



Vertriebsvereinbarung

ESKO UND IGEPA ADOC MACHEN GEMEINSAME SACHE

Seit 10. Oktober 2012 vertreibt die Igepa Adoc AG das Kongsberg-Portfolio für die digitale Weiterverarbeitung exklusiv in der Schweiz und Liechtenstein. Igepa Adoc vertreibt bisher Hersteller wie Roland, 3M, Orafol, Sigmajet, Flexa, Rolls-Roller etc. und betreibt drei Standorte in der deutsch- und französisch-sprechenden Schweiz.

I.R.I.S. Group

CANON PLANT ÜBERNAHME IM LÖSUNGSGESCHÄFT

Nach einer Information von Canon plant das Unternehmen die komplette Übernahme der I.R.I.S. Group. 2009 hatte Canon bereits einen Anteil von 17% an dem belgischen Unternehmen, das im Bereich des Dokumentenmanagements, der Informationsprozesse und IT-Infrastruktur tätig ist, erworben.

Schweizer kaufen zu

PAWI KAUFTE LAGO PRINT UND ALPHA DRUCKEREISERVICE

Pawi Verpackungen in Winterthur hat die Lago Print GmbH und die Alpha Druckereiservice GmbH in Rielasingen am Bodensee übernommen. Wie das auf Verpackungen für die Back- und Süßwarenbranche sowie für die Food- und Non-Food-industrie spezialisierte Unternehmen mitteilte, erfolgten die Übernahmen im September 2012.

f:mp

PRINTPERFECTION WIRD TEIL DES VERBANDES

Der Fachverband Medienproduktion e. V. (f:mp.) übernimmt die Veredelungsplattform PrintPerfection. Die Übernahme des Partners sei eine logische Konsequenz zum Ausbau der f:mp.-Aktivitäten. PrintPerfection ist seit vier Jahren in der grafischen Industrie aktiv. In dieser Zeit wurde eine umfangreiche Internetplattform etabliert.

Heidelberg legt Halbjahresbilanz vor

ERGEBNISSE IM RAHMEN DER ERWARTUNGEN

Die Heidelberger Druckmaschinen AG liegt zur Hälfte des Geschäftsjahres 2012/13 laut Quartalsbericht operativ auf Kurs. Im Vergleich zum Vorjahr seien die Auftragseingänge im ersten Halbjahr bedingt durch die drupa im Mai um 225 Mio. € auf 1,558 Mrd. € gestiegen (Vorjahr: 1,333 Mrd. €). Der Auftragsbestand lag mit 790 Mio. € rund 60 Mio. € über dem Vorjahr. Der Umsatz legte im 2. Quartal gegenüber dem Vorjahresquartal um 10% zu und kletterte auf 697 Mio. €. Mit 1,217 Mrd. € lagen die Umsätze nach dem ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres planmässig leicht über dem Vorjahresniveau (1,18 Mrd. €).

«Die Branche entwickelt sich nach wie vor stabil, die Nachfrage nach unseren Produkten ist robust», sagte **Gerold Linzbach**, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg. «Der bisherige Verlauf im aktuellen Geschäftsjahr erfüllt uns mit Zuversicht, die angestrebten Ziele zu erreichen.»



Montage der Seitenwände im Werk Wiesloch-Walldorf.

Allerdings wird das Ergebnis nach einem Minus von 37 Mio. € im ersten Halbjahr auch im laufenden Geschäftsjahr weiterhin negativ sein. Dennoch liegt Heidelberg nach Aussage von Finanzvorstand **Dirk Kalliebe** nach sechs Monaten im Rahmen der eigenen Planungen: «Die avisierten Einsparungen werden planmässig erreicht.» Dazu gehört auch der weitere Personalabbau. Ende September 2012 hatte Heidelberg weltweit 14.745 Beschäftigte, die Zahl der Mitarbeiter sank also binnen Jahresfrist um rund 1.000 Personen.

