



Der Auftragseingang im Koenig & Bauer-Segment Paper & Packaging Sheetfed Systems (P&P) lag mit 500,3 Mio. Euro im 9-Monatszeitraum 2025 nur leicht unter dem drupa-2024-Vorjahresniveau. Für das Gesamtjahr 2025 erwartet der Vorstand ein leichtes Umsatzwachstum auf 1,3 Mrd. Euro.

KOENIG & BAUER

Starke Ergebnisse in Q3

Koenig & Bauer bestätigt nach einem erfolgreichen 3. Quartal den Zielkurs für 2025. Der Auftragsbestand blieb auf historisch hohem Niveau, zudem wird über ein Umsatzplus und eine signifikante Ergebnisverbesserung berichtet.

Bei der Koenig & Bauer AG lag der Auftragseingang nach neun Monaten mit 856,8 Mio. € um nur –13,3% unter dem starken drupa-Vorjahr. Der Rückgang verlief nach Angaben des Unternehmens erwartungsgemäss und sei insbesondere auf den nicht vorhersehbaren Auftragseingang in der Banknote Solutions (BNS) sowie den auslaufenden drupa-Effekt zurückzuführen.

Der Auftragsbestand zum 30. September von 1.035,7 Mio. € lag laut Hersteller damit weiterhin auf einem historisch hohen Niveau (Vorjahr: 1.080,0 Mio. €).

Der Konzernumsatz stieg nach Angaben von Koenig & Bauer in den ersten neun Monaten 2025 um 5,0% auf 860,9 Mio. €. Dabei sei der Umsatz in Q3 um 8,0% gegenüber dem Vorjahresquartal auf 310,5 Mio. € sequenziell gesteigert worden.

Nahezu die gesamte Ergebnisverbesserung wurde im starken 3. Quartal mit 16,0 Mio. € erzielt.

Das Segment Paper & Packaging Sheetfed Systems (P&P) zeigte sich dem Q3-Bericht zufolge als widerstandsfähig. Der Auftragseingang lag mit 500,3 Mio. € im 9-Monatszeitraum nur leicht unter dem drupa-Vorjahresniveau. Bei einem Umsatzanstieg von 4,4% auf 487,1 Mio. € nach neun Monaten sei durch die starke Leistung in Q3 mit einem operativen EBIT von 7,4 Mio. € eine Trendwende nach zwei Vorquartalen mit jeweils –0,1 Mio. € gelungen. Im Segment Special & New Technologies (S&T) lag der Auftragseingang (375,3 Mio. €) erwartungsgemäss nach den hohen Bestellungen in der BNS unter dem Vorjahr. Der Umsatz nach neun Monaten stieg auf 396,9 Mio. €. Angesichts der zunehmenden handelspolitischen Spannungen und der weiteren Eintrübung des makroökonomischen Umfelds fokussiert sich Koenig & Bauer auf seinen strategischen Rahmen, der dem Leitprinzip «Customer First» folgt.

«Unsere intensive Präsenz auf internationalen Fachmessen und gezielte Auslandsreisen sind entscheidend, um den engen Draht zu unseren Kundengruppen zu pflegen und unsere Position zu stärken. Gleichzeitig untermauern wir unsere Technologieführerschaft, indem wir innovative



Lösungen konsequent vorantreiben», führt Dr. STEPHEN KIMMICH, Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG, aus.

Der Druckmaschinenhersteller bestätigt zudem die Prognose für das Jahr 2025. Der Vorstand erwartet ein leichtes Umsatzwachstum auf 1,3 Mrd. €.

Eine präzisierte Guidance für 2026 erfolgt voraussichtlich Anfang 2026, nachdem ein besserer Blick auf die makroökonomischen Entwicklungen insbesondere in den USA besteht.

