

**ENDE DER KURZARBEIT BEI MANROLAND** Die manroland Sheetfed GmbH, die im Januar Kurzarbeit für etwa 800 Mitarbeiter in Offenbach verhängte, arbeitet seit Mai wieder normal. Das Unternehmen, das einen Nachfragerückgang aus China als Grund für die Kurzarbeit angab, erklärte nun, dass sich trotz der immer noch nicht ganz entspannten Situation andere Märkte überdurchschnittlich gut entwickelt hätten und daher zumindest bis auf Weiteres zur Normalität zurückgekehrt werden könne. › [manrolandsheetfed.com](http://manrolandsheetfed.com)

**STÄMPFLI ÜBERNIMMT SOFTWAREHAUS** Die Stämpfli AG hat die Asim GmbH in Bregenz und deren Softwarelösungen übernommen. Das Berner Verlags- und Kommunikationsunternehmen will das Produkt-Informations-System (PIM) Media Solution 3 «kräftig weiterentwickeln». Gleichzeitig will Stämpfli mit der Übernahme den Vertrieb des PIM-Systems in Deutschland verstärken und auch in Österreich aufbauen. Asim produziert PIM-Software für Händler, Hersteller und Dienstleister. Das übernommene Unternehmen wird ab Anfang Juni in Stämpfli Asim GmbH umfirmiert.

**JETZT OFFIZIELL** Als sichtbares Zeichen der strategischen Ausrichtung von Konica Minolta wurde die Umfirmierung des Tochterunternehmens Raber+Märcker GmbH in die Konica Minolta IT Solutions GmbH offiziell vollzogen. Das neue Logo am Sitz der Konica Minolta IT Solutions GmbH in Stuttgart verdeutlicht die Bündelung der Business- und IT Solutions unter einer gemeinsamen Dachmarke. › [www.konicaminolta.de](http://www.konicaminolta.de)

**PARTNERSCHAFT** Der Ricoh IT Distribution Channel (ITDC) will seine Marktpräsenz in Deutschland durch eine Partnerschaft mit dem Broadliner ALSO erweitern. Der Startschuss für die Kooperation fiel am 17. April im Rahmen der ALSO Hausmesse «Channel Trends and Vision». Reseller können das gesamte Laser- und GelJet-Portfolio samt Verbrauchsmaterialien über ALSO beziehen. › [www.ricoh.de](http://www.ricoh.de)

**CANON ÜBERNIMMT LIFECAKE** Canon hat Lifecake übernommen, ein Start-up-Unternehmen aus London. Die Akquisition soll Canon bei der Entwicklung des Digitalgeschäfts weiterbringen. Bei Lifecake handelt es sich um eine Foto-Sharing-App für Familien, mit der Eltern die wichtigen Momente im Leben ihrer Kinder speichern und organisieren können. Zudem können Foto- und Video-Timelines erstellt werden, die auf Smartphones, Tablets, Computern und in gedruckten Fotobüchern betrachtet werden können. › [www.canon.de](http://www.canon.de)

**WACHSTUM HÄLT AN** Die technotrans AG verzeichnet einen erfolgreichen Auftakt in das Jahr 2015: Der operativen Gewinn (EBIT) stieg im ersten Quartal 2015 gegenüber dem Vorjahr um 63,5% auf 2,3 Mio. €, der Umsatz auf 30,6 Mio. €, was einem Zuwachs von 12,9% entspricht. Vor allem die Segmente jenseits der Druckindustrie trugen zur positiven Geschäftsentwicklung bei. › [www.technotrans.de](http://www.technotrans.de)

## 1. QUARTAL 2015 BEI KOENIG & BAUER AG

### 27% MEHR AUFTRÄGE – BEI UMSATZ UND ERGEBNIS NOCH RÜCKSTAND

Die wirtschaftlichen Kennziffern der Koenig & Bauer AG für das erste Quartal 2015 ergeben nach den Worten des Vorstandsvorsitzenden



**Claus Bolza-Schünemann**

«noch ein differenziertes Bild».

Der Auftragseingang lag mit 306,7 Mio. € um 27% über dem Vorjahr und der Auftragsbestand war um etwa 130 Mio. € höher als zum Quartalsbeginn. Dagegen gebe es noch Nachholbedarf beim Umsatz und beim Ergebnis, meldet KBA. Denn mit 177,3 Mio. € lag der Konzernumsatz 16,9% unter dem des Vorjahres. Das Konzernergebnis vor Steuern (EBT) sei vor allem aufgrund der geringen Auslieferungen und des damit niedrigen Quartalsumsatzes sowie der Auslastungsprobleme an den neu dimensionierten deutschen Rollenstandorten mit –17,7 Mio. € niedriger als im Vorjahr (–12,1 Mio. €). Dennoch hält der Vorstand an seiner Prognose für 2015 fest. «Weit über 50 Prozent des Konzernumsatzes wird KBA in der zweiten Jahreshälfte erwirtschaften, mit entsprechend positiven Folgen für das Ergebnis», sagt Bolza-Schünemann. «Angesichts der guten Projektlage bin ich zuversichtlich, dass wir das angestrebte Umsatzziel von über 1 Milliarde Euro erreichen.»

