

NEUE VERTRIEBSPARTNER Die Epple Druckfarben AG, Neusäß, stärkt ihre Marktstellung in Europa und intensiviert die Zusammenarbeit mit exklusiven Vertriebspartnern, zunächst in Großbritannien, Benelux und in Skandinavien. »Als Marktführer für Bogenoffsetfarben in Deutschland wollen wir unsere Aktivitäten durch eine stärkere Präsenz in bedeutenden europäischen Märkten forcieren«, erklärt Gunther Gerlach, Vorsitzender des Vorstands der Epple Druckfarben AG. Zu den in Europa nachgefragten Epple-Innovationen zählen der migrationsunbedenkliche Innenseitendruck auf Verpackungen, zukunftssichere Akzidenzfarbsysteme, UV-LE- und UV-LED-Farben und ein breites Lackportfolio. › www.epple-druckfarben.de

ZUSAMMENARBEITEN 4.0 Viele kleine und mittlere Betriebe haben dasselbe Problem. Auftragsschwankungen erschweren die Planung von Maschinen und Personal; Fachkräftemangel, Krankheit und mehr tun das ihre hinzu. Über eine Online-Plattform will das Schweizer Internet-Start-up FaberPlace KMU zusammenbringen, Schwankungen ausgleichen und Spitzenzeiten überbrücken. ›Zusammenarbeit 4.0‹ oder ›intelligentes Teilen‹ nennt dies IT-Unternehmer Martin Frischknecht, der die Online-Plattform mit drei Partnern gründete: Die Vernetzung biete großes wirtschaftliches und gesellschaftliches Potenzial. › www.faberplace.com

VORBILDLICH Die IHK Dresden hat den KBA-Standort Radebeul als ›Vorbildlichen Ausbildungsbetrieb‹ ausgezeichnet. Entscheidend war die anhaltend hohe Qualität der dualen Berufsausbildung mit guten und sehr guten Prüfungsabschlüssen. 16 Jahre in Folge erhielt die Radebeuler Berufsausbildung die Ehrung als ›Ausgezeichneter Ausbildungsbetrieb‹ im Kammerbezirk Dresden. Ebenfalls würdigte die IHK Dresden das besondere Engagement von KBA in der Berufsorientierung. › www.kba.com

SPITZENPLATZ Die internationale Non-Profit-Organisation CDP (Carbon Disclosure Project), hat die Initiativen von Canon zur Bekämpfung des Klimawandels gewürdigt und das Unternehmen erstmals in die CDP Climate A List aufgenommen. 2016 wurden etwa 6.000 Unternehmen untersucht, deren Beurteilung auf einer Skala von A (höchste Wertung) bis F erfolgt. Mit seiner 2008 eingeführten Umweltvision hat Canon das Ziel, die jährlichen CO₂-Emissionen in jedem Produktzyklus um 3% zu verringern. Das Unternehmen verfolgt dazu proaktive Maßnahmen im Rahmen verschiedener Initiativen. › www.canon.de

ÜBERNAHME Lexmark hat den Abschluss der Übernahme durch ein Investorenkonsortium unter Führung von Apex Technology Co. Ltd. und PAG Asia Capital bekannt gegeben. Den Bedingungen des Mergers zufolge, die bereits im April 2016 angekündigt wurden, erhalten die Aktionäre von Lexmark 40,50 \$ pro Aktie in bar. Damit geht der Druckerhersteller für rund 3,6 Mrd. \$ in chinesische Hände über. › www.lexmark.com

Weiterer Investor

**ONLINEPRINTERS:
WEITERES WACHSTUM**

Nach dem mehrheitlichen Einstieg der Beteiligungsgesellschaft Bregal Unternehmerkapital im September 2016 hat auch Project A Ventures in die Onlineprinters GmbH investiert. Der Berliner Investor hat sich mit einem einstelligen Millionenbetrag an Onlineprinters beteiligt und will den Online-Drucker durch das Einbringen eigener Ressourcen noch erfolgreicher machen.

Als eine der führenden Onlinedruckereien Europas hat Onlineprinters im letzten Jahr mehr als 2,1 Mrd. Druckprodukte vom Flyer bis zum kompletten Messestand produziert. Das Unternehmen ist in Deutschland unter dem Namen diedruckerei.de aktiv, beschäftigt über 600 Mitarbeiter und tritt international in über 30 Ländern unter der Marke Onlineprinters auf.

»Mit unserem Mehrheitsinvestor Bregal Unternehmerkapital steht Onlineprinters ein Spezialist für Mittelständler zur Seite. Wir freuen uns, zusätzlich die E-Commerce-Experten von Project A als Gesellschafter begrüßen zu können«, kommentiert Dr.



Michael Fries, Geschäftsführer der Onlineprinters GmbH, den Einstieg des neuen Partners. »Damit haben wir alle Weichen für Wachstum gestellt.«

Inzwischen hat die Online-Druckerei übrigens den 600.000. Kunden begrüßt (darüber werden wir noch berichten).

› www.onlineprinters.ch

CIMPRESS
**ORGANISATORISCHE
VERÄNDERUNGEN**

Ende 2016 hat Cimpress das kalifornische Unternehmen National Pen für 218 Mio. US-Dollar gekauft. Jetzt stehen umfassende organisatorische Veränderungen des Unternehmens an.

Die Übernahme von National Pen, Hersteller kundenspezifischer Schreibinstrumente und großen Kapazitäten für deren Individualisierung, unterstützte die Strategie von Cimpress, unterschiedliche Wertschöpfungs-Kapazitäten für die individuelle Massenfertigung aufzubauen und über seine Plattform zu vermarkten. Cimpress produziert schon heute mehr als 46 Millionen individuell gestaltete Artikel im Jahr. Jetzt soll das Unternehmen Cimpress reorganisiert werden, um eine Verbesserung der Kundenzufriedenheit und Kapitalrendite, vereinfachte Entscheidungswege, beschleunigte Umsetzungsprozesse und die Weiterentwicklung der Geschäftsführungsebene zu erreichen. Cimpress beabsichtigt, etwa 3.000 Mitarbeiter (in der Sprache des Unternehmens Teammitglieder), die derzeit noch zentralen Teams angehören, den Geschäftsbereichen zuzuordnen. Außerdem ist geplant, den Umfang zentraler Funktionen zu reduzieren,

was zu einer Streichung von etwa 160 Stellen einschließlich vier Executive Officers führt.

»Die Dezentralisierung ist eine Weiterentwicklung unserer Strategie und steht im Einklang mit der Entwicklung



unserer Organisation«, sagt **Robert Keane**, Chief Executive Officer. »Wir be-

schäftigen nahezu 10.000 Teammitglieder an etwa 50 Standorten in mehr als 30 Ländern auf sechs Kontinenten und wollen weiter wachsen. Da wir uns von Vista-print zu Cimpress weiterentwickelt haben und damit ein deutlich größeres und vielfältigeres Unternehmen geworden sind, müssen wir die Verantwortlichkeiten für unsere Aktivitäten besser strukturieren und die Gewichtung unserer zentralen Organisation reduzieren. Wir gehen davon aus, dass diese Prozesse Cimpress unternehmerischer, flexibler und wettbewerbsfähiger machen.«

› www.cimpress.com



Bereits heute stellt Cimpress mehr als 46 Millionen individuelle Artikel im Jahr her. Das Angebot ist dabei längst weit über klassische Drucksachen hinausgewachsen.