Im ersten Halbjahr erhöhte sich der Auftragseingang im Segment Heidelberg Equipment gegenüber dem Vorjahr um 22% auf 988 Mio. €. Der Umsatz lag jedoch im Vergleich zum Halbjahr zuvor mit 669 Mio. € in etwa auf dem gleichen Niveau. Heidelberg Services legte bei den Auftragseingängen im Halbjahr gegenüber dem Vorjahreswert um 10% auf 564 Mio. € zu. Im Halbjahresvergleich erhöhten sich die Umsätze durch gestiegene Verkäufe bei Verbrauchsmaterialien und mehr Umsatz im Servicegeschäft um 9% auf 542 Mio. €.

Für das laufende Geschäftsjahr 2012/13 erwartet Heidelberg unverändert ein positives Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit, das im ersten Halbjahr jedoch von den Kosten für die drupa und Anlaufkosten für neue Produkte belastet wurde. «Für Heidelberg gibt es derzeit nur ein Ziel: die dauerhafte Rückkehr in die Gewinnzone. Danach richten wir alle Unternehmensbereiche konsequent aus», äussert sich Heidelberg-Chef Gerold Linzbach zur Zukunft des Konzerns. www.heidelberg.com

flyeralarm

20.000 TONNEN CO₂ AUSGEGLICHEN

Nach zweieinhalb Jahren zieht flyeralarm eine positive Bilanz aus der Einführung des klimaneutralen Drucks: Bei mehr als 400.000 Bestellungen hätten sich die Kunden bisher für den klimaneutralen Druck entschieden. Dadurch seien rund 20.000 t CO₂ kompensiert worden – Tendenz steigend.

«Durch den klimaneutralen Druck geben wir unseren Kunden die Möglichkeit, einen wichtigen Beitrag für die Umwelt zu leisten und die eigene CO₂-Bilanz zu verbessern», sagt Tanja Hammerl, Geschäftsführerin von flyeralarm. Im Mai 2010 hatte flyeralarm als erste Online-Druckerei in Deutschland den klimaneutralen Druck angeboten.

Neben diesem Angebot trägt flyeralarm nach eigenen Angaben auch selbst zur Verminderung von CO₂-Emissionen bei: Neben dem effizienten Herstellungsverfahren setzt das Unternehmen mehr und mehr umweltfreundliches Material ein, reduziert den Verpackungsmüll, vermeidet Lkw-Leerfahrten und nutzt die Maschinenabwärme zur Heizung einer Produktionshalle.

➤ www.flyeralarm.de

**manroland web systems
HÖRNER-MARASS STELLT
STRATEGIE VOR**

«Wir werden bei adäquatem Verlauf des vierten Quartals die Erwartungen in Umsatz und Ergebnis erfüllen und gehen von einem positiven Jahresergebnis 2012 aus», sagt



te **Eckhard Hörner-Maraß**, neuer Geschäftsführer von manroland web systems, auf einer Betriebsversammlung

Mitte Oktober in Augsburg. «Wir sind auf die Erfolgsspur eingebogen, sie muss aber noch breiter werden.»

Bei Rollendrucksystemen und Service hätten sich die Restrukturierungsmassnahmen und ein kontinuierliches Geschäft in einem schwierigen Marktumfeld in den ersten Quartalen ausgezahlt. Es sei ein solider Start im ersten Geschäftsjahr der manroland web systems GmbH, erklärte Hörner-Maraß. «Es liegen noch anspruchsvolle, Energie, Kreativität und Intelligenz fordernde Aufgaben vor uns.»

In gesättigten Märkten seien am Ende nur die schnellsten, kreativsten, produktivsten und selbstbewusstesten Unternehmen erfolgreich.

