

ENGAGEMENT BEKRÄFTIGT Der britische Industrielle Tony Langley, der vor fünf Jahren den Bogenoffsetbereich der insolventen Manroland AG übernommen hat, bekräftigte kürzlich sein Engagement für den Druckmaschinenbauer in Offenbach vor dem Management und den Geschäftsführern der über 40 Tochtergesellschaften. Dabei reflektierte er, wie Manroland Sheetfed durch die Beseitigung von Überkapazitäten und Ineffizienzen umgeformt wurde. In diesem Zeitraum seien 500 Druckmaschinen installiert worden. Dabei sei das Unternehmen in jedem Jahr rentabel gewesen und habe inzwischen mehr als die ursprüngliche Investitionssumme erwirtschaftet. › www.manrolandsheetfed.com

UMSATZ STABIL Im Geschäftsjahr 2016 verbuchte die manroland web systems GmbH aus Augsburg insgesamt Aufträge in Höhe von 214 Mio. € (Vorjahr 259 Mio. €), die Umsätze betragen 242 Mio. € (Vorjahr 241 Mio. €). Das Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) wurde nochmals gesteigert und beläuft sich auf 6,5 Mio. € (Vorjahr 6,2 Mio. €). Aktuell beschäftigt die Unternehmensgruppe weltweit rund 1.200 Mitarbeiter. › www.manroland-web.com

NEUAUSRICHTUNG Sihl Direct konzentriert sich verstärkt auf sein Kerngeschäft Druckmedien und übergibt im Zuge dieser strategischen Neuausrichtung sein Geschäft mit Roland Hardware, Tinten und Service an regionale Partner. Zudem übernimmt der LFP-Spezialist Kisters AG das HP-Hardwaregeschäft von Sihl Direct. › www.sihl-direct.de

UMSATZPLUS Herma setzt seinen Wachstumskurs fort und erreichte im Geschäftsjahr 2016 erneut eine Rekordmarke beim Umsatz: Das auf Selbstklebetechnik spezialisierte Unternehmen legte in der Gruppe um 5,6% auf jetzt 321,5 Mio. € gegenüber 304,5 € im Vorjahr zu. Der Exportanteil lag 2016 bei 60,4% und damit geringfügig unter dem Vorjahr (60,9%). Die Zahl der Mitarbeiter stieg leicht, von 945 im Vorjahr auf jetzt 966. Für 2017 plant das Unternehmen ein Umsatzplus von rund drei Prozent, wobei vor allem aus Deutschland und dem Euroraum Wachstumsimpulse erwartet werden. › www.herma.de

VERTRIEBSVEREINBARUNG Scodix hat eine Vertriebsvereinbarung mit der Schweizer Gietz & Co AG unterzeichnet. Die Vereinbarung gilt für den Vertrieb des digitalen Druckveredelungssystems Scodix Ultra Pro für die Veredelung von Druck-Erzeugnissen. Seit 1892 ist Gietz Anbieter leistungsstarker Maschinen für Druck und Verpackung. Heute zählt Gietz zu den weltweit führenden Anbietern von Prägefoliendruck-Maschinen und Systemen für die Druckweiterverarbeitung und ist über ein Händlernetz in mehr als 40 Ländern weltweit vertreten. Als Familienunternehmen ist Gietz aber auch ein Handelshaus für den Schweizer Markt im Bereich Druck und Weiterverarbeitung. › www.scodix.com

HEIDELBERG ERREICHT JAHRESZIELE GEWINN NACH BESTEM QUARTAL SEIT 2008

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat im Schlussquartal des Geschäftsjahres 2016/2017 (1. Januar 2017 bis 31. März 2017) bei Umsatz und Ergebnis den besten Wert seit 2008 erzielt. Das hat auch Auswirkungen auf das Jahresergebnis.

Mit einer erneuten Verbesserung des Nachsteuergewinns auf 36 Mio. € (Vorjahr: 28 Mio. €) – basierend auf vorläufigen Zahlen – ist der Heidelberger Druckmaschinen AG die Rückkehr in die Gewinnzone gelungen. Auch der um fast 60 Mio. € auf +24 Mio. € verbesserte Free Cashflow unterstreicht den Erfolg der bereits eingeleiteten strategischen Ausrichtung hin zu einem digitalen Unternehmen.