Der KBA-Quartalsbericht teilt das Konzerngeschäft erstmals in die Segmente Bogenoffsetmaschinen (Sheetfed Solutions), Digital- und Offset-Rollenmaschinen (Digital & Web Solutions) und Spe-

zialmaschinen (Special Solutions). Zum Segment Special Solutions gehören unter der Marke KBA-NotaSys die neu formierten Gesellschaften im Wertpapierdruck sowie die in diversen Verpackungsmärkten tätigen KBA-MetalPrint, KBA-MePrint, KBA-Metronic, KBA-Kammann und KBA-Flexotecnica.

Mit fast 30% mehr Neuaufträgen im ersten Quartal behauptet sich KBA gut am

industriellen Dekordruck. Die mit HP entwickelte Inkjet-Web-Press für den Wellpapenmarkt eröffnet zusätzliche Perspektiven. Diese wird in Würzburg realisiert und soll der Fachwelt im vierten Quartal 2015 vorgestellt werden.

Über 50% des Konzernumsatzes entfallen heute auf Bogenoffsetanlagen und dazugehörige Systeme. Dabei dominieren Verpackungskun-



Anlagen und Systeme für die Banknotenproduktion sind der grösste Umsatzträger im Segment Special Solutions.

Markt, denn nach VDMA-Angaben wurden in diesem Zeitraum über 12% weniger deutsche Druckereimaschinen bestellt.

Im Geschäftsbereich Bogenoffset setzt sich die gute Auftragsentwicklung nach der erfolgreichen Messe Print China und die starke Stellung im Verpackungsdruck laut KBA fort. Auch andere Gesellschaften meldeten weitere Neubestellungen. 2015 wird sich die Lieferstruktur bei KBA nachhaltig verändern. Das Rollenoffsetgeschäft trägt immer weniger zum Konzernumsatz bei. Dagegen gewinnt der High-Volume-Inkjet-Druck an Bedeutung. KBA-Digital & Web Solutions adressiert auch neue Anwendungen wie den

den das Geschäft von KBA-Sheetfed Solutions sowie der meisten Gesellschaften im Segment Special Solutions. Den grössten Umsatz- und Ergebnisbeitrag bei den Spezialmaschinen leisten Systeme für die Banknotenproduktion. Die meist staatlichen Kunden kommen nach Angaben von KBA in der Regel von ausserhalb der Industrieländer. Dies erschwere die Planbarkeit des Wertpapiergeschäfts. Die breite Aufstellung der KBA-Gruppe nivelliere allerdings segment-spezifische Nachfrageschwankungen und erleichtere die Anpassung an Marktveränderungen.

› [www.kba.com](http://www.kba.com)

## CLICKABLE PAPER

Seit Heft 81 versehen wir Beiträge mit diesem Logo, um den Link von der gedruckten Ausgabe zu Internetseiten oder Bewegtbildern zu ermöglichen. Auch in diesem Heft bieten wir diese Möglichkeit wieder an. Laden Sie die App «cp clicker» im iTunes-Store oder bei Google Play herunter. Damit ist es möglich, ohne Eintippen der Links weiterführende Inhalte anzusehen. Die von Ricoh entwickelte App erkennt die Seiten beziehungsweise Seitenteile auch ohne das Logo. Wir haben es zur Kennzeichnung angebracht.



- 1 Laden Sie die App «cp clicker» auf Ihr Smartphone.
- 2 Halten Sie Ihr Gerät über die Seiten und fotografieren diese.
- 3 Jetzt sollten weiterführende Informationen sehen können.

## ZWEI JAHRE KLIMANEUTRALER TONER

Pro gedruckter DIN-A4-Seite entsteht etwa ein Gramm CO<sub>2</sub>. Daher besteht für viele Unternehmen bei Druck- und Kopierprozessen ein enormes Potenzial, die Klimabilanz zu verbessern und die Umwelt zu entlasten. Hier setzt das Print-Green-Programm von Kyocera an: Seit zwei Jahren bietet der japanische Dokumentenmanagement-Anbieter seine Toner klimaneutral an. So kompensiert Kyocera sämtliche CO<sub>2</sub>-Emissionen, die durch Rohstoffgewinnung, Produktion, Transport, Verpackung sowie Verwertung des Toners entstehen. Der Ausgleich erfolgt durch ein Gold-Standard-Projekt der Klimaschutzorganisation myclimate in Kenia. Mithilfe des Projekts sollen in sieben Jahren 41.700 effiziente Haushaltskocher installiert werden. Seit 2013 wurden bereits über 11.000 Kocher installiert – mit einer CO<sub>2</sub>-Ersparnis von knapp 43.000 t. Zudem entstanden im Rahmen des Projekts 121 feste Arbeitsplätze.

