

ENGAGEMENT IN SKANDINAVIEN Horizon erweitert die Marktpräsenz in Dänemark, Schweden, Norwegen und Finnland. Wie schon in Deutschland, Österreich und Ungarn will Horizon künftig auch in Skandinavien mit regionalen Vertriebs- und Service-Organisationen Produkte und Services maßgeschneidert auf die Geschäftsmodelle der Kunden ausrichten. Alle Aktivitäten in den skandinavischen Märkten werden von der Horizon GmbH in Quickborn geplant, koordiniert und umgesetzt. Zur Unterstützung der Vertriebs- und Service-Repräsentanten hat Horizon in Quickborn ein Service-Center für Nordeuropa eingerichtet. > www.horizon.de

PREISANPASSUNGEN Mitsubishi HiTec Paper, der Bielefelder Hersteller gestrichener Spezialpapiere, erhöht seine Preise für Lieferungen ab dem 1. Juni 2017 weltweit um 6% bis 8%. Gestiegene Zellstoff-, Chemikalien- und Logistikpreise machen diese Preisanpassung erforderlich. > www.mitsubishi-paper.com

LANDA VERKAUFT METALLOGRAFIE Der Spezialchemiekonzern Altana hat von der israelischen Landa Gruppe deren Metallografie-Technologie erworben. Die auf der drupa 2016 vorgestellte Technik ermöglicht metallische Effekte auf Druck-Erzeugnissen und soll dabei bis zu 50% der Kosten herkömmlicher Verfahren wie dem Folientransfer einsparen. Landa wird die noch erforderlichen Entwicklungsarbeiten sukzessive auf den Altana Geschäftsbereich Actega Coatings & Sealants übertragen, der die Technologie in den kommenden Jahren zur Marktreife führen will. > www.altana.com > www.landanano.com

GUT AUFGESTELLT Epson hat 2016 die Weichen für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung gestellt. Dank des auf zwei Jahre ausgelegten Investitionsprogramms mit einem Volumen von 50 Mio. € ist Epson in Deutschland mit einer verstärkten Vertriebsmannschaft sowie zwei neuen Niederlassungen in München und Berlin ins Jahr 2017 gestartet. > www.epson.de

SIEGWERK-ÜBERNAHMEN Siegwerk kauft Hi-Tech Products Ltd. im Vereinigten Königreich. Der auf wasserbasierte Farben und Lacke spezialisierte Anbieter entwickelt und produziert Flexofarben, insbesondere für das Bedrucken von Wellpappverpackungen. Außerdem übernimmt Siegwerk die Geschäftseinheit Plastic Tubes & Laminates (PTL) von der Schekolin AG, einem Anbieter von Verpackungslacken aus Liechtenstein. Damit erweitert Siegwerk das Portfolio um Spezial-UV-Lacke, die sich für Kunststoffverpackungen inklusive starrer Tuben eignen. Der Kauf umfasst die Übertragung des Produktportfolios sowie der Fertigungseinrichtungen der Geschäftseinheit Plastic Tubes & Laminates von Schekolin. Der Zukäufe folgen auf Investitionen und Desinvestitionen, die Siegwerk 2016 vorgenommen hat, um seine Position als Komplettanbieter für den Verpackungsmarkt zu stärken. > www.siegwerk.com

SIGNIFIKANT GESTEIGERTES KONZERNERGEBNIS HAT KBA DIE KRISE GEMEISTERT?

Wenn das Traditionsunternehmen Koenig & Bauer im September seinen 200. Geburtstag feiert, sind die Zahlen des Geschäftsjahres 2016 schon Geschichte. Doch sie werden auch in das aktuelle Geschäftsjahr strahlen, da sie das Ende eines Jahrzehnts mit Umsatzrückgängen zu signalisieren scheinen.