Der Umsatz stieg nach zwölf Monaten leicht auf 2,524 Mrd. € (Vorjahr: 2,512 Mrd. €). Allein im Jahresschlussquartal wurde der Umsatz um knapp 20% auf 845 Mio. € (Vorjahr: 710 Mio. €) gesteigert. Das ursprünglich geplante deutlichere Umsatzwachstum wurde nicht realisiert, da sich geplante Akquisitionen ins neue Berichtsjahr verschieben werden. Der Auftragseingang lag im Berichtszeitraum mit 2,593 Mrd. € deutlich über dem Vorjahreswert (2,492 Mrd. €). Das EBITDA ohne Sondereinflüsse betrug 179 Mio. € (Vorjahr: 189 Mio. €), obwohl 2016/2017 Kosten für die drupa von 10 Mio. € angefallen sind).

Im vierten Quartal lag der operative Gewinn (EBITDA vor Sondereinflüssen) mit 85 Mio. € um über 20% oberhalb des vergleichbaren Vorjahreswertes. Die Sondereinflüsse lagen im Berichtszeit-



Heidelberg erreicht Jahresziele – deutlicher Nachsteuergewinn nach bestem Quartal seit 2008.

raum bei rund –18 Mio. € (Vorjahr: –21 Mio. €). Das Finanzergebnis verbesserte sich aufgrund geringerer Zinskosten auf –56 Mio. € (Vorjahr: –65 Mio. €). Dies führte zu einem Ergebnis nach Steuern von 36 Mio. € (Vorjahr: 28 Mio. €), im Schlussquartal kletterte der Nachsteuergewinn dabei von 35 Mio. € auf 46 Mio. €. Gemäss dem Motto: «Heidelberg goes digital!» wurde die Konzernstruktur für die digitale Zukunft des Unternehmens bereits zum 1. April 2017 angepasst. Hierfür wurden die Segmente Heidelberg Digital Technology (HDT) und Heidelberg Digital Business & Services (HDB) etabliert. Bei HDT sind das Bogenoffset-Geschäft, der Etikettendruck und die Druckweiterverarbeitung zusammengefasst. Bei HDB steuert Heidelberg seine Geschäfte mit Services und Verbrauchsmaterialien, Gebrauchtmaschinen sowie die

digitalen Drucktechniken und Lösungen. Das dritte Segment Heidelberg Financial Services (HDF) wird unverändert weitergeführt. Im neuen Geschäftsjahr werden hierfür zahlreiche Massnahmen eingeleitet und zum Teil bereits umgesetzt. Hierdurch sollen in zunehmendem Umfang substantielle Wachstumspotenziale über ein für die spezifischen Kundenbedürfnisse entwickeltes übergreifendes Gesamtangebot entlang der Wertschöpfungskette von der Maschine über die Verbrauchsmaterialien bis zum Service generiert werden. Gleichzeitig sollen Effizienzgewinne zu weiteren Verbesserungen bei der Profitabilität von Heidelberg führen.

› www.heidelberg.com



+



=



Ihre Idee.

Unser Know-how.

Das ist Teamwork.

ÜBERNAHME X-Rite hat die ColorCert Software von der deutschen Beratungsgesellschaft Nelissen Consulting erworben. 2013 hatte X-Rite bereits den Alleinvertrieb von ColorCert übernommen, einer Software zur Prozesssteuerung der Farb- und Druckqualität. Im Rahmen der Vereinbarung erwirbt X-Rite alle Softwarekomponenten von ColorCert sowie das geistige Eigentum an der ColorCert Suite.
 › www.xrite.com

ERWEITERUNG Kodak gab am 20. April 2017 den Startschuss für die Erweiterung seines Produktionswerkes in Weatherford im US-Bundesstaat Oklahoma. Kodak errichtet in dem Werk eine neue Produktionslinie für die Herstellung von Kodak Flexcel NX Flexodruckplatten. Die neue Flexplatten-Produktionslinie wird voraussichtlich Anfang 2019 die Produktion aufnehmen.
 › www.kodak.com

