MEHRHEITSÜBERNAHME Die beiden 50%-Aktionäre *AZ Medien AG* und *NZZ* haben vereinbart, ihre Beteiligungsverhältnisse an *CH Media* neu zu ordnen. *AZ* wird künftig mit 65%, *NZZ* mit 35% an *CH Media* beteiligt sein. Wie die Unternehmen mitteilen, soll die Anpassung im 1. Quartal 2023 erfolgen.

FUSION UND UMFIRMIERUNG Alle Gesellschaften der *technotrans SE*, mit Ausnahme der auf technische Dokumentationen spezialisierten *gds GmbH*, firmieren jetzt unter der Dachmarke *technotrans*. Zudem hat der Technologiekonzern die Fusion der Gesellschaften *technotrans SE* und *KLH Kältetechnik GmbH* sowie *technotrans solutions GmbH* und *Reisner Cooling Solutions GmbH* abgeschlossen. Die *termotek GmbH* firmiert fortan als *technotrans systems GmbH*. Das Produkt- und Technologieportfolio bleibt bestehen und wird weiter ausgebaut. Mit diesen Massnahmen wurde die One-Brand-Strategie umgesetzt und *technotrans* bündelt seine Kompetenzen.

FRISCHES KAPITAL Cloudprinter, global operierende API-Plattform zur Druckjob-Vermittlung, erhält eine weitere Anschubfinanzierung. In einer zweiten Investitionsrunde sicherte sich das Unternehmen nach einer 3-Mio-€-Finanzierung im Jahr 2019 jetzt weitere 7 Mio. €. Cloudprinter.com verwaltet und erfüllt Druckaufträge für seine Kunden rund um den Globus mit einem Produktionsnetzwerk, das aus mehr als 170 Druckpartnern bestehen soll.

KONJUNKTURTELEGRAMM Die Inflation, hohe Energiepreise und die Möglichkeit einer kompletten Einstellung der Gaslieferungen aus Russland trüben die Geschäftserwartungen der Druckindustrie und schüren Sorgen vor einer Rezession. 49% der für das bvdm-Konjunkturtelegramm Befragten rechneten mit einer weiteren Verschlechterung der Geschäftslage in den nächsten sechs Monaten, 49% erwarteten eine gleichbleibende Geschäftslage, während nur 2% von einer Verbesserung ausgehen. Aufgrund der hohen Inflation, gestiegenen Kosten und einer drohenden Rezession sei zu befürchten, dass eine fallende Nachfrage zu Auftragsrückgängen und sinkenden Umsätzen führe. Zudem sei die Branche bei einer Gas-Mangellage doppelt betroffen, so der bvdm: Zum einen sei das im Produktionsprozess verwendete Gas schwer zu substituieren, zum anderen sei die Versorgung mit grafischen Papieren nicht sichergestellt.

HEIDELBERG

POSITIVER START INS NEUE GESCHÄFTSJAHR

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat im 1. Quartal des Geschäftsjahrs 2022/23 von der Markterholung in fast allen Regionen profitiert und legte beim Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 20% auf 530 Mio. Euro zu.



Blick in die Bogenoffset-Montage am Standort in Wiesloch-Walldorf. Mir einem Plus von 28% wuchs das Segment Packaging Solutions mit Bogenoffsetmaschinen besonders stark. (Bildquelle: Heidelberger Druckmaschinen AG)

Das Plus sei im Wesentlichen auf gestiegene Auslieferungen von Neumaschinen zurückzuführen. Besonders positiv entwickelten sich nach Angaben von Heidelberg die Regionen Europa und Nordamerika. China war aufgrund der Lockdowns in den wirtschaftlich relevanten Metropolen schwächer als im Vorjahr. Durch den höheren Umsatz und die fortschreitende Senkung der Strukturkosten habe Heidelberg das operative Ergebnis (EBITDA) im 1. Quartal um 20 Mio. € auf 35 Mio. € verbessert. Zudem habe man die Steigerungen bei den Materialkosten weitergegeben.

