



KOENIG & BAUER Höchster Halbjahresumsatz

Die Koenig & Bauer AG zieht ein positives Fazit für das 1. Halbjahr 2023 und bestätigt die Prognose für das laufende Geschäftsjahr.

In dem herausfordernden Marktumfeld sei gelungen, den Wachstumskurs fortzusetzen und die Profitabilität zu verbessern, heisst es bei dem Druckmaschinenhersteller.

Bei anhaltender Inflation und immer noch nicht vollständig wiederhergestellten Lieferketten habe die Materialteuerung sukzessive abgenommen.

«Das erste Quartal 2023 war bereits gut, im zweiten Quartal haben wir im Hinblick auf Profitabilität aber noch einmal an Dynamik hinzugewonnen. So konnten wir auf Konzernebene den höchsten Halbjahresumsatz der jüngsten Unternehmensgeschichte erzielen»,



kommentiert
Vorstands-
sprecher DR.
ANDREAS
PLESSKE.

«Der hohe Auftragsbestand dokumentiert die

gute Stellung der Koenig & Bauer-Produkte im Markt. Wir entwickeln uns ständig weiter und befinden uns in einer anhaltenden Metamorphose.»

Im ersten Halbjahr stieg der Konzernumsatz um 21,3% auf 596,4 Mio. € (Vorjahr: 491,8 Mio. €). Zum erzielten Wachstum trugen alle Segmente bei, besonders dynamisch entwickelten sich dabei die Segmente Sheetfed und Digital & Webfed. Zum 30. Juni 2023 lag der Auftragseingang mit 552,9 Mio. € im Rahmen der Erwartungen.

Die Prognose für 2023 bleibt vor dem Hintergrund der positiven Geschäftsentwicklung im ersten Halbjahr unverändert. Konkret erwartet Koenig & Bauer für das Geschäftsjahr 2023 einen Konzernumsatz von rund 1,3 Mrd. €.

Empfehlungsanzeigen

Auch für das schmale Budget

in jeder Ausgabe des Druckmarkt Schweiz.

Telefon
+41 44 380 53 03

ONLINE-HANDEL Händler mit Nullwachstum

Der Online-Handel in der Schweiz bewegte sich im ersten Halbjahr 2023 nur im Kriechgang. Der E-Commerce-Blog *carpathia.ch* wies ein Plus von 2,8% nach Auswertung der Daten von *Handelsverband.swiss*, *GfK* und der *Schweizerischen Post* aus. Im gleichen Zeitraum liegt der Schweizer Detailhandel (offline & online) bei einem Plus von 1,7%. Unter Einbezug der Inflationsrate, die im Juni 1,7% betrug, entspricht dies einem Nullwachstum. Ein Grossteil der Schweizer Händler hat demzufolge ein zähflüssiges erstes Halbjahr erlebt.



DESIGN Die letzte gedruckte «form»

1957 gegründet, war *form* eine Zeitschrift für Design und Formgebung, ein Kultur- und Gestaltungsmagazin, das sich im weitesten Sinne den schönen Künsten widmete. Mit Heft 300/301 wird die gedruckte Ausgabe eingestellt und die Redaktion aufgelöst. Damit gehen über 66 Jahre Design-Geschichte zu Ende.

DSG SCHWEIZER DATEN- SCHUTZGESETZ

Der Datenschutz von Personen ist in der Schweiz seit 1992 geregelt und soll Persönlichkeit sowie Grundrechte von Personen schützen. In seiner neuen Version tritt es zum 1. September 2023 ohne Übergangsfrist in Kraft.

Ab dem 1. September 2023 tritt das schweizerische, total revidierte Datenschutzgesetz (nDSG) in Kraft. In diesem Zuge wird das Niveau des schweizerischen Datenschutzgesetzes an die technologischen Entwicklungen und an den europäischen Standard angepasst. Es nähert sich an die in der EU geltende Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) an, setzt aber eigene Akzente.



Unternehmen müssen allerdings keinen grossen Aufwand befürchten. Wer die Vorgaben der EU-DSGVO bereits erfüllt, kann grundsätzlich davon ausgehen, dass er auch dem Schweizer Gesetz gerecht wird.

Das DSG gilt für jede Website, die personenbezogene Daten von Personen innerhalb der Schweiz verarbeitet, unabhängig davon, wo auf der Welt die Website gehostet wird. Bei Verstössen gegen das DSG können Geldbussen von bis zu 250.000 Schweizer Franken verhängt werden – nicht nur gegen Unternehmen; auch Privatpersonen können bestraft werden.

Unternehmen, die den Paragraphen des neuen Gesetzes gerecht werden wollen, sollten die Nutzer vor der Datenverarbeitung transparent informieren, bei personenbezogenen Daten eine vorherige Einwilligung einholen (auch bei Cookies und anderen Trackern) und die entsprechenden Informationen dokumentieren. Den Nutzern muss die Möglichkeit gegeben werden, die Verarbeitung der Daten abzulehnen.

Alle Informationen zur Einwilligung sollten in einfachen Worten und in allen Sprachen der Website vorliegen. Grundsätzlich aber gilt: Die Themen Datenschutz und Compliance sind komplex und individuell, daher sollten sich Unternehmen im Zweifelsfall von einem Rechts- oder Datenschutzexperten beraten lassen.