

GRAPHAX-CEO ERWIRBT MINDERHEITSBETEILIGUNG Der CEO der Graphax AG, Daniel Eckert, hat eine Minderheitsbeteiligung am Unternehmen erworben und ist einen langfristigen Arbeitsvertrag mit der Graphax AG eingegangen. Der Verwaltungsrat stellt damit die Weichen, dass das Familienunternehmen langfristig unabhängig und als Schweizer Arbeitgeber weiter bestehen wird. ➤ www.graphax.ch

WETZEL-GRUPPE ÜBERNOMMEN Die Matthews International Corporation hat die Wetzel Holding AG, Wetzel GmbH und Tochtergesellschaften der Wetzel-Gruppe übernommen. Wetzel ist Anbieter von Prepress Services und Tiefdruckformen. Neben dem Hauptsitz der Wetzel Gruppe in Münchenstein (Schweiz) unterhält das Unternehmen Produktionsstätten in Deutschland und Polen. Wetzel wird Teil des grafischen Geschäftsbereichs von Matthews International. Mit etwa 400 Mitarbeitern wurde 2012 ein Umsatz von rund 40 Mio. € erzielt. Mit dieser Akquisition baut Matthews seinen Bereich Rotogravur weiter aus, zu dem schon das Unternehmen Saueressig gehört. ➤ www.matthewsbrandsolutions.com

GMG-PARTNERSCHAFT Die Unternehmen GMG und Matchmycolor LLC haben eine Zusammenarbeit vereinbart. Die Kooperation betrifft Lösungen beim Farbmanagement mit Spektralfarbdaten. Dadurch soll eine Optimierung der Farbproof-Qualität erreicht werden. Matchmycolor wurde 2009 im Rahmen eines Management-Buyouts des Colibri-Geschäftsfelds von Ciba Specialty Chemicals (heute BASF) gegründet. Das Unternehmen mit Sitz in Basel bietet Services und Lösungen beim Colormanagement.

BERTSCH ÜBERNIMMT E-PRO Die Bertsch Group hat zum 1. Januar 2013 die E-Pro Solutions GmbH mit ihrem Produktportfolio (PIM- und E-Katalog) übernommen. Die Softwaresparte der Bertsch Group verfügt über Erfahrung in der Projekt- und Produktentwicklung IT-gestützter Marketing- und Vertriebsprozesse. Mit der Übernahme erweitert die Gruppe den Ausbau ihrer Bereiche PIM (Product Information Management) und DAM (Digital Asset Management). Zudem erhofft man sich Entwicklungspotenziale in neuen Geschäftsfeldern wie Mobile und Social Commerce sowie Marketing- und Vertrieboptimierung.

Die Bertsch Group umfasst derzeit 20 Unternehmen aus IT, Publishing, Agenturen, Sport, Musik und Fashion. Insgesamt arbeiten rund 400 Mitarbeiter an sieben Standorten in Deutschland, die einen Jahresumsatz von über 35 Mio. Euro erwirtschaften. Bertsch hatte im März 2012 zusammen mit der Evers-Frank-Gruppe PPI Media übernommen.

HÖNLE ÜBERNIMMT GRAFIX Die Hönle Gruppe hat am 21. Dezember 2012 alle wesentlichen Vermögensgegenstände der insolventen Grafix GmbH übernommen. Erwerber ist eine Tochtergesellschaft der Dr. Hönle AG, die die Geschäfte zukünftig unter dem etablierten Namen Grafix GmbH fortführen wird. Als Kaufpreis wurde ein niedriger einstelliger Millionenbetrag vereinbart. Der Erwerb wurde Anfang Januar 2013 rechtskräftig. Die Grafix GmbH in Stuttgart, die am 15. Oktober 2012 Insolvenz beantragt hatte, ist Hersteller für Peripheriegeräte wie Trocknungs- und Bestäubungssysteme, Systeme für die Feuchtmittelaufbereitung und die Farbwerkstemperierung. Grafix beliefert mit diesem Produktprogramm Druckereien und Druckmaschinenhersteller.

Werbejahr 2012 mit stabilem Ergebnis

Verteilung der Werbegelder: Fernsehen vor Print und Online

Durch einen kleinen Anstieg der Werbeausgaben im Vergleich zum Jahr 2011 intensivierten die Werbetreibenden im Dezember 2012 ihre Aktivitäten leicht und sorgten für einen Umsatz in der Höhe von 426,9 Mio. CHF. Damit schloss das Jahr 2012 laut den Zahlen der Dezember-Report von Media Focus mit einer marginalen Veränderung von Minus 0,1% beziehungsweise 5,9 Mio. CHF gegenüber 2011. Der Bruttowerbeumsatz betrug damit im Jahre 2012 rund 4,8 Mrd. CHF. Dabei waren die Branchen «Nahrungsmittel» und «Fahrzeuge» auch 2012 für die höchsten Werbemarktanteile mit 10,5% und 9,7% verantwortlich. Mit einem Plus von 1% (47,2 Mio. CHF) von 7,5% auf 8,5% verzeichnete die Kosmetikbranche die grösste Steigerung des Werbemarktanteils und ist nun drittstärkste Kraft im Werbemarkt. Nach den Datenerhebungen von Media Focus blieb die Anzahl werbetreibender Unternehmen im Jahr 2012 nahezu konstant. Somit scheint der im Jahr 2009 begonnene rückläufige Trend bei der Zahl

werbetreibender Unternehmen abzufachen. Von 2009 bis 2011 verzeichnete die Werbedruckstatistik von Media Focus eine Abnahme werbetreibender Firmen von durchschnittlich 6,8% pro Jahr. Auch 2012 war das Fernsehen die unangefochtene Nummer eins bei der Verteilung der Werbegelder in den Medien. Stolze 31,5% flossen zum TV, das sind 1,5% mehr als noch 2011, wie die aktuelle Statistik von Media Focus zeigt. 2002 lag der Anteil noch bei 19,3%. TV hat also in den letzten zehn Jahren massiv zugelegt, obwohl Prognostiker angesichts der aufkommenden Onlinewerbung bereits den baldigen Untergang des Fernsehens als Werbeträger prognostiziert hatten. Geblutet hat allerdings die Tages-, regionale Wochen- und Sonntagspresse, die 2002 bei 38,2% lag und zehn Jahre später nur noch 29,0% der Werbeeinnahmen auf sich vereinen kann – was aber immer noch für Platz zwei bei der Verteilung der Werbedudgets in den Medien reicht. Im Vergleich zu 2011 büsste die Gattung 1,9% ein. An dritter Stelle in der Rangliste reiht sich die Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse ein, die 2012 bei 15,5% lag und damit gegenüber dem Vorjahr nahezu stabil blieb (–0,3%). Gegenüber 2002 büsste diese Printmediengattung 2,5% ein. Trotz aller Goldgräberstimmung nicht wirklich vom Fleck kommt die Onlinewerbung: Die digitalen Werbeflächen konnten ihren Anteil seit 2007 zwar verdoppeln, allerdings auf sehr tiefem Niveau (von 0,2% auf 0,4%). Die Internetwerbung legte im Zehnjahresvergleich immerhin von 0,5 auf 2,8% zu. Im Vergleich zu den Vorjahren ist jedoch eine sinkende Tendenz zu verzeichnen (2010: +3,5%; 2011: +2,9%).

Lesen Sie mehr im PDF-Magazin «Druckmarkt impressions» im Internet. Monatlich mit Bildstrecken, Hintergrundberichten und Nachrichten.

DRUCKMARKT
impressions

www.druckmarkt.ch