› [www.printgreen.kyocera.de](http://www.printgreen.kyocera.de)

## TSCHUDY DRUCK UND TYPOTRON FUSIONIEREN

Schweizer Druckereien sehen sich weiterhin mit gewaltigen technologischen und strukturellen Herausforderungen konfrontiert. Um sich auch in Zukunft erfolgreich positionieren zu können, legen die St.Galler Druckereien Tschudy Druck AG und Typotron AG ihre Geschäftstätigkeiten zum 1. Juli 2015 zusammen.

Dadurch entsteht in St.Gallen ein Druckereibetrieb, der den Digital- und Offsetdruck verknüpft und den Kunden massgeschneiderte Lösungen anbieten will.

Tschudy Druck war nach eigenen Angaben in den letzten Jahren sehr erfolgreich. Das daraus resultierende Wachstum habe am Standort Burggraben zu beschwerlichen logistischen Engpässen geführt, die auch die weitere Entwicklung gefährdet hätten. Die Typotron AG mit einem starken Standbein im Digitaldruck verfüge über Raumreserven, was den zusammengeführten Betrieben optimale Arbeits-

abläufe und weitere Entwicklungsmöglichkeiten biete. Die fusionierten Unternehmen werden am heutigen Standort der Typotron AG an der Scheidwegstrasse 18 in St.Gallen ansässig sein und in der Folge auch Typotron AG heissen.

Patrick Gimmi, heutiger Geschäftsleiter der Tschudy Druck AG, wird per 1. Juli die Geschäftsleitung der Typotron AG von Michael Vogt

übernehmen, der aus der Typotron AG ausscheiden wird. Die Typotron AG wird als Nachfolgerin der Tschudy Druck eine Schwestergesellschaft der Ostschweiz Druck AG, Wittenbach.

**GP QualiTrade AG**  
Graphic & Print Products

**Wo JUST DRAUF STEHT,  
IST NORMLICHT DRIN**

offizieller Vertriebspartner  
vom führenden  
Normlichthersteller

Neuhofstrasse 10 • CH-8630 Rütli ZH  
Telefon: 055 260 37 60 • Fax: 055 260 37 61  
E-Mail: [Info@qualitrade.ch](mailto:Info@qualitrade.ch) • [www.qualitrade.ch](http://www.qualitrade.ch)

## 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 **umfangendem 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](mailto:dc-schweiz@druckchemie.com)  
[www.druckchemie.com](http://www.druckchemie.com)

**DRUCK CHEMIE**  
Print Liquids Technology

**MUTARES AG  
ÜBERNIMMT ZANDERS**

Die mutares AG hat die Met-sä Board Zanders GmbH nach Zustimmung des Bundeskartellamtes am 20. Mai 2015 übernommen. Der Firmenname wird sich in Zanders GmbH ändern. Die Geschäftsführung wird ab sofort von Dr. Lennart Schley und John Tucker übernommen. Plan der neuen Geschäftsführung ist es, das Unternehmen mit allen bestehenden Produkten auf ein nachhaltiges Wachstum auszurichten. Das Produktportfolio, bestehend aus Chromolux, Zanlabel Gloss, Zanlabel Touch, Zanflex, RX Nature, Zanpack und Silver Digital, wird fortgeführt und soll durch neue Qualitäten ergänzt werden. «Wir wollen verstärkt das Know-how unserer Mitarbeiter nutzen, um unsere Kompetenzen weiter zu stärken und unser Profil zu schärfen. Dabei ist es Kontinuität im partnerschaftlichen Umgang mit unseren Kunden und Lieferanten genauso wichtig wie der Ausbau der Marktpräsenz», sagt Dr. Lennart Schley. Die mutares AG, München, erwirbt mittelständische Unternehmen und Unternehmensteile, die im Zuge einer Neupositionierung des Eigentümers veräussert werden und ein klares operatives Verbesserungspotenzial besitzen. mutares unterstützt seine Beteiligungsunternehmen mit eigenen Teams und dem Ziel, eine Wertsteigerung zu erreichen.  
 › www.mutares.de