EPPLE ÖSTERREICH Die Epple Druckfarben AG, Neusäß, will im Zuge ihrer neuen Ausrichtung auch im österreichischen Markt ihre Position stärken. Deshalb wurde durch eine Umfirmierung der Name der österreichischen Tochter entsprechend der deutschen Muttergesellschaft vereinheitlicht. Die «dua Druckfarben Produktions- und Vertriebsgesellschaft mbH», Wien, heisst ab sofort «Epple Druckfarben Österreich GmbH».
 › www.epple-druckfarben.de

PARTNERSCHAFT Sun Chemical und KBA-MetalPrint haben eine Kooperation bei Druckfarben für den Blechdruck bekannt gegeben. Die Partnerschaft bezieht sich vor allem auf das Segment dreiteiliger Dosen. Gemeinsam wird man an der Optimierung der Kundenanlagen aus technischer aber auch anwendungstechnischer Sicht arbeiten. Damit will man erreichen, dass der Kunde mit seiner Maschine von KBA-MetalPrint in Kombination mit den Druckfarben von Sun Chemical die höchste Leistungsfähigkeit im Blechdruck erzielt.
 › www.kba-metalprint.de › www.sunchemical.com

TORAY-HÄNDLER Toray, Hersteller von Druckplatten für den wasserlosen Offsetdruck, hat mit Wirkung vom 1. März 2017 die Griso Chemie AG zum neuen Exklusiv-Händler für die Schweiz ernannt. Griso wird als autorisierter Händler die wasserlosen Druckplatten, Chemikalien und Verarbeitungsgeräte vertreiben. Nicolas Widmer, Geschäftsführer der Griso Chemie AG, sagt: «Die Zusammenarbeit mit Toray versetzt uns in die Lage, den Nutzern seiner wasserlosen Druckplatten den bestmöglichen technischen Kundendienst sowie die beste Beratung und Betreuung anzubieten. Daneben werden wir Toray unterstützen, die Anforderungen des Schweizer Marktes besser im Blick zu behalten, um die Entwicklung neuer Produkte zu fördern.»
 › www.griso-chemie.com

KBA IM 1. QUARTAL 2017 GUTER JAHRESSTART 2017 MIT STARKEM NEUGESCHÄFT

Das 200-jährige Jubiläumsjahr 2017 hat für die Koenig & Bauer-Gruppe mit einem gegenüber dem Vorjahresquartal um 20,7% auf 321,5 Mio. € gestiegenen Auftragseingang gut begonnen.

Seit Abschluss des Restrukturierungsprogramms Fit@All ist die Koenig & Bauer-Aktie im Aufwind. 2015 stieg der Kurs von knapp 10 € auf fast 33 €, im Jahr 2016 nochmals um 30% auf 42,75 € und im laufenden Jahr notierte die im SDAX gelistete Aktie in der Spitze bereits bei 64 €. «Die gute Geschäftsentwicklung, der starke Ertragsanstieg, das schnelle Erreichen unserer Mittelfristziele und die klare Ausrichtung auf Wachstumsmärkte haben das Vertrauen der Anleger gestärkt», sagte der KBA-



Vorstandsvorsitzende **Claus Bolza-Schüemann** bei der 92. Hauptversammlung vor den Aktionären.

Neben guten Geschäftszahlen im Jahr 2016 liegen auch wichtige Kennziffern der KBA-Gruppe wie Auftragseingang, Auftragsbestand und EBIT im ersten Quartal 2017 über den Vorjahreswerten. Bei einem mit 259,1 Mio. € auf Vorjahresniveau liegenden Konzernumsatz wuchs der Auftragsbestand der Koenig & Bauer-Gruppe um 6,4% auf 619,9 Mio. €. Mehr Serviceaufträge und Bestellungen von Mittelformatanlagen liessen den Auftragseingang im Bogenoffset um 12,0% auf 152,0 Mio. €