Die Koenig & Bauer-Gruppe hat ihre Anfang 2015 ausgegebenen Ziele bereits erreicht und mit einem signifikanten Umsatz- und Ergebnisanstieg sogar übertroffen. »Das profitable Wachstum haben wir aus Verpackungsmärkten, aus industriellen Applikationen im digitalen Rollendruck und durch den weiteren Ausbau des Servicegeschäfts generiert – und



das ohne konjunkturellen Rückenwind«, erläuterte CEO **Claus Bolza-Schünemann** die Zahlen. Mit der veränderten Unternehmensstruktur übertraf der Umsatz mit 1.167,1 Mio. € den Vorjahreswert von 1.025,1 Mio. € um 13,9%. Durch Zuwächse im europäischen Ausland, auf dem amerikanischen Kontinent sowie Afrika lag die Exportquote mit 85,5% nochmals leicht über dem ohnehin schon hohen Niveau des Vorjahres (85,0%). Der Auftragseingang des Vorjahres (1.182,7 Mio.) wurde mit 1.149,7 Mio. € zwar nicht ganz erreicht, dafür lag der Auftragsbestand zum Jahresende 2016 mit 557,5 Mio. € weiter auf hohem Niveau (2015: 574,9 Mio. €). Zum signifikanten Gewinnanstieg auf den höchsten Wert der 199-jährigen Firmengeschichte trugen laut



Das Sheetfed-Segment hat nach Angaben von KBA seinen Weltmarktanteil im Bogenoffset auf rund 25% und im Großformat auf deutlich über 60% gesteigert.

KBA der Mehrumsatz mit besseren Margen, die gute Auslastung und die reduzierte Kostenbasis nach der abgeschlossenen Restrukturierung bei. Das Konzernergebnis von 82,2 Mio. € (2015: 26,9 Mio. €) wurde damit mehr als verdreifacht. Durch das Wachstum im Verpackungsmarkt und Zugewinne bei den Marktanteilen steigerte das Sheetfed-Segment den Umsatz um 9,5% auf 615,0 Mio. €. Mit Zuwächsen im Servicegeschäft und bei neuen Digitaldruckanwendungen hat Digital & Web die Gewinnzone erreicht, obwohl Entwicklungsaufwendungen das Ergebnis belasteten. Bei einem um 28,0% auf 150,8 Mio. € gestiegenen Auftragseingang legte der Umsatz um 59,0% auf 156,5 Mio. € zu. Von der Kooperation mit HP im Sektor Wellpappen-Verpackungen und den eigenen Rota-JET-Baureihen erwartet KBA einen weiter wachsenden

Beitrag des Digitaldruckgeschäfts. Die gute Entwicklung der Verpackungsdrucklösungen im Special-Segment führte zum Anstieg des Auftragseingangs auf 491,4 Mio. € (2015: 477,7 Mio. €). Im Wertpapierdruck wurde die international führende Rolle mit einem Marktanteil von über 80% gehalten. Der Umsatz wuchs um 11,6% auf 472,0 Mio. €. Gegenüber 27,7 Mio. € im Jahr 2015 stieg der Segmentgewinn auf 42,8 Mio. €. Für 2017 strebt KBA einen Umsatzanstieg auf bis zu 1,25 Mrd. Euro an. Bis 2021 will der KBA-Vorstand den Konzernumsatz um rund 4% pro Jahr steigern. Dabei soll gut die Hälfte des Umsatzwachstums im Verpackungsdruck erzielt werden. Erklärtes Ziel ist es, dass alle Geschäftsfelder zum Wachstum beitragen.

> www.kba.com



MBO-Gruppe NEUE FÜHRUNGS- SPITZE

Nachdem alle Auflagen des Testaments des Firmengründers Heinz Binder vollzogen sind, ist MBO wieder in den Händen der Eigentümerfamilie. Katharina und Anna-Lisa Binder nehmen ihre Aufgaben als Gesellschafterinnen der Unternehmensgruppe



Neues Führungsteam der MBO-Gruppe: Thomas Heininger, CEO (links) und Christian Gohlke, CFO.

wahr. Am 1. März 2017 hat Thomas Heininger die Geschäftsführung der MBO Maschinenbau Oppenweiler Binder GmbH & Co. KG sowie der Gesellschaften Portugal, France, America, China und Herzog+Heymann übernommen. Christian Gohlke ist neuer CFO, Dirk Stühmeier wieder Geschäftsführer von Herzog+Heymann.