> www.koenigbauer.com

HEIDELBERG

Weltweite Marktposition behauptet

In einem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld hat die Heidelberg Druckmaschinen AG im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2025/2026 (1. April bis 30. September) nach eigenen Angaben eine «robuste Geschäftsentwicklung» gezeigt und ihre Profitabilität deutlich gesteigert. Der Umsatz sei dabei auf 985 Mio. € gestiegen und lag rund 8% über dem Vorjahreswert. Positiv hätten sich in diesem Zeitraum vor allem die Regionen Europa und Asien entwickelt. In der zweiten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres rechnet das Unternehmen aufgrund der soliden Auftragslage trotz anhaltender negativer Währungseffekte mit einer Steigerung des Umsatzes gegenüber dem ersten Halbjahr.

Unter Berücksichtigung des drupa-bedingt starken Vorjahreshalbjahrs zeigt sich der Auftragseingang nach sechs Monaten mit 1.116 Mio. € auf einem stabilen Niveau (Vorjahr: 1.273 Mio. €).

Die komplexen Zollregelungen der US-Regierung führten teilweise zu Auftragsverschiebungen.

Ein starkes Signal habe dagegen die Teilnahme an der Labelexpo im September gesetzt: Mit Aufträgen im zweistelligen Millionen-Euro-Bereich



hätten Heidelberg und Gallus das Potenzial des Etikettendruckgeschäfts gezeigt.

«Heidelberg behauptet sich in einem anspruchsvollen Marktumfeld und zeigt erneut, dass die Strategie greift. Die positiven Entwicklungen in unseren Kernsegmenten bestätigen unsere Ausrichtung. Besonders erfreulich ist, dass wir unsere Profitabilität steigern konnten – ein kla-



res Zeichen für die Wirksamkeit unserer Massnahmen», so der Vorstandsvorsitzende JÜRGEN OTTO.

Im Segment *Print & Packaging Equipment* legte der Umsatz im Halbjahr auf 463 Mio. € zu (Vorjahreswert: 395 Mio. €), heisst es in einer Mitteilung. Das Segment *Digital Solutions & Lifecycle* habe im Berichtszeitraum einen Umsatz von 493 Mio. € (Vorjahreswert: 491 Mio. €) erzielt. Darunter waren die Bestellung von zehn *Jetfire 50* Digitaldrucksystemen sowie mehrere digitale Etikettenmaschinen von Gallus durch einen Kunden aus China. Der Umsatz bei *Technology Solutions* verharrte mit 29 Mio. € auf Vorjahresniveau.

«Der Verpackungs- und Etikettendruck ist der Motor unseres



Kerngeschäfts», sagt DR. DAVID SCHMEDDING, Vorstand Technologie und Vertrieb bei Heidelberg. «Zu-

dem etabliert sich unser Angebot für den Digitaldruck rund um die *Jetfire*-Systeme Schritt für Schritt.»

Das Unternehmen bestätigt die Prognose für das Geschäftsjahr 2025/2026. Angesichts der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung und unter Berücksichtigung der Chancen und Risiken erwartet das Unternehmen – sofern das globale Wirtschaftswachstum nicht schwächer ausfällt, als von den Instituten prognostiziert – einen leicht gestiegenen Um-

satz in Höhe von rund 2.350 Mio. € im Geschäftsjahr 2025/2026. www.heidelberg.com

VSD UND DP SUISSE

Gemeinsam für die Branche

dpsuisse, der Verband der Print- und Medienindustrie und VSD, der Verband der Schweizer Druckindustrie, haben vereinbart, verschiedene Dienstleistungen und bislang exklusive Angebote künftig gemeinsam anzubieten.

In einem ersten Schritt umfasst das unter anderem die Angebote für eine gemeinsame FSC-Gruppensertifizierung, eine gemeinsame Arbeitssicherheitslösung, und die gemeinsame Vermarktung von *ClimateCalc*, die Zertifizierung für nachhaltigen Druck. VSD-Mitglieder können ab sofort zu den gleichen Konditionen beim *Swiss Print Award* mitmachen, wie *dpsuisse*-Mitglieder. Der VSD wird die von *dpsuisse* finanzierte und 2026 anlaufende Branchenkampagne «This is print» kommunikativ und inhaltlich unterstützen.

