

KOENIG & BAUER

Umsatzstarkes 2. Halbjahr wird erwartet

Herausfordernd sei das erste Halbjahr 2024 gewesen, berichtet die *Koenig & Bauer AG* und befinde sich wie nahezu alle produzierenden Unternehmen in einer schwierigen Marktlage. Trotzdem bestätigte das Unternehmen sein Umsatzziel von rund 1,3 Mrd. € für das Geschäftsjahr 2024 und ein Ergebnis zwischen 25 bis 40 Mio. €.

Im ersten Halbjahr 2024 sei der Auftragszugang nach der *drupa* um 16,0% auf

Der Konzernumsatz lag nach den Zahlen von *Koenig & Bauer* im ersten Halbjahr bei 532,0 Mio. € und damit um 10,8% unter dem Wert des Vorjahres. Das Unternehmen rechnet aber mit einem umsatz- und ertragsstarken zweiten Halbjahr 2024, um das operative Jahresergebnis zu erreichen.

Schon auf der Hauptversammlung der *Koenig & Bauer AG*, an der Ende Juni rund 70% des Grundkapitals vertreten waren, hob der Aufsichtsratsvorsitzende PROF. DR.-ING RAIMUND KLINKNER die positive Entwicklung von *Koenig & Bauer* hervor, nachdem 2023 zum dritten Mal in Folge das EBIT gesteigert wurde. Dies sei ein deutliches Zeichen für die solide Grundlage des Unternehmens.



641,5 Mio. € angestiegen und habe einen Auftragsbestand von 1.021,0 Mio. € erreicht, der höchste Halbjahreswert in der jüngsten Unternehmensgeschichte. Dieser Auftragsbestand wirkt zu einem grossen Teil erst 2025 und verteilt sich auf die verschiedenen Segmente. *Koenig & Bauer* interpretiert das *drupa*-Ergebnis jedenfalls damit, dass sich die Investitionsbereitschaft der Kunden langsam wieder zu erholen scheint. Zugleich habe die *drupa* auch gezeigt, dass *Koenig & Bauer* mit seiner Produkt- und Marktstrategie absolut richtig liege.

Jedoch hätten ausserordentliche Aufwendungen für die *drupa* das Ergebnis im zweiten Quartal erwartungsgemäss mit circa 10 Mio. € belastet. Nach Steuern vom Einkommen und Ertrag reduzierte sich das Konzernergebnis zum 30. Juni 2024 auf -49,3 Mio. €.

Koenig & Bauer bestätigte die Wirksamkeit seiner Strategie im Vergleich zu Mitbewerbern, die entweder neu oder erneut in Märkte einsteigen, die das Unternehmen bereits bedient.

Nun sei die Zeit gekommen, die Früchte dieser Strategie zu ernten. Die Einführung neuer Produkte auf der *drupa* markiere den Abschluss dieser



Strategiephase, betonte der Vorstandsvorsitzende DR. ANDREAS PLESKE: «*Koenig & Bauer* hat sich als Komplettlösungsanbieter neu erfunden und bietet analoge und digitale Druck- und Finishing-Maschinen sowie einen digitalen Workflow und digitale Produkte unter Einschluss von KI.» Zudem sorgen der Akzidenz- und der Banknotendruck durch Diversifizierung für eine stabile Marktposition.

SHORTCUTS

Tohoku Epson, ein Unternehmen von *Seiko Epson*, investiert rund 30 Mio. Euro in eine neue Fabrik für Tintenstrahl-druckköpfe in Japan und erhöht damit die Kapazität um das Vierfache.

Smurfit Westrock plc ist jetzt an der New Yorker und Londoner Börse notiert. Am 5. Juli 2024 hatten *Smurfit Kappa* und *WestRock* zum grössten Verpackungshersteller in 40 Ländern mit 100.000 Mitarbeitern fusioniert.

Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh) und die Initiative Online Print (IOP) arbeiten zukünftig in der politischen Interessenvertretung, der Öffentlichkeitsarbeit und bei Fachthemen zusammen.

Die *Durst Group*, Hersteller digitaler Druck- und Produktionstechnologien mit Stammsitz in Brixen (Südtirol), feiert das 25-jährige Bestehen ihrer Niederlassung *Durst Austria* in Linz (Osttirol).

UMFRAGE

Digitale Transformation

Die Unternehmensberatung *Apenberg & Partner* führte ihre Umfrage zum Thema Digitalisierung und Automatisierung in der Druckindustrie erneut durch. Rund 90 Manager und Führungskräfte beteiligten sich an der Umfrage. Die mit 77% grösste Gruppe der Befragten kommt aus der Druckindustrie, 16% aus dem Verpackungsdruck und 8% aus angrenzenden Bereichen.

Im Vergleich zur Umfrage im Jahr 2022 seien Digitalisierung und Automatisierung deutlich vorangekommen, jedoch werde auch deutlich, dass weiterhin noch grosses Optimierungspotenzial beispielsweise in Vorstufe und Verwaltung bestehe. So zeige die Umfrage, dass Entscheidungen von Unternehmen zu selten (30%) auf Basis von Daten getroffen würden. Das Vertrauen in die eigenen Daten ist offenbar gering. Nur 23% gaben an, dass sie den erfassten Zeiten aus der Produktion voll trauen.

Nur 23% der Druckereien trauen ihren eigenen Daten.

Allerdings gab ein Drittel der Unternehmen an, KI-Tools einzusetzen, und 42% wollen dies zukünftig tun. *ChatGPT* sei aktuell das präferierte KI-Tool. > www.apenberg.de