

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, Ge-

bräuchtmaterialien und 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 substanzielle 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

contilas Softwarelösungen **TEUBER CONSULT + IT GMBH ÜBERNIMMT**

Die teuber consult + IT GmbH, zu dessen Unternehmensgruppe auch die Hubertus Wesseler GmbH & Co KG aus Osnabrück gehört, hat mit Wirkung zum 1. Februar 2017 sämtliche Produkte, Programmierschlüssel und Aktivitäten der branchenübergreifenden ERP/MIS-Software contilas übernommen. Der Kauf der Lösungen DruckPlan, DeskPlan und ControlPlan beinhaltet auch die Personalien aus den Bereichen Produktentwicklung, Produktsupport und den Vertrieb, der über die iPactor GmbH gesteuert wurde. 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 intelligente Softwarelösungen.

› www.wesseler.com

Edelmann **ERFOLGSKURS FORTGESETZT**

Der Verpackungshersteller Edelmann steigerte seinen Umsatz 2016 um 19% auf 300 Mio. €. Für das laufende Geschäftsjahr wird ein weiteres Wachstum von 6% und ein Umsatz von 318 Mio. € erwartet. An 16 Standorten weltweit entwickelt, produziert und vertreibt das 1913 gegründete Familienunternehmen Faltschachteln, Rigid Boxes, Packungsbeilagen und Systemlösungen. Der Umsatzanteil der Auslandsgesellschaften erhöhte sich auf 64%. Auf den Geschäftsbereich Health Care entfielen 45%, Beauty Care erreichte einen Anteil von 45% und Consumer Brands 10%. Insgesamt produzierten 2.700 Mitarbeiter der Unternehmensgruppe 4,5 Mrd. Verpackungen und über eine Milliarde Packungsbeilagen. Im In- und Ausland investierte Edelmann 16,5 Mio. € in Maschinen und Anlagen, für 2017 ist die gleiche Summe geplant.

› www.edelmann.de

Papyrus investiert **NEUES LOGISTIK- ZENTRUM IN KÖLN**

Papyrus investiert in ein neues Logistikzentrum in Köln-Niehl, um die logistische Infrastruktur gegenüber dem bisherigen Standort in Köln-Rodenkirchen zu optimieren und das Serviceangebot für Papierspezialitäten für Kunden in ganz Europa zu verbessern. Das neue Lager mit einer Fläche von 22.000 m² wird mit einem Papierkompetenzzentrum für die Entwicklung von Services, sowie mit Räumen für Schulungen und Kundenseminaren ausgestattet werden. Papyrus plant, das neue Logistikzentrum zum Jahresbeginn 2018 zu eröffnen.

Diese weitere Investition des Unternehmens steht im Einklang mit der Strategie, das Geschäftsfeld »Printing & Creative Solutions« innerhalb der Papyrus-Gruppe weiter auszubauen und folgt der Investition in den Schweizer Markt durch den Erwerb des Papiergroßhandelsunternehmens Inapa Schweiz im Dezember 2016.

› www.papyrus.com

Papierfabrik Hainsberg **UNTERNEHMENS- SANIERUNG**

Die Papierfabrik Hainsberg GmbH will sich in einem Sanierungsverfahren in Eigenverwaltung restrukturieren. Einen entsprechenden Antrag stellte das Unternehmen am 12. April 2017 beim Amtsgericht Dresden. Die Unternehmensspitze bleibt unverändert im Amt und ist voll handlungsfähig, der Geschäftsbetrieb läuft unverändert weiter.

Die 1838 gegründete Papierfabrik erwirtschaftet mit Recyclingdruckpapieren der Marke Lettura in vier Produktgruppen Druckpapiere, Büropapiere, Briefumschlagpapiere und Spezialverpackungspapiere einen Umsatz von rund 30 Mio. €.

Ursache der finanziellen Probleme ist eine Baumaßnahme, die während der laufenden Produktion durchgeführt werden muss und sich als deutlich teurer erwies als geplant. Dies sowie der Verlust zweier Großaufträge hatte die Liquidität des Unternehmens wesentlich belastet.

