-Unternehmen, das sich auf Industrieunternehmen im mittleren Marktsegment spezialisiert hat. Durch die Formalisierung seiner Unabhängigkeit, die mit dem 40. Jahrestag des Unternehmens zusammenfällt, festigt Contiweb seine Position als Hersteller von Rollenoffset-Lösungen und optimiert sein Angebot für Etiketten und Verpackung.

› www.contiweb.com

### Druckplatten AGFA ÜBERNIMMT IPAGSA

Agfa Graphics gab am 4. September 2018 bekannt, das Prepress-Geschäft des spanischen Druckplattenherstellers Ipagsa Industrial S.L. zu übernehmen. Die Druckplattenmengen würden in das globale Produktionsnetzwerk von Agfa integriert und zum Teil von Drittanbietern bezogen. Es wird erwartet, dass die Akquisition im Jahr 2019 bis zu 30 Mio. € zum Umsatz von Agfa Graphic mit einem zweistelligen Gewinn beitragen wird. «Das Team von Ipagsa wird weiterhin unter seiner eigenen Marke operieren, die von seinem derzeitigen Eigentümer Lorenzo Ferrari geführt wird», sagt Stefaan Vanhooren, Präsident von Agfa Graphics.

› www.agfagraphics.com

## KOENIG & BAUER STARKER AUFTRAGSEINGANG IM ERSTEN HALBJAHR

Die Koenig & Bauer-Gruppe ist mit einem besonders hohen Auftragseingang von 454,4 Mio. € im zweiten Quartal und einem zum Halbjahresende auf 805,8 Mio. € gestiegenen Auftragsbestand bei ihren Zielen für das Geschäftsjahr 2018 auf Kurs.

Ein starkes Wertpapiergeschäft und mehr Bestellungen im Verpackungsdruck führten nach einer Mitteilung von Koenig & Bauer zum Anstieg des Auftragseingangs im ersten Halbjahr 2018 um 17,2% auf 705,3 Mio. € (2017: 601,9 Mio. €). Mit guten Q2-Erlösen von 297,1 Mio. € liegt der Konzernumsatz bei 514,4 Mio. €. Im Sheetfed-Segment wurde mit 326,3 Mio. € ein guter Auftragseingang erreicht.



Nach Einschätzung des Vorstandsvorsitzenden **Claus Bolza-Schünemann** profitiert Koenig & Bauer dabei von der gestiegenen Investitionsbereit-

schaft der Verpackungsdrucker.

Trotz des gestiegenen Auftragseingangs im flexiblen Verpackungsdruck lagen die Bestellungen bei Digital & Web mit 84,7 Mio. € durch geringere Maschinenverkäufe für den Zeitungsdruck und Serviceaufträge leicht unter dem Vorjahreswert.

Durch grosse Neuabschlüsse im Wertpapierdruck und Zuwächse im Kennzeichnungsdruck legte der Auftragseingang bei Special dagegen um 52,8% auf 330,6 Mio. € zu. «Mit dem von Giesecke+Devrient erhaltenen Grossauftrag über die Lieferung von mehreren Maschinenlinien für die Produktion sicherer Banknoten in Ägypten

sind wir im Wertpapierdruck bis weit in das Jahr 2019 gut ausgelastet», erläutert Claus Bolza-Schünemann.

Für 2018 (ebenso wie mittelfristig) strebt der Vorstand einen organischen Umsatzanstieg von rund 4% an. Bei einer gut gefüllten Projektpipeline in allen Geschäftsfeldern stützt sich die Prognose auf den Auftragsbestand von 805,8 Mio. € zum Halbjahresende und auf Fortschritte bei der konzernweiten Serviceoffensive und den Kostensenkungsprojekten. Mit diesen Projekten soll bis 2021 eine Ergebnissteigerung von 70 Mio. € gegenüber 2016 realisiert werden.

› [www.koenig-bauer.com](http://www.koenig-bauer.com)

## HEIDELBERG GUTER START INS NEUE GESCHÄFTSJAHR

Die Heidelberger Druckmaschinen AG ist mit Zuwächsen bei Umsatz und Ergebnis ins Geschäftsjahr 2018/2019 gestartet. Der Auftragseingang verbesserte sich im 1. Quartal um 6%.

