



Bildquelle: manroland.

MANROLAND GOSS WEB SYSTEMS ZUSAMMENSCHLUSS FÜR GLOBALE MARKTPRÄSENZ

Die beiden Rollenoffset-Druckmaschinenhersteller manroland web systems und Goss International haben die Fusion ihrer Geschäfte abgeschlossen. Das neue Unternehmen wird unter dem Namen ›manroland Goss web systems‹ firmieren.

Alexander Wassermann, Geschäftsführer von manroland web systems, wird Geschäftsführer des neuen Unternehmens mit Hauptsitz in Augsburg und einem nord-amerikanischen Sitz in Durham. Die Gesellschafter von manroland web systems und Goss International, die Lübecker Possehl-Gruppe beziehungsweise American Industrial Partners (AIP) mit Sitz in New York, bleiben Gesellschafter des neuen Unternehmens.

Das Contiweb-Geschäft sowie die manroland-Produktionsgesellschaft sind in dieser Transaktion nicht enthalten und bleiben eigenständig. »Wir werden unsere globale Präsenz erhöhen, unsere Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten fortsetzen und unsere Marktpräsenz durch gezielte Konsolidierung stärken. Unsere Kunden können aus einem noch breiteren Portfolio an Produkten und Dienstleistungen wählen«, sagt Alexander Wassermann. manroland Goss web sys-

tems werde sich auf vier Hauptgeschäftsfelder konzentrieren: System-Lösungen (Druck- und Weiterverarbeitungsanlagen einschließlich Gebrauchtmaschinen), Retrofit-Lösungen, Service- und E-Commerce-Lösungen (Marktplatz für Bestell- und Logistikleistungen für alle Lieferanten der Rollenoffsetindustrie). Das neue Unternehmen beschäftigt über 1.000 Mitarbeiter.

› gossinternational.com
› manroland-web.com

Contiweb UNABHÄNGIGKEIT AM 40. JAHRESTAG

Contiweb, Spezialist für Rollenwechsler und Trockner, operiert jetzt offiziell als ein eigenständiges Unternehmen. Das Unternehmen war zuvor eine Tochter von Goss International. Contiweb wird weiterhin unter dem Dach von American Industrial Partners (AIP) operieren, einem Investment-Unternehmen, das sich auf Industrieunternehmen im mittleren Marktsegment spezialisiert hat. Durch die Formalisierung seiner Unabhängigkeit, die mit dem 40. Jahrestag des Unternehmens zusammenfällt, festigt Contiweb seine Position als Hersteller von Rollenoffset-Lösungen und optimiert sein Angebot für Etiketten und Verpackung.

› www.contiweb.com

Druckplatten AGFA ÜBERNIMMT IPAGSA

Agfa Graphics gab am 4. September 2018 bekannt, das Prepress-Geschäft des spanischen Druckplattenherstellers Ipagsa Industrial S.L. zu übernehmen. Die Druckplattenmengen würden in das globale Produktionsnetzwerk von Agfa integriert und zum Teil von Drittanbietern bezogen. Es wird erwartet, dass die Akquisition im Jahr 2019 bis zu 30 Mio. € zum Umsatz von Agfa Graphic mit einem zweistelligen Gewinn beitragen wird. »Das Team von Ipagsa wird weiterhin unter seiner eigenen Marke operieren, die von seinem derzeitigen Eigentümer Lorenzo Ferrari geführt wird«, sagt Stefaan Vanhooren, Präsident von Agfa Graphics.

› www.agfagraphics.com

Libri und BoD

INVESTITION IN DEN BÜCHERMARKT

Libri und BoD investieren in die Zukunft des Buchmarkts: In Bad Hersfeld entsteht ein Print-on-Demand-Zentrum, Wand an Wand mit der Libri-Logistik. Neueste Produktionsverfahren und die lückenlose Integration in die Sortimentsabläufe verkürzen die Lieferzeiten und schaffen eine neue Titelvielfalt. Nach dem Start des Druckzentrums sind über 5 Mio. deutsche und internationale Titel verfügbar und über Nacht lieferbar. Verlage können neue Titel oder Formate testen. Ist ein Titel erfolgreich, druckt der Verlag wie gewohnt in hoher Auflage und lagert das Sortiment ein. Die Backlist wiederum wird als Print-on-Demand-Titel angelegt. Damit ist das Verlagsprogramm dauerhaft verfügbar, Datensätze können jederzeit aktualisiert werden. Bücher sind »never out of stock« und jede Nachfrage kann sofort bedient werden.