steigen. Der Umsatz blieb mit 150,0 Mio. € um 3,0% unter dem Vorjahreswert. Dem Segment Digital & Web werden seit Jahresbeginn auch die Aktivitäten im Flexo-Verpackungsdruck zugeordnet. Die Anlagen für flexible Verpackungen sind ebenfalls Rollenmaschinen. Bei einem um 18,5% auf 57,7 Mio. € gestiegenen Auftragseingang und einem Umsatz von 30,4 Mio. € legte der Auftragsbestand von 95,5 Mio. € auf 103,5 Mio. € zu. Mehr Aufträge im Wertpapier- und Glasdirektdruck führten zum Anstieg des Auftragseingangs im Segment Special um 25,3% auf 125,7 Mio. €. Der Umsatz erhöhte sich um 2,6% auf 87,8 Mio. €. Gegenüber 1,0 Mio. € im ersten Quartal 2016 stieg der Segmentgewinn auf 4,6 Mio. €. Angesichts dieser guten Ausgangslage hält der Vorstand die für 2017 angestrebte Steigerung des Konzernumsatzes auf bis zu 1,25 Mrd. € mit einer operativen Rendite von rund 6% für erreichbar. Bis 2021 wird eine organische Wachstumsrate von rund 4% jährlich angestrebt. Von den 70 Mio. € Ergebnissteigerung sollen jeweils rund 20 Mio. € durch Servicewachstum und die Optimierung des Wertpapierbereichs erzielt werden. Um diese Ziele zu erreichen, hat der KBA-Aufsichtsrat



Ralf Sammeck und Christoph Müller mit Wirkung zum 1. Juni 2017 in



den Vorstand berufen. Sammeck führt schon bisher das Segment Sheetfed, **Christoph Müller** das Segment Digital & Web. Beide

vertreten die von ihnen geführten Segmente künftig im Vorstand. Ralf Sammeck hat zusätzlich die Koordination des weltweiten Vertriebs zum Ausbau des Neumaschinengeschäfts übernommen. Christoph Müller ist zusätzlich für die Koordination der konzernweiten Serviceoffensive verantwortlich. Die Berufung in den Vorstand zielt darauf, die Umsetzung der mittelfristigen Konzernziele zu unterstützen. Daher hat der Aufsichtsrat zur Optimierung des Wertpapierbereichs mit Wirkung ab dem 1. Juni



2017 das Aufsichtsratsmitglied **Dr. Andreas Pleßke**

für ein Jahr in den Vorstand abgeordnet. Er wird interimswise das Segment Special und dort den Wertpapierbereich leiten. Er übt während der Dauer seiner Abordnung keine Tätigkeit als Mitglied des Aufsichtsrats aus.

› www.kba.com

Gmund Papier

BESTER NATURPAPIER-DRUCKER 2017

Nach drei erfolgreichen Jahren mit über 700 Einreichungen macht sich Gmund Papier auch in 2017 wieder auf die Suche nach den besten Naturpapierdruckern in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Südtirol. Im November werden bei einer Preisverleihung in Gmund die besten Druck-Erzeugnisse des Jahres ausgezeichnet. Neu in diesem Jahr: Auch Designagenturen können ihre Projekte einreichen. Für die Einreichung stehen verschiedene Papiere zur Wahl, die von Gmund gestellt werden. Teilnahmeberechtigt ist jeder, der ein Druckobjekt auf Naturpapier in einer der Kategorien Corporate Communication, Corporate Design, Packaging, Papier Art, oder Private Communication einreichen kann. Erlaubt sind alle Anwendungsbereiche und alle Drucktechniken. Einsendeschluss ist der 30. September 2017 in Gmund.

› www.gmund.com

Charity Creative Award

ZWEITER KREATIV-WETTBEWERB

Die Einreichungsfrist für den zweiten Charity Creative Award läuft bis zum 15. Juli 2017. Ab sofort können alle Interessierten ihre Ideen einreichen. Die Aufgabe: Gestaltung eines Postkartenmotivs für Weihnachten, zum Geburtstag oder eine Dankeskarte. Die besten Motive werden für die neue SOS-Design-Edition, eine exklusive Postkarten-Kollektion der SOS-Kinderdörfer weltweit, genutzt. Zudem spendet cewe-print.de pro Teilnehmer 100 € an die renommierte Hilfsorganisation. Die Auswahl der besten Motive übernimmt auch 2017 eine hochkarätig besetzte Jury. Nach der Prämierung werden die Gewinnermotive in die SOS-Design-Edition aufgenommen und am Welt-Kindertag am 20. September 2017 veröffentlicht. Ziel des Charity Creative Awards ist es, die SOS-Kinderdörfer weltweit bei ihrer Arbeit mit den Kindern bestmöglich zu unterstützen.