«Der positive Start ins neue Geschäftsjahr lässt uns vorsichtig optimistisch nach vor-



ne blicken», sagte Dr. Ludwin Monz, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. «Wenn sich die konjunkturellen Rahmenbedingungen

nicht verschlechtern, sind wir zuversichtlich, unsere Jahresziele zu erreichen.» Heidelberg geht von einer Umsatzsteigerung auf rund 2,3 Mrd. € (2021/22: 2,183 Mrd. €) aus. Auch die Profitabilität soll sich weiter verbessern.

Mit 607 Mio. €. kehrte der Auftragseingang im 1. Quartal auf das Niveau von 2019/2020 vor Beginn der Corona-Krise zurück – obwohl das Chinageschäft durch den zweimonatigen Covid-19-Lockdown in Shanghai gebremst wurde und der Krieg in der Ukraine zu einer schwächeren Nachfrage in Osteuropa führte. Der Auftragsbestand stieg im 1. Quartal um 15% und betrug zum 30. Juni 969 Mio. € (Vorjahr: 840 Mio. €).

Alle Segmente konnten im Berichtszeitraum ihre Umsätze steigern. Der Bereich *Packaging Solutions* wuchs dabei mit einem Plus von rund 28% besonders stark. Auch im Bereich Elektromobilität wurden Auftragseingang und Umsatz gesteigert.

Beim operativen Ergebnis (35 Mio. € gegenüber 15 Mio. € im Vorjahr) wirkte sich das gestiegene Umsatzvolumen und der Verkauf eines Grundstückes in St. Gallen mit einem Ertrag im zweistelligen Millionen-Bereich aus. Belastend waren die gestiegenen Materialkosten sowie die zeitweise Schliessung des Werks in Shanghai. Das Ergebnis nach Steuern lag bei 5 Mio. € (Vorjahr: –14 Mio. €).

HEIDELBERGDruck plus Neugeschäft

Anlässlich der virtuellen Hauptversammlung der Heidelberger Druckmaschinen AG für das Geschäftsjahr 2021/2022 betonte der Vorstandsvorsitzende



DR. LUDWIN MONZ: «Für Heidelberg gilt es, in Zukunft eine ausgewo-

gene Balance zwischen der Weiterentwicklung des Kerngeschäftes Druck und dem Aufbau von Neugeschäften zu finden». Entsprechend werde der Konzern bei seiner Strategie zweigleisig fahren. Heidelberg will weiterhin einer der Technologieführer im Druck sein und damit den finanziellen Spielraum für die Expansion in neue Felder wie Elektromobilität weiter schaffen.

In diesem Zusammenhang teilte der Konzern mit, dass in den beiden vergangenen Geschäftsjahren mit der finanziellen und strategischen Neuaufstellung des Unternehmens gute Voraussetzungen für eine positive Entwicklung geschaffen worden seien. Die gute Auftragslage und der hohe Auftragsbestand stimmten Heidelberg zuversichtlich, auch wenn die weltwirtschaftliche und politische Lage zur Achtsamkeit mahnten. Unter der Annahme einer stabilen weltwirtschaftlichen Entwicklung erwartet Heidelberg für das Geschäftsjahr 2022/23 Wachstum, eine Verbesserung der Marge und ein verbessertes Nachsteuerergebnis.

KOENIG & BAUER

DEUTLICH GESTIEGENER AUFTRAGSEINGANG

Koenig & Bauer sieht sich nach dem ersten Halbjahr gut aufgestellt und steigt mit der Übernahme von 49% der Celmacch Group noch intensiver in den Wellpappenmarkt ein.



Mit ‹un:boxing› zeigt Koenig & Bauer ein Phänomen unserer Zeit, das die Verwobenheit von digitaler und analoger Welt so gut zeigt wie kaum ein anderes: Ein online bestelltes Produkt wird ausgepackt, während die Kamera läuft – das Video wird hochgeladen, konsumiert, geteilt und geliked.