› www.bod.de

Finishing

PLOCKMATIC ÜBERNIMMT WATKISS

Die Plockmatic Group, Hersteller von Druckweiterverarbeitungsanlagen mit Sitz in Stockholm, hat die britische Watkiss Automation Ltd. übernommen. Damit baut das schwedische Unternehmen sein Angebot an Systemen für die Broschürenfertigung im Digitaldruck weiter aus. Watkiss-Anlagen sind vor allem als Inline-Finisher an Digitaldruckmaschinen und als Nearline-Lösungen bekannt geworden. Mit der Übernahme durch die Plockmatic International AB ist Watkiss nun ein hundertprozentiges Tochterunternehmen der schwedischen Unternehmensgruppe, zu der auch die Morgana-Weiterverarbeitungssysteme gehören. Als CEO führt Jan Marstorp die Plockmatic Unternehmensgruppe, die wiederum Teil der ebenfalls in Stockholm ansässigen Grimaldi Industri Group ist.

› <https://plockmaticgroup.com>

Finat Radar

DIGITAL ÜBERHOLT KONVENTIONELL

Die 9. Ausgabe des Finat Radar zeigt Perspektiven, Trends und Entwicklungen der europäischen Etiketten- und Schmalbahnbranche. Der Report berichtet auch über die Anzahl der installierten Druckmaschinen aller digitalen Etikettenhersteller im Jahr 2017. Darin wird festgestellt, dass mit fast 300 neu installierten digitalen Druckmaschinen erstmals mehr digitale Druckmaschinen als konventionelle installiert wurden. Fast 60% der digitalen Maschinen befanden sich in einer Preisspanne zwischen 250.000 und 750.000 Euro. 10% kosteten weniger als 250.000 Euro; 8% mehr als eine Million. Dieser Trend wird sich vermutlich fortsetzen. 45% der Finat-Mitglieder geben an, dass sie im Laufe der nächsten anderthalb Jahre eine digitale Druckmaschine erwerben werden. Dabei wird der Inkjet-Druck tonerbasierte und hybride Drucksysteme übertreffen.

› www.finat.com

Papyrus und Scaldia

GEBÜNDELTER VERTRIEBSKANAL

Papyrus baut mit Scaldia das Business in Europa weiter aus. An den Start geht die eigenständige Marke zunächst in den Benelux-Staaten und Skandinavien; in der Schweiz und in Deutschland am 1. Januar 2019. Scaldia bündelt die Wiederverkaufskompetenz und bietet grenzübergreifende Synergien. Mit Scaldia will Papyrus noch präziser auf die Anforderungen von Wiederverkäufern eingehen. Außerdem bietet Scaldia mittelfristig ergänzende Sortimente wie beispielsweise Verpackungs- und Hygieneprodukte an. Gepaart mit kurzen Kommunikationswegen und schnellen Lieferzeiten soll ein Leistungspaket entstehen, das Kunden dabei unterstützt, ihre Effizienz zu steigern. Eine optimale Warenverfügbarkeit sowie ein globales Lieferantenportfolio seien weitere Mehrwerte, heißt es in der Unternehmens-Mitteilung.

› www.papyrus.com

Papier Union und Papyrus PREISSPIRALE DREHT SICH WEITER

Die Preiserhöhungen beim Papier gehen in die nächste Runde. Mit Wirkung zum 1. Oktober 2018 wird der Papiergroßhändler Papier Union, Hamburg, die Preise für sein gesamtes Sortiment um 6% bis 8% anheben. Auch Papyrus hat angekündigt, die Preise per Oktober um bis zu 8% je nach Produkt und Hersteller zu erhöhen. Als Grund dafür nennen beide Papiergroßhändler die steigenden Rohstoffpreise, insbesondere für Zellstoff, und die daraus resultierenden Preiserhöhungen seitens der Lieferanten. In der Konsequenz gerät das Medium Print durch die steigenden Papierpreise gegenüber anderen Medienkanälen weiter ins Hintertreffen. Von den Einbußen bei den Margen der Druckereien ganz zu schweigen.