› www.hainsberg-papier.de

Unter neuem Dach **GUK ÜBERNIMMT MB BÄUERLE**

Der Falzmaschinenhersteller GUK aus Wellendingen hat zum 19. Juni 2017 die Gesellschafteranteile von MB Bäuерle erworben. Dieter Busenhardt, bisheriger Hauptgesellschafter von MB Bäuерle und Geschäftsführer, scheidet zum Monatsende aus dem Unternehmen aus. Die Leitung des Unternehmens wird künftig von Stefanie Faulhaber sowie Herbert Herrmann unterstützt, der durch seine längjährige frühere Tätigkeit bei MB Bäuерle über weitreichende unternehmensspezifische Kenntnisse verfügt.

Der in vierter Generation geführte Familienbetrieb GUK bietet Falzmaschinen, Pharamlösungen und Zuführsysteme. Kompetenzen von MB Bäuерle sind Falz- und Kuvertiersysteme sowie Systemlösungen. Beide Unternehmen verfügen über eine lange Historie im Bereich der Druckweiterverarbeitung.

› www.mb-bauerle.de

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

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

VEREINBARUNG Die Klöckner Pentaplast Group, Hersteller von Kunststofffolien und Verpackungslösungen, hat eine Vereinbarung zum Erwerb von Lincpac Senior Holdings, einem Folienhersteller und -verarbeiter für Lebensmittelverpackungen, unterzeichnet. Durch die Transaktion entsteht ein führender Hersteller für Hartfolien und flexible Folien mit kombinierten jährlichen Umsatzerlösen von mehr als 2 Mrd. US-Dollar.
 › www.kpfilms.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 Flexoplatten-Produktionslinie wird voraussichtlich Anfang 2019 die Produktion aufnehmen.
 › www.kodak.com

HATTRICK Avery Zweckform ist zum dritten Mal in Folge von einer unabhängigen Jury aus 21 renommierten Wirtschafts- und Medienfachleuten zur ›Superbrand‹ gekürt worden. Der Markenhersteller aus Bayern gehört damit erneut zum illustren Kreis der 50 stärksten Marken Deutschlands, die aus 1.350 Unternehmen ausgewählt wurden. Ausschlaggebend für die Auszeichnung: Avery Zweckform und seine Produkte stehen für Qualität und nehmen damit im Bewusstsein der Verbraucher und der Wirtschaft eine herausragende Stellung ein.
 › www.avery-zweckform.com

EPPLER 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

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 Mittelformanlagen 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 zugerechnet. 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



Vierteljahrhundert

25. GEBURTSTAG VON IMPRESSED

Was im vorigen Jahrtausend begann, muss nicht von gestern sein. Den Beweis liefert die Hamburger Impressed GmbH, die seit April 1992 mit Fachkompetenz und Herz einen einmaligen Ruf bei ihren Kunden erworben hat. Ob Automatisierung, Publishing, PDF-Lösungen, Farbmanagement, oder Druckplanung, Impressed hält für alle Fälle die passende Lösung und Dienstleistung parat. Impressed bietet ein hochkarätiges Team an Workflow-Experten, unterstützt durch ein Netzwerk aus Fachleuten der unterschiedlichsten Bereiche. Zur Kernmannschaft gehören 14 Mitarbeiter, die meisten sind schon sehr lange dabei. Martin Werder, CEO, berichtet: »25 Jahre sind in unserer Branche schon eine kleine Ewigkeit. Wir sehen unseren Erfolg auch beim gesamten Team – jeder Einzelne trägt zur Zuverlässigkeit und Flexibilität von Impressed bei – und das wissen unsere Kunden zu schätzen.«

Impressed hat frühzeitig erkannt, dass im schnelllebigen Markt nicht nur gute Produkte gefragt sind, sondern auch hervorragender Service und absolut professionelle Beratung. Daher geht es schon längst nicht mehr um den Verkauf einzelner Produkte, sondern vielmehr um Dienstleistungen von der Beratung über Workflowanalyse bis zur Entwicklung von individuellen Lösungen.

› www.impressed.de

ERFOLG MADE IN GERMANY FOLLMANN FEIERT 40-JÄHRIGES JUBILÄUM

Seit 40 Jahren entwickelt, produziert und vertreibt Follmann Spezialchemikalien für die verarbeitende Industrie. Dabei setzt das Familienunternehmen aus Minden, das längst auch international erfolgreich ist, stets neue und richtungsweisende Maßstäbe innerhalb der Branche.