**ZWEITER DRUPA GLOBAL TRENDS REPORT  
INTERNATIONALE DRUCKBRANCHE  
OPTIMISTISCH**

Die Resultate des zweiten «drupa Global Trends report» zu den wirtschaftlichen und operativen Trends der weltweiten Printbranche liegen vor – mit teilweise überraschenden Erkenntnissen, wie die Messe Düsseldorf mitteilt. Dies sei umso interessanter, da der Fragenkatalog im Wesentlichen identisch mit dem des ersten «drupa Global Trends report» vom Februar 2014 sei. Dadurch liessen sich Entwicklungen und wichtige Eckdaten der Branche wie finanzielle Konditionen, Geschäftsklima, Investitionsabsichten oder eingesetzte Technologien aufzeigen und Trends erkennen. Nach der aktuellen Studie erwarten 48% der befragten Drucker eine Verbesserung der wirtschaftlichen Situation in den kommenden zwölf Monaten und nur 7% eine Verschlechterung. Ähnliches zeigen laut Studie die Erwartungen der weltweiten Zulieferindustrie: 51% rechnen mit einer Verbesserung und 8% mit einer Verschlechterung. Deutlich differenzierter fallen die Ergebnisse dagegen bei

den einzeln untersuchten Parametern aus:

- So stiegen die Umsätze der Druckdienstleister weiterhin – aber weniger ausgeprägt. 39% melden eine Steigerung ihrer Umsätze, während 22% einen Rückgang verbuchen. Der positive Saldo von 17% liegt dabei unter den 27% der ersten Umfrage.
- Die Margen der Druckereien sinken laut Report weiter. 43% berichten über sinkende Margen; lediglich 16% konnten diese erhöhen. Ausnahmen sind der Studie folgend die Märkte Nordamerika und der Mittlere Osten, in denen 29% beziehungsweise 28% eine Steigerung der Margen meldeten.
- Digitaldruck ist laut «drupa Global Trends report» noch kein Umsatzbringer im grossen Massstab. So schnell der Anteil von Digitaldruck im gesamten Drucktechnologiemix auch steige, würden die meisten Umsätze aber nach wie vor im konventionellen Druck generiert. Lediglich 10% der befragten Drucker hätten 2014 mehr als 25% ihres Umsatzes im Digitaldruck (2013: 7,9%) erzielt.
- Druckereien setzen nach der Studie nicht auf druckfremde Leistungen. Oft als neues Geschäftsfeld empfohlen, werde dies in der Realität aber nicht angenommen. Lediglich 27% der befragten Druckereien erzielen mehr als 10% ihres Umsatzes mit Leistungen wie Asset Management, Pflege von Datenbanken etc.

› www.drupa.de

**PREMIUMPROGRAMM  
VON ONLINEPRINTERS**

«Das neue Premiumprogramm von Onlineprinters richtet sich an Unternehmen und Reseller und bietet diesen entscheidende Vorteile für ihr Geschäft, zum Beispiel einen individuellen Key-Account-Manager, eine attraktive Rabattstaffel und individuelle Vereinbarungen beim Einkaufs- und Abwicklungsprozess. Das wird sehr gut angenommen», freut sich **Anita Holzhauser**, Leiterin Kundenservice und Vertrieb der Onlineprinters, über den Start des Premiumservice der Onlinedruckerei. Schon mit einem Druckvolumen ab 10.000 Euro Jahresumsatz können Onlinekäufer ihren regelmässigen Bedarf an Drucksachen bequem über den Onlineshop abwickeln und gleichzeitig den persönlichen Service des Programms geniessen.