Koenig & Bauer meldet für das erste Halbjahr 2022 einen um 13% gegenüber Vorjahr gestiegenen Auftragseingang. Der Konzernumsatz lag nach sechs Monaten mit 491,8 Mio. € auf dem Niveau des Vorjahres. «Trotz aller Unwägbarkeiten und temporären Effekte sehen wir uns gut aufgestellt und richten unser Geschäftsmodell weiterhin strategisch am wachsenden Markt für Verpackungen aus», kommentiert Vorstandssprecher Dr. Andreas Plesske die Lage.

Zu dem auf 692,9 Mio. € gestiegenen Auftragseingang hat der Zuwachs in den Segmenten Sheetfed (Bogendruck) um rund 22% und bei Digital & Webfed um 46% beigetragen. Der Auftragsbestand weist zum 30. Juni mit rund 1 Mrd. € einen der höchsten in der jüngsten Unternehmensgeschichte aus, teilt Koenig & Bauer mit.

Nach Einschätzung des Koenig & Bauer-Vorstands bleibt das zweite Halbjahr von grossen Unsicherheiten geprägt. Die Entwicklung der weltweit gestörten Lieferketten sei ebenso unvorhersehbar wie die geopolitische Lage und die hohe Inflation in Europa und den USA. Hinzu komme

der aktuell nicht abschätzbare pandemische Verlauf in den Wintermonaten.

Die geplante Auslieferung der Maschinen für die zweite Jahreshälfte 2022 stelle vor dem Hintergrund der globalen Lieferkettensituation eine grosse Herausforderung für Koenig & Bauer dar. Daher sei zurzeit «keine verlässliche Konkretisierung der Jahresprognose 2022 möglich». Koenig & Bauer geht beim operativen Konzernumsatz für 2022 von einem leichten Anstieg gegenüber dem Vorjahr aus.

Diesen Weg verfolgt Koenig & Bauer nun gemeinsam mit der Celmacch Group S.r.l., einem italienischen Hersteller von Flexo-Druckmaschinen und Rotationsstanzen für die Wellpappen-Industrie. Koenig & Bauer adressiert den Wellpappenmarkt, der wertmässig den grössten Anteil am Gesamtmarkt für Verpackungen ausmacht, bereits mit der CorruCUT und der CorruFLEX. Künftig firmiert Celmacch unter dem Namen Koenig & Bauer Celmacch und die gemeinsame Produktfamilie wird unter dem Namen Chroma alle Preis- und Performanceklassen dieses Marktsegments abdecken.

BOBST Übernahmeangebot

Die Schweizer JBF Finance SA (JBF) hat ein öffentliches Übernahmeangebot für alle sich im Streubesitz befindlichen Aktien der Bobst Group SA angekündigt. Das gab Bobst in einer Ad-hoc-Mitteilung bekannt. JBF ist Mehrheitsaktionär der Bobst Group und hält bereits 53% der Aktien und Stimmrechte des Unternehmens. Hinter JBF Finance stecken mehrere Aktionäre, die Familien angehören, die vom Firmengründer Joseph BOBST abstammen. Wie Bobst weiter mitteilt, bietet «dieses Angebot dem Unternehmen die Voraussetzungen, eine langfristige Strategie umzusetzen, seine digitale Transformation zu vollziehen und seine starken Industrieaktivitäten in der Schweiz zu erhalten.» Die Abwicklung des Angebots soll Anfang November 2022 erfolgen.



www.druckmarkt.com

KOENIG & BAUER

VERSTÄRKTE PRÄSENZ IM WELLPAPPENMARKT

Koenig & Bauer übernimmt 49% an der die Celmacch Group S.r.l., italienischer Hersteller von Flexodruckmaschinen und Rotationsstanzen für die Wellpappen-Industrie.

Celmacch hat über 40 Jah-

Koenig & Bauer und Celmacch haben mit der Vertragsunterzeichnung die Basis für die gemeinsame Weiterentwicklung und Vermarktung gelegt. Koenig & Bauer setzt damit seine Portfoliostrategie fort. Künftig firmiert Celmacch mit einem Umsatz von rund 20 Mio. € unter dem Namen Koenig & Bauer Celmacch.