Heinrich Follmann verfügte bereits über langjährige Erfahrung in der chemischen Industrie, bevor er 1977 im Alter von 62 Jahren mit seinem Sohn Dr. Rainer Follmann das Unternehmen in Minden mit 40 Mitarbeitern gründete. Heute setzt sich die Unternehmensgruppe aus der Betriebs- und Servicegesellschaft Follmann Chemie und den beiden Vertriebs- und Entwicklungsgesellschaften Follmann und Triflex zusammen. Doch nicht nur hierzulande hat sich das Unternehmen deutlich vergrößert. Neben weltweiten Vertretungen für die unterschiedlichen Geschäftsbereiche gibt es seit 2004 ein Tochterunternehmen in Russland, seit 2014 die Follmann Trading in Shanghai und seit März 2016 die Follmann Chemia Polska in Polen. So wurden aus den 40 Mitarbeitern allein in der Unternehmensgruppe am Hauptstandort Minden mittlerweile rund 500, die 2016 einen Umsatz von 192 Mio. € erwirtschafteten.

Ob wasserbasierte Druckfarben für Papier und Verpackungen, Plastisole für Tapes und technische Textilien, Holz- und Papierklebstoffe, Duftlacke oder Mikroverkapselungen von Duftstoffen – Follmann bietet ein breites Produktspektrum für unterschiedliche Branchen und Einsatzbereiche. Marktfüh-



Follmann-Gelände in Minden und das Labor für Druckfarbe.

rend ist der Hersteller von Spezialchemikalien zum Beispiel bei der Herstellung von Serviettendruckfarben. So ist jede dritte Serviette in Europa mit Druckfarben von Follmann bedruckt.

»Da Umweltschutz und Nachhaltigkeit immer wichtiger werden, sehen wir sowohl bei unseren wasserbasierten Druckfarben für flexible Verpackungen als auch bei unseren migrationsarmen Klebstoffen ein großes Ent-



wicklungspotenzial«, sagt **Hendrik Balcke**, Geschäftsführer bei Follmann.

Selbstverständlich rechnet Follmann aber auch in seinen anderen Geschäftsfeldern mit weiterem Wachstum.

»So wird beispielsweise multisensorisches Marketing weiterhin eine große Rolle spielen. Mit Duftlacken können Printprodukte veredelt werden und ihre Attraktivität deutlich steigern, was gerade in Zeiten einer zunehmenden Digitalisierung von großer Bedeutung ist«, ist Balcke überzeugt.

Dazu investiert die Follmann-Gruppe beständig in die Erweiterung und Modernisierung des Firmenstandortes. So werden seit 2008 bis 2018 über 100 Mio. € investiert. Für dieses Jahr ist der Bau eines Technologie- und Wissenszentrums in Minden geplant.

› www.follmann.com

IST Metz

40-JÄHRIGES FIRMENJUBILÄUM

Seit vier Jahrzehnten produziert die IST Metz GmbH Anlagen zur Aushärtung von Druck und Beschichtungen mittels UV-Licht. Das 40-jährige Bestehen feierte der Nürtinger Maschinenbauer am 15. Mai im Rahmen seiner Hausmesse UV Days. Seit ihrer Einführung im Jahr 2002 hat sich die Veranstaltung zur weltgrößten Hausmesse für UV- und LED-Technologie entwickelt. Mit über 800 Besuchern aus aller Welt und über 45 namhaften Ausstellern und Branchenpartnern wird Nürtingen im zweijährigen Turnus zum Mittelpunkt der Druckbranche.

Ende der 1960er Jahre wurden die guten Härteigenschaften von Farben und Lacken unter UV-Licht entdeckt, 1977 wurde die heutige IST Metz GmbH gegründet und erste UV-Anlagen zur Aushärtung von Lacken auf Möbeln entwickelt. Aus einem Nischengeschäft entwickelte sich über die Jahrzehnte eine weltweit tätige Unternehmensgruppe, die zu den besten Ausrüstern von UV-Systemen gehört.

Die Produkte kommen in Druckmaschinen zum Einsatz, aber auch bei der Aushärtung von Beschichtungen auf Automobilteilen oder Kosmetikkleinteilen. In zahlreichen weiteren Industrien, in denen schnelle Produktion, sofortige Weiterverarbeitung und hohe Qualität an Beschichtungen gefordert sind, kann UV-Technologie aus dem Hause IST Metz punkten.

