

SCREEN Inkjet Innovation Center Europa

Seit 1. Oktober hat *Screen Europe* mit OSAMU YAMAGATA einen neuen Europa-Präsidenten. Er konnte in seiner neuen Funktion das *Inkjet Innovation Center Europa* in Aalsmeer nahe des Amsterdamer Flughafens Schiphol eröffnen. Mit dem 5.400 m² grossen Gebäude will *Screen* als Hersteller von Inkjet-Druckmaschinen seine Ambitionen im professionellen Digitaldruck unterstreichen.

LOCR E-BOOK Geomarketing im Einzelhandel

In kaum einer Branche sind Standorte so relevant wie im Einzelhandel: Kunden müssen wissen, wo die Geschäfte sind und wie sie dort hinkommen. Im neuen *locr*-eBook «Geomarketing im Einzelhandel» wird die aktuelle Situation beleuchtet, da private Kaufentscheidungen nach den Pandemie-Jahren anders getroffen werden als zuvor. Doch auch hier wirken gezielte Marketingmassnahmen: Zum Beispiel die Kundenansprache über mehrere Medienkanäle (wobei sich Printwerbung nach wie vor bewährt), die mit personalisierten Karten noch effizienter wird. Neben verschiedenen Bildbeispielen von Standort- und Routenkarten werden ausserdem Details einer erfolgreichen

Geomarketing-Kampagne des Outlet-Einzelhändlers *De Bradelei* beraten, die als Praxisbeispiel Inspiration für eine eigene Kampagne bietet. Mit geoperationalisierten Direktmailings ist es gelungen, die Antwortraten in kurzer Zeit zu steigern. > www.locr.com

STIBO + EVERSFRANK Grafischer Supermarkt im Norden

Der deutsche Druckereikonkern *Eversfrank* hat mit der dänischen *Stibo Complete Group* eine Fusion vereinbart. Ziel sei es, der führende grafische Supermarkt in Nordeuropa zu werden, heisst es in einer Mitteilung. Gemeinsam wollen die Unternehmen Dienstleistungen der gesamten grafischen Wertschöpfungskette anbieten: von Entwicklung und Design bis zu Lager- und Logistikleistungen. Die Unternehmen sind gleich gross und haben insgesamt einen Umsatz von mehr als 300 Mio. €, etwa 1.000 Mitarbeiter und mehrere Produktionsstandorte in Skandinavien und Deutschland.

DRUPA 2024 Xerox stellt nicht aus

Die nächste *drupa* vom 28. Mai bis 7. Juni 2024 wird ohne *Xerox* als Aussteller stattfinden. Die *Xerox* zugewiesene Fläche im Hallenplan der *drupa* ist derzeit ausgegraut. Auf der *drupa* 2016 hatte *Xerox* rund 2.000 m² Fläche belegt.

SHORTCUTS

Die Softwareunternehmen **uTraxx AG** aus dem Schweizer Baar und die **Tessitura GmbH**, Mönchengladbach, arbeiten bei der Prozessoptimierung zusammen. Durch die Kooperation soll sich das *uTraxx-ERP-System* künftig mit *Odeon Solution Ensemble* von *Tessitura* hin zur *Smart Factory* bewegen.



Die finnische **Walki Holding**, Anbieter von Verpackungslösungen und Materialien, wurde an die **Oji Holdings**, ein japanisches Technologieunternehmen für Papierprodukte, verkauft. Die 1930 gegründete *Walki Holding* mit Sitz in *Espoo* verfügt über 17 Produktionsstätten weltweit und beschäftigt mehr als 1.700 Mitarbeiter.



Die Wirtschaft wappnet sich für den Kampf gegen Cyberkriminalität. Erstmals werden in Deutschland für IT-Sicherheit mehr als 9 Mrd. Euro ausgegeben – Tendenz steigend. 2024 wird ein erneuter Anstieg um 13% auf über 10,3 Mrd. Euro erwartet.



KÖLNER DUMONT-DRUCKEREI ENDE OHNE VORWARNUNG

Das Kölner Medienhaus *DuMont* (*KStA Medien*) hat am 4. Oktober 2023 sein Druckzentrum in Köln mit sofortiger Wirkung geschlossen. Die Ausgaben des *Kölner Stadt-Anzeigers*, der *Kölnischen Rundschau* und des *Express* werden nicht mehr in Köln, sondern in Koblenz beim *Mittelrhein-Verlag* gedruckt.