› www.papierunion.de
› www.papyrus.com

RAPID
TRANS UT**Unsere Schnellste!****Zusammentragen · Broschürenfertigung**Neues,
dynamisches DesignHöhere
ProduktivitätAutomatische
Formatumstellung

Duplex

MKW**Graphische
Maschinen**www.mkwgmbh.de

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

ÜBERNAHME Siegwirk Druckfarben hat die kanadische Ultra Inks Inc., Hersteller von wasserbasierten Flexotinten für Verpackungs- und Etikettenanwendungen, erworben. Der Übernahme gingen bereits andere Akquisitionen durch Siegwirk voraus, um die Stellung als Komplettanbieter für den Verpackungsmarkt zu stärken. > www.siegwerk.com

BETEILIGUNG Die bayerische 2H GmbH & Co. KG, ein Unternehmen der Igepa group, hat sich über ihre Tochtergesellschaft P-Center GmbH an der Druma Posner GesmbH mit Sitz in Innsbruck beteiligt. Der Garchinger Fachhändler setzt damit weiterhin auf Wachstum im umkämpften Markt für Digitaldruckmaschinen, -medien, -material und -services. Bestandteil des Engagements ist auch die Übernahme des Vertriebes für die Druckfarben der hubergroup GmbH in weiten Teilen Österreichs. Andreas Posner bleibt geschäftsführender Gesellschafter. Alexander Moser, geschäftsführender Gesellschafter der P-Center GmbH, wurde als zweiter Geschäftsführer berufen. > www.druma.at > www.p-center.de

KOOPERATION Um auf das expandierende Servicegeschäft zu reagieren, kooperiert Koenig & Bauer mit der S.E.M. Servicegesellschaft. In Zukunft können nahezu alle Serviceleistungen neben der Druckmaschine angeboten werden von der Instandhaltung, über die Wartung bis hin zur technischen Maschinenreinigung. Die Aufgabenfelder beider Unternehmen sind klar voneinander getrennt und ergänzen sich. > www.koenig-bauer.com

ANTEILSÜBERNAHME Die Epple Druckfarben AG hat Anteile an dem niederländischen Druckchemikalienhersteller PCO Europe übernommen. Ziele von Epple sind neben der Stärkung des Produktportfolios die Ausweitung der Aktivitäten im internationalen Marktumfeld. Nach der engen Zusammenarbeit beider Unternehmen ist die finanzielle Beteiligung ein logischer Schritt. Das gilt beispielsweise für den Ausbau des Vertriebs von Druckfarben in Asien. Epple setzt dabei auf das Händlernetz der PCO-Niederlassung in Malaysia und Thailand. > www.epple-druckfarben.com

AUSBAU Die Chromos GmbH hat Personal und Service in den letzten Monaten gezielt ausgebaut. Das Handelshaus, das Lieferfirmen aus dem Segment des Schmalbahndrucks in den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz vertritt, hat nun eine spezielle Geschäftseinheit für den Digitaldruck eingerichtet. In der Folge wurde es im bisherigen Domizil zu eng. Mit einem Umzug in das nur wenige Kilometer entfernte Industriegebiet von Augsburg Lechhausen hat Chromos deutlich größere Räumlichkeiten gefunden. Sie bieten ausreichend Platz für Büro-Arbeitsplätze und weiträumige Lagerflächen. > www.chromos.de

Systemmailing-Briefmarke NEUARTIGER PORTO-RABATT

›Kleine Marke – große Ersparnis‹ – mit diesem Slogan stellt die Briefdruck Fülle KG die neu eingeführte ›Systemmailing-Briefmarke‹ vor. Zwischen 1 und 3 Cent Porto-Rabatt je Sendung erhalten Kunden, die sich für die Verwendung entscheiden. So schrumpfen die Portokosten beispielsweise für den Tarif



Bei der Systemmailing-Briefmarke handelt es sich um eine kleine Grafik, die Briefdruck neben die übliche Dialogpost-Welle druckt.