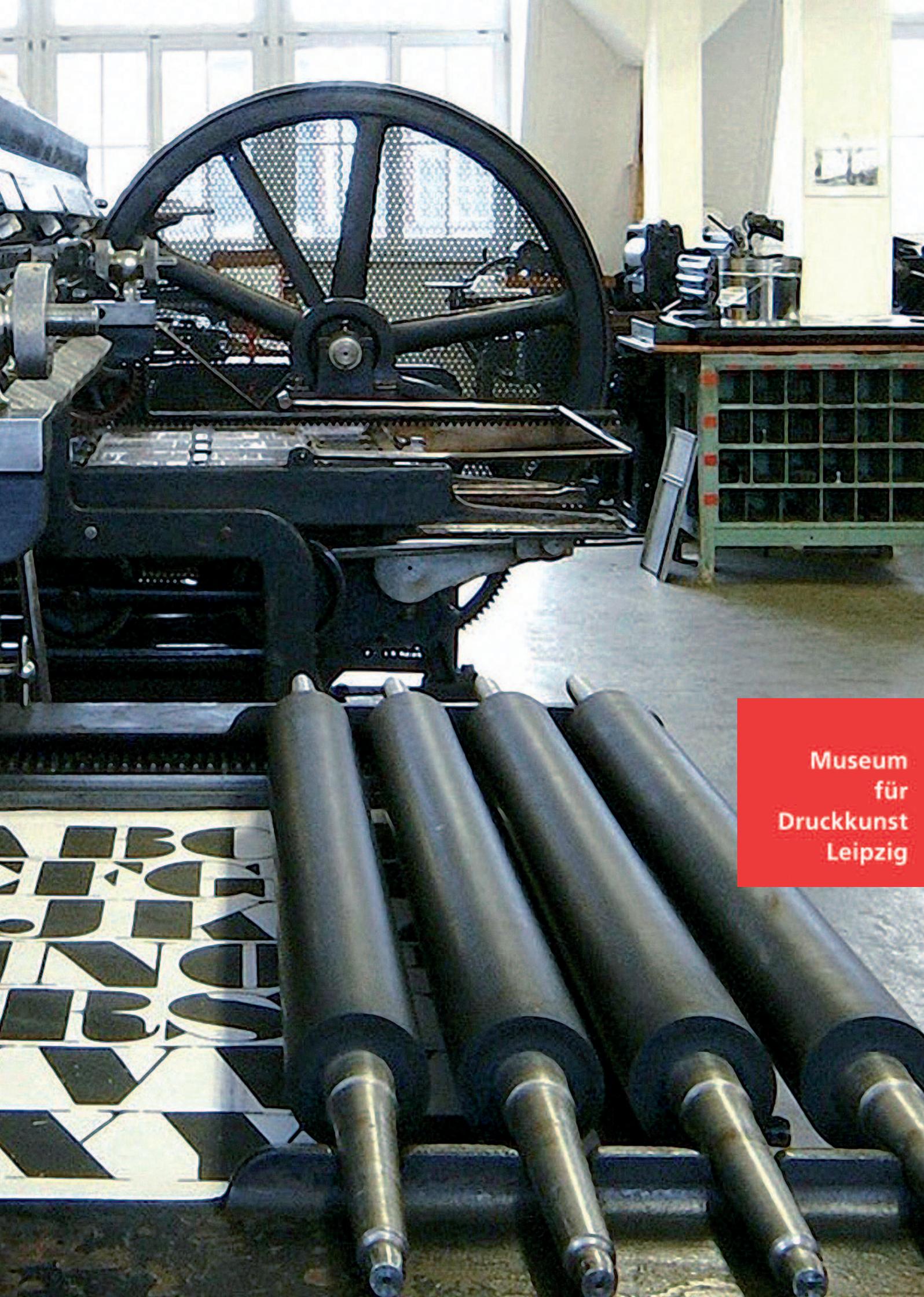
› www.ist-uv.com





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

KONJUNKTURTELEGRAMM Das Geschäftsklima in der Druck- und Medienbranche blieb im Mai 2017 auf dem Niveau des Vormonats. Das steht für eine gegenüber den Vorjahren gute Stimmung in der Branche. Verantwortlich für das Stimmungshoch waren die optimistischeren Geschäftserwartungen, die zusammen mit der Geschäftslagebeurteilung in die Berechnung eingehen. Die Beurteilung der künftigen Geschäftslage wurde geprägt von der Einschätzung, bessere Verkaufspreise erzielen zu können und der Erwartung auf ein zunehmendes Auslandsgeschäft. Auch die halbjährliche Beurteilung der Ertragslage fiel in der Druckindustrie im Mai besser aus als in den vorherigen Befragungen. › www.bvdm-online.de