Diese Zusammenarbeit erfolgt vor dem Hintergrund des laufenden Strukturwandels in der Print- und Kommunikationsindustrie.

Beide Verbände setzen damit ein Zeichen: Kooperation statt Parallelstrukturen. Gleichzeitig bleiben *dpsuisse* und VSD eigenständige Organisationen mit eigenen Profilen, Mitgliedern und Angeboten.

> www.vsd.ch

> www.dpsuisse.ch

FLYERLINE

Exklusiver Partner von Probo

Die *Flyerline Schweiz AG*, eine der führenden Online-Druckereien und Verpackungshersteller der Schweiz, hat eine mehrjährige exklusive Partnerschaft mit *Probo* für die Schweiz abgeschlossen. Zusätzlich erhält *Flyerline* Vertriebsrechte für Deutschland und Österreich, um das Soft-Signage-Sortiment international auszubauen und neue Marktsegmente zu erschliessen.

Durch die Partnerschaft erhält *Flyerline* Zugang zu einem der umfassendsten Soft-Signage-Portfolios Europas mit über 280 Materialien und einer sehr grossen Vielfalt an Konfigurations- und Anwendungsmöglichkeiten. Dies ermöglicht es Schweizer Unternehmenskunden, Agenturen und Wiederverkäufern,

künftig auf ein deutlich erweitertes Angebot an textilen Werbelösungen zuzugreifen – unter Schweizer Betreuung, Beratung und Qualitätsanspruch. Soft Signage wird damit zu einem neuen strategischen Kompetenzfeld innerhalb der *Flyerline*, aufgebaut auf der bestehenden Stärke in Entwicklung, Produktion, Fulfillment und kundenspezifischen Beschaffungsprozessen.

Flyerline bietet seinen Kunden bereits heute individuelle Web-to-Print- und Beschaffungsportale, die CI-konformes Bestellen, Personalisieren und Verwalten von Drucksachen, POS-Materialien und Verpackungen ermöglichen. Diese Portale werden für Soft Signage erweitert.

Mit dem erweiterten Sortiment lanciert *Flyerline* parallel ein neues Schweizer Reseller-Programm im Bereich Soft Signage. Ziel ist es, weitere Partner, Druckereien und Agenturen aktiv einzubinden und gemeinsam den Markt für textile Werbelösungen breiter zu erschliessen – basierend auf Schweizer Marktkennntnis, lokaler Verankerung und kurzen Reaktionszeiten.

Flyerline produziert bislang über 98% aller Produkte in Altnau (TG) – darunter Verpackungen, POS-Displays, Mailings, Grossformatdruck, flexible Verpackungen sowie Drucksachen aller Art. Die hohe Fertigungstiefe, die eigene Entwicklungsabteilung, Grafik-Services und umfangreiche Logistikleistungen machen *Flyerline* zu einer der stärksten Druckereien im Schweizer Druck- und Verpackungsmarkt. *Flyerline* exportiert seit Jahren erfolgreich Produkte in den EU-Raum und unterstreicht die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Produktion.

> www.flyerline.ch



OFFSET- & DIGITALDRUCK QUALITÄT & EFFIZIENZ KODAK & SIE

WER SAGT, DASS MAN NICHT ALLES HABEN KANN?

Mit Kodak können Sie es. Dank eines unübertroffenen Portfolios von Offset- und Digitaldrucklösungen, das auf über 100 Jahre Innovation beruht, stellt Kodak sicher, dass Sie hervorragende Ergebnisse erzielen und Ausschuss vermeiden können. All dies ist Teil unseres Engagements, Ihnen dabei zu helfen, im „Und-Zeitalter“ des Drucks erfolgreich zu sein.



©Kodak, 2025. KODAK und das KODAK sind Marken von KODAK.