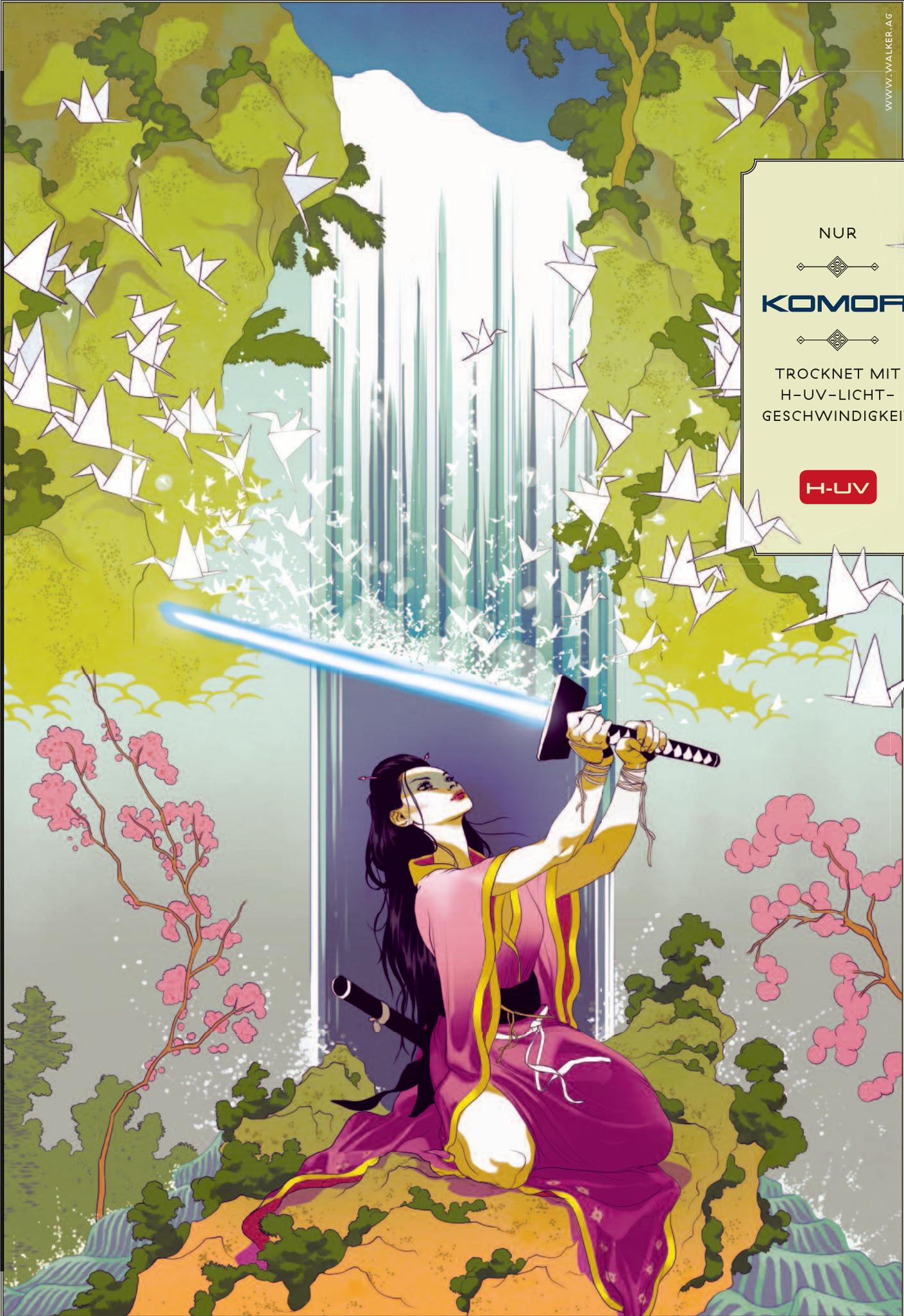
Eine Reihe von Vorteilsbedingungen und individuellen Services begleitet die Premiumpartnerschaft: Neben einer speziellen Rabattstaffel für Grosskunden können Aufträge auf Kundenwunsch auch über eine eigens eingerichtete XML-Schnittstelle abgewickelt werden. Papier- und andere Bedruckstoffe wie Plattenmaterial für Werbeschilder werden je nach Premiumstatus als Muster kostenfrei zur Verfügung gestellt.  
 › www.onlineprinters.ch

**FLYERALARM MIT  
PRINTMANAGEMENT**

Flyeralarm bietet neben seinem Stammgeschäft mit dem Unternehmensbereich Printmanagement seit Januar 2015 auch für Grosskunden attraktive Leistungen an. Die Flyeralarm Printmanagement GmbH umfasst individuell auf die Bedürfnisse zugeschnittene Lösungen und koordiniert Druck- und Marketingprojekte für Kunden. Das Portfolio reicht von reinen Druckdienstleistungen über Werbetechnik und Filialausrüstung über Direct-Mailings bis hin zu rein beratungsorientierten Projekten. Aktuell konnte Flyeralarm Printmanagement das Unternehmen «Parfümerie Douglas» gewinnen: Künftig werden Flyeralarm Printmanagement und Douglas bei Marketing-Dienstleistungen eng kooperieren, von klassischen Druckdienstleistungen bis hin zu personalisierten Werbeformen. Die Partnerschaft ist auf mehrere Jahre ausgelegt und umfasst auch internationale Standorte von Douglas. Die Flyeralarm Printmanagement GmbH entstand nach dem Kauf des Printmanagement-Spezialisten «upgrade!» aus Hamburg, der 2013 von Jörg Schneppenheim gegründet wurde. Mit der neuen Gesellschaft verstärkt Flyeralarm das bestehende Geschäftsfeld rund um massgeschneiderte Druckdienstleistungen und erweitert das Angebot um die individuelle Beratung für Marketing-Kampagnen und weiterführenden Marketing-Dienstleistungen.  
 › www.flyeralarm.de

**Empfehlungsanzeigen  
auch für das schmale  
Budget:**  
 In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und alle 14 Tage im Internet im PDF-Magazin «Druckmarkt impressions».