STILLGELEGT Der Betrieb der Ernst A. Geese GmbH, auch als Geese Papier bekannt, wird auf Beschluss der Gesellschafter stillgelegt. »Die angespannte Situation auf dem Papiermarkt, sinkende Umsätze und immer schlechter werdende Erträge haben mich als Gesellschafter und Geschäftsführer zu diesem Schritt gezwungen. Ich bedauere dies sehr, er ist aber aus betriebswirtschaftlichen Gründen unabdingbar« sagt, **Christoph Goemann**. Das Unternehmen wurde vor 66 Jahren in Hamburg gegründet, war vor allem im Verlagsbereich präsent und hat sich vor zwei Jahren auf das Segment der Naturpapiere konzentriert. Marken wie das Werkdruckpapier Alster, aber auch Designpapiere wie Lessebo und das Recyclingpapier Creative Print sind bundesweit bekannt. › www.geese.de



ZUSAMMENARBEIT BASF hat eine Zusammenarbeit mit HP Indigo vereinbart. Beide Unternehmen werden an der Entwicklung wasserbasierter Klebstoffe für flexible Verpackungen arbeiten, die auf die Anforderungen des HP Indigo ElectroInk-Druckverfahrens zugeschnitten sind. Die Ausweitung des Digitaldrucks auf flexible Verpackungen erfordert die Validierung verschiedener Klebstoffeigenschaften speziell für HP Indigo ElectroInk. Deshalb entwickelte BASF Laminierlösungen für den Digitaldruck, darunter auch Klebstoffe für die Trockenlaminierung von Lebensmittelverpackungen. › www.basf.com

GEDRUCKTE ELEKTRONIK Nach der aktuellen Geschäftsklimaumfrage der OE-A (Organic and Printed Electronics Association) stehen die Zeichen weiter auf Wachstum. 80% der Umfrage-Teilnehmer glauben, dass sich die Branche weiter positiv entwickeln wird. Mit einem prognostizierten Umsatzwachstum von 8% wird 2017 ein erfolgreiches Jahr für die OE-A Mitglieder, auch wenn das Wachstum im Vergleich zur letzten Umfrage von 2016 um 9% geringer ausfällt. Für das Jahr 2018 wird eine Fortsetzung des positiven Trends erwartet. Die Unternehmen erwarten derzeit eine weitere Verbesserung und ein Umsatzwachstum von 16%. › www.oe-a.org

Bahntickets
AM GEDRUCKTEN FESTHALTEN
Die Pläne der Deutschen Bahn, auf gedruckte Fahr-scheine grundsätzlich zu verzichten und diese durch ein digitales System zu ersetzen, sind aus Sicht des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm) abzulehnen. Printprodukte sind niederschwellig, barrierefrei und deutlich weniger abhängig von anfälliger IT-Infrastruktur. Aus diesen Gründen sollten sie neben den digitalen Angeboten dauerhaft zur Verfügung stehen.

Ein System, bei dem »der Zug über das Handy eines Passagiers erkennt, dass er eingestiegen ist« – wie von Bahnchef Richard Lutz gegenüber der »Bild am Sonntag« skizziert – wirft erhebliche Datenschutz- und Sicherheitsfragen auf. Auch ist fraglich, ob alle Bahnreisenden – insbesondere ältere Menschen, sozial Schwache oder Touristen – über Endgeräte verfügen, die diese Funktion unterstützen. Nicht zuletzt zeigen Hackerattacken wie zuletzt »Wannacry«, von der auch die Deutsche Bahn betroffen war, die erheblichen Sicherheitsmängel digitaler Infrastruktur auf.