Betroffen sind rund 200 Arbeitsplätze in der Druckerei und der Weiterverarbeitung der Zeitungen. Die Mitarbeiter wurden sofort freigestellt.

Wie der *Kölner Stadtanzeiger* «in eigener Sache» mitteilte, wird die Entscheidung unter anderem mit den seit Jahren sinkenden Auflagenzahlen der Zeitungen und der damit einhergehenden rückläufigen Auslastung der Druckerei begründet. Auch die Produktionskosten seien deutlich gestiegen, Papierpreise hätten sich etwa verdreifacht. Ausserdem gibt es offensichtlich Bestrebungen, *Dumont* mittelfristig zu einem rein digitalen Unternehmen umbauen zu wollen.

DRUCKPARTNER Management- Buy-Out

Im gerichtlichen Sanierungsverfahren der *Druckpartner Druck- und Medienhaus GmbH* gibt es eine Lösung. «Wir konnten einen Management-Buy-Out realisieren. Die Geschäftsführung führt also mit einem grossen Teil der Belegschaft den Geschäftsbetrieb in einem neuen Unternehmen weiter. Daneben wurden zentrale Assets zu einem optimalen Preis an Investoren verkauft. Das versetzt uns in die

Lage, die *Druckpartner*-Gläubiger zu 100 Prozent zu befriedigen, was gläubigerseitig einen aussergewöhnlichen Verfahrenserfolg darstellt», sagt Rechtsanwalt THOMAS ELLRICH.

Die beiden bisherigen Geschäftsführer MICHAEL MATSCHUCK und DOMINIK SCHIKFELDER haben einen Grossteil des Teams in eine Auffanggesellschaft übernommen. Das neue Unternehmen heisst *Druckpartner GmbH* und hat am 1. Oktober den Geschäftsbetrieb aufgenommen.

HEIDELBERG**1. Halbjahr leicht schlechter**

Die *Heidelberger Druckmaschinen AG* liegt nach eigenen Angaben aufgrund einer leichten Umsatzverbesserung in der Region EMEA und das wachsende Verpackungssegment nach sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2023/2024 auf Kurs.

Mit 1,092 Mrd. € erzielte *Heidelberg* einen Umsatz leicht unter dem Vorjahresniveau (1,120 Mrd. €). Auch der Auftragseingang lag mit 1,184 Mrd. € unter dem Niveau des Vorjahres (1,229 Mrd. €).

Das Ergebnis nach Steuern war mit 33 Mio. € zwar positiv, fiel im Vergleich zum vorangegangenen Berichtszeitraum mit 44 Mio. € aufgrund verschiedener Kosten jedoch deutlich geringer aus.

XEROX**Aktienrückkauf für 542 Mio. Dollar**

Xerox hat einen Kaufvertrag für den Rückkauf aller Stammaktien des Unternehmens abgeschlossen, die sich im Eigentum von Investor CARL C. ICAHN und mit ihm verbundenen Unternehmen befanden. Der Rückkaufpreis beläuft sich auf rund 542 Mio. US-\$, die voraussichtlich durch eine Kreditvereinbarung finanziert werden. ICAHN hatte sich immer wieder in die Unternehmenspolitik eingebracht, so etwa, als es 2019/2020 darum ging, ob *Xerox* den Wettbewerber *HP* übernehmen soll.

GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT

MÜLLER MARTINI ÜBERNIMMT HUNKELER

Nach eingehender Prüfung hat die *Müller Martini Holding AG* alle Aktien der *Hunkeler* Firmengruppe übernommen. Die Familie HUNKELER und die *Crédit Mutuel Equity* haben mit dieser Transaktion sämtliche Anteile an die *Müller Martini* verkauft. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Die *Hunkeler AG* und die *Müller Martini AG* sind jeweils globale Marktführer mit innovativen Lösungen für die Weiterverarbeitung von Papier nach dem Druck. Beide Unternehmen konzentrieren einen wesentlichen Teil ihrer Innovationskraft auf die wirtschaftliche Herstellung von individualisierten Druckprodukten innerhalb einer automatisierten Smart Factory.