Dialogpost Standard von derzeit 28 Cent auf bis zu 25 Cent. Schon bei 10.000 Sendungen lassen sich damit bis zu 300 Euro sparen, die als Cashback gutgeschrieben werden. Das Aufkleben einer realen Briefmarke ist hierfür nicht notwendig. Es handelt sich um eine kleine Grafik, die Briefdruck neben die Dialogpost-Welle druckt. Mit der Systemmailing-Briefmarke fügt Briefdruck den namensgebenden Systemmailings einen weiteren Aspekt hinzu, der Werbetreibenden dabei hilft, die Kontaktpreise für Print-Mailings zu senken. Das Portfolio der Systemmailings besteht bis dato aus etwa 80 Mailing-Vorlagen. Die postgeprüften Konzepte sparen die Zeit einer langwierigen Entwicklungsphase und verhindern unkalkulierte Mehrkosten, die zum Beispiel durch Unwissenheit zu Versandbestimmungen entstehen können.

> www.briefdruck.de

Neuer Online-Auftritt KLIMAINITIAIVE DER VERBÄNDE

Immer mehr Druckereien in Deutschland schließen sich der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände an. Den zunehmenden Anforderungen entsprechend wurden die Kommunikationsinstrumente der Klimainitiative im August 2018 überarbeitet und an das Erscheinungsbild des bvdm angepasst. So können teilnehmende Unternehmen nun auch mit dem Emblem ›Mitglied der bvdm-Klimainitiative‹ für sich werben. Auch die Website wurde einem Relaunch unterzogen. Klar und übersichtlich präsentiert sie die Ziele, Leistungen und Vorteile der Initiative und erläutert, wie mit dem CO₂-Rechner differenziert und gewissenhaft die mit einem Druckauftrag verbundenen CO₂-Emissionen bestimmt werden können. Kunden bietet die Homepage die Möglichkeit, über Ort oder Postleitzahl Druckereien zu finden, die mit der Klimainitiative CO₂-neutral drucken.

> www.bvdm-online.de
> www.klima-druck.de



Seefeldstrasse 27
8008 Zürich
www.sazio.ch

Verpackungsgesetz LEITFADEN FÜR DRUCKEREIEN

Am 1. Januar 2019 tritt das Verpackungsgesetz vollumfänglich in Kraft. Es bringt einige neue Herausforderungen für all diejenigen mit sich, die Verpackungen in Verkehr bringen. Das gilt auch für Druckereien, denn bereits die Versandverpackung für Flyer, Visitenkarten oder Broschüren ist in der Regel lizenzierungspflichtig. Und die Kontrollen werden schärfer.

Die künftigen Beteiligungsentgelte (Lizenzentgelte), mit denen die Entsorgung vorab finanziert wird, sollen sich nicht mehr – wie derzeit in der Verpackungsverordnung geregelt – überwiegend an der Masse orientieren, sondern an der späteren Verwertbarkeit. Ganz nach dem Motto, dass diejenigen Hersteller belohnt werden, die bei der Entwicklung, Gestaltung beziehungsweise Produktion der Verpackungen deren gute Recyclingfähigkeit nach Gebrauch berücksichtigt haben.

Bereits im Vorfeld hat der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) in seinen Stellungnahmen zu den Gesetzentwürfen den hohen bürokratischen Aufwand durch das neue Gesetz kritisiert und die Sorge geäußert, dass dadurch mit neuen Kostenlasten für Druckereien zu rechnen ist.

Der Leitfaden für Druckereien, der die wesentlichen Neuerungen des Verpackungsgesetzes beleuchtet, steht Mitgliedern der Druck- und Medienverbände kostenfrei zur Verfügung.

> www.bvdm-online.de

KOENIG & BAUER

Von der High-End Rotation bis zum Digital Service



Augmented Support, Predictive Maintenance oder Energiemanