

VERSCHOBEN Das *Deutsche Verpackungsinstitut e. V. (dvi)* verschiebt den für den 19. und 20. März 2020 in Berlin geplanten *Deutschen Verpackungskongress* auf den 23. und 24. September 2020. Alle Tickets behalten ihre Gültigkeit.

NEUER FESPA-TERMIN Für die *Fespa Global Print Expo 2020* samt Parallelveranstaltungen *European Sign Expo* und *Sportswear Pro* gibt es einen neuen Termin, nachdem der ursprünglich für März geplante Event aufgrund des Covid-19-Ausbruchs verschoben werden musste. Jetzt soll die *Fespa* vom 6. bis 8. Oktober 2020 auf dem Messegelände *IFEMA* in Madrid stattfinden (an derselben Stelle wird zurzeit übrigens ein Notkrankenhaus eingerichtet). Eine zweifellos mutige Entscheidung zum jetzigen Zeitpunkt.

INNOVATIONSDAYS ERST 2022 Die *Hunkeler Innovationdays* werden erst vom 21. bis 24. Februar 2022 auf dem Messeareal Luzern ausgetragen. Der für den Februar 2021 geplante Event wird verschoben. Grund dafür sind die Verschiebungen im Messekalender infolge der Verbreitung des Coronavirus. Da die *drupa* in Düsseldorf nun im April 2021 stattfinden soll, ist eine Terminanpassung des Events in Luzern die logische Konsequenz. Die Entscheidung wurde in Abstimmung mit den Drucker- und Finishing-Ausstellungspartnern getroffen. > www.innovationdays.com

ÜBERNAHME Die *Koehler Paper Group*, Hersteller von hochwertigem Spezialpapier, hat die *Beaver Paper & Graphic Media, Inc.*, dem in den USA führenden Hersteller von Sublimationsmedien für die Digitaldruckindustrie, übernommen. Seit 2016 hatte *Koehler* bereits eine Minderheitsbeteiligung an *Beaver Paper*. Die Produkte des Unternehmens sind in über 51 Ländern weltweit erhältlich und werden von Händlern und Direktverkäufern über die Zentrale in Atlanta, Georgia, und Vertriebsniederlassungen in Los Angeles, Willstätt, Deutschland, und Zaandam, Niederlande, vertrieben. > www.koehlerpaper.com

KOOPERATION Unter dem neu gegründeten Dach der *Printovation Mediengruppe* bündeln die Druckereien *Lensing Druck* und *LUC* ihre Bogenoffset- und Digitaldruckunternehmen, bleiben aber beide als eigenständige Unternehmen bestehen. Mit der Kooperation entsteht ein Druckerei-Verbund mit modernen Produktionsanlagen im Münsterland und in Dortmund. Die *Printovation Mediengruppe* wird eigenen Angaben zufolge mit rund 200 Mitarbeitern zum regionalen Marktführer im Bogenoffsetdruck. > www.lensingdruck.de > www.luc-medienhaus.de

ANTALIS Neuer Haupt-Aktionär

Der japanische Papier-, Karton-, Verpackungs- und Zellstoffhändler *Kokusai Pulp and Paper (KPP)* hat am 31. März ein verbindliches Übernahmeangebot für *Antalis* vorgelegt. Damit dürfte dem Aufbau einer neuen Kapitalstruktur für *Antalis* nichts mehr im Wege stehen. Für *Antalis* als Distributor für Papier, Verpackungslösungen, visuelle Kommunikationsmittel und Hygieneartikel sowie Anbieter von individuellen Logistikdienstleistungen bedeutet dies wirtschaftliche und finanzielle Stabilität.

Im März 2019 wurde gegen die *Sequana Gruppe*, den bisherigen Hauptaktionär von *Antalis*, als Folge eines jahrzehntealten Rechtsstreits das Insolvenzverfahren eröffnet. Seither lief die Suche nach einem neuen Hauptaktionär auf Hochtouren. *Kokusai Pulp and Paper* ist an der Tokioter Börse gelistet und wird durch die Übernahme von *Antalis* zu einem der weltweit führenden Anbieter von Papier, Verpackung und visueller Kommunikation auf den Kontinenten Asien, Europa, Australien und Lateinamerika. Für *Antalis* bedeutet die neue Kapitalstruktur wiederum bestmögliche Flexibilität, um die strategische Positionierung im Papiervertrieb weiter zu festigen und die Transformation in Richtung Packaging und visuelle Kommunikation fortzusetzen.

EFFINGERMEDIEN Schellenberg- Gruppe kauft zu

Die *Effingermedien AG* stellt eigenen Angaben zufolge die Weichen für eine gesicherte Zukunft. Dazu übernimmt die *Schellenberg-Gruppe*, eines der in der Schweiz führenden Druckunternehmen aus Pfäffikon, rückwirkend zum 1. Januar 2020 die Aktienmehrheit von *Effingermedien* in Brugg. Eine Strategieüberprüfung hat gezeigt, dass der Verbund mit einem starken Partner für die Entwicklung der *Effingermedien* erheblich bessere Perspektiven bietet als der weitere Alleingang. Die *Schellenberg-Gruppe* umfasst an mehreren Standorten in der Schweiz Unternehmen der Druck- und Medienbranche. Das von OSKAR SCHELLENBERG präsierte Unternehmen begründet die Übernahme damit, dass die Firmengruppe mit der *Effingermedien AG* in den Bereichen Printmedien, Verlagswesen sowie Business Solutions deutlich gestärkt werde. Das befähige die *Schellenberg-Gruppe*, das Stamm- und Neukundengeschäft mit Gesamtlösungen aus einer Hand weiter auszubauen. Der Zusammenschluss bietet Synergien, stärkt die Marktposition, ermöglicht den Zugang zu neuen Technologien und die Erweiterung der Angebotspalette. Verkauf, Vorstufe und Verlag werden bei der *Effingermedien AG* weitergeführt – auch der Name soll bestehen bleiben. > www.effingermedien.ch

ALTANA Erwerb der Schmid Rhyner AG

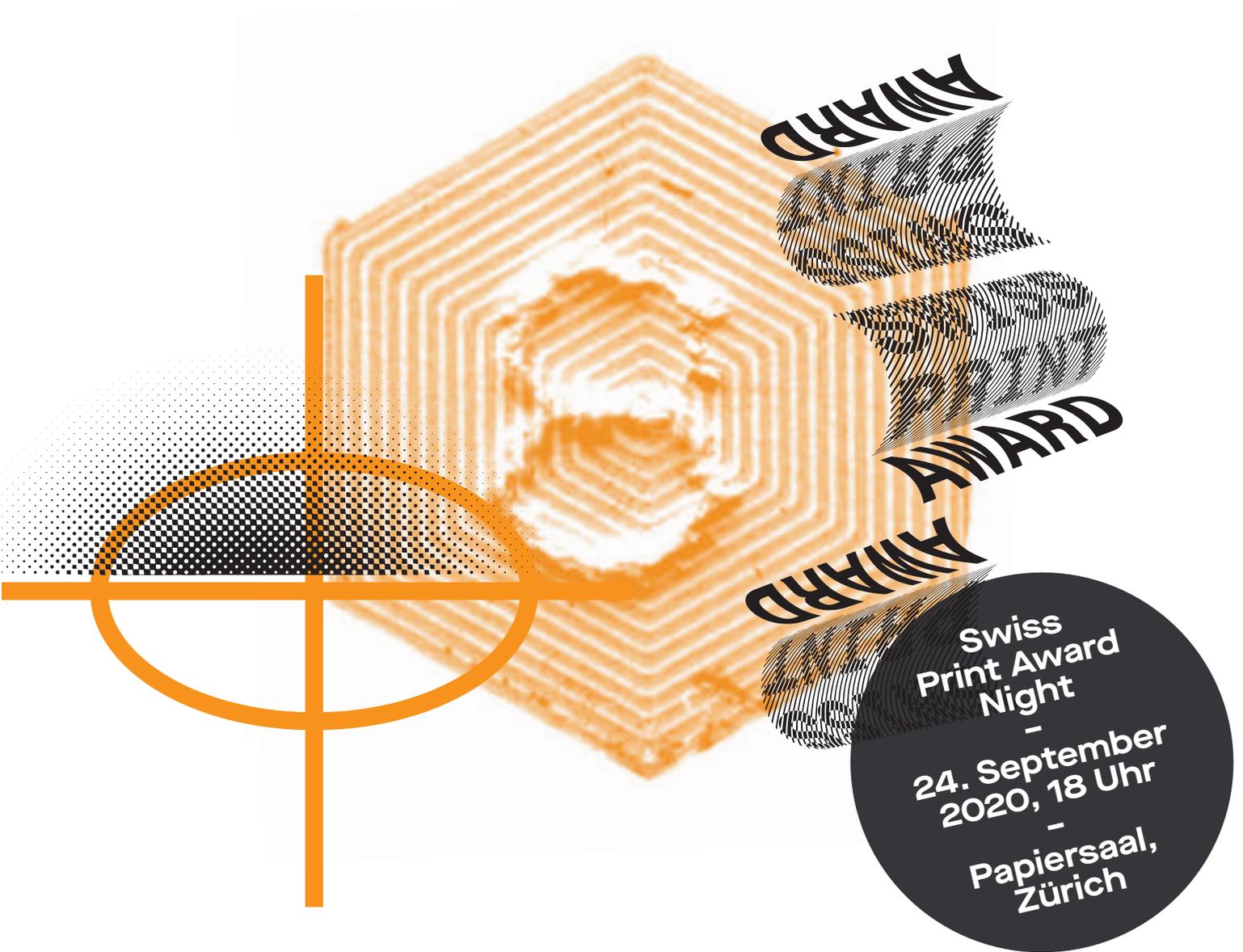
Der Spezialchemiekonzern *Altana* hat den Erwerb des Überdrucklack-Spezialisten *Schmid Rhyner AG* vollzogen. *Schmid Rhyner* gehörte bislang zur schweizerischen *Conzzeta Gruppe*. Der Zukauf war am 20. Dezember 2019 angekündigt worden. Die *Schmid Rhyner AG* wird in den *Altana* Geschäftsbereich *Actega* integriert, der hierdurch einen strategischen Ausbau erfährt. *Schmid Rhyner* wurde 1880 gegründet. Mit Hauptsitz im schweizerischen Adliswil und einer Tochtergesellschaft in New Jersey (USA) vertreibt das Unternehmen mit knapp 80 Mitarbeitern seine Produkte weltweit in über 100 Ländern und hat 2018 einen Umsatz von rund 50 Mio. € erzielt. Die *Schmid Rhyner AG* ist auf Lösungen im Bereich der Druckveredelung und des Digitaldrucks spezialisiert. Neben dem Schutz von Verpackungen erzielen die Produkte auch eine Vielzahl optischer Effekte. «Wir freuen uns, unsere neuen Kolleginnen und Kollegen begrüßen zu können. Gemeinsam wollen wir unseren Kunden zukünftig ein noch breiteres und passgenaueres Lösungs- und Produktportfolio im Verpackungs- und Druckbereich anbieten», so *Actega* Geschäftsbereichsleiter THORSTEN KRÖLLER. > www.actega.com > www.altana.de > www.schmid-rhyner.com

ANMELDESCHLUSS

24. April 2020

ONLINE

swiss-print-award.ch



Swiss
Print Award
Night
–
24. September
2020, 18 Uhr
–
Papiersaal,
Zürich

Jeder, der an einer Schweizer Drucksache beteiligt ist, kann diese für den Swiss Print Award einreichen. Ausgezeichnet werden Arbeiten, die Lust auf Print machen und das Gedruckte in seiner zentralen Bedeutung innerhalb des Medienmix' bestätigen und stärken. **Online-Anmeldeschluss ist der 24. April 2020:** swiss-print-award.ch

Sponsoren

DRUCKMARKT



swiss
design
schools

PUBLISHER

brülisauer
print finishing

Canon

WERBEWOCHE

kasimir meyer

TOLLKIRSCH
creative Agentur

antalis
Just ask Antalis

HEIDELBERG

KOENIG & BAUER

persönlich

CMSXOB

medienjobs.ch

MARKETING &
KOMMUNIKATION

swiss print+
communication



KOENIG & BAUER DIE KRÄFTE IM KONZERN STÄRKER BÜNDELN

Bereits vor dem Ausbruch des Coronavirus waren die weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen anspruchsvoll. Angesichts der sich täglich verschlechternden Lage durch das Virus sind die Auswirkungen auf *Koenig & Bauer* und das Erreichen der Planziele derzeit offen. Für 2020 wird ein gegenüber dem Vorjahr weitgehend stabiler Konzernumsatz anvisiert.

Mit seiner Fokussierung auf den Wachstumsmarkt Verpackung sieht sich *Koenig & Bauer* auf Kurs, um die Abhängigkeit vom volatilen und von Grossprojekten dominierten Wertpapierdruck zu reduzieren. Durch die Akquisitionen von *Iberica* und *Duran*, das Joint Venture mit *Durst* sowie verschiedene Partnerschaften im Software-Bereich wurde das Portfolio für die Verpackungsdruckmärkte weiter ausgebaut.

Nachdem 2019 nicht alle im Wertpapier- und Metalldruck erwarteten Aufträge vergeben wurden, lagen Auftragseingang und -bestand unter den Vorjahreswerten. Beim Konzernumsatz wurde mit 1.218,5 Mio. € das Vorjahresniveau nahezu erreicht (2018: 1.226,0 Mio. €).

«Die von uns adressierten Märkte mit dem strukturell wachsenden Verpackungs- und Industriedruck sind intakt. Wachstum setzt allerdings konjunkturell normale Jahre voraus. Angesichts der hohen

Veränderungsdynamik in der Industrie und aufgrund der konjunkturellen Unsicherheiten haben wir beschlossen, erheblich in die Reduzierung der Herstellungskosten zu investieren und unsere Kräfte im Konzern stärker zu bündeln», führt



Koenig & Bauer-CEO CLAUDIUS BOLZA-SCHÜNEMANN aus. «Mit den Massnahmen des Effizienzprogramms Performance 2024 wollen wir uns unabhängig

von der Konjunktur und wettbewerbsfähiger für die Zukunft aufstellen.»

Per Saldo wurde mit dem Konzern-EBIT von 56,0 Mio. € eine Marge von 4,6% und ein Ergebnis von 38,4 Mio. € erreicht.

Entwicklung in den Segmenten

Neben deutlich mehr Serviceaufträgen führten höhere Maschinenbestellungen im Gross- und

Mittelformat zu einem Zuwachs des Auftragseingangs bei Sheetfed um 8,9% auf 625,3 Mio. €. Der Umsatz legte gegenüber 2018 um 2,6% auf 631,8 Mio. € zu. Der Auftragsbestand blieb auf einem guten Niveau. Bei Digital & Web lag der Auftragseingang mit 144,9 Mio. € um 18,0% unter dem Vorjahreswert. Neben dem rückläufigen Rollenoffset-Servicegeschäft waren geringere Bestellungen im flexiblen Verpackungsdruck für diesen Rückgang ausschlaggebend. Der Umsatz ist um 7,4% auf 164,6 Mio. € gestiegen. Bei Special lag der Auftragseingang mit 406,7 Mio. € unter dem durch einen Grossauftrag im Wertpapierdruck beeinflussten Vorjahreswert von 505,1 Mio. €. Nach 491,5 Mio. € im Vorjahr wurde ein Umsatz von 463,9 Mio. € erzielt.

Nach einer Erprobungsphase der neu entwickelten Bogen-Flexomaschine *CorruCut* für den analogen Direktdruck auf Wellpappe hat der Entwicklungspartner *Klinge* die Maschine abgenommen. Mittlerweile produziert die Anlage zweischichtig im *Klinge*-Werk in Delmenhorst bei Bremen. Mit

der Bestellung einer *CorruFlex* durch *Thimm Packaging Systems* erhielt *Koenig & Bauer* einen wichtigen Folgeauftrag im Wellpappen-druck.

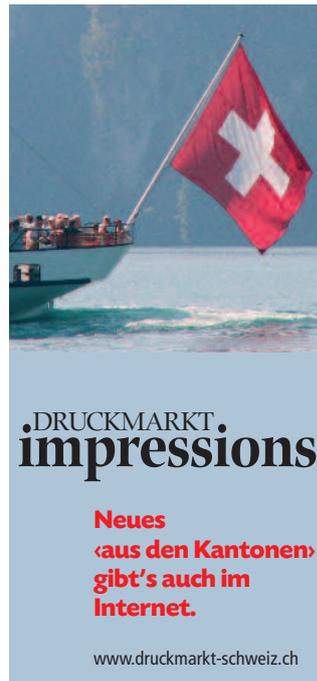
Für den digitalen Dekordruck gab *Interprint* die dritte *RotaJet*-Anlage in Auftrag. Mit dem sechsten Maschinenverkauf für den digitalen Dekordruck und dem Auftrag von *Tetra Pak* für den digitalen Getränkekartondruck ist die *RotaJet* im Markt besonders erfolgreich.

Ebenfalls gute Früchte trägt die 2016 gestartete Serviceinitiative. Der Service-Umsatzanteil konnte im *Koenig & Bauer*-Konzern von 25,9% im Vorjahr auf 28,2% ausgebaut werden.

Allerhöchste Priorität hat derzeit der Umgang mit möglichen Konsequenzen aus der Corona-Krise.

Wert von Verpackungen wird anerkannt

«Nachdem *Koenig & Bauer Flexotecnica* in Italien als systemrelevant eingestuft wurde und somit funktionsfähig bleiben darf, freut es uns, dass das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft Betriebe zur Herstellung von Verpackungen und Verpackungsmaterial



DRUCKMARKT impressions

Neues «aus den Kantonen» gibt's auch im Internet.

www.druckmarkt-schweiz.ch

explizit als kritische und somit als systemrelevant aufführt. Der Wert von Verpackungen wird also anerkannt», sagt *CLAUS BOLZA-SCHÜNEMANN*.

Neue Vorstände berufen

Der Aufsichtsrat der *Koenig & Bauer AG* hat mit *MICHAEL ULVERICH* und *DR. STEPHEN M. KIMMICH* zwei neue Vorstandsmitglieder bestellt.

MICHAEL ULVERICH übernimmt ab dem 15. April 2020 das neue Vorstandsressort des Chief Operating Officers. Zu seinen Aufgaben zählen Materialwirtschaft, Einkauf, Logistik sowie die Produktionsgesellschaften «Industrial» in Würzburg und Radebeul sowie das Tochterunternehmen in Frankenthal. *ULVERICH* war zuletzt Managing Director und COO bei *Krauss-Maffei-Wegmann*.

DR. KIMMICH übernimmt ebenfalls zum 15. April die Aufgaben des Finanzvorstands. Er war zuletzt CFO von *Joyson Safety Systems* und Managing Director der *Joyson Safety Systems Germany*. *DR. KIMMICH* folgt auf *DR. MATHIAS DÄHN*, der das Unternehmen zum 30. April 2020 verlässt.

Um die eingeleitete Offensive zur Digitalisierung weiter zu forcieren, hat der Aufsichtsrat zudem den Vorstand *RALF SAMMECK* beauftragt, zusätzlich zu seinen bisherigen Aufgabengebieten die konzernweite Koordination der digitalen Transformation zu übernehmen.

> www.koenig-bauer.com



Qualität made in Switzerland

Hier ausführliche Beratung 058 551 15 27

graphax
IT Services
Document Solutions

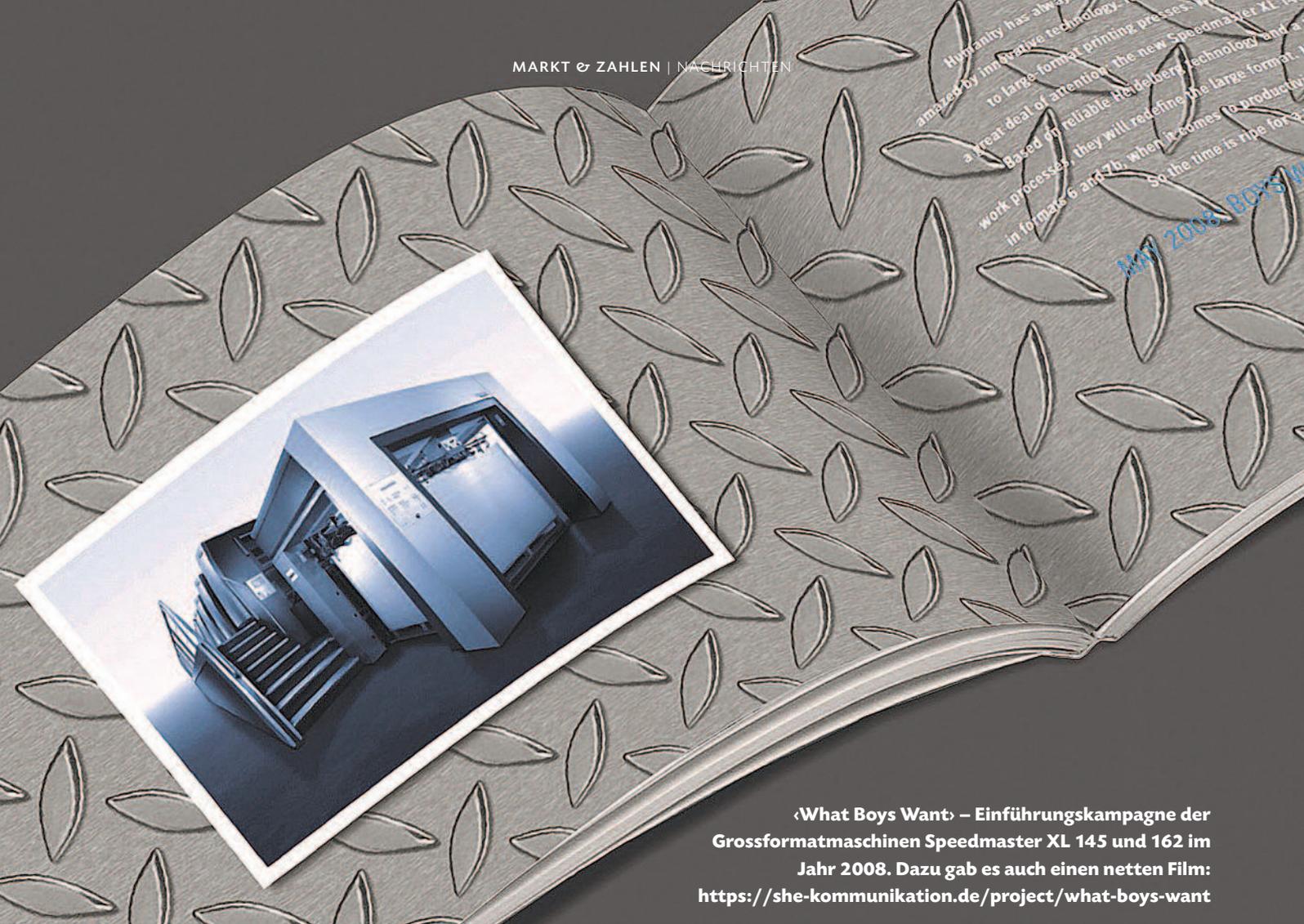
www.druckshop2go.ch



SHOP2GO

Graphax AG - Riedstrasse 10 - 8953 Dietikon

Ihr eigener Online-Druckshop – schnell - kostengünstig - effektiv!



«What Boys Want» – Einführungskampagne der Grossformatmaschinen Speedmaster XL 145 und 162 im Jahr 2008. Dazu gab es auch einen netten Film: <https://she-kommunikation.de/project/what-boys-want>

HEIDELBERG EIN UNGEWÖHNLICH HARTER SCHNITT

Es wurde zwar geschickt umspielt, doch es machte schon ein wenig stutzig, dass sich *Heidelberg* auf seiner pre-*drupa*-Pressekonferenz, die einen Tag vor der Verschiebung der *drupa 2020* über die Bühne ging, kaum zur *Primefire 106* und schon gar nicht zu den Grossformatmaschinen äusserte. Seit 17. März wissen wir auch, warum.

Der zweiköpfige Vorstand der *Heidelberger Druckmaschinen AG* hat harte Massnahmen ergriffen, um, wie es heisst, die Strukturkosten zu reduzieren und die Profitabilität des Unternehmens zu verbessern. Mit anderen Worten: Der Druckmaschinenbauer wird einmal mehr umgebaut. Und zwar radikal. Kostensenkungen und eine verbesserte Profitabilität sind das Ziel. Dazu will das Unternehmen verlustbringende Produktlinien

einstellen und bis zu 2.000 Arbeitsplätze weltweit abbauen. *Heidelberg* wäge einen «Befreiungsschlag», betonte der Vorstandschef RAINER HUNSDÖRFER in einer Telefonkonferenz am 18. März. Künftig soll Profitabilität und nicht mehr Umsatzwachstum im Mittelpunkt stehen. Dazu stellt der Konzern auch die Finanzierung neu auf. «Die Neuausrichtung von *Heidelberg* ist ein einschneidender Schritt, der auch



mit schmerzhaften Massnahmen einhergeht. So schwer uns die Entscheidung gefallen ist, so notwendig ist sie, um *Heidelberg* wieder auf die Erfolgsspur zu bringen», so HUNSDÖRFER.

Primefire und Grossformatdruck sind Vergangenheit
«Indem wir unprofitable Produkte einstellen, legen wir unseren profitablen Kern frei», fährt der CEO fort. *Heidelberg* will sich bei seiner Neuausrichtung auf das

«rentable Kerngeschäft» konzentrieren, das eine Marge von über 8% erwirtschaftet. Von Produkten, «die deutlich zu wenig Ertragskraft generieren und mit einem jährlichen Verlust von rund 50 Millionen Euro die Profitabilität des Unternehmens erheblich belasten», wird sich *Heidelberg* trennen. So habe sich der Markt für die Digitaldruckmaschine *Primefire 106* «deutlich langsamer entwi-

ckelt als angenommen». Auch im Bogenoffset-Grossformat blieben die Verkäufe deutlich hinter dem angestrebten Umsatz zurück. Noch 2007 hatte *Heidelberg* für den Einstieg in diese für den Druckmaschinenhersteller neue Maschinenklasse eine komplett neue Montage-Halle gebaut. Bis Ende 2020 soll die Produktion der Maschinen jedoch eingestellt werden.

Das gilt auch für die *Primefire 106*. Die digitale Bogenmaschine im Formatbereich 70 x 100 cm war zur *drupa 2016* offiziell vorgestellt worden und ging seither bei erst zehn Pilotanwendern und als Serienmaschine in Betrieb. Dabei



hat die Digitaldruckmaschine, wie Finanzvorstand MARCUS A. WASSENBERG bestätigt, Entwicklungskosten von bislang mindestens rund

150 Mio. € verschlungen. Eine Weiterentwicklung der Maschinen-Plattform hätte weitere und erhebliche Entwicklungskosten verschlungen.

Durch den Wegfall der beiden Produktsegmente rechnet *Heidelberg* mit nur geringen Auswirkungen auf den Gesamtumsatz. Die *Primefire 106* und die beiden Grossformatmaschinen *Speedmaster XL 145* und *162* bringen nach Aussage von HUNSDÖRFER nur etwa 50 Mio. € Jahresumsatz – aber auch Verluste in gleicher Höhe.

Mehr Liquidität durch Pensions-Fond

Heidelberg geht zudem aber noch einen weiteren ungewöhnlichen Weg. Durch den Zugriff auf Liquiditätsreserven in Höhe von etwa 375 Mio. € aus dem 2005 gegründeten *Heidelberg Pension-Trust* erhöht *Heidelberg* die Liquidität. «Wir befreien uns damit in einem Schritt von der drückenden Schuldenlast», sagt WASSENBERG. «Damit machen wir uns kurzfristig krisenfest und verbessern die Profitabilität, um die nun angekündigte Neuausrichtung voranzutreiben.»

Das Finanzierungskonzept werde von den Arbeitnehmervertretern, der Gewerkschaft und allen kreditgebenden Banken mitgetragen. Diese Massnahme habe jedoch keine negative Auswirkung auf bestehende und künftige Pensionsansprüche.

Geschäftsjahr 2019/20 stark beeinträchtigt

Der Grossteil der Neuausrichtung wird im *Heidelberg*-Geschäftsjahr 2020/2021, das am 1. April 2020 begonnen hat, eingeleitet, sodass sich in dem laufenden Geschäftsjahr nochmals ein negatives Ergebnis einstellen könnte. Substantielle positive Effekte der Neuausrichtung werden erst ab dem Geschäftsjahr 2021/2022 erwartet. Das Massnahmenpaket soll ein operatives Ergebnis ohne Restrukturierungsaufwand von

100 Mio. € ermöglichen – es wird das Ergebnis des Geschäftsjahres 2019/2020 aber auch mit rund 300 Mio. € belasten. Diese Aufwendungen und das wegen des Coronavirus nicht einschätzbare wirtschaftliche Umfeld werden *Heidelberg* zufolge das Geschäftsjahr 2019/2020 weit stärker beeinträchtigen als erwartet. So müsse damit gerechnet werden, dass der Umsatz deutlich unter dem Vorjahreswert von 2,5 Mrd. € liegen werde und die bisher prognostizierten Zahlen allesamt nicht mehr erreicht werden könnten.

Rückenwind am Aktienmarkt

Der Aktie verliehen die Ankündigungen indes Rückenwind. Das Papier legte zwischenzeitlich um mehr als 20% zu. Die Restrukturierung mit dem Fokus Profitabilität, vor allem aber die Rückführung der Schulden, werden offenbar positiv bewertet.

Die grosse Frage, die auch an den Finanzmärkten diskutiert wird, ist die, ob es der *Heidelberger Druckmaschinen AG* in der Coronakrise gelingt, das Ruder herumzulenken und wie sich das Unternehmen nach der Krise weiterentwickeln wird? Zumindest im Moment geben Finanz-Portale die Empfehlung aus, die Aktien zu halten.

> www.heidelberg.com

Marginalie

Dass sich *Heidelberg* von zwei Prestige-Objekten trennt, ist ein mutiger Schritt. Dafür wird Rainer Hunsdörfer nun von vielen Seiten kritisiert. Doch er kennt das Unternehmen wohl weit besser als wir in unseren Redaktionsstuben. Wenn er einräumt, *Heidelberg* habe die Kapazitäten für eine Unternehmensgrösse von gut und gerne 3,0 Mrd. € und zugleich feststellt, dass ein Wachstum auf diese Grösse in einem stagnierenden Markt unrealistisch sei, weiss er, wovon er spricht. Deshalb erscheint dieser harte Schnitt richtig. Ob *Heidelberg* jedoch mit Geschäftsmodellen wie Subskription wachsen kann, ist eine Frage, die zurzeit nur schwer zu beantworten ist. Aber Wachstum steht ja eh nicht mehr im Zentrum der Überlegungen. Die Schwerpunkte liegen auf integrierten Systemlösungen für Maschinen, Software, Consumables und Performance-Services. Die Vision ist, das hat Rainer Hunsdörfer mehrfach erläutert: Eine branchenübergreifende und IoT-basierte Plattform zu schaffen, auf der sämtliche Kunden-Lieferanten-Beziehungen automatisiert abgewickelt werden. Das könnte in der Tat eine Perspektive sein – wenn wir den Virus erst einmal hinter uns gelassen haben sollten.



CORONA-PANDEMIE

ÜBERNAHME VON HP DURCH XEROX GEPLATZT



Es gibt zurzeit nur wenige Nachrichten, die nicht auch mit dem Coronavirus zu tun hätten. Die aus der Pandemie resultierenden Marktturbulenzen haben *Xerox* dazu bewogen, die geplante feindliche Übernahme von *HP* abzublasen. *Xerox* werde auch nicht weiter versuchen, seine Kandidaten für den Verwaltungsrat von *HP* durchzusetzen. *Xerox* bezeichnete den Schritt als enttäuschend, aber notwendig, um sich auf die Bewältigung der Krise konzentrieren zu können.

Bildquelle: Belchonok | 123rf.com

Xerox versichert in einer Unternehmensmitteilung: «Wir stellen die Gesundheit, die Sicherheit und das Wohlergehen unserer Mitarbeiter, Kunden und Partner sowie unsere Reaktion auf die Pandemie über alle anderen Erwägungen.» Dennoch sei *Xerox* weiterhin davon überzeugt, dass eine Kombination beider Unternehmen finanzielle und strategische Vorteile biete. *Xerox* hatte 35 Mrd. Dollar für das deutlich grössere Unternehmen *HP* geboten, das etwa sechsmal so viel Jahresumsatz macht. Der Konzern hätte die Übernahme grösstenteils durch neue Schulden finanzieren müssen. Doch möglicherweise hat nicht nur die aktuelle finanzielle Unsicherheit durch die Coronakrise die Übernahme unmöglich gemacht, auch die direkten Auswirkungen der Pandemie auf das Geschäft der beiden Unternehmen dürften eine Rolle gespielt haben.

Xerox verkauft vor allem Office-Drucker, die in den Büros zurzeit kaum gebraucht und schon gar nicht gekauft werden. *HP* könnte dagegen mit seinem Angebot an PCs, Laptops und eher kleinen Druckern vom Trend zum Homeoffice profitieren. Zwei Drittel seines Umsatzes macht *HP* mit solchen Produkten. Der Rückzug von *Xerox* wird in der Wirtschaftspresse als Sieg für *HP*-Chef ENRIQUE LORES gewertet, der das im November 2019 vorgelegte Übernahmeangebot als zu niedrig abgelehnt hatte. Im Februar hatte *Xerox* sein Angebot noch einmal erhöht und eine feindliche Übernahme angekündigt. Nun gibt sich LORES, der *HP* seit November führt, zuversichtlich, dass *HP* die Krise auch allein überstehen kann. *HP* verfügt nach seiner Aussage über Liquidität und eine Bilanz, die es ermöglichte, unvorhergesehene Herausforderungen wie die Pandemie zu bewältigen «und uns gleichzeitig

strategische Optionen für die Zukunft offenzuhalten», so LORES.

Wie geht es weiter?

Dennoch stellt sich die Frage, wie es weiter gehen wird? Lässt man die Maschinen für die grafische Industrie und der dahinterstehende Markt mit seinen Click-Kosten, Services etc. einmal beiseite (der dürfte bei der angezettelten Übernahmeschlacht ohnehin nur eine untergeordnete Rolle gespielt haben) ist es der Office-Markt, der bei beiden Unternehmen den Löwenanteil ausmacht. Beide Unternehmen leiden in den Office-Märkten jedoch unter dem rückgängigen Druckvolumen. Nicht umsonst hatte sich *Hewlett Packard* 2015, um an Stärke zu gewinnen, in IT-Dienstleistungen (Server, Cloud-Angebote etc.) mit dem Namen *Hewlett Packard Enterprise* und in die PC- und Druckersparte *HP Inc.* aufgespalten.

Xerox folgte diesem Weg und splittete sich Ende 2016 in Digitaldruckmaschinen sowie Services rund um Drucktechnik und in IT-Geschäftsdienstleistungen unter dem Namen *Conduent* auf. Jetzt gibt es für *Xerox* und *HP* eigentlich nur die Möglichkeit, in den rückläufigen Office-Märkten weiter vor sich hinzuwursteln und abzuwarten, wie sich die Branchensegmente nach Corona entwickeln. Da mit Wachstum eher nicht zu rechnen ist, würde das ein weiteres Schrumpfen beider Unternehmen bedeuten. Oder sie bündeln ihre Kräfte dennoch und einvernehmlich. Denn echten Wettbewerb gibt es zwischen *HP* und *Xerox* eigentlich nur im Office-Segment. Ein wie auch immer gearteter Zusammenschluss könnte den Unternehmen frischen Schwung verleihen.



SCHWACHES JAHR Deutsche Papierindustrie

2019 verlief für die deutsche Papierindustrie unbefriedigend. Die Branche stellte rund 22 Mio. Tonnen Papier, Karton und Pappe her, 2,7% weniger als im Vorjahr. Während Verpackungspapiere und -karton mit einem Plus von 0,7% noch ein leichtes Wachstum verzeichneten, fiel die Produktion grafischer Papiere 2019 um 8,3%. Verpackungspapiere machen mittlerweile 55% des Produktionsvolumens aus, grafische Papiere nur noch rund 32%. Hygienepapiere (-0,6%) gaben in der Produktion ebenfalls leicht nach. Auch Technische und Spezialpapiere, die eine Vielzahl von Produkten umfassen, wiesen ein Minus von 2,8% auf. Die Anteile der beiden Sortengruppen an der Produktion liegen bei knapp 7% beziehungsweise 6%. Der Branchenumsatz fiel um 6,6% auf 14,3 Mrd. €. Dabei zeigten sich die grafischen Papiere mit -2,1% beim Umsatz weniger schwach als die Verpa-

ckungspapiere, die beim Umsatz ein Minus von 10,9% verzeichnen mussten. Die Zahl der Beschäftigten in der deutschen Zellstoff- und Papierindustrie war mit -1,7% aufgrund einzelner Schliessungen nur leicht rückläufig. Sie liegt jetzt bei 39.850.
> www.vdp-online.de

FRISCH POSITIONIERT Berberich: neuer Markenauftritt

Es sind gleich zwei Logos, die den Start einer neuen Ära für den Heilbronner Papiergrosshändler *Berberich* markieren. Im Februar wurden die beiden Geschäftsbereiche *Berberich Papier* und *Berberich Systems* auf den neuen Auftritt umgestellt. Geschäftsführer HEINZ KÖNIG sieht in diesem Schritt erst den Anfang einer auf Jahre angelegten Markenstrategie. «Die neuen Logos sind dabei nur erste sichtbare Vorzeichen, dass wir für die Zukunft gerüstet sind. Die optische Veränderung der beiden Marken ist Ausdruck und Folge von

Strukturanpassungen, mit denen wir die Weichen für das kommende Jahrzehnt stellen.» Mehrere Anzeigenmotive bringen die Positionierung der Marke *Berberich Papier*, wie Marketingleiterin BRITTA KETZLER betont, «mal charmant, mal mit Augenzwinkern und immer authentisch rüber. Der neue Markenclaim «Perfekt übergebracht auf *Berberich Papier*» setzt das selbstbewusste und doppelsinnige Ausrufezeichen hinter unsere Botschaft». > www.berberich.de

GBH UND GC Zusammenarbeit in der Krise

Um Unternehmen der Druck- und Medienindustrie Hilfestellungen in der Coronakrise zu bieten, bündeln der auf Druckereien spezialisierte Versicherungsmakler *Gayen & Berns Homann GmbH* und der Unternehmensberater *GC Graphic Consult* ihre Kräfte. Idee der Zusammenarbeit ist es, von der Pandemie betroffenen Firmen gezielte Informationen und Unterstützung

bei der Unternehmensführung zur Verfügung zu stellen. Im Fokus der Beratung steht auch die Frage, welche Chancen sich aus der Krise für die Unternehmen ergeben.
> www.gbh.de
> www.graphicconsult.de

FUSION Druckerei Wolf in neuen Händen

Die *Druckerei Wolf* in Ingelheim geht rückwirkend zum 31. Dezember 2019 in die Hände des *Druckhaus Seibert* mit Sitz in Osthofen. Durch den Zusammenschluss kann die *Druckerei Wolf* neben der Produktion in Ingelheim nun auf zusätzliche Maschinenkapazitäten zugreifen. *Wolf* bringt Kompetenzen im digitalen Umfeld mit. Die hauseigene Entwicklungsabteilung erstellt Shops, Kundenportale und E-Commerce-Systeme. Zudem gehören Portale wie *Mappen24.de* und *Wolf-Manufaktur.de* zum Portfolio. Das *Druckhaus Seibert* bedient mit seinem modernen Maschinenpark Kunden aus der Pharmaindus-

trie. Durch die Fusion wird das Unternehmen zu einer der grössten Druckereien in Rheinhessen.

MONDI Produktionslinie umgestellt

Mondi wirkt während der Corona-Pandemie bei der Herstellung wichtiger Materialien mit. Das Team bei *Mondi Personal Care Components* stellt eine Produktionslinie im Werk Gronau in Deutschland so um, dass sie elastische Haltebänder herstellt, die für Gesichtsmasken verwendet werden können. Das Werk in Gronau beschäftigt sich normalerweise mit Materialien für Hygieneprodukte. Jetzt stellt das Werk eine seiner Fertigungslinien für die Herstellung eines dreilagigen, laminierten Haltebandes um. Die Bänder liefert *Mondi* an Kunden, die Masken herstellen, auf Rollen. Das elastische Material ersetzt ein Gummiband, wodurch die Arbeitsgeschwindigkeit der Maschinen vervielfacht wird.

BUCHBINDEREI GROLLIMUND

Binden ist Vertrauenssache

Buchbinderei Grollimund AG
Industriestrasse 4, CH-4153 Reinach BL
T +41 61 717 70 70, www.grolli.ch