Für Sicherheit steht nach Überzeugung von Hörner-Maraß die Bindung an den Standort Augsburg, die mit dem Kauf des Betriebsgrundstücks besiegelt wurde. Und als Gründe für das stabile Fundament sieht er die mittelständische Organisation, das zurückgewonnene Kundenvertrauen und das erfolgreiche Projektmanagement, das auch in turbulenten Zeiten für termingerechte Auslieferungen, kurze Installationszeiten und pünktliche Inbetriebnahmen gesorgt habe. Das ausserordentliche Engagement der Mitarbeiter und die bedarfsorientiert weiterentwickelten Produkte seien ebenso wesentliche Treiber für die Erfolge der vergangenen Monate gewesen wie die Konzentration auf profitable Geschäfte. «Wir werden in allen Unternehmensbereichen daran arbeiten, unsere Performance immer weiter zu verbessern. Absolute Kundenorientierung steht dabei an oberster Stelle.»

➤ www.manroland-web.com

**digi:media 2013
POSITIVES FEEDBACK
AUS DEM MARKT**

Die digi:media 2013, die Fachmesse für commercial publishing & digital printing, stösst nach Angaben des Veranstalters bei ihrer zweiten Auflage auf positives Feedback für die Messe als auch für das breit gefächerte Fachprogramm. «Vor allem die lösungsorientierte Ausrichtung der Kongressmesse und die Fokussierung auf die Interessen der verschiedenen Besuchergruppen wird begrüsst», zieht Manuel Mataré, Director der digi:media, eine erste Zwischenbilanz. Unter dem Motto «Content trifft Technik trifft Business» ist die digi:media als Kongressmesse für die crossmediale, alle Medienkanäle abdeckende Kommunikation konzipiert. Es geht um «Kommunikation mit allen Tools und auf allen Kanälen». Unabhängig davon, ob es um Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Corporate Publishing, Marketing-, Mailing- oder Werbekampagnen geht, immer steht der Dreiklang von Content, Technik und Business im Fokus. Dementsprechend richtet sich die digi:media an Kreativ- und Werbeagenturen, Druckdienstleister, Copy- und Lettershops, Marketingentscheider und die Verlagsbranche. Voraussichtlich werden rund 160 Aussteller bei der digi:media im April 2013 dabei sein.

➤ www.digimedia.de



DruckChemie
Die Quelle der
Druckqualität



DruckChemie **entwickelt, produziert, liefert und entsorgt** nahezu alle **technisch-grafischen Flüssigkeiten** und Verbrauchsmaterialien für den Druck. **Gesundheitsschonende Produkte** und das **zertifizierte**

Entsorgungsangebot bezeugen unsere Verpflichtung gegenüber Mensch und Natur. Mit **innovativen Technologien** und **umfassendem Service** tragen wir dazu bei, dass Ihre Druckerei **perfekte Ergebnisse** erzielt.

DC DruckChemie Schweiz AG
Schöneich
6265 Roggliswil
Tel. 062-747 30 30
Fax 062-754 17 39
dc-schweiz@druckchemie.com
www.druckchemie.com



Rohstoffpreise auf Rekordniveau

DRUCKFARBENHERSTELLER REICHEN DIE KOSTEN AN IHRE KUNDEN WEITER

Für Druckfarben sind offenbar erneut Preiserhöhungen zu erwarten. Dies geht zumindest aus einer Information der Siegwirk-Gruppe hervor. Darin berichtet der Druckfarbenhersteller, dass die Preise für Rohstoffe weiter steigen. Innerhalb von drei Jahren hätte sich der Jahresdurchschnittspreis von dem aus Baumharz gewonnenen Stoff Kolo-

phonium verdoppelt. Anteil von ungefähr 50% an den Gesamtkosten der Druckfarbenproduktion.

Ein Ende der Preisspirale sieht auch Michael Müller-Samson, Leiter Rollenoffset bei der Siegwirk-Gruppe, nicht. «Wir müssen die steigenden Kosten jetzt an unsere Kunden weiterreichen», sagt er. «Unsere Branche steckt schon seit Jahren in der



phonium laufe bei Druckfarben für Zeitungen und Verpackungen gar nichts. Dazu machten die dramatisch gestiegenen Energie- und Transportkosten der Industrie zu schaffen. «Die Druckfarbenindustrie schlägt Alarm», so der Wortlaut der Presseinformation.

Die Kosten für Chemikalien, die für die Druckfarbenproduktion benötigt werden, verharrten auf einem Allzeithoch, bestätigte auch der europäische Druckfarbenverband EuPIA. Dabei hätten die Rohstoffe einen

Pigmente und Harze – Rohstoffe für die Produktion von Druckfarben. Inzwischen funkeln Harze nicht nur wie Juwelen, sondern werden auch immer teurer. Die Preise für Harze wie Kolophonium sind dramatisch gestiegen und machen der Druckfarbenindustrie zu schaffen.

Rohstoff-Falle.» Weltweit steige die Nachfrage, während die Produktionskapazitäten auf Anbieterseite sinken. «Durch die gestiegenen Kosten ist die Herstellung einiger Produkte inzwischen unrentabel geworden», berichtet Müller-Samson. Die Aussichten sind also trübe. Das

verdeutlicht auch der Vorstandsvorsitzende der Siegwirk-Gruppe Herbert Forker: «Wer nicht ausreichend verdient, investiert nicht und verliert an Wettbewerbsfähigkeit. Für viele Unternehmen ist die Entwicklung der Rohstoff- und Energiepreise existenzbedrohend.» Auch Siegwirk sei teilweise auf den gestiegenen Kosten sitzen geblieben, weil man diese nicht weitergegeben hätte, berichtet Forker. Man habe bewusst dazu beitragen wollen, die Wettbewerbsfähigkeit der eng mit der Druckfarbenwirtschaft verbundenen Druckindustrie gegenüber den digitalen Medien zu stärken. «Unser gemeinsames Ziel ist es, die Attraktivität gedruckter Produkte zu erhalten oder zu verbessern», stellt Forker klar.

Eine kurzfristige Entspannung der Situation sei nicht in Sicht, teilt EuPIA mit. Im Gegenteil könnte sich die Situation weiter zuspitzen. Die Margen gingen bei den Rohstoffzulieferern zurück, berichtet Siegwirk. Diese suchten andere Absatzmärkte mit höheren Erlösen, um sich zu konsolidieren. Die Folgen: eine weitere Verknappung und steigende Preise für die Druckindustrie. Übrigens: Auch die hubergroup und FlintGroup werden zum 1. Januar 2013 die Preise für Druckfarben in Europa erhöhen.

Fujifilm

MEHR ALS 10.000 EURO FÜR WATERAID

In den ersten drei Monaten der einjährigen Initiative, die im Mai startete, sind bereits 10.680 € zusammengekommen. Fujifilm spendet einen Teil des Umsatzes von jedem in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika verkauften Quadratmeter der Brillia HD PRO-T3, der prozesslosen Offsetplatte, an WaterAid. Für die Verarbeitung dieser Druckplatten ist kein Wasser erforderlich. «Fujifilm fühlt sich in besonderem Masse der



Umwelt verpflichtet. Wir freuen uns daher, WaterAid mit Spenden aus dem Verkauf der PRO-T3 zu unterstützen», erklärt Yasufumi Morimoto, Senior Vice President, Fujifilm Europe GmbH. «Wir haben unser Ziel für zwölf Monate auf 30.000 € festgesetzt. Daher sind wir mit der bisher erreichten Summe sehr zufrieden.»

WaterAid ist eine internationale Wohltätigkeitsorganisation zur Verbesserung des Zugangs zu sauberem Trinkwasser sowie der sanitären Grundversorgung und Hygiene in den weltweit ärmsten Dörfern.