Hunkeler und *Müller Martini* stehen sich seit Jahren sehr nahe. Die langjährige und erfolgreiche Geschichte begann in den Kriegsjahren, als HANS MÜLLER bei *Hunkeler* als Maschineningenieur arbeitete, bevor er sich 1946 selbstständig machte und die Firma *Hans Müller / Grapha* gründete. Die guten Beziehungen werden seit Jahrzehnten gepflegt. Die örtliche Nähe in der Region Zofingen und die bereits heute bestehende und erfolgreiche Zusammenarbeit im Maschinen- und Komponentengeschäft bilden eine optimale Ausgangslage für die zukünftig noch engere Zusammenarbeit. Durch die Zusammenführung sehen beide Firmen grosse Chancen, ihre Innovationsaktivitäten zu bündeln sowie ihre globale Kundenbasis zukünftig durch gemeinsame Vertriebs- und Serviceaktivitäten noch besser bedienen zu können. Die beiden Eigentümerfamilien haben deshalb die strategische Transaktion beschlossen, die zur Akquisition der *Hunkeler AG* durch die *Müller Martini AG* führte.

BRUNO MÜLLER: «Die Graphische Branche ist in stetem Wandel und fordert regelmässig nach



Firmenübergabe unter Inhaberfamilien (von links): Stefan Hunkeler (Präsident des Verwaltungsrats *Hunkeler AG*), Michel Hunkeler (Delegierter des Verwaltungsrates *Hunkeler AG*), Bruno Müller (CEO *Müller Martini AG*), Rudolf Müller (Inhaber und Verwaltungsrat *Müller-Martini AG*), Daniel Erni (CEO *Hunkeler AG*) und Franz Hunkeler (Patron *Hunkeler AG*).



**CONTINUOUS
PRODUCTIVITY.
CONTINUOUS
PROFITABILITY.
CONTINUOUS
INKJET.**

Forden Sie Druckmuster an




©Kodak, 2023. KODAK, PROSPER, PROSPER ULTRA und das KODAK Logo sind Marken.

Innovationen. Mit der Zusammenführung der Schlüsselkomponenten der beiden Firmen wie Personal, Know-how und Technologie werden wir unsere globale Kundschaft künftig noch besser mit innovativen Lösungen bedienen können.»

STEFAN und MICHEL HUNKELER: «Zwischen *Hunkeler* und *Müller Martini* gibt es eine langjährige Partnerschaft und einen regelmässigen Austausch. Die Gelegenheit für den Zusammenschluss ist derzeit sehr vorteilhaft für beide Partner und unsere gemeinsamen Kunden, da sich dadurch erhebliche Vorteile in einer kombinierten Organisation ergeben.

Auch für die Region Zofingen ist dies ein starkes Bekenntnis.»

> www.hunkeler.ch

> www.mullermartini.com

ÖKO-DRUCKEREI Gugler steht vor Sanierung

Während Druckereien in Deutschland den Gewinn von Nachhaltigkeitspreisen feiern, hat die *Druckerei Gugler* in Melk an der Donau ein Sanierungsverfahren beantragt.

Die Ursachen dafür seien die allgemeine wirtschaftliche Lage, die hohen Produktions- und Rohstoffkosten und die gleichzeitig geringere Nachfrage nach Printprodukten.

Es ist nun geplant, die *Gugler GmbH* mithilfe eines Investors fortzuführen. Seit der Gründung im Jahr 1989 sei der Jahresumsatz des Unternehmens auf über 11 Mio. € gestiegen. Aufgrund des international guten Rufs und des Know-hows im Öko-Druck gebe es bereits Interesse von Investoren aus der Druckbranche.

HEIDELBERG Teilnahme im UN Global Compact

Die Vereinten Nationen haben die Aufnahme von Heidelberg in die weltweit bedeutendste Initiative für nachhaltige Unternehmensführung bestätigt. Als Teilnehmer des *UN Global Compact* unterstützt der Druckmaschinenhersteller die zehn Nachhaltigkeitsprinzipien des *UN Global Compact* zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korrup-



tionsbekämpfung. «Wir haben uns bereits in der Vergangenheit aktiv für Umweltschutz und soziale Verantwortung eingesetzt und werden diese Bemühungen durch das Mitwirken im *UN Global Compact* weiter verstärken», sagte DR. LUDWIN MONZ, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg.



