

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 Auftrags-eingang 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