»Nicht überall gilt: Digital ist besser«, unterstreicht bvdm-



Hauptgeschäftsführer **Paul Albert Deimel**.

»Entspannt mit der Bahn reisen heißt auch, sich keine Sorgen darüber machen zu müssen, ob das WLAN funktioniert, ob die App auf meinem Handy läuft und ob Bewegungsprofile über meine Person erstellt werden.«

› www.bvdm-online.de

Im Markt behaupten
DRUCK- UND MEDIEN-TAG

Auf dem Süddeutschen Druck- und Medientag trafen sich am 12. Mai 2017 in Würzburg mehr als 230 Unternehmer zu einer selbstbewussten Standortbestimmung: Mit Print kann man auch in Zukunft gutes Geld verdienen, trotz eines nach wie vor schwierigen Marktumfeldes und einer noch nicht beendeten Konsolidierungswelle. »Unsere Bogen-, Rollen- und Zeitungsdruckereien stellen sich dem neuen verschärften Marktumfeld mit Bravour, Weitsicht, Engagement und einer positiven Grundüberzeugung«, so die Vorsitzenden der Verbände Druck und Medien in Baden-Württemberg und Bayern, Hartmut Villingner und Christoph Schleunung. Auf dem Kongress nahmen hochkarätige Referenten zukunftssträchtige Branchenthemen in den Blick. Sie zeigten, wie man mit Innovation und neuen Geschäftsideen Unternehmen erfolgreich aufstellt und in die Zukunft führt. › www.vdmb.de

KBA Report Nr. 50
PRINT IN ALLEN FACETTEN

Wenige Monate vor dem 200. Gründungsjubiläum von KBA ist der KBA Report Nr. 50 erschienen. Auf 52 Seiten sind in der Kundenzeitschrift Berichte aus unterschiedlichen Marktsegmenten sowie Geschäftsphilosophien von Druckbetrieben aus aller Welt zu finden. Die Themenpalette reicht vom sich zu-



Der 50. KBA Report hat eine Beilage zur 200-jährigen Unternehmensgeschichte.

nehmend verbreitenden LED-UV-Druck über die Doppel-Lackierung und Inline-Folienveredelung hochwertiger Verpackungen im Bogenoffset bis hin zu Neuinvestitionen im Digital- und Zeitungsdruck. Auch Neuentwicklungen und neue Geschäftsideen wie die prämierte Smartphone-App für den mobilen Rapida-Leitstand und ein Webshop für individuell gestaltete Trinkflaschen und Glascontainer in Verbindung mit der K1-Digitaldruckmaschine von KBA-Kammann werden vorgestellt. Im Editorial blickt KBA-Chef Claus Bolza-Schünemann auf das erfolgreiche Geschäftsjahr 2016 mit dem besten Konzernergebnis in der fast 200-jährigen Firmengeschichte zurück. Wichtige Meilensteine aus der Historie des ältesten Druckmaschinenbauers der Welt werden in einer Beilage zur Kundenzeitschrift zusammengefasst. › www.kba.com

Sazio
Vinothek, Bar, Ristorante

Seefeldstrasse 27
8008 Zürich
www.sazio.ch

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 Gmund 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. Prämiert werden diejenigen Druck-Erzeugnisse, die durch Qualität, Kreativität und Motiv die Jury überzeugen. 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 hochkarätige Jury. Persönlichkeiten aus der Kreativbranche, des Design Museums München, Adobe, Wacom und Hochschulen unterstützen das kreative Projekt. 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/cc

Zusammenarbeit

HEIDELBERG UND STEINEMANN

Die Heidelberger Druckmaschinen AG und die Steinemann Technology AG haben eine Vereinbarung zur Zusammenarbeit im Vertrieb unterzeichnet. Danach übernimmt Heidelberg in Märkten wie Deutschland, Frankreich, Indien, Japan und USA das Leadmanagement für das gesamte Portfolio der 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 Bogenformate 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

f.mp.

NEUES WHITEPAPER › MEDIENPRODUKTIONER 2030‹

Die Welt der Medienproduktion verändert sich rasant. Digitale Transformation, künstliche Intelligenz, Cognitive Computing, Industrie 4.0, das Internet der Dinge, Augmented Reality und Printed Electronics sind die Entwicklungen, die den Umbruch herbeiführen und den Menschen in seinem Mediennutzungsverhalten, in seiner Denkweise und in seinen Ansprüchen nachhaltig verändern werden. Für die Medienproduktion ergibt sich daraus die komplexe Anforderung, die neuen Technologien zu integrieren und gleichzeitig neue Geschäftsmodelle daraus zu entwickeln.

In einem aktuellen Whitepaper greift der f.mp. die entscheidenden Trends heraus und analysiert sie hinsichtlich ihrer Relevanz und ihrer Potenziale für die Medienproduktion. »Bereits heute übernehmen Medienproduktionsunternehmen mit Beratungskompetenz und technischem Know-how eine wichtige Schlüsselrolle in einer erfolgreichen, medienübergreifenden, effizienten Kommunikation. Um der kommenden Herausforderung zu begegnen, neue Strategien zu entwickeln und in tragfähige Geschäftsmodelle zu wandeln, wird der Medienproduktionsunternehmen aber tatsächlich unverzichtbar sein«, erklärt Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des f.mp.

»Mit dem Whitepaper unterstützen wir unsere Mitglieder darin, die Potenziale von Zukunftstechnologien zu erkennen und die Weichen für den zukünftigen Kommunikations- und Unternehmenserfolg zu stellen«, sagt Rüdiger Maaß.

› www.f-mp.de/infothek



Das Whitepaper ›Medienproduktionsunternehmen 2030‹ beschreibt auf 24 Seiten die Schlüsselthemen der Medienentwicklung und gibt wertvolle Hinweise darauf, wie diese die Zukunft der Medienproduktion verändern können. Dabei ist es exklusiv nur den Mitgliedern des f.mp. vorbehalten.

DRUCKMARKT PRINT digital!



print-digital.biz

Technologisch ist der digitale Akzidenzdruck in der Branche längst angekommen. Doch in der Kommunikationsindustrie kämpft er noch immer um eine maßgebliche Marktdurchdringung, weil die Entscheider in Industrie und Agenturen

noch längst nicht alle Möglichkeiten, Wirkungsweisen und technischen Einsatzgebiete des Digitaldrucks kennen und nutzen.

Um das Gattungsmarketing für den Digitaldruck zu forcieren, hat der f.mp. (Fachverband Medienproduktion e. V.) die Brancheninitiative ›PRINT digital!‹ ins Leben gerufen.

Der ›Druckmarkt‹ unterstützt diese Initiative aktiv. Lesen Sie in jeder Ausgabe Berichte über interessante Projekte und beispielhafte Lösungen.

www.druckmarkt.com

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 nicht schaden.

Denn die Wirkung von Print ist ungebros-

chen. 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 Marktneudorf.

Die Publikation kann bei den beteiligten Branchenverbänden kostenfrei angefordert werden.

› www.vdmb.de

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 Verbände 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-

Ausbildungsverträge LEICHTER RÜCKGANG UM 1,4%

2016 wurden erstmals seit Jahren wieder mehr neue Ausbildungsverträge für Medientechnologen abgeschlossen. Das belegt die aktuelle Bildungsstatistik des Zentralfachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA). Die Ausbildungszahlen im Beruf Medientechnologe Druck stiegen 2016 um 7,5% gegenüber 2015, die Medientechnologen Siebdruck legten um 20,4% zu und die Medientechnologen Druckverarbeitung um 5,2%. Die Ausbildungsquote (Anteil der Auszubildenden an der Gesamtbeschäftigtenzahl) in der Druckindustrie lag bei über 8%, was bezogen auf die Gesamtindustrie ein überdurchschnittlicher Wert ist.

Insgesamt lernten 2016 in den drei Ausbildungsjahren 12.381 Auszubildende einen Beruf in der Druck- und Medienwirtschaft. Die Gesamtausbildungsverhältnisse sanken damit um 2,2% gegenüber 2015 mit 12.663 Azubis – vor allem bedingt durch rückläufige Zahlen beim Mediengestalter Digital/Print, der 4,9% einbüßt (3.027 in 2016 gegenüber 3.182 in 2015). Die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverhältnisse lag 2016 bei 4.700. Das stellt gegenüber 4.767 im Vorjahr einen Rückgang von 1,41% dar.

› www.bvdm-online.de



Die Publikation zeigt Bayern als führenden Printstandort.

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