Wer noch nicht von der Notwendigkeit des Klimaschutzes überzeugt ist, sollte sich das Schicksal des Inselstaates Tuvalu im Südpazifik vor Augen halten, der wie kein anderes Land vom Anstieg des Meeresspiegels bedroht ist. Australien wird jetzt alle 11.000 Einwohner als Klimaflüchtlinge aufnehmen und bietet ihnen aufgrund der Bedrohung durch den Klimawandel Aufenthalts- oder Bürgerrechte. Tuvalu wird – wie andere Inseln in der Region auch – in den nächsten Jahrzehnten weitgehend überschwemmt werden.

PROGRAMMATIC PRINT ALLIANCE PPA SCHWIMMT GEGEN DEN MAINSTREAM

Mit GOETHE'S Zitat «Widerspruch macht produktiv» hatte die *Programmatic Print Alliance (PPA)* am 18. Oktober 2023 zu ihrer zweiten Jahresversammlung nach Frankfurt am Main eingeladen.



Mit 40 Teilnehmern kamen doppelt so viele Mitglieder und Interessierte wie vor einem Jahr zur Jahrestagung. PPA-Mitglieder kommen aus allen Produktionsbereichen des Programmatic Print: Software-Häuser, Print Service Provider, Lettershops, Maschinenhersteller, Prepress Studios, Post-Dienstleister und Kreativagenturen.

Dem Tagungsmotto folgend lotste das Führungstrio der PPA – RÜDIGER MAASS, GERHARD MÄRTTERER und GUDRUN AYDT – durch den Tag und argumentierte dabei gehörig gegen den digitalen Mainstream, die Vorurteile gegen Print und den unreflektierten Umgang mit Online-Medien. Denn überall ist eine digitale Müdigkeit festzustellen, sodass wieder haptische Medien wie Print gefragt werden. Dabei wird Print durch Programmatic Print digitaler, automatisierter und viel schneller.

Da auch die drei Redner des Tages Widerspruchsgeist versprühten, wurde es ein Tag voller Inspirationen, angeregten Diskussionen und neuen Ideen für die Zukunft. So postulierte SVEN MÜLLER, CEO von *AutLay*, in seinem Vortrag: «Widerspricht den Neophobikern – KI macht Print noch programmatischer.» RAIMUND LEYKAUF, Geschäftsführer der Agentur *DialogKomplex*, widerlegte am Beispiel einer BMW-Motorradkampagne mit Katalog und den Response-Ergebnissen die Vorurteile gegen Print. Und JOACHIM GLOWALLA von *MSM-Media* sprach «Wider das Old School Print Buying». Er zeigte dabei, wie man Budgets entfesselt, die dann ins Programmatic Print fließen können.

Im Rahmen der Jahrestagung wurde auch die intensivierte Zusammenarbeit mit dem DDV *Deutscher Dialogmarketing Verband* diskutiert. MARTIN JACOBI, Vizepräsident im DDV, stellte bei der Diskussion fest, dass «printbasiertes Dialogmarketing ein neues Level erfährt», mahnte aber an, dass alle Beteiligten geschlossen an der stärkeren Wahrnehmung dieser sehr effektiven Gattung arbeiten müssten. «Die Vorteile liegen auf der Hand: Programmatic Print ist eine Bereicherung für den Omnichannel-Mix jedes Unternehmens».

Ebenso positiv fiel auch der Ausblick aufs kommende Jahr 2024 aus. Dazu zwei Highlights:

Die *PPA-Academy* wird erstmals Experten fürs Programmatic Print ausbilden.

Zweitens werden die PPA und der *f:mp* die *Print & Digital Convention* in Halle 3 der *drupa* abhalten und dabei ihren Mitgliedern eine Plattform für Plug & Play-Messeauftritte bieten.

Hinzu kommt, dass die PPA auf der *drupa* die «Guided Tours» zu den Themen Programmatic Print und High Speed Inkjet inhaltlich verantwortet.

> www.programmatic-print.org

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.