

HOHER AUFTRAGSEINGANG BASIS FÜR WACHSTUM BEI HEIDELBERG

Das erste Quartal der Heidelberger Druckmaschinen AG im Geschäftsjahr 2016/2017 (1. April 2016 bis 30. Juni 2016) ist wie erwartet von der drupa geprägt. Heidelberg sieht sich mit seinen neuen Produkten und Lösungen auch im Digitaldruck etabliert.

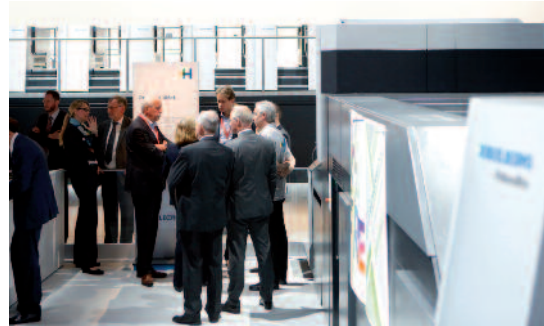
Entsprechend der hohen Nachfrage stieg der Auftragseingang zum 30. Juni auf 804 Mio. €. Der Auftragsbestand als Indikator für die zukünftige Entwicklung des Konzerns sprang gegenüber dem Vorquartal um 67% von 460 Mio. € auf 768 Mio. €. Die gute Nachfrage bildet eine solide Basis, um die Gesamtjahresziele zu erreichen. «Heidelberg ist mit einem erfolgreichen drupa-Auftritt stark in das neue Geschäftsjahr gestartet. Dies dokumentiert vor allem der hohe Auftragseingang auf der Messe. Die hohe Akzeptanz unserer Neuheiten am Markt stimmt uns für die Zukunft sehr optimistisch», sagt **Ge-**



roland Linzbach, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens.

Die übliche Kaufzurückhaltung im Vorfeld der Messe führte nach Angaben von Heidelberg allerdings zu einem mit 486 Mio. € gegenüber dem Vorjahr rückläufigen Umsatz (563 Mio. €). Die daraus resultierenden fehlenden Deckungsbeiträge, drupa-Kosten in Höhe von rund 10 Mio. € und tarifbedingt höhere Personalkosten hätten das Ergebnis im ersten Quartal wie erwartet belastet. Zum Quartalsende wies Heidelberg ein Ergebnis nach Steuern von –37 Mio. € (Vorjahr: –4 Mio. €) aus.

Dank des guten Auftragseingangs und des gestiegenen Auftragsbestands hält Heidelberg am Jahresziel für das laufende Geschäftsjahr unverändert fest. So wird weiter mit einem Umsatzwachstum von bis zu 4% gerech-



Heidelberg sieht sich in seiner Strategie bestätigt. Die Kunden quittierten es mit Bestellungen im Offset- und Digitaldruck.

net. Trotz der Vorleistungen für den Ausbau des Digital- und Servicegeschäfts soll zudem ein Ergebnis auf dem Niveau des Vorjahres erreicht werden. Damit strebt Heidelberg ein gegenüber dem Vorjahr moderat steigendes Ergebnis nach Steuern an. Nicht zuletzt deshalb, weil das Feedback der Kunden auf den drupa-Auftritt nach der Einschätzung von Heidelberg extrem positiv war. Das erstmals unter dem Namen «Fire» vorgestellte Digitaldruckportfolio habe grosse Aufmerksamkeit gefunden und Verkäufe über alle Produktkategorien generiert. Im industriellen Digitaldruck habe die Vorstellung der Primefire 106 zu zahlreichen Verkaufsabschlüssen in

Europa, den USA, Brasilien, China und Japan geführt. Zudem verkaufte Heidelberg auf der drupa die 1.000. Versafire, von der in Summe allein während der Messe so viele Maschinen verkauft wurden wie im gesamten

Geschäftsjahr 2014/2015. Im Etikettenmarkt fand die Gallus Labelfire hohes Interesse. Mit der Fire-Familie hat sich das Unternehmen nach eigenen Angaben im Markt als Digitaldruckanbieter etabliert. Insgesamt bestätigt das Investitionsverhalten der Kunden den Wandel zu höherer Automatisierung und Produktivität und zu Integration durch Software. So erwies sich die Speedmaster XL 106 als Bestseller und meist verkaufte Maschine während der Messe. Besonders nachgefragt waren Varianten für den weiter wachsenden Verpackungsmarkt und lange Wendemaschinen.