› www.cewe-print.de/cca

Zusammenarbeit

HEIDELBERG UND STEINEMANN

Die Heidelberger Druckmaschinen AG und die Steinemann Technology AG haben eine Zusammenarbeit vereinbart. Danach übernimmt Heidelberg in ausgewählten Märkten den Vertrieb für die Druckveredelungssysteme von Steinemann. Derzeit umfasst das Portfolio der Steinemann Druckveredelungssysteme mit der dmax 76 und der dmax 106 zwei digitale Maschinen für Spot- und Relief-Lackierungen für Bogenformate bis zum Format B1 sowie mit der colibri 76 und der colibri 108 zwei konventionelle Maschinen für vollflächige Lackierungen für Bogengrößen bis 108 x 145 cm. Erst kürzlich hat Steinemann für seine dmax-Maschinen mit dfoil ein flexibles Modul für digitale Folienprägungen vorgestellt. Heidelberg sieht in den Lackiersystemen eine Ergänzung des eigenen Angebots an Offset- und Digitaldrucksystemen.

› www.steinemann.com



GP QualiTrade AG
Graphic & Print Products

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

offizieller Vertriebspartner
vom führenden
Normlichthersteller

Neuhofstrasse 10 • CH-8630 Rüti ZH
Telefon: 055 260 37 60 • Fax: 055 260 37 61
E-Mail: info@qualitrade.ch • www.qualitrade.ch

Bobst Group

UMSATZPLUS UND GEWINNSTEIGERUNG

Bobst Group, Anbieter von Verpackungs- und die Etikettensystemen, erzielte im zurückliegenden Geschäftsjahr 2016 einen Konzernumsatz von 1,447 Mrd. CHF, was einer Steigerung um 8,7% gegenüber 2015 entspricht. Das Nettoergebnis betrug 84,3 Mio. CHF (67,1 Mio. in 2015).

Der Konzern begann das Jahr 2017 mit einem leicht höheren Auftragsbestand als im Vorjahr. Die Auftragseingänge waren 2016 im Bereich Web-fed höher als im Vorjahr, während der Geschäftsbereich Sheet-fed auf einem etwas niedrigeren Niveau abschloss. Insgesamt lagen die Auftragseingänge auf der Höhe des Vorjahrs.

› www.bobst.com

Dasselbe in Grün

epple
DRUCKFARBEN

Nein, Druckfarben sind nicht einfach Druckfarben.
Wir zeigen Ihnen die Unterschiede in Qualität und Kundenservice.
Überzeugen Sie sich selbst.

GATTUNGSMARKETING PUBLIKATION ZEIGT «PRINTLAND BAYERN»

Wenn sich dem Druck verbundene bayerische Landesverbände zusammensetzen und eine gemeinsame Darstellung über ihr Tun, über die Stärken, die Effizienz und Nachhaltigkeit von Print sowie die Kultur des Druckens publizieren, ist das mehr als nur eine Informationsbroschüre. Entstanden ist ein beispielhaftes und lesenswertes Werk, das die Vielfalt des Mediums Print repräsentiert.

Noch nie gab es eine so grosse Vielfalt an gedruckten Medien wie heute. Sie werden geschätzt, gelesen, weitergegeben und aufgehoben. In einer Zeit, in der Information und Kommunikation immer schnelllebiger und flüchtiger werden, schätzen die Menschen das Bleibende, das Hintergründige und das Wertige an gedruckten Medien. «Gut so, denn eine Demokratie braucht vielfältige, unabhängige und kritische Printmedien», ist im Vorwort der 116-seitigen Publikation zu lesen.

Und weil man diesen Anspruch in Bayern hat, haben sich der Börsenverein des Deutschen Buchhandels (Landesverband Bayern), der Verband Bayerischer Zeitungsverleger, der Verband Druck und Medien Bayern sowie der Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern zusammengetan und gemeinsam die Publikation «Printmedien Bayern» geschaffen.

Darin kommen Journalisten sowie führende Köpfe aus Forschung, Wissenschaft und Wirtschaft zu Wort. Betrachtet werden Printmedien in ihrer ganzen Vielfalt und aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln. Allesamt lesenswerte Beiträge, die Bayern als ausgeprägtes «Printland» darstellen.

Mit seiner einzigartigen Dichte an Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen, an Papierherstellern und Druckfarbenproduzenten, an Maschinenherstellern, Druckereien sowie an Forschungsinstituten und Hochschulen verfügt der Freistaat Bayern über allerbeste Voraussetzungen, um als «führender Printmedienstandort in Deutschland und Europa auch die Zukunft zu gewinnen», zeigen sich die Verbände sehr selbstbewusst.



lagen und Buchhandel) auch über die Grenzen Bayerns hinaus und in der Schweiz nicht schaden.

Denn die Wirkung von Print ist ungebrochen. Das belegen auch die in der Publikation aufbereiteten Zahlen. Und Print ist mehr als Zeitung. Dies deutlicher und bewusster zu machen, dafür leistet Bayern mit der lesenswerten Publikation «Printmedien Bayern» einen ganz starken Beitrag.

Das beweist das Druckwerk aber auch selbst auf eindrucksvolle Weise. Die Münchner Agentur storyboard war für Layout und Umsetzung verantwortlich, das haptische Naturpapier Tauro stellte Berberich Papier bereit, gedruckt und verarbeitet wurde bei Schleunungdruck in Marktheidenfeld.

Die Publikation kann bei den beteiligten Branchenverbänden kostenfrei angefordert werden.

Dass die Unternehmen der bayerischen Printmedienbranche ein wichtiger Faktor für die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung des südlichen Bundeslandes sind, glaubt man aufs Wort. Dass es aber deren Verbänden gelungen ist, über ihre eigenen Interessen hinaus, gemeinsam für das Medium Print in all seinen Facetten zu werben, ist beispielhaft. Das ist Gattungsmarketing in Perfektion.

Das würde der Branche als Ganzes (Druckereien, Zeitungs- und Zeitschriftenver-

Ricoh Schweiz AG
**TSCHUDI NEUER
MANAGING DIRECTOR**

Die Ricoh Schweiz hat sich als Marktführer im Bereich Office Infrastruktur und Managed Print Services erfolgreich etabliert. Durch zweistelliges Wachstum in den letzten beiden Jahren und den Gewinn neuer Grosskunden wurden die Marktanteile sowohl im Office- als auch Production Printing-Bereich zur Nummer eins Position ausgebaut. Auf Grund dieser Erfolge wird der eingeschlagene Weg nun über weitere Länderorganisationen der Ricoh AG ausgebaut. Verschiedene Änderungen wurden dazu in der Schweizer Ricoh Organisation bereits umgesetzt.



Seit November 2016 ist **Daniel Tschudi** General Manager der Ricoh Schweiz

AG. Zum neuen Geschäftsjahr, also zum 1. April 2017, wurde er zum Managing Director ernannt. In dieser Funktion rapportiert Tschudi nun direkt an die Europäische Direktion in London. Unter Daniel Tschudis Führung hat die Ricoh Schweiz AG ihren Umsatz sowie die Geräteplatzierungen markant gesteigert und den MFP-Marktanteil kontinuierlich erhöht. Er zeichnet verantwortlich für das neue Go-to-Market-Modell und die hybride Coverage-Strategie des Unternehmens. Dadurch wurde der Wiederverkauf über Partner auf rund 30% des Gesamtumsatzes ausgebaut.
> www.ricoh.ch



Die Publikation zeigt Bayern als führenden Printstandort.

> www.vdmb.de



Autonomes Drucken mit AutoRun

Mit AutoRun liefern wir Ihnen schon heute die Technologie der Zukunft. Ihre KBA-Maschine konfiguriert sich datenbasiert selbst und wechselt vollautomatisch die Jobs. So optimieren Sie Produktionszeiten und haben Zeit für zusätzliche Aufträge. Die anwenderorientierte Nutzung von Daten einschliesslich der Vernetzung ist Prinzip aller digitalen Services von KBA 4.0. Erfahren Sie, wie Sie die Digitalisierung des Druckens für erhöhte Profitabilität nutzen können. Mehr dazu unter: www.kba.com/trends/autorun

1
8
200 years
Koenig & Bauer
1
0
2