Aufgrund der hohen Nachfrage nach dem neu etablierten Subskriptionsmodell (siehe Seite 36) und dem Start der Serienfertigung der Digitaldruckmaschine Primefire werde das Potenzial der digitalen Transformation für Heidelberg zunehmend sichtbar, heisst es in einer Unternehmensmitteilung. Der Auftragseingang sei im 1. Quartal (1. April bis 30. Juni) gegenüber dem Vorjahreswert um 6% auf 665 Mio. € gewachsen.

Dabei wurden im 1. Quartal bereits die ersten Erlöse aus abgeschlossenen Subskriptionsverträgen erzielt, die während der Laufzeit von in der Regel fünf Jahren wiederkehrende Umsätze gene-

riert. Schon jetzt sei der Auftragsbestand bei Services und Verbrauchsmaterialien um 18% auf 714 Mio. € gewachsen. Auch im traditionellen Geschäft wuchs Heidelberg und erzielte ein Umsatzplus auf 541 Mio. €.

«Die hohe Nachfrage nach dem Subskriptionsangebot und den Digitaldruckmaschi-

nen übertrifft unsere Erwartungen», sagt **Rainer Hundsdörfer**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg. «Diese Geschäftsmodelle werden anfangs noch relativ geringe, mittelfristig aber steigende Ergebnisbeiträge liefern.»

› [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.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](http://www.graphax.ch)



Bildquelle: Scheufelen, Verwaltungsgebäude.

## PAPIERINDUSTRIE NEUSTART BEI SCHEUFELN

Nach fünf Monaten gibt es bei der 1855 gegründeten Papierfabrik Scheufelen in Lenningen wieder Hoffnung: Am 2. Juli nimmt die neu gegründete «Scheufelen GmbH» den Geschäfts- und Produktionsbetrieb mit circa 100 Mitarbeitern wieder auf.

Die Papierfabrik hatte Ende Januar 2018 einen Insolvenzantrag stellen müssen. «Trotz vorübergehender Einstellung der Produktion Anfang April 2018 und der insolvenzbedingten Freistellung von nahezu 280 Mitarbeitern haben wir die Bemühungen für eine Fortführung nie aufgegeben», sagt Insolvenzverwalter Rechtsanwalt Dr. Tibor Braun aus Stuttgart. «Insbesondere das in Lenningen entwickelte

Graspapier samt entsprechendem Produktions-Know-how war Ansporn, alle Möglichkeiten für den Erhalt des Unternehmens auszuschöpfen».

Der Neuanfang wird durch das Engagement eines Investorenkonsortiums, bestehend aus Green Growth Fund 2 (Wermuth Asset Management), Nordia Invest und Scheufelen Equity Partners, möglich. Das Konzept der Investoren sieht neben dem aus Graspapier und Zellstoff hergestellten Graspapier, das

Mitte 2017 für eine kleine Sensation auf dem Papiermarkt gesorgt hatte, die Produktion und Fortentwicklung der Scheufelen Premiumpapiere vor (insbesondere des hochweissen Verpackungskartons Phoenolux), verzichtet aber auf die von hohem Margendruck belasteten Bilderdruckpapiere, die letztlich Grund für die Insolvenz waren.

Mit dem Graspapier hatte Scheufelen versucht, sich unabhängiger von den Zell-

stoffmärkten zu machen. Graspapier ist ein nachhaltiges und kostengünstiges Frischfaserpapier mit erheblichen Einsparungen an Wasser-, Chemie- und Energiebedarf bei der Produktion. Zudem wachsen Graspfasern im Gegensatz zu Faserstoffen aus Holz innerhalb kürzester Zeit nach.

«Grosse internationale Konsumgüterhersteller und Verbraucher haben ihr Interesse an Graspapier trotz der schwierigen Situation bei Scheufelen immer wieder unterstrichen», sagt Geschäfts-



führer **Stefan Radlmayr**, der bei der Scheufelen GmbH künftig die Geschäfte leiten wird. «Das hat die Investoren ermutigt, auf den Entwicklungsvorsprung als

gute Grundlage für zukünftiges Wachstum bei Scheufelen zu setzen.»

Die Entwicklung der Scheufelen-Produkte werden auch künftig vom Packaging-Campus Lenningen in Kooperation mit der Hochschule der Medien in Stuttgart und weiteren Partnern begleitet. Der Packaging-Campus wird seine Aktivitäten in Lenningen verstärken, weitere Forschungs- und Technikumeinrichtungen rund um das Thema Ressourceneffizienz und alternative Faserstoffe sollen folgen.