Multitalent Wellpappe

Wellpappe ist so vielseitig wie die Waren, die darin verpackt werden und hat wertmässig den grössten Anteil am Verpackungsmarkt. Neben klassischen Wellpappeverpackungen sind Umverpackungen (sogenannte Sekundärund Tertiärverpackungen) ein wichtiger Teil der Verpackungsindustrie. Sie gewinnt durch E-Commerce weiter an Bedeutung. Wellpappe ist zudem ein aufmerksamkeitsstarker Werbeträger am Point-of-Sale. Darüber hinaus ist sie umweltfreundlich, leicht zu entsorgen und mit einem durchschnittlichen Recyclinganteil von 80% ein vorbildliches Kreislaufprodukt. «Wellpappe entspricht den steigenden Nachhaltigkeitsanforderungen in der Verpackungsindustrie, nicht zuletzt durch den European Green Deal und damit unserer Strategie Exceeding Print», bekräftigt



Dr. Andreas Plesske, Vorstandssprecher von Koenig & Bauer.

re Erfahrung im Wachstumsmarkt Wellpappe, den auch Koenig & Bauer mit den Maschinen Corru-CUT und CorruFLEX adressiert. Mit der Entwicklung und Produktion von High Board Line Flexo-Druckmaschinen und Rotationsstanzen hat sich Celmacch insbesondere seit dem Relaunch ihrer Chroma-Familie seit 2019 am Markt etabliert und beliefert damit bereits zahlreiche grosse internationale Verpackungshersteller. «Celmacch hat einen Partner für die langfristige Zusammenarbeit gesucht und diesen in Koenig & Bauer gefunden», sagt Luca Celotti, General Manager von Celmacch. «Wir sind für ein weiteres Wachstum mit dem aktuellen Produktportfolio sehr gut aufgestellt. Durch den Zusammenschluss können wir das Potenzial mit dem internationalen Vertriebs- und Servicenetzwerk von Koenig & Bauer ausbauen und skalierbarer machen. Diesen Weg wollen wir als Gründerfamilie an der Seite unseres Partners gemeinsam gestalten und die Produktionskapazitäten am Standort Desenzano del Garda erhöhen.»

Produktportfolio

Die Chroma-Evo-Reihe von Celmacch bietet den Einstieg in modulare Rotationsstanzen und Flexodruckmaschinen.
Die CorruCUT und Corru-FLEX von Koenig & Bauer stehen für die hochproduktive Herstellung von rotativ gestanzten Boxen und bedruckten Wellpappebogen bei hoher Automatisierung und Performance

Künftig sollen alle Maschinen unter dem Produktnamen Chroma vermarktet und ein umfassendes Produktportfolio in allen Preis- und Leistungsklassen angeboten werden. Der Sitz von Koenig & Bauer Celmacch mit rund 50 Mitarbeitern bleibt weiterhin in Desenzano, am südlichen Gardasee. Im ersten Schritt liegt der Fokus der Zusammenarbeit auf dem gemeinsamen Vertrieb und Service. der Produktentwicklung sowie der Kapazitätserweiterung der Montage. «Wir werden durch den Zusammenschluss mit Celmacch Innovationen vorantreiben und unsere Marktposition ausbauen», bekräftigt Christoph MÜLLER, Vorstandsmitglied von Koenig & Bauer. Koenig & Bauer hat die Option, sukzessive weitere Anteile an der Celmacch Group über die 49% hi-

UPM

Standort Steyrermühl verkauft

UPM hat 100% der Anteile an der österreichischen Tochtergesellschaft UPM Kymmene-Austria GmbH an die Heinzel Group, einem Zellstoff-, Verpackungsund Papierhersteller verkauft. Die Transaktion umfasst den Standort UPM Steyrermühl mit etwa 400 Mitarbeitern, die Zeitungsdruckpapiermaschine mit einer Kapazität von 320.000 Tonnen/Jahr und das Sägewerk Steyermühl. Über den Verkaufspreis ist nichts bekannt. Der Abschluss der Transaktion und die Einstellung der Zeitungsdruckpapierproduktion bei UPM

nicht mehr in Ingolstadt, sondern ab 2023 im
Druckzentrum der Mittelbayerischen Zeitung in Regensburg produziert werden. Sie gehört wie der Donaukuruer zum Verlag der Passauer Neuen Presse, der derzeit drei Druckereien betreibt.
Angeblich soll die Anzahl der Druckstandorte aus Kostengründen auf zwei verringert werden.