› www.mbo-folder.com

drupa 2020 TERMIN UM EINE WOCHE VORVERLEGT

Der Termin der drupa 2020 wird um eine Woche vorverlegt: Die Messe findet nun von Dienstag, 16. Juni, bis Freitag, 26. Juni 2020 statt. Das haben das drupa-Komitee und die Messe Düsseldorf beschlossen. Ausschlaggebend für die Entscheidung ist die Tatsache, dass zum ursprünglich geplanten Termin in einigen europäischen Ländern sowie deutschen Bundesländern die Sommerferien bereits beginnen. Mit der Terminverlegung trägt die Messe Düsseldorf Wünschen von Aussteller- und Besucherseite Rechnung.

»Als wir uns gemeinsam mit den führenden Branchenteilnehmern während der drupa 2016 für die Beibehaltung des Vier-Jahres-Turnus der drupa entschieden haben, waren die weltweiten Ferientermine größtenteils noch nicht veröffentlicht«, erläutert Werner M. Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf.

› www.drupa.de

BRUTTOWERBEAUSGABEN (IN MIO. EURO)



Quelle: bvdm, Druckmarkt-Grafik: 4/2017.

Bruttowerbeausgaben PRINTWERBUNG IM AUFSCHWUNG

Zum dritten Mal in Folge steigen die Bruttowerbeausgaben für Print. Das zeigt die aktuelle Bilanz zum Bruttowerbemarkt des Marktforschungsunternehmens Nielsen. 2016 wurden rund 10,5 Mrd. € in Printwerbung investiert – ein Zuwachs von 2,6% gegenüber dem Vorjahr. Seit 2013 ist der Wert um fast 400 Mio. € gestiegen. Die Segmente Zeitungen (4,9 Mrd. € Werbeausgaben, +4% gegenüber 2015), Außenwerbung (1,8 Mrd. €, +7,9%) und Fachzeitschriften (0,4 Mrd. €, +1,7%) konnten ein deutli-

ches Wachstum verzeichnen. Lediglich das Segment Publikumszeitschriften musste mit -1,8% einen Rückgang hinnehmen.

Nach dem Tief im Jahr 2013 konnte sich Printwerbung somit erholen und den damaligen Stand im vergangenen Jahr übertreffen. Die Werbeausgaben im Internet sind mit -4,2% hingegen rückläufig.

»Print bleibt ein gefragtes und bewährtes Werbeumfeld, das sich auch im Zeitalter der Digitalisierung behauptet«,

unterstreicht **Dr. Paul Albert Deimel**, Hauptgeschäftsführer des Bundesver-



bandes Druck und Medien. »Ob auf Tragetaschen oder Wandkalendern, in der Tageszeitung oder im klassischen Anzeigenblatt: Wer wahrgenommen werden will, wirbt gedruckt.«

› www.bvdm-online.de

Anmerkung der Redaktion: Die Bruttowerbeausgaben, wie sie Nielsen Media Research ausweist, sind allerdings mit Vorsicht zu genießen und können ein verzerrtes Bild des Werbemarktes darstellen, da sie die am Markt möglichen Maximaleinnahmen darstellen. Die tatsächlich von den Kunden bezahlten Preise (Bruttopreis abzüglich Rabatte, Agenturkosten und Mittlergebühren) stellen die Nettoeinnahmen dar, wie sie der Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) ausweist. Die Brutto-Nettoschere zwischen den formell ausgewiesenen und tatsächlich erzielten Werbepreisen betrug in den letzten Jahren etwa ein Drittel.

RAPID

TRANS UT

Unsere Schnellste!