› [www.scheufelen.com](http://www.scheufelen.com)

Saniert

**FELDMUEHLE  
UETERSEN**

Die sanierte schleswig-holsteinische Papierfabrik Feldmuehle Uetersen GmbH wurde mit Wirkung zum 15. Juni 2018 auf eine Tochtergesellschaft der Berliner Beteiligungsgesellschaft Kairos Industries AG übertragen und von dieser fortgeführt. Die Gesellschaft «Feldmuehle GmbH» wurde eigens für die Übertragung gegründet.

Durch die Sanierung konnten 400 der 420 Arbeitsplätze erhalten werden. Der Insolvenzverwalter Dr. Tjark Thies von der Hamburger Kanzlei Reimer Rechtsanwälte hatte im Mai 2018 einen Übernahmevertrag mit Kairos abgeschlossen.

Die Übernahme der Feldmuehle Uetersen GmbH ist auf ein langfristiges Engagement ausgerichtet, die bereits Ende 2017 begonnene strategische Neuausrichtung wird fortgeführt.

› [feldmuehle-uetersen.com](http://feldmuehle-uetersen.com)

**ZANDERS IST INSOLVENT****RESTRUKTURIERUNGSWEG SOLL FORTGESETZT  
WERDEN**

Nach dem Antrag der Geschäftsführung der Zanders GmbH auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens hat das Amtsgericht Köln am 22. Juni 2018 Rechtsanwalt Dr. Marc d'Avoine zum vorläufigen Insolvenzverwalter bestellt. Der Sanierungs-Geschäftsführer Igor Ferlan und externe Berater leiten Zanders im Verbund mit Dr. d'Avoine, wollen den Restrukturierungsweg fortsetzen und sind optimistisch, für Zanders eine stabile Zukunft erreichen zu können.

1829 gründete Johann Wilhelm Zanders das Unternehmen in Bergisch Gladbach. Auch heute betreibt Zanders dort noch die Papierfabrik Gohrsmühle. Zanders war bis Ende der 1980er Jahre ausschliesslich Anbieter von Spezialpapieren. Ab 2012 erfolgte eine Umorientierung auf den Bereich der grafischen Massenpapiere. Überkapazitäten im Papiermarkt führten zu einem erheblichen Preisver-

fall beim Papier. Zudem waren die Ein-Produktstrategie, unausgelastete Maschinen und eine überdimensionierte Infrastruktur wesentliche Ursachen der Krise des Unternehmens. Nach Akquise des Unternehmens durch die aktuelle Gesellschafterin mutares AG im Mai 2015 wurde ein erheblicher Teil des Investitions- und Reparaturstaus beseitigt und Prozessabläufe deutlich verbessert. Trotz eines Umsatzwachstums 2015 bis 2017 um jeweils durchschnittlich 12% wirkten Preissteigerungen der Rohstoffe (Zellstoff, Chemikalien und Kohle für das unternehmenseigene Kraftwerk) auf dem Weg zur Sanierung negativ. Allein in den vergangenen zwölf Monaten sind die Kosten dieser Rohstoffe um mehr als 40% gestiegen.

Zurzeit beschäftigt Zanders gut 500 Mitarbeiter und 22 Auszubildende. Der Geschäftsbetrieb wird fortgeführt. › [www.zanders.de](http://www.zanders.de)

Herzer Interflex

**SPRINTIS ÜBERNIMMT  
«BINDERFLEX»**

Im Zuge eines Asset Deals zwischen der Herzer Interflex GmbH und der Sprintis Schenk GmbH & Co. KG übernahm der Fachgrosshandel für Druckerei- und Werbebedarf in Würzburg zum 1. Juni 2018 einen Grossteil des Produktportfolios von Herzer – neben dem Markennamen Binderflex. Christian Schenk, Geschäftsführer von Sprintis, begründet den Schritt wie folgt: «Das Unternehmen bietet einen Teil der Produkte, die auch wir anbieten. Bei den Klebstoffen können wir unseren Kunden ein grösseres Sortiment anbieten.»

Die Vertretung des italienischen Herstellers Rilecart wird jedoch nicht übernommen. Kunden von Herzer werden künftig mit Drahtbindespulen des Exklusivlieferanten von Sprintis bedient. Von der Binderflex-Webseite werden Kunden direkt auf die Sprintis Webseite weitergeleitet.

› [www.sprintis.de](http://www.sprintis.de)

**Dasselbe in Grün**

**epple**  
DRUCKFARBEN

Nein, Druckfarben sind nicht einfach Druckfarben.  
Wir zeigen Ihnen die Unterschiede in Qualität und Kundenservice.  
Überzeugen Sie sich selbst.

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



Bildquelle: djedzura | 123rf.com.

## KINDER-MEDIEN-STUDIE 2018 LESEN UND SPIELEN MIT UND OHNE PHONE

Kein «Entweder oder», sondern «Sowohl als auch»: Kinder in Deutschland wachsen in die Dualität von analogen und digitalen Medien- und Freizeitaktivitäten hinein und sind offenbar smart genug, die beiden Welten exzellent zu managen.

Das ist eine der Erkenntnisse der Kinder-Medien-Studie 2018 von Blue Ocean Entertainment, Egmont Ehapa Media, Gruner + Jahr, Panini, Spiegel- und Zeit-Verlag. Die sechs Medienhäuser haben zum zweiten Mal in einer repräsentativen Medienstudie das Mediennutzungsverhalten von 7,26 Millionen Kindern in Deutschland untersucht. Danach ziehen sich Kinder trotz zunehmender Digitali-

sierung nicht in die virtuelle Welt zurück, sondern nehmen das aktuelle Geschehen ihrer Umwelt mit allen Sinnen wahr. Kinder verfügen zudem über eine gute Balance zwischen analoger und digitaler Beschäftigung und halten sich bei der Freizeitgestaltung beide Welten offen. Mit «Freunden zusammen sein» (89%) oder «im Freien spielen» (81%) haben in allen Altersklassen eine hohe Bedeutung. Gleichzeitig werden digitale Spiele auf Tablet,

Smartphone oder Computer mit zunehmendem Alter immer relevanter (71% der 13-Jährigen gegenüber 7% bei den Vierjährigen). Auch sind Kinder Sammler: Figuren und Karten gehören ebenso zu ihren Schätzen wie Zeitschriften. 84% aller befragten Kinder geben an, Magazine aufzubewahren, um immer wieder in ihnen lesen zu können. Gleichzeitig entwickelt sich das Online-Interesse: Mit zunehmendem Alter werden die Kinderzimmer digitaler, Hard- und Soft-

ware ergänzen die Ausstattung und ab 13 Jahren ersetzen elektronische Geräte auch traditionelles Spielzeug: So besitzen 92% der 13-jährigen Mädchen und Jungen bereits ein Smartphone, 55% einen Computer und 26% ein Tablet. Doch Kinder lesen am liebsten auf Papier. Beim Lesevergnügen spielen elektronische Endgeräte und Lesemedien in der Zielgruppe der Vier- bis 13-Jährigen keine Rolle.

Auch wenn die App für ältere Kinder von zehn bis 13 Jahren von Relevanz ist (74%), nutzen 97% der Kinder das Telefon stärker als die Textnachricht (90%). Bei den Sechs- bis Neunjährigen ist die Differenz noch deutlicher ausgeprägt: Während 88% ab und zu telefonieren, schreiben 42% Textnachrichten. Lieber schreiben die Jüngeren sogar noch Postkarten oder Briefe (43%). Danach erst folgen Sprachnachrichten (20%) und das Posten von Bildern (16%). Ältere Kinder bleiben allen Kommunikationsformen gegenüber offen, senden fast genauso gerne Sprachnachrichten wie Bilder (70% und 65%) und nehmen auch weiterhin noch gerne den Stift in die Hand, um Grüsse per Post zu verschicken (49%).

**70%**  
**DER DEUTSCHEN KINDEr**  
lesen Bücher oder Zeitschriften mehrmals pro Woche auf Papier.  
Quelle: Kinder-Medien-Studie 2018



KOENIG & BAUER

KBA-Sheetfed

# Autonomes Drucken mit AutoRun



Mit AutoRun liefern wir Ihnen schon heute die Technologie der Zukunft. Ihre Koenig & Bauer-Maschine konfiguriert sich datenbasiert selbst und wechselt vollautomatisch die Jobs. So optimieren Sie Produktionszeiten und haben Zeit für zusätzliche Aufträge. Die anwenderorientierte Nutzung von Daten einschließlich der Vernetzung ist Prinzip aller digitalen Services von Koenig & Bauer 4.0. Erfahren Sie, wie Sie die Digitalisierung des Druckens für erhöhte Profitabilität nutzen können. Mehr dazu unter: [www.koenig-bauer.com/trends/autorun](http://www.koenig-bauer.com/trends/autorun)

Print Assist AG  
[info@printassist.ch](mailto:info@printassist.ch)

[koenig-bauer.com](http://koenig-bauer.com)

we're on it.