Telefon 0 26 71 - 38 36  
 E-Mail:  
 nico@druckmarkt.com



NUR



**KOMORI**



TROCKNET MIT  
H-UV-LICHT-  
GESCHWINDIGKEIT

**H-UV**

## ERFOLGREICHES GESCHÄFTSJAHR 2014

Der Verpackungshersteller Edelman steigerte im Geschäftsjahr 2014 seinen Umsatz um 2% auf 238 Mio. € (Vorjahr: 233 Mio. €). Der Anteil der Auslandsgesellschaften betrug 53,8% und bewegt sich damit auf Vorjahresniveau (52%). Bei der Umsatzverteilung nach Branchen nahm das Health Care Segment 43,3%, das Beauty Care Segment 45,8% ein, Consumer Brands verzeichneten 10,9%. Der Anteil des Geschäftsfeldes Packungsbeilagen am Umsatz 2014 betrug wie im Vorjahr 10%. Die 2.275 Mitarbeiter produzierten 5 Mrd. Verpackungen und 1,2 Mrd. Packungsbeilagen.

An den Standorten im In- und Ausland investierte die Edelman Gruppe 13 Mio. € in neue Technologien, was 5,5% des Gruppenumsatzes entspricht.

Das Geschäftsjahr 2014 war geprägt durch die Schaffung schlankerer Unternehmensstrukturen. «Ein Unternehmen, das über 100 Jahre alt ist, muss man bezüglich Organisationsstruktur, Flexibilität und Kundenorientierung immer wieder auf den Prüfstand stellen», begründet



**Dierk Schröder**, Geschäftsführer der Edelman Gruppe, den Abbau einer von vier Leitungsebenen.

«Wir haben Entscheidungswege verkürzt und somit die Reaktionsgeschwindigkeit deutlich erhöht.»

› [www.edelman.de](http://www.edelman.de)

## XFAIR IN WIEN EIN VOLLER ERFOLG ÖSTERREICH HAT WIEDER EINE DRUCKFACHMESSE

Österreich hat ganz offensichtlich wieder eine funktionierende Druckfachmesse. Nach drei Tagen ging die erste Ausgabe der Xfair, des Print- & Crossmedia Events für Österreich und CEE, am 17. April zu Ende. Mit knapp 2.000 registrierten Besuchern wurden sogar die Erwartungen der Veranstalter übertroffen. Was die Vertreter der rund 100 auf der Messe präsenten Firmen zusätzlich überzeugte, war offensichtlich die Qualität des Publikums.

Und auch das Einzugsgebiet passte: Selbst aus Vorarlberg waren Besucher angereist – und auch den beachtlich vielen Besuchern aus Deutschland war Wien eine Reise wert. Mit rund 15% Auslandsanteil aus den benachbarten CEE-Ländern wurde die Xfair auch ihrem internationalen Anspruch gerecht. Hier waren es vor allem Besucher aus Ungarn, gefolgt von der Slowakei, Kroatien, der Tschechischen Republik und Slowenien. Auch aus Polen, Rumänien, Bulgarien, Bosnien, der Ukraine und Russland kamen Besucher in die Marx-Halle.

Wie viele Reaktionen belegen, zeigten sie sich allesamt von der angenehmen Atmosphäre und dem kompletten Produktangebot angetan. Was allen Ausstellern auffiel: Die offensichtliche Investitionsbereitschaft. So mehrten sich mit zunehmender Dauer der Veranstaltung die Verkauf-Aufkleber auf den ausgestellten Maschinen. Selbst die von Heidelberg als Weltneuheit präsentierte Linoprint CV mit fünfter Farbe

fand einen Käufer. Und auch Müller Martinis Weltpremiere, der ausgestellte Vareo Klebebinder, ging nach Messeende direkt zum neuen Eigentümer nach Polen, ein ebenfalls ausgestellter Ventura-Fadenhefter fand in Ungarn einen neuen Käufer. Auch im Digitaldruckbereich konnten sich die Aussteller über heftige Kaufstätigkeit erfreuen – was Klaus Achraier von Aristo Graphics zum Messeende vor logistische Probleme stellte. Gleich vier der ausgestellten Systeme mussten an vier verschiedenen Destinationen zu den neuen Eigentümern verfrachtet werden. Werner Christian Huber von Werner Graphics konnte sogar noch vor Eröffnung der Messe einen Verkauf eines Roland-Drucksystems an einen Mitaussteller verbuchen.