GMUNDProtest hatte Erfolg

Nachdem die Bundesregierung kleineren Wasserkraftwerken Gelder aus der EEG-Einspeisevergütung streichen wollte, sind



Die Papierfabrik Gmund deckt die Hälfte ihres Energiebedarfs mit Strom, der im eigenen Wasserkraftwerk erzeugt wird.

Steyrermühl sind für Ende 2023 geplant. Bis dahin läuft der Betrieb wie gewohnt weiter.

Die Heinzel Group wird die Zeit nutzen, die Umstellung der Produktion auf Verpackungspapiere vorzubereiten.

DONAUKURIERSchliessung aus

Schliessung aus Kostengründen

Nach einem Bericht der Süddeutsche Zeitung soll die Ingolstädter Tageszeitung Donaukurier in Zukunft Betreiber solcher Kraftwerke auf die Barrikaden gegangen. Florian Kohler, Inhaber der *Papierfabrik Gmund,* protestierte ebenfalls und wandte sich mit Erfolg an die Medien. So erschien ein Artikel in der *Bild* und anderen Tageszeitungen sowie ein Beitrag in der TV-Sendung *Quer* beim *BR*. Die *Bundesregierung* zog zurück und garantiert nun auch kleineren Wasser-

kraftwerken wie der Anla-

ge von Gmund eine Ein-

speisevergütung.

naus zu erwerben.



Also doch: Papier als Krisengewinner

Papier ist knapp und teuer geworden. Ein Umstand, den auch die Papierindustrie nicht bestreitet. Vertreter der Branche räumen sogar ein, dass bei der Ein-

schätzung der Papiernachfrage und der Produktionskapazitäten Fehler gemacht wurden. Fehler, die die Druckereibetriebe jetzt ausbaden müssen.

Was einige Papierhersteller wie Stora Enso jedoch nicht davon abhält, Öl in die Wunde zu giessen und das wahre Gesicht der Papierkonzerne zu zeigen. Für den finnisch-schwedischen Hersteller ist Papier kein lukrativer Markt mehr – also verkauft er vier seiner fünf Papierfabriken, um sich (so Stora Enso) Märkten zuzuwenden, die mehr Wachstum versprechen.

Was aber noch viel mehr irritiert, sind die Rekordgewinne einzelner Papierhersteller. So meldete *UPM Communication Paper* ein starkes Quartal, da die Nachfrage nach grafischen Papieren gut sei und Preiserhöhungen die Inputkosten ausgeglichen hätten. Ein «erfolgreiches Margenmanagement» hätte geholfen, in einer Zeit inflationär ansteigender Inputkosten sowie herausfordernder Liefer- und Logistikketten hohe Erträge in allen Geschäftsbereichen zu erwirtschaften. *UPM* erwartet für den weiteren Verlauf des Jahres Rekordergebnisse.

Auch der Zellstoff- und Papier-Konzern *Sappi* meldet für das 3. Quartal (April bis Juni 2022) bei einem Umsatz von 1,8 Mrd. US-Dollar einem Rekordgewinn von 371 Mio. \$. «Ich bin sehr stolz auf ein weiteres Quartal mit Rekordgewinnen vor dem Hintergrund geopolitischer Turbulenzen und einem globalen Inflationsdruck», kommentiert *Sappi*-CEO STEVE BINNIE das Rekordergebnis.

Als wäre das nicht schon ein Schlag ins Gesicht der Drucker, kündigte *Sappi Europe* für den September 2022 auch noch Preiserhöhungen für seine holzfreien gestrichenen und ungestrichenen Papiere sowie Karton in der Grössenordnung von 8% bis 10% an. Die Preise für Spezialpapiere werden um bis zu 18% angehoben.