- www.pro-t3.com
- www.fujifilm.eu
- www.wateraid.org

Knapp, kurz und bündig

Seit dem 12. Juli gehört **GMC Software Technology** zu der **Neopost-Gruppe**. Neopost, Anbieter für Postbearbeitungs- und Logistiklösungen, hat das Schweizer Unternehmen gekauft, um sich die Technologie im Customer Communication Management (CCM) zu sichern. • **Lexmark** steigt beim Bau von Inkjet-Druckern und Zubehör aus. Die Entwicklung wird Ende 2014 eingestellt, die Herstellung von Tinten soll Ende 2015 beendet werden. • **Heidelberg** hat ein Blockheizkraftwerk am Standort Wiesloch-Walldorf in Betrieb genommen. Mit der Strom- und Wärmeerzeugung des neuen Kraftwerks, das jährlich etwa 12 Gigawattstunden produziert, senkt Heidelberg die Gesamtenergiekosten am Standort künftig um rund 10%. • Der Verkauf von **Presstek** an die amerikanische **MAI Holdings Inc.**, ein Tochterunternehmen des Kapitalfonds **American Industrial Partners Capital Fund**, ist abgeschlossen. Die Übernahme war bereits im August dieses Jahres angekündigt worden.

Ehrenpreis für Koenig & Bauer BAYERISCHER PRINTMEDIENPREIS 2012

Anlässlich der Münchener Medientage wurde der Würzburger Koenig & Bauer AG in einer feierlichen Abendveranstaltung am 25. Oktober im Rahmen des Bayerischen Printmedienpreises 2012 der Ehrenpreis des Bayerischen Ministerpräsidenten verliehen.

Bayerns Ministerpräsident Horst Seehofer würdigte mit dieser Auszeichnung den in der Branche als sehr innovativ geltenden, weltweit



Der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei und Medienminister Thomas Kreuzer (r.) und der KBA-Vorstandsvorsitzende Claus Bolza-Schünemann nach der Entgegennahme des Ehrenpreises des Bayerischen Ministerpräsidenten im Rahmen der Verleihung der Printmedienpreise 2012.

zweitgrössten Druckmaschinenbauer als echtes bayerisches Vorzeigunternehmen mit einer beeindruckenden Geschichte und grosser Zukunft.

In einer festlichen Abendveranstaltung mit mehreren Hundert Ehrengästen im Gemeindezentrum der Israelitischen Kultusgemeinde München und Oberbayern überreichte der bayerische Medienminister Thomas Kreuzer den Ehrenpreis an den KBA-Vorstandsvorsitzenden Claus Bolza-Schünemann.

➤ www.kba.com

Sappi Printers of the Year DEUTSCHE DRUCKEREIEN RÄUMEN AB

Sappi zeichnete im Rahmen der 14. Verleihung der Sappi International Printers of the Year Awards in Johannesburg die weltweit besten Druckereien aus. Alle Finalisten hatten sich zuvor in regionalen Wettbewerben durchgesetzt.

Besonders erfolgreich waren die Teilnehmer aus Deutschland. Sie erhielten sechs der insgesamt elf Elefanten-Trophäen, die an die afrikanischen Wurzeln des Papierher-



Der Bronzeguss-Elefant symbolisiert Sappis südafrikanische Wurzeln.

stellern erinnern sollen. Sieger sind Eberl Print, Immenstadt (in der Kategorie Geschäftsberichte), Druckpartner Druck- und Medienhaus aus Essen (in den Kategorien Kalender und Digitaldruck), Lechte aus Emsdetten (Kategorie Kataloge), Color Druck Leimen (Kategorie Druck allgemein) und die Color-Gruppe aus München (Kategorie Magazine). Bei der Bekanntgabe der Gewinner sagte sappi-CEO Ralph Boëtger: «Wir zeichnen die Gewinner für ihr Engagement, ihre Kreativität und ihr Fachwissen aus, mit dem sie Drucksachen produzieren, die die Grenzen des technisch Möglichen neu definieren.» Mehr als 5.500 Arbeiten wurden für den Wettbewerb insgesamt eingereicht.

➤ www.sappi.com

low chem – ein Ansatz Chemiefrei – die Lösung!