Aufgrund der äusserst positiven Resonanz sowohl bei Besuchern als auch Ausstellern steht aber auf alle Fälle fest, dass die Xfair 2015 keine Eintagsfliege bleiben wird. Wegen der drupa Ende Mai bis 10. Juni nächsten Jahres wird die nächste Xfair in der ersten Woche im April 2017 stattfinden. Und, wenn es nach einigen Ausstellern geht, soll auch der Angebots-Bogen noch weiter gespannt werden. So sieht etwa Gerald Heerdegen, Geschäftsführer von Fahnen Gärtner, die Xfair ohne Weiteres auch als Plattform für den gesamten gedruckten Werbemittelbereich. Und die Verpackungshersteller hätten zusätzlich gerne mehr Verpackungsproduktion als Messethema.

› [www.xfair.at](http://www.xfair.at)

## GRAPHAX ERWEITERT GESCHÄFTSFELDER

Eine effiziente IT-Infrastruktur hat in den letzten Jahren enorm an Bedeutung gewonnen. Früher lediglich ein Mittel zum Zweck ist heute eine intelligente, skalierbare IT-Umgebung in vielen Unternehmen eine unabdingbare Voraussetzung für den geschäftlichen Erfolg. Aktuelle Cloud-Prozesse und die damit verbundene Datensicherheit sind heute in vielen Unternehmen jeder Branche ein ernst zu nehmendes Thema. «Wir haben festgestellt, dass immer mehr KMUs ohne eine eigene IT Abstimmungsprobleme zwischen den verschiedenen Systemen und den Dokumentenlösungen haben – und niemand ist verantwortlich. Genau dort setzen wir an: alles aus einer Hand und zu kalkulierbaren Kosten. Wir sind überzeugt, dass dieses Angebot dem Bedürfnis von vielen Kunden entspricht», sagt Graphax CEO Daniel Eckert.

Die Business-Lösungen von Graphax IT-Services zielen somit primär auf kleine und mittlere Unternehmen. Diese sollen sich mit einer stabilen IT-Infrastruktur auf ihr eigentliches Tagesgeschäft konzentrieren können. Ob einzelne Server- und Arbeitsplatzpakete oder die Konzeption und den kompletten Betrieb der gesamten IT-Umgebung des Kunden – Graphax IT Services bietet alle benötigten Lösungen, massgeschneidert und aus einer Hand. So können die Firmen jetzt nicht nur die innovativen Lösungen im Output- und Dokumenten-Management nutzen, sondern profitieren von der gesamten Dienstleistungs- und Produktvielfalt der Graphax AG.

› [www.graphax.ch](http://www.graphax.ch)

## LATE-NIGHT-UPLOAD BIS 22 UHR

diedruckerei.de reagiert auf die Anforderungen ihrer Kunden und verlängert die Annehmzeit bei Druckdaten für alle 1.400 Standard-Drucksachen von 12 Uhr auf 22 Uhr. «Wir haben ein Herz für viel beschäftigte Kreative. Ab sofort gehen Standardaufträge, die werktags bis 22 Uhr vollständig in unseren Onlineshops eingehen, noch am selben Tag in Produktion», gibt Dr. Michael Fries, Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH, die Verkürzung der Gesamtlieferzeit bekannt. «95 Prozent aller Drucksachen gehen jetzt an dem Tag in Produktion, an dem sie im Onlineshop bestellt werden. Das ist Spitzenwert in der Branche. Damit geben wir unseren Kunden aus der Kreativbranche mehr Zeit für die Gestaltung von Broschüren, Flyern und anderen Druckprodukten», so der COO. Aufgrund der automatisierten Abläufe im Onlineshop und des 24-Stunden-Produktionsbetriebes ist der Fertigungsbeginn eines Auftrags bis spät in die Nacht möglich. Voraussetzung ist, dass Bestellung, Zahlung und Druckdaten bis zur neuen Stichzeit 22 Uhr im Onlineshop eingegangen sind.



tion», gibt Dr. Michael Fries, Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH,

die Verkürzung der Gesamtlieferzeit bekannt. «95 Prozent aller Drucksachen gehen jetzt an dem Tag in Produktion, an dem sie im Onlineshop bestellt werden. Das ist Spitzenwert in der Branche. Damit geben wir unseren Kunden aus der Kreativbranche mehr Zeit für die Gestaltung von Broschüren, Flyern und anderen Druckprodukten», so der COO. Aufgrund der automatisierten Abläufe im Onlineshop und des 24-Stunden-Produktionsbetriebes ist der Fertigungsbeginn eines Auftrags bis spät in die Nacht möglich. Voraussetzung ist, dass Bestellung, Zahlung und Druckdaten bis zur neuen Stichzeit 22 Uhr im Onlineshop eingegangen sind.