Zusammentragen • Broschürenfertigung

Neues,
dynamisches Design

Höhere
Produktivität

Automatische
Formatumstellung

Duplex

MKW

www.mkwgmbh.de

Graphische
Maschinen

MKW Graphische Maschinen GmbH · D-56766 Ulmen · Am Weiher · Telefon +49 (0)2676 93050

PREISE FÜR LACKE STEIGEN Der Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie (VdL) hatte bereits gemeldet, dass die Rohstoffpreise am Weltmarkt auf breiter Front mitunter zweistellig gestiegen seien. Einige Rohstoffgruppen näherten sich preislich ihren historischen Höchstständen. Ein Ende der Preisrallye sei aber noch nicht in Sicht. Die Rohstoffhersteller hätten weitere Preiserhöhungen angekündigt, so der VdL. Rohstoffkosten seien für die Industrie entscheidend, da mehr als die Hälfte des Umsatzes auf Rohstoffe entfällt. Darunter leide die deutsche Lack-, Farben- und Druckfarbenindustrie. Auf rund 200 Millionen Euro schätzt Dr. Martin Engelmann, Hauptgeschäftsführer des VdL, die Mehrbelastung für die 250 Branchenmitglieder. Inzwischen gibt es die ersten Konsequenzen. Aufgrund massiver Preissteigerungen bei den Rohstoffen für Drucklacke hat sich nach Angaben der hubergroup die Produktion mehrerer Produktgruppen bereits spürbar verteuert. Stark betroffen seien wasserbasierte und energiehärtende Drucklacke. Daher sieht sich der Druckfarbenhersteller gezwungen, eine Anpassung der Preise um bis zu 10% vorzunehmen.
 › www.lackindustrie.de › www.hubergroup.com

UMSATZSPRUNG Die technotrans AG hat das Geschäftsjahr 2016 mit großem Erfolg abgeschlossen: Der Konzern erzielte einen signifikanten Umsatzsprung von 23,6% auf 151,8 Mio. Euro und erreicht auch beim Gewinn das beste Ergebnis seit neun Jahren. › www.technotrans.de

INTERNET OF THINGS Der Arbeitsplatz der Zukunft ist für Konica Minolta zu einem zentralen Thema geworden. Menschen, Systeme und Räume werden künftig miteinander vernetzt sein. Deshalb ist Konica Minolta der LoRa Alliance beigetreten, einer Non-Profit-Organisation, die Interoperabilität und Standardisierung von Low-Power Wide Area Networks (LPWAN) fördert, auf denen das Internet of Things (IoT) basiert. › www.konicaminolta.de

ASSOZIIERT BEIM FFI Der FFI (Fachverband Faltschachtel Industrie e. V.) begrüßt zwei neue Assoziierte Mitglieder: die Highcon Systems Ltd. Headquarters und die Landa Digital Printing GmbH. Für Highcon ist es als Bindeglied der Supply Chain der Faltschachtelbranche wichtig, die Networking-Möglichkeiten einer Mitgliedschaft im FFI zu nutzen. Marc Schillemans, VP & GM EMEA & Geschäftsführer Landa Digital Printing GmbH begründet den Beitritt zum FFI so: »Die europäische Hauptniederlassung von Landa Digital Printing befindet sich in Deutschland. Die deutsche Druckindustrie und die Faltschachtelindustrie sind Schlüsselmärkte für uns. Die Mitgliedschaft im FFI ist ein wichtiger Schritt für Landa.«
 › www.ffi.de › www.highcon.net › www.landanano.com

SHOWROOM FÜR DIGITAL UND FLEXODRUCK KBA BAUT NEUES DEMOCENTER IN WÜRZBURG

Vor dem Festakt zum 200-jährigen Firmenjubiläum der Koenig & Bauer AG im September 2017 begannen in Würzburg die Arbeiten für ein Vorführcenter für Digital- und Flexodruckmaschinen. Am 14. März wurde der Grundstein für den Neubau gelegt.

Mit einer Nutzfläche von etwa 2.100 m², einem umbauten Raum von 21.164 m³ und einer Investitionssumme von gut 6 Mio. Euro (inklusive technischer Infrastruktur; ohne Vorführrmaschinen) hat die Baumaßnahme ein beachtliches Volumen. Sie ergänzt am Standort Würzburg den Neubau eines Logistikzentrums und eines Konstruktionsgebäudes, zwei neue Fertigungshallen aus den Jahren 2003 und 2008 sowie die 2012 fertiggestellte neue Gießerei.