:Azura TS

Die chemiefreie Druckplatte von Agfa Graphics für den umweltschonenden Akzidenzdruck – leistungsstark bei niedrigen Betriebskosten.

- Kein Wasserverbrauch
- Kein Gefahrgut im Produktionsprozess
- Einleitung ins Abwassernetz möglich *
- pH-neutrale Substanzen
- minimaler Reinigungsaufwand
- stabile, vereinfachte Prozesse
- Wegfall kritischer Einflussgrößen
- Auflagenstabilität bis 100.000

* in Absprache mit der lokalen unteren Wasserbehörde

Für mehr Informationen, schauen Sie einfach unter www.agfagraphics.ch

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

Agfa Graphics Switzerland AG
Stettbachstrasse 7
8600 Dübendorf
www.agfagraphics.ch

FUSION BESIEGELT Am 18. Oktober und 23. Oktober fanden in Hannover und Berlin ausserordentliche Mitgliederversammlungen der Verbände vdm Niedersachsen e. V. und Berlin-Brandenburg e. V. statt, bei denen es um die Verabschiedung des Fusionsvertrages zwischen den Verbänden zum vdm NordOst e. V. sowie die Zustimmung zur neuen Satzung ging. In beiden Versammlungen wurden die Anträge einstimmig angenommen. Ab dem 1. Januar 2013 wird dann aus dem vdmn und dem vdmdb der vdm NordOst e. V. [➤ www.vdmn.de](http://www.vdmn.de)

GUA-JAHRESKONFERENZ Mehr als 150 Kodak-Kunden aus 18 Ländern nahmen an der 7. Jahreskonferenz der Graphic Users Association (GUA) Anfang Oktober bei Kodak in La Hulpe teil. Die Besucher erfuhren, wie sie Kodak-Technologie effektiver nutzen können. Bei der Konferenz wurden Themen diskutiert wie Web-to-Print, die Nutzung von Crossmedia im Rahmen integrierter Marketingkampagnen, Einsatz des Offset- und Digitaldrucks in der hybriden Druckproduktion und wie sich Druckereien zu Marketingdienstleistern weiterentwickeln können. [➤ www.graphics.kodak.com](http://www.graphics.kodak.com)



KOOPERATION Nach der gemeinsamen Durchführung von drei grossen Maschinen-Retrofits intensivieren KBA und die EAE Ewert Ahrensburg Electronic GmbH ihre Zusammenarbeit. Ziel sind massgeschneiderte Konzepte beim Überholen und Modernisieren von Zeitungsrotationen aller Fabrikate, teilt EAE mit. Der Kunde erhalte alles aus einer Hand, wobei KBA das Projektmanagement und die Koordination der Abwicklung bei der Steuerungstechnik durch EAE übernimmt. [➤ www.eae.com](http://www.eae.com)

BE PRINTERS Die im Januar neu gegründete Geschäftseinheit der Bertelsmann-Druckereien hat jetzt auch einen Namen und ein Corporate Design. Unter dem Dach von Be Printers bündelt Bertelsmann insgesamt



17 Produktionsstandorte in sechs Ländern auf zwei Kontinenten. Die Druckereigruppe ist in den USA und Kolumbien sowie in Europa (Prinovis Deutschland und UK, Italien, Spanien) tätig. CEO von Be Printers ist Berttram Stausberg, der in Personalunion auch Prinovis vorsteht. Die einzelnen Betriebe von Be Printers werden künftig unter ihrem angestammten Namen am Markt agieren. Be Printers erzielt eigenen Angaben zufolge einen Jahresumsatz von 1,2 Mrd. € und beschäftigt derzeit rund 6.800 Mitarbeiter. Die Druckereien produzieren im Tiefdruck, Rollen- und Bogenoffset sowie im Digitaldruck Zeitschriften, Kataloge, Prospekte, Bücher und Kalender. [➤ www.bepinters.com](http://www.bepinters.com)

Laufzeit der Messe wird auf elf Tage verkürzt

DRUPA BLEIBT WEITER IM VIER-JAHRES-TURNUS

Die drupa bleibt bei ihrem Vierjahres-Turnus. Das hat das 20-köpfige drupa-Komitee in seiner konstituierenden Sitzung am 2. November beschlossen. Ausschlaggebend für diese Entscheidung ist der internationale Messekalender.

«Planungssicherheit ist angesichts des aktuellen wirtschaftlichen Umfeldes und der Situation in den internationalen Absatzmärkten eminent wichtig», erläutert Kai Bunte-meyer, Vorstandsvorsitzender des Fachverbandes Druck- und Papiertechnik im VDMA und Präsident von Global Print.

Gleichzeitig entschied das drupa-Komitee, die Messedauer auf elf Tage zu verkürzen. Das neue Datum der nächsten drupa: 31. Mai bis 10. Juni 2016. Begründet wird dies unter anderem mit der Besucherstruktur der drupa, die sich geändert habe. «Reisten früher grosse Gruppen bevorzugt am Wochenende an, so entwickelt sich die drupa zur B2B-Messe mit einem hohen Anteil von Top-Entscheidern», erläutert Werner Matthias Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf. «Damit ist es hinfällig, zwei Wochenenden in die Laufzeit zu integrieren. In elf Tagen, also einem Wochenende und neun Werktagen, bringen wir die Interessen von Angebot und Nachfrage bestens auf einen Nenner.»

Zudem traf das Gremium auf seiner



Sitzung personelle Weichenstellungen. Dipl.-Ing. **Claus Bolza-Schümann**, Vorstandsvorsitzender der

Koenig & Bauer AG, wurde einstimmig zum Präsidenten der drupa 2016 ernannt. Mit dem 56-jährigen



stellt Koenig & Bauer wie schon in den Jahren 1995, 2000, 2004 und 2008 den drupa-Präsidenten. Bestätigt wurden Dr. Jürgen Vutz, Vorsitzender der Geschäftsführung Windmüller & Hölscher KG, zum Vizepräsidenten und damit Vorsitzender des Zulassungsausschusses sowie Rolf Schwarz, Präsident des Bundesverbandes Druck und Medien, zum zweiten Vizepräsidenten der drupa 2016.

Das drupa-Komitee repräsentiert die gesamte Technologiebreite von Premedia über Druck bis zur Weiterverarbeitung sowie Packmittelproduktion und Papierverarbeitung. Die Anwenderseite ist durch Mediendienstleister ebenso vertreten wie durch die fünf wichtigsten Branchenverbände: Fachverband Druck- und Papiertechnik im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA), Frankfurt; Bundesverband Druck und Medien (bvdm), Wiesbaden; Wirtschaftsverbände Papierverarbeitung (WPV), Darmstadt; Verband Deutscher Papierfabriken (VDP), Bonn; Verband der Druckfarbenindustrie im Verband der Mineralfarbenindustrie (VdD), Frankfurt.

[➤ www.drupa.de](http://www.drupa.de)



Ökonomie und Ökologie im Focus mit der sparsamen KBA Rapida 75

Sie braucht wenig Platz, ist praxisgerecht automatisiert, einfach zu bedienen und druckt mit bis zu 16.000 Bogen/h eine gute Qualität: die KBA Rapida 75. Egal ob im Standardformat 52 x 75 cm oder im Sonderformat 60,5 x 75 cm für mehr Nutzen pro Bogen. Egal ob mit oder ohne Bogenwendung, mit oder ohne Lack. Sie hat kurze Rüstzeiten und braucht deutlich weniger Energie als andere Maschinen ihrer Formatklasse.

Rufen Sie an, wenn Sie eine B2-Anlage für die Marktanforderungen von heute suchen.

25 Jahre **Print Assist**

Ein Unternehmen der KBA-Gruppe
8181 Höri/Zürich, Tel. 044 872 33 00
info@printassist.ch, www.kba.com

 **KBA**
Koenig & Bauer AG