«Solche Statements stossen bei vielen Unternehmen der Druckindustrie angesichts der weiterhin bedrohlichen Lage auf erhebliche Irritationen. Rekordergebnisse und gestiegene Gewinnmargen einerseits und existenzielle Nöte andererseits passen in derselben Wertschöpfungskette nur schwer zusammen», kommentierte Dr. Paul Albert Deimel, Bundesverband Druck und Medien, bvdm, die jüngsten Verlautbarungen.

Bei den massiven Papierpreisverteuerungen wächst die Zahl der Unternehmen, die auf Printprodukte verzichten und auf digitale Kanäle umstellen (siehe auch Seite 14). Für Druckereien sind das schmerzliche Umsatzverluste

Die Papierindustrie aber, die das Dilemma der Druckereien zu verantworten hat, streicht nun satte Gewinne ein.

nicolay



LEGERN STATE LAGERN!

Drucken Sie Ihre Kataloge, Broschüren usw. in genau der Auflage in welcher Sie diese auch benötigen. ON-DEMAND!

Das schont nicht nur Ihr Budget, sondern auch unsere Ressourcen und die Umwelt. WWW.EDUBOOK.CH



40 JAHRE CD Von der Silberscheibe zur Cloud

Am 17. August 1982 begann in Langenhagen bei Hannover die weltweit erste industrielle Produktion von Musik-CDs mit dem Abba-Album <The Visitors>. Bereits 1981 wurde die Compact Disc bei der Funkausstellung in Berlin öffentlich vorgestellt. Die CD war Anfang der 1980er-Jahre eine Audiorevolution. Sie bot eine Klangqualität, die mit herkömmlichen Schallplattenspielern nicht erreichbar war, war nutzerfreundlich, klein, leicht, gut transportabel und verkratzte nicht so leicht. Musste man eine Schallplatte nach etwa 30 Minuten umdrehen, um die zweite Seite zu hören. konnte man nun eine Stunde ohne Unterbrechung Musik hören. Bereits wenige Jahre nach der Markteinführung verdrängte die Compact Disc etablierte Musikformate wie Vinyl-Alben oder Musikkassetten. Im Jahr 2000 erreichte

Im Jahr 2000 erreichte die CD laut der International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) mit 2,4 Milliarden verkauften Exemplaren weltweit ihren Höhepunkt.
Seit 2017 werden im globalen Musikmarkt mehr Umsätze mit Streaming erwirtschaftet als mit physischen Tonträgern.

Mit 16,9 Milliarden US-Dollar wird mit Streaming weltweit mehr als dreimal so viel Umsatz generiert wie mit CDs oder Schallplatten, die auf 5 Mrd. \$ Umsatz kommen. Neben Streaming besteht der Online-Musikmarkt noch aus Downloads und anderen Online-Musikdiensten, die 1,1 Mrd. \$ generieren.

Parallel zur Audio-CD entwickelte sich die CD als optischer Datenträger. Bis in die früheren 2010er-Jahre war die Compact Disc einer der meistgenutzten Datenträger. Später wurde sie durch USB-Sticks abgelöst.
Auch das Brennen von CDs hat sich erübrigt. So wie Musik gestreamt wird, werden Daten heute vor allem aus der Cloud geladen.

UMBAU

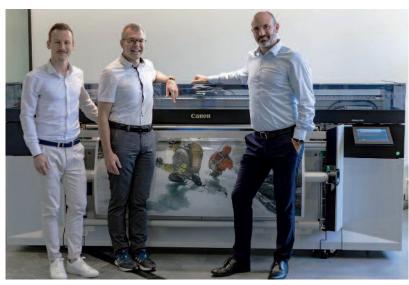
Mondi übernimmt Werk von Burgo

Die Mondi-Gruppe, Wien und London, wird das italienische Werk Duino in der Nähe von Triest von der Burgo-Gruppe für einen Preis von 40 Mio.€ erwerben. Das Werk betreibt eine Papiermaschine, die leichtgewichtiges LWC produziert. Mondi plant die Papiermaschine für eine Investition von rund 200 Mio. € umzubauen und künftig etwa 420.000 Jahrestonnen Wellpappenrohpapiere auf Altpapierbasis zu produzieren.