› [www.diedruckerei.de](http://www.diedruckerei.de)

**BUCHBINDEREI BURKHARDT AG WIRD BUBU**

Die Buchbinderei Burkhardt AG, bereits weitläufig als Bubu bekannt, hat ihren Namen offiziell auf Bubu AG geändert. Bubu AG bietet die identischen Leistungen an wie bis anhin, allerdings mit einem Fokus auf ihre Stärken: Wegweisend in der Entwicklung von Medienprodukten, Know-how in der haptischen Kommunikation und die Möglichkeit, industrielle, handwerkliche und digitale Produktion zu integrieren. Im neuen Logo verschwinden die bekannten Buchflügel und der Begriff «binden» wird zentral, versinnbildlicht durch die Brücke zwischen den beiden «bu».

Wir werden im nächsten Heft ausführlicher berichten.

› [www.bubu.ch](http://www.bubu.ch)

**OETTERLI DRUCK AG  
DANK INNOVATION SEIT 40 JAHREN  
ERFOLGREICH**

Rund 180 geladene Gäste feierten Ende April in der Viscose Eventhalle in Emmen das 40-jährige Bestehen der Oetterli Druck AG. Langjährige Kunden, Partner, Lieferanten und Freunde gratulierten zum Geburtstag. Der Druckerei aus dem Seetal geht es 2015 besser denn je – alles andere als selbstverständlich, angesichts der Schliessung vieler Druckereien in der Schweiz. Marco Oetterli, der das Geschäft 2006 von seinen Eltern übernahm, setzte schon früh aufs Internet. Mit diversen Online-Shops stieg der Umsatz seither um das Fünffache. Der Schlüssel zum Erfolg ist eben Innovation.

Die Oetterli Druck AG wurde 1975 von Erika Oetterli unter dem Namen «Blitz Druck» gegründet. Schon bald kamen die ersten Aufträge von Vereinen und umliegenden Firmen. Gedruckt wurde damals im Keller des Wohnhauses. Anfang der 80er-Jahre stieg Ehemann Kurt Oetterli ins Unternehmen ein. Später folgte der Namenswechsel zu «Oetterli Druck Eschenbach» – der Otter im Logo ist heute noch das Markenzeichen der Firma. Aufgrund der steigenden Auftragslage entschlossen sich die Inhaber 1989 zur Gründung einer AG und zum Umzug in neue, grössere Räumlichkeiten.

Nach dem Einstieg ins elterliche Unternehmen lancierte Marco Oetterli 2006 den Online-Shop [posterkoenig.ch](http://posterkoenig.ch). Es war das erste Schweizer Internetportal, auf dem eigene digitale Fotos auf Leinwand oder Poster bestellt werden konnten. Auch beim Shop [kartenkaiser.ch](http://kartenkaiser.ch) fungierte der gelernte Drucktechnologe als Pionier: Es war der erste Webshop, in dem persönliche Geburts-, Hochzeits- oder sonstige Grusskarten direkt online gestalten werden können.

Weitere etablierte Online-Shops sind [druckexperte.ch](http://druckexperte.ch) für Geschäftsdrucksachen, [notfallarmband.ch](http://notfallarmband.ch) zum Thema «Sicherheit am Handgelenk» sowie [diekarten.ch](http://diekarten.ch) für exklusive Hochzeitskarten (siehe auch Druckmarkt 82, Seite 19).

Der Erfolg kann einfach veranschaulicht werden: Die 15 Mitarbeiter produzieren jährlich 600.000 Karten, 6.000 Fotoleinwände und Poster sowie 10.000 m<sup>2</sup> Kleber. Der Kundenkreis ist dank der Onlineshops von 280 auf über 40.000 angewachsen.

Doch auch trotz des Erfolges mit seinem Online-Print-Geschäft macht die Oetterli Druck AG nicht Halt vor Innovationen. Unter dem Namen «Wave Marketing» wurde ein neuer Service für Online-Marketing, Suchmaschinenoptimierung, Cross-media und Webdesign ins Leben gerufen. Oetterli gibt damit ihr Know-how im Onlinemarkt an seine Kunden weiter, damit auch andere Betriebe im Internet erfolgreich sein können.

› [www.oetterlidruck.ch](http://www.oetterlidruck.ch)

# Best in class

Chromos Digital ist Komplettanbieter der Premiummarke HP Indigo. Druck in Perfektion für höchste Ansprüche.

Weitere Informationen unter: [www.chromos.ch](http://www.chromos.ch)

**chromos** - Digital

starke Marken, starke Lösungen

