

## HEIDELBERG VOLL AUF KURS NACH DREI QUARTALEN

Starke Nachfrage aus Nordamerika und Europa sowie anhaltendes Wachstum im Verpackungssegment hält die *Heidelberger Druckmaschinen AG* im aktuellen Geschäftsjahr 2022/23 auf Kurs.



Heidelberg bestätigt seine Prognose für das Geschäftsjahr 2022/23. Das Unternehmen geht weiter von einem Umsatzanstieg auf rund 2,3 Mrd. € aus. Auch die Profitabilität soll sich trotz der erwartbaren Kostensteigerungen weiter verbessern.

Nach den von *Heidelberg* bekannt gemachten Zahlen des 3. Quartals von Oktober bis Dezember 2022 hat der Auftragseingang von 630 Mio. € zu einem Auftragsbestand von fast 1 Mrd. € geführt. Gleichzeitig sei der Umsatz um 5% gegenüber dem Vorjahresquartal auf jetzt 609 Mio. € gestiegen.

«Wir hatten ein positives drittes Quartal und konnten den Umsatz und das operative Ergebnis weiter steigern. Die nächsten Monate werden wohl weiterhin im Zeichen von erwartender Kostensteigerungen bei Material, Energie und Personal stehen», sagt Dr. LUDWIN MONZ, Vorstandsvorsitzender der *Heidelberger Druckmaschinen AG*. «Wir werden dem mit Preissteigerungen entgegenwirken und unsere Kostendisziplin beibehalten. Daher sind wir sehr zuversichtlich, unsere Jahresziele zu erreichen.»

Besonders stark habe das Segment Packaging Solutions (Verpackungsdruck) im 3. Quartal zugelegt. Hier hätte der Auftragseingang den Vorjahreswert von Oktober bis Ende Dezember 2022 um 18% überstiegen. Über die neun Monate des lau-

fenden Geschäftsjahr hinweg habe sich der Auftragseingang um 5% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verbessert. Auch der Umsatz liegt nach neun Monaten mit 812 Mio. € gut 22% über dem Vorjahr, teile *Heidelberg* mit. Selbst der Akzidenz- und Werbedruck (Segment Print Solutions) steigerte den Umsatz nach neun Monaten auf 898 Mio. €, während der Auftragseingang leicht rückläufig war.

Das noch junge Segment Technology Solutions mit der *Wallbox* konnte aufgrund der geänderten Förderpolitik für Elektromobilität in Deutschland nicht an das Vorjahreswachstum anschließen.

Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten habe der Auftragseingang nach neun Monaten mit 1.859 Mio. € fast das Niveau des Vorjahres erreicht (1.888 Mio. €), heisst es bei *Heidelberg* weiter. Der Umsatz hätte in allen drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres die jeweiligen Vorjahreswerte übertroffen und mit 1.729 Mio. € rund 10% über dem Vorjahr (1.565 Mio. €) gelegen. Das Ergebnis nach Steuern sei ebenfalls deutlich auf 54 Mio. € (Vorjahreszeitraum: 40 Mio. €) angestiegen.

## SCHELLENBERG Hess Druck wird übernommen

Die *Schellenberg Gruppe* hat die *Hess Druck* in Märstetten im Kanton Thurgau per 1. Januar 2023 übernommen.

EGON HESS junior und sein Bruder JÜRIG HESS hätten sich im Sinn einer Nachfolgeregelung und nach Jahrzehnten der erfolgreichen Zusammenarbeit zum Zusammenschluss mit der *Schellenberg Gruppe* entschieden, heisst es in der Mitteilung. So würden im Verbund mit einem starken Partner die Perspektiven von *Hess Druck* langfristig gesichert. Der Zusammenschluss ermögliche zudem die Nutzung von Synergien, die Stärkung der Markposition, den Zugang zu neuen Technologien sowie die Erweiterung der Angebotspalette. Die *Schellenberg Gruppe* übernimmt die 40 Mitarbeitenden und das Firmengebäude von *Hess Druck*. Der Standort in Märstetten soll weitergeführt werden und der Firmenname bestehen bleiben.

Die *Schellenberg Gruppe* umfasst an mehreren Standorten in der Schweiz verschiedene Unternehmen der Druck- und Medienbranche.

OSKAR SCHELLENBERG und REGULA SCHELLENBERG sehen in dieser Übernahme die Chance, dass alle Kunden von diesem Zusammenschluss und dem noch umfassenderen Dienstleistungsangebot profitieren werden.

## WERBEMARKT 2022 Ein Drittel geht an Google

2022 wurden durch Werbung 6.926 Mio. Franken Brutto erzeugt (+21,8%), wie *Media Focus* mitteilt. Dabei entfallen 35,8%, sprich 2.483 Mio. CHF, auf die Medienkanäle des Tech-Giganten *Google*. Das ist mehr als ein Drittel der gesamten Schweizer Werbung!

Dem entsprechend verbleiben 4.443 Mio. CHF, der durch die Mediengruppen Print, TV, Radio, Kino, Out-of-Home und die Display-Vermarkter generiert wird. Dies entspricht 3,8% (+162 Mio. CHF) Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr.

Das Internet bleibt nach den Analysen auch 2022 die dominierende Mediengruppe mit 41% Anteil am Media Mix. Darauf folgt auf dem zweiten Rang TV-Werbung mit 23%. Print auf Rang drei generiert rund ein Fünftel des Werbeaufkommens (21%), Out-of-Home liegt bei 12%, Radio bei 3% und Kino bei 0,4%. Den grössten Zuwachs mit plus 67,1% erfährt Online-Werbung (Search, Display, YouTube).

Rund 28.400 Werbungtreibende haben 2022 in der Schweiz Werbung geschaltet. An der Spitze der Top 10 Werbungtreibenden gibt es kaum Bewegung: *Coop* und *Migros* bleiben unangefochten auf den ersten beiden Rängen, gefolgt von *Procter & Gamble*, *Ferrero* und *Swisscom*.



gen bei Material, Energie und Personal stehen», sagt Dr. LUDWIN MONZ, Vorstandsvorsitzender der *Heidelberger Druckmaschinen AG*. «Wir werden dem mit Preissteigerungen entgegenwirken und unsere Kostendisziplin beibehalten. Daher sind wir sehr zuversichtlich, unsere Jahresziele zu erreichen.»

Besonders stark habe das Segment Packaging Solutions (Verpackungsdruck) im 3. Quartal zugelegt. Hier hätte der Auftragseingang den Vorjahreswert von Oktober bis Ende Dezember 2022 um 18% überstiegen. Über die neun Monate des lau-