

SCHWÄCHER Das Schweizer Werbejahr 2013 war gegenüber 2012 nur leicht schwächer. 2013 wurden 4,81 Mrd. Franken für Werbung ausgegeben. Dies entspricht einem Minus von 0,6% (-28,3 Mio. CHF). Der Rückgang wurde auch durch das Plus von 0,7% (+3,0 Mio. CHF) im Dezember nicht aufgefangen, teilte Media Focus mit. Die Branchen mit den höchsten Werbeinvestitionen waren Nahrungsmittel mit 497,9 Mio. CHF, Fahrzeuge mit 454,7 Mio. CHF sowie Kosmetik/ Körperpflege mit 351,3 Mio. CHF. Die Anzahl der werblich aktiven Unternehmen in der Statistik blieb mit etwa 20.000 unverändert. Allein die elf grössten Werbeauftraggeber des Jahres 2013 repräsentieren 20% des gesamten Werbemarktes. Die aktivsten 462 Werbetreibenden stehen für 80% des Werbeanteils.

RÜCKLÄUFIG In der Burgo-Fabrik im italienischen Avezano lief zum Jahreswechsel die Produktion holzfrei gestrichener Papiere aus. Mit der Stilllegung einer Papiermaschine nimmt Burgo eine Kapazität von jährlich 180.000 Tonnen aus dem Markt. Grund sei die rückläufige Nachfrage. Auch der finnische Papierhersteller UPM wird sein Werk Docelles in Frankreich schliessen, nachdem sich kein Käufer fand. UPM will seine Kapazitäten bei grafischen Papieren mit der Rückführung um 160.000 Tonnen an die sinkende Papiernachfrage in Europa anpassen.

EFFIZIENTER Der familiengeführte Schweizer Spezialpapierhersteller Ziegler Papier AG arbeitet seit Januar mit der neu gegründeten Tochtergesellschaft Ziegler Papier Netherlands B.V. mit Sitz und Büros in Amsterdam, von wo aus die Märkte England, Benelux und Deutschland bearbeitet werden sollen. Ziel ist eine effizientere Bedienung und Beratung der Kunden durch Arthur Snel, zuständig für UK und Benelux, sowie Bernd Pusnik, Verkaufsleiter Deutschland. > www.zieglerpapier.com

ÜBERNOMMEN Mitte Januar hat die Hohner Maschinenbau GmbH den Bereich Broschürenfertigung der insolventen Ernst Nagel GmbH Stuttgart gekauft. Im September letzten Jahres hatte die Constantin Hang Maschinen-Produktion GmbH in Göppingen die Bereiche Bohren, Heften, Rüteln, Transportieren und Stapeln des Stuttgarter Herstellers übernommen. Für Hohner ist diese Akquisition nach eigenen Angaben ein wichtiger strategischer Schritt. Das erworbene Produktsortiment wird die bestehenden Hohner Sammelhefter ergänzen und Zugang zu einer neuen Zielgruppe schaffen. Hohner wird jedoch nicht das komplette Programm der Nagel-Broschürenfertigung fortsetzen, sondern leicht reduzieren und anpassen. > www.hohner-postpress.com

GEWINN Die Offenbacher manroland Sheetfed hat eigenen Angaben zufolge das Geschäftsjahr 2013 mit einem positiven Ergebnis abgeschlossen. Das Unternehmen habe über 100 neue Bogenoffsetmaschinen mit insgesamt 528 Druckwerken verkauft. Der Umsatz des seit zwei Jahren zur Langley-Holding gehörenden Unternehmens habe im zurückliegenden Jahr 314 Mio. Euro betragen. In der Mitteilung, die sich auf den Langley-Holding-Geschäftsbericht 2013 beruft, wird ein Gewinn von 10 Mio. Euro angegeben. Verkaufs-Chef Peter Conrady betont, dass mit dem Umsatz die Jahresziele leicht übertroffen worden seien.

REKORD Für das am 31. Dezember 2013 zu Ende gegangene Geschäftsjahr 2013 meldet EFI einen Umsatz von 727,7 Mio. \$ und steigerte den Umsatz im Jahresvergleich zu 2012 um 12%. «Mit einem Rekordergebnis und einer zweistelligen Zuwachsrate in allen Geschäftsbereichen hat das EFI-Team das Jahr 2013 gekrönt», sagte EFI-CEO Guy Gecht CEO.