In Anwesenheit zahlreicher Gäste wies der KBA-Vorstandsvorsitzende Claus Bolza-Schünemann auf die erfolgreiche Neuausrichtung der KBA-Gruppe auf Wachstumsfelder wie den Verpackungs-, Digital- und industriellen Funktionsdruck hin. 70% des Neumaschinenumsatzes im Konzern kommen bereits aus dem boomenden Verpackungssektor.

Um Druckereikunden aus expandierenden Märkten adäquate Präsentationsmöglichkeiten zu bieten, habe

man sich entschieden, das neue Democenter in Würzburg zu errichten.

Als Pendant zum Vorführcenter für Bogenoffset- und Weiterverarbeitungsanlagen im sächsischen Radebeul soll das Democenter in Mainfranken mit einer RotaJET-Digitaldruckanlage für den Akzidenz-, Publikations- und Dekordruck, einer Flexo-Rotation der italienischen Tochtergesellschaft KBA-Flexotecnica für flexible Verpackungen und einer neu entwickelten Flexo-Bogenmaschine für den Direktdruck auf Wellpappe ausgestattet werden und im Herbst 2017 bezugsfertig sein. Neben Kundenvorführungen sind dort auch Tests von Neuentwicklungen geplant.

»KBA-Digital & Web baut in Würzburg die weltweit größten Inkjet-Rollenrotationen und künftig auch leistungsfähige Bogendruckmaschinen für die steigende Nachfrage bei Wellpappenverpackungen, KBA-Flexotecnica bietet hervorragende Flexo-Rotationen für Verpackungen aus Folien, Papier und leichtem Karton an«, führte Bolza-Schünemann aus. »Mit dem breitesten Programm aller Hersteller hat KBA Lösungen für nahezu alle Märkte.«

› www.kba.com



KBA-Vorstandsvorsitzender Claus Bolza-Schünemann (r.) und Christoph Müller, Geschäftsführer von KBA-Digital & Web und KBA-Flexotecnica, bei der Grundsteinlegung.



Herkunft & Zukunft

Danke für 200 Jahre Erfolgsgeschichte! Das Vertrauen unserer Kunden bestärkt uns seit unserer Gründung darin, immer wieder neue Wege zu gehen und durch mutige Ideen die Branche wegweisend mitzugestalten. Gemeinsam mit zuverlässigen Geschäftspartnern, kompetenten Führungskräften und hochmotivierten Mitarbeitern entwickeln wir seit 200 Jahren Printlösungen, die Geschichte schreiben und diese manchmal auch verändern.

Dafür gilt Ihnen allen unser Dank. Nun ist es an der Zeit, dass wir unserer Geschichte ein neues Kapitel hinzufügen. **Bleiben Sie gespannt!**

1
8
1
7
1
0
2

200 years
Koenig & Bauer

Koenig & Bauer AG

Friedrich-Koenig-Straße 4, 97080 Würzburg
T. +49 (0)931 909-0, M. info@kba.com, www.kba.com



NEUE GESCHÄFTSRÄUME Mit einem Empfang hat der Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e. V. Mitte Februar seine neuen Geschäftsräume im Leipziger Haus des Buches eingeweiht. Zu der Veranstaltung kamen rund 50 Teilnehmer, darunter zahlreiche Mitgliedsunternehmen sowie Vertreter des Bundesverbandes Druck und Medien, der Thüringer Wirtschaftsvereinigung und des Kuratoriums Haus des Buches. › www.vdm-mitteldeutschland.de

EINER DER BESTEN Canon Deutschland ist als einer der besten Arbeitgeber ausgezeichnet worden. Das Top Employers Institute hat dabei im Rahmen einer detaillierten Bestandsaufnahme die Human-Resources-Prozesse, Strukturen und Bedingungen bei Canon untersucht und dem Unternehmen ein herausragendes Mitarbeiterumfeld bescheinigt.