CANON (SCHWEIZ) AG

PARTNERSCHAFT MIT SPANDEX

Die Spandex AG ist neu ein Vertriebspartner der Canon (Schweiz) AG. Der Komplettanbieter im Bereich der visuellen Kommunikation ergänzt sein Hardware-Portfolio um Drucksysteme von Canon.



Zufriedenheit über die geschlossene Partnerschaft (von rechts): Marc Bärtschi, Head of Large Format Graphics and Professional Print bei der Canon (Schweiz) AG, Franky De Smedt, Country Manager bei der Spandex AG, und Morris Peter, Product Business Development Manager LFG bei Canon (Schweiz).

Ab sofort führt die *Spandex AG* Drucksysteme von *Canon* in ihrem Sortiment, nachdem sich *Spandex Schweiz* und *swiss-Qprint* per 1. Mai getrennt haben. Für das Multibrand-Portfolio von *Spandex* stellen nun insbesondere die *Colorado-* und *Arizo-na-*Serie eine Ergänzung dar.

Attraktive Lösungen

Die Colorado-Serie bietet die einzigartige UVgel-Ink-Technologie, die Glanz- und Mattdruck in einem Druckvorgang ermöglicht. Bei der Canon Arizona-Serie besteht für Spandex der Reiz darin, dass diese den UV-Flachbettbereich im mittleren Segment abdeckt. «Mit den Canon-Produkten können wir unseren Kunden attraktive Lösungen anbieten», so FRANKY DE SMEDT, Country Manager, Spandex AG. Produkte und Lösungen von Canon stellen für viele Unternehmen im grafischen Gewerbe eine feste Grösse dar und die Spandex AG ist als Komplettanbieterin für die Werbetechnikbranche in vielen Segmenten und in 19 Ländern weltweit gegenwärtig. Aus der Partnerschaft ergeben sich Synergien, die für beide Unternehmen vorteilhaft sein können.

«Wir schätzen die Expertise der Spandex AG und das Vertrauen, das bei den Kunden über einem Zeitraum von mehr als 30 Jahren aufgebaut wurde. Davon kann Canon profitieren und sich mit Produkten für diesen Bereich noch besser etablieren», erklärt MARC BÄRTSCHI, Head of Large Format Graphics and Professional Print, Canon (Schweiz) AG. Mithilfe der Technologien von Canon könne Spandex ihr Sortiment bereichern und die führende Position in diesem spezifischen Markt weiter ausbauen.

Nachhaltigkeit in den Fokus rücken

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt auch in der Werbetechnikbranche immer mehr an Bedeutung und stellt Unternehmen vor neue Herausforderungen. «Spandex strebt eine Vorreiterrolle mit umweltfreundlichen Produkten, dem Einsatz von recyclebaren Materialien sowie der Vermeidung von Abfall an», betont Andrew Coulsen, CEO der Spandex Gruppe. Dieser Fokus auf Nachhaltigkeit verbindet die beiden Unternehmen.

KOENIG & BAUER

Rapida 106 X

Schnellste Jobwechsel – damit Sie Ihre Ziele erreichen



Die Rapida 106 X verschenkt keine Sekunde: Durch extrem kurze Jobwechsel erreicht sie maximalen Output. Drucken Sie bis zu 20.000 Bogen pro Stunde – auch im Wendebetrieb. Platten- und Bedruckstofflogistik, parallele Rüstprozesse und digitale Services stellen sicher, dass Sie Ihre Ziele jederzeit erreichen.

Die Rapida 106 X. Der neue Leistungsmaßstab im industriellen Druck.

Koenig & Bauer (CH) AG info@koenig-bauer-ch.com

we're on it.