› www.heidelberg.com

Flyeralarm Projects

NEUES PORTAL FÜR AUSSCHREIBUNGEN

Flyeralarm zündet die nächste Zwischenstufe auf dem Weg zum umfassenden Komplettanbieter von Marketing-Services. Das neue, eigenentwickelte Portal «Flyeralarm Projects» ermöglicht es künftig kleineren und mittleren Unternehmen sowie Vereinen, Projekte aus Bereichen wie Grafik und Design, Text, Übersetzung und Programmierung auszuschreiben und aus abgegebenen Angeboten von Agenturen und Freelancern ihren Favoriten für eine Beauftragung auszuwählen.

Auf flyeralarm-projects.com sind zum Start Anfragen zur Gestaltung von beispielsweise Flyern, Faltblättern, Plakaten, Logos, Bekleidung und Geschäftsbedarf, die Programmierung von Apps, Webauftritten und Online-Shops, Massnahmen rund um SEO und SEA, die Texterstellung sowie Übersetzungen möglich; ein weiterer Ausbau der Kategorien ist geplant. Der Auftraggeber kann nach einem beliebigen Zeitraum entscheiden, welches Angebot er für die Umsetzung seines Projektes annehmen möchte. Dabei kann er sich an den Profilen der bereits mehr als 1.000 Anbieter und deren hochgeladener Referenzen orientieren. Wer nicht auf mehrere Angebote warten möchte, kann auch bestimmte Anbieter direkt kontaktieren. Beide Parteien können nach dem Zuschlag weitere Details besprechen. Die Rechnung erhält der Auftraggeber direkt vom Anbieter, der eine geringfügige Provision an Flyeralarm weitergibt.

› flyeralarm-projects.com

Bregal Unternehmerkapital BETEILIGUNG AN ONLINEPRINTERS

Bei der Onlineprinters GmbH verändert sich die Gesellschafterstruktur. Bregal Unternehmerkapital übernimmt alle von TA Associates Management LP gehaltenen Unternehmensanteile und wird damit Mehrheitsgesellschafter. Über die Einzelheiten der Transaktion, die noch vorbehaltlich der behördlichen Genehmigungen ist, wurde Still-schweigen vereinbart.

Das globale Private-Equity-Unternehmen TA Associates war seit 2013 als Partner von Onlineprinters tätig. «Ich möchte mich bei TA Associates sehr für die erfolgreiche Zusammenarbeit in den vergangenen drei Jahren bedanken, in denen wir Managementstrukturen und Prozesse aufgebaut und Produktionsabläufe weiter optimiert haben», erklärt Unternehmensgründer Walter Meyer. «Bregal ist selbst Teil eines Familienunternehmens und hat dadurch eine hohe Fachkompetenz für die Entwicklung mittelständischer Unternehmen wie Onlineprinters. Der Investor strebt eine langfristige, partnerschaftliche und an unternehmerischen Werten orientierte Zusammenarbeit an, was Bregal zu einem idealen Partner macht.» Im Rahmen der Transaktion wechselt der Unternehmensgründer Walter Meyer von der Geschäftsführung in den neu geschaffenen Beirat und wird von dort aus die Gesellschaft weiterhin aktiv unterstützen. Er hält auch weiterhin Anteile an Onlineprinters. Dr. Michael Fries wird das Unternehmen wie bisher als CEO führen.