COLORCERT ÜBERNOMMEN 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

CONTILAS BEI TEUBER Die teuber consult + IT GmbH, zu der auch die Hubertus Wesseler GmbH gehört, hat mit Wirkung zum 1. Februar 2017 die branchenübergreifende ERP/MIS-Software contilas übernommen. Der Vertrieb für die Druckbranche wird über Hubertus Wesseler organisiert. Neben der Ergänzung der bei Wesseler vorhandenen Produktbereiche Vorstufe, Druck, Weiterverarbeitung, Robotersysteme und Verbrauchsmaterialien erweitert man nun das Tätigkeitsfeld um Softwarelösungen. › www.wesseler.com

SWISSQPRINT JAPAN swissQprint hat in Japan eine Tochtergesellschaft gegründet, nachdem der japanische Partner sein operatives Geschäft eingestellt hat. Der Schweizer Hersteller hat daher kurzfristig die Japan-Tochter, swissQprint Japan KK mit Sitz im Großraum Tokyo gegründet und alle Dienstleistungen des bisherigen Partners übernommen. › www.swissqprint.com

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

Inkjet-Geschäft

KODAK HAT SICH ENTSCIEDEN

Eastman Kodak wird ihr Prosper Inkjet-Geschäft nun doch behalten und fortführen. Die Angebote der Bieter hätten nicht den Wert des Geschäftsbereiches widergespiegelt. »In Anbetracht der Verbesserungen der Geschäftsentwicklung und den eingegangenen Angeboten ist dies eine pragmatische Entscheidung«, sagt **Jeff**



Clarke, Chief Executive Officer von Kodak. »Das Geschäft hat sich im Jahr

2016 mit einem 40-prozentigen Umsatzzuwachs bei Verbrauchsmaterialien und anderen Posten, die für regelmäßige Zahlungseingänge sorgen, gut entwickelt. Wir erwarten, dass unsere Enterprise Inkjet Systems Division (EISD) in diesem Jahr profitabel sein wird. Dabei sind die Investitionen in UltraStream, unsere Technologie der nächsten Generation, berücksichtigt.«

Kodak wird weiter in das UltraStream Programm investieren und hat mit Partnern, die neue Anwendungen der Technologie entwickeln werden, Vorverträge geschlossen und wird mit der Auslieferung von UltraStream Evaluations-Kits an 17 Unternehmen beginnen. Kodak geht davon aus, dass Produkte, die auf der UltraStream-Technologie beruhen, 2019 auf den Markt kommen werden. »Kodak wird die Steigerung des Unternehmenswerts vorantreiben, sei es durch Firmenübernahmen, Partnerschaften oder den Verkauf von Geschäftsbereichen«, sagte Jeff Clarke.

› www.kodak.com

HEIDELBERG UMSATZWACHSTUM IN SICHT

Der Druckmaschinenhersteller Heidelberg liegt nach dem 3. Quartal des Geschäftsjahres 2016/2017 auf Kurs. Das Ergebnis wurde gegenüber dem Vorjahresquartal weiter verbessert.

Zwar liege der Umsatz noch unter Vorjahr, doch wird die große Zahl an Maschinen, die auf der drupa in Auftrag gegeben wurden, im nächsten Quartal planmäßig ausgeliefert. Zudem wird der Serienstart dieser Produkte zu einem höheren Umsatz und Ergebnis als im Vorjahr führen. »Die Ergebnissteigerungen zeigen, dass Heidelberg auf dem richtigen Weg ist«,



sagt **Rainer Hundsdörfer**, Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG. »Mit einem starken Schlussquartal gehen wir davon aus, unseren Jahresgewinn zu erhöhen.«

Um die digitale Transformation des Unternehmens weiter voranzutreiben, richtet Heidelberg seine Organisation neu aus. Künftig soll es eine Division geben, die digitale Technologien und Produkte für neue Geschäftsmodelle entwickelt, produziert und bereitstellt. Eine weitere Division soll diese vermarkten. »Heidelberg goes digital. Wir machen das Unternehmen fit für die digitale Zukunft«, ergänzt Hundsdörfer. »Dazu werden wir neue Geschäftsideen entwickeln, uns aber auch über Akquisitionen in diesem Umfeld verstärken.«

Umsatz und Ergebnis haben sich im 3. Quartal im Vergleich zum Vorquartal des



Zuversicht und neue Pläne bei Heidelberg in Wiesloch.

laufenden Geschäftsjahres weiter verbessert. Der Umsatz lag mit 1,680 Mrd. € noch unter dem Vorjahr (1,802 Mrd. €). Der Auftragszugang lag im selben Zeitraum mit 1,990 Mrd. € jedoch rund 4,5% über dem Vorjahreswert. Mit einem Auftragsbestand, der mit 739 Mio. € rund 26% über dem des Vorjahres liegt, verfügt Heidelberg über eine gute Ausgangsbasis für das 4. Quartal. Daher geht Heidelberg mit Blick auf ein starkes Jahresschlussquartal von einem Umsatzwachstum aus. Trotz der Vorleistungen für den Ausbau des Digitalgeschäfts wird im Geschäftsjahr 2016/2017 ein gegenüber dem Vorjahr moderat steigendes Ergebnis nach Steuern angestrebt.

› www.heidelberg.com



swissQprint

**JETZT AUCH
IN DEUTSCHLAND**

Zum 1. April 2017 hat die Deutschlandtochter von swissQprint ihre Aktivitäten aufgenommen, vertreibt und wartet die Schweizer Großformatdrucker. Geschäftssitz ist Kerpen bei Köln. Unter der Leitung von Wolfgang Tropartz hat ein zwölf-köpfiges Team sämtliche swissQprint-bezogenen Aktivitäten vom bisherigen Vertriebspartner Sihl Direct übernommen. Dieser hatte vergangenes Jahr beschlossen, sich aus strategischen Gründen von dieser Partnerschaft zurückzuziehen. Die swissQprint-Niederlassung betreut nun den gesamten deutschen Markt und bietet das volle Sortiment an: Oryx 2, Impala 2, Nyala 2 in allen Ausführungen und mit diversen Ausbauoptionen. Das Unternehmen betreut die bestehenden Kunden inklusive Verbrauchsmaterial-Versorgung und technischem Service. In Kerpen sind Showroom, Lager und Verwaltung unter einem Dach angesiedelt.

› www.swissQprint.com

Benoit Chatelard

CEO DIGITAL SOLUTIONS FLINT GROUP

Xeikon, ein Geschäftsbereich der Flint Group, hat **Benoit**



Chatelard mit Wirkung vom 8. Mai 2017 zum Präsidenten und CEO des Geschäftsbereichs Digital Solutions der Flint Group ernannt. Er wird zudem als CEO von Xeikon vorgeschlagen. Die Bestätigung durch die Aktionärsversammlung von Xeikon steht noch aus. Chatelard verfügt über umfassende Erfahrungen im digitalen Druck. Zuletzt zeichnete er als Vice-President der Production Printing Business Group für Ricoh Europe verantwortlich. Seine berufliche Laufbahn im Digitaldruck begann 2002 bei der IBM Printing Systems Division. Mit der InfoPrint Solutions Company als Joint Venture zwischen Ricoh und IBM wurde Chatelard 2007 Vice-President des Unternehmens. In den folgenden Jahren übernahm er bei Ricoh Europe umfassende Verantwortung.

› www.flintgrp.com

› www.xeikon.com

STABILE GESCHÄFTSLAGE AUSBLICK IST JEDOCH VERHALTEN

Der deutsche Druck- und Papiermaschinenbau blickt auf ein befriedigendes Jahr 2016 mit einem um 8% gestiegenen Gesamtvolumen auf nunmehr 3,89 Mrd. Euro zurück.

»Nach dem starken Auftrags-eingang im Vorjahr haben sich die Geschäfte unserer Mitgliedsfirmen gut entwickelt«, erklärt **Dr. Markus**



Heering, Geschäftsführer des Fachverbandes Druck- und Papiertechnik im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA). Der langjährige Investitionsstau in der Druckindustrie löse sich, Druckereien und Buchbindereien hätten wieder Vertrauen in die Zukunft gefasst, so Heering. Doch der große Jubel bleibt aus. Die großen Einzelmärkte der Welt machen den Herstellern auch die größten Sorgen. Zwar stieg der Umsatz bei den Papierverarbeitungs-maschinen um 6% und das Auftragsvolumen um

13%, doch die Druckereimaschinenhersteller mussten 2016 stagnierende Umsätze hinnehmen. Trotz drupa sank der Auftragseingang um 7% gegenüber 2015, das noch 9% Zuwachs gebracht hatte.



So zeigte sich **Kai Büntemeyer** beim Ausblick auf 2017 eher verhalten optimistisch. Der Kolbus-Geschäftsführer und Vorsitzende der Sparte Druck- und Papiertechnik im VDMA hatte nach der drupa 2016, die der Branche nach längerer Tristesse wieder Zuversicht gab, Rückenwind verspürt. Jetzt befürchtet er, dass die drupa nach Brexit und Trump-Wahl ein einzelner Stimmungshöhepunkt gewesen sein könnte.

› <http://dup.vdma.org>

Anzeigenblätter

**UMSATZ STEIGT UM
5,9 PROZENT**

Mit 5,9% ist der Umsatz der Anzeigenblätter in Deutschland gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen. Laut dem Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) beträgt der Netto-Werbeumsatz im zurückliegenden Geschäftsjahr 1,92 Milliarden Euro. »Erfreulich ist, dass der Anzeigenumsatz leicht zulegen kann«, sagt BVDA-Geschäftsführer Dr. Jörg Eggers. Insgesamt ist das Umsatzplus größtenteils auf einen Zuwachs bei den Beilagen zurückzuführen, teilt der Verband im Vorfeld seiner Frühjahrstagung mit. Die wöchentliche Gesamtauflage geht um 2,3% leicht zurück und liegt nun bei 86,9 Millionen Exemplaren. Das Umsatzplus für das Jahr 2016 sei auch ein Beleg für die zunehmende Bedeutung der Gattung. Die aktuelle Studie »Anzeigenblatt Qualität« bescheinigt Wochenblättern eine gestiegene Leser-Blatt-Bindung und dass Werbung im Wochenblatt unmittelbar wirkt.

› www.bvda.de



BUSINESS AUTOMATION

einfach **Business einfach** machen

PRINT SHOPS

Web-to-Print.
Customer Attraction.

PRINT MANAGEMENT

Business Intelligence.
Smart Operations.

PRINT AUTOMATION

More Time.
More Business.

PRINT INTEGRATION

Open Network.
We Speak API.

Wir glauben, dass die Druckbranche neu gedachte Lösungen braucht. Unternehmen sollten sich weniger über den Produktpreis, als viel mehr über den geschaffenen Mehrwert für Ihre Kunden und über die Optimierung der Prozeßkosten positionieren.

Neueste Shop-Technologien
Modernstes Web-To-Print
umfangreiche ERP-Funktionen
Prozess-Automatisierung
API Schnittstellen

Kontakt und weitere Infos:
www.obility.de

ERLEBEN SIE DAS LEBENDIGE KULTURERBE DRUCKTECHNIK IM LEIPZIGER MUSEUM FÜR DRUCKKUNST. **NUTZEN** SIE DIESEN AUTHENTISCHEN ORT DER INDUSTRIEKULTUR FÜR IHR UNTERNEHMEN UND IHRE KUNDEN. **TREFFEN** SIE SICH ZUM NETWORKING IN DER FÖRDERGESELLSCHAFT. **SCHÖPFEN** SIE AUS DEM WISSENSPEICHER RUND UM PRINT. **WIRKEN** SIE MIT AM TREFFPUNKT DER DRUCKBRANCHE. **BETEILIGEN** SIE SICH AM ERHALT UND AUSBAU DER PRIVATEN MUSEUMSTIFTUNG. **SPENDEN** SIE AUF DAS KONTO: DE 92 8605 5592 1100 3969 14.

WWW.DRUCKKUNST-MUSEUM.DE



Museum
für
Druckkunst
Leipzig