Neuausrichtung kostet etwa 1.300 Arbeitsplätze

KBA richtet sich auf den veränderten Druckmaschinenmarkt aus

Der Strukturwandel der Medien, die Konzentration bei Druckereien und Verlagen sowie generell die Neuorientierung der Branche sind aus Sicht des Maschinenbaus Schuld an der anhaltenden Investitionszurückhaltung der Druckindustrie, die bei den Druckmaschinenbauern zu deutlichen Überkapazitäten führten. So hat sich der Weltmarkt für Bogenmaschinen nach Angaben von KBA in den letzten Jahren halbiert und der für Rollendruckmaschinen ist um rund 70% eingebrochen. Eine Erholung des stark geschrumpften Rollengeschäfts sei nicht zu erwarten und auch bei Bogenoffsetmaschinen rechnet KBA mit einer Stagnation auf dem aktuell niedrigen Niveau. Wachstum sei nur im Digital- und Verpackungsdruck sowie in einzelnen Spezialmärkten zu erkennen.

Vor diesem Hintergrund hat KBA in den letzten Monaten ein Programm unter dem Titel «fit@all» entwickelt, das der KBA-Vorstand am 16. Dezember 2013 vorgelegt hat. Im Mittelpunkt stehen die Sanierung des Kerngeschäfts, die Konzentration der Wertschöpfungstiefe und Veränderungen der Konzern-Strukturen. «Wir wollen uns durch einen radikalen Wandel zu einem dezentral organisierten Konzern entwickeln, der neben seinem Kerngeschäft vor allem profitable Spezialmärkte be-



setzt», sagt **Claus Bolza-Schüemann**, Vorsitzender des Vorstands von KBA. Dazu sollen Einheiten mit klarer

Ergebnisverantwortung für Bogen-, Rollen-, Spezialmaschinen und Fertigung geschaffen werden.

Die Einheit für das Spezialmaschinen-geschäft umfasst Blechdruck, das Wertpapiermaschinen-geschäft sowie die Aktivitäten der kürzlich übernommenen Kammann Maschinenbau GmbH und Flexotecnica

S.p.A. (siehe «Druckmarkt impressions 75»). Bei den Bogenoffsetmaschinen sollen Struktur- und Prozessoptimierung, Kapazitäts- und Personalanpassungen sowie die Lösung defizitärer Produktbereiche und Vertriebseinheiten für bessere Ergebnisse sorgen. Der Rollenmaschinenbau soll in ein beschäftigungsflexibles Modell überführt werden, bei dem ebenfalls Entlassungen notwendig werden.

Ein überarbeitetes Standortkonzept sieht die Verlagerung von Fertigungsaufgaben samt Personalanpassungen an den europäischen Standorten Würzburg, Radebeul, Frankenthal, Mödling (Österreich) und Dobruška (Tschechien) vor. Dabei sei die Aufgabe oder der Verkauf von Standorten nicht ausgeschlossen, teilte KBA mit. Auch die Verwaltungskosten in der Konzernzentrale in Würzburg sollen reduziert werden. Damit sind, das wurde nach einer Betriebsversammlung am 18. Dezember 2013 in Würzburg bekannt, etwa 1.300 der 6.218 Arbeitsplätze betroffen.

Durch diese Massnahmen entstehe ein Wertberichtigungsbedarf, der sich im Jahresabschluss 2013 mit einem mittleren zweistelligen Millionenbetrag auswirken wird. Weitere Belastungen seien aufgrund der Anpassungen der Wertschöpfungs- und Kostenstrukturen zu erwarten. «Wir haben weitreichende Entscheidungen für KBA getroffen. Sie sind auch mit schmerzlichen Einschnitten für die Mitarbeiter verbunden. Diese Entscheidungen sind uns nicht leicht gefallen, sind aber zwingend erforderlich», unterstrich Bolza-Schüemann. «Wir sollten 2015 die ersten Früchte dieser Veränderungen sehen und spätestens 2016 wieder profitabel sein.»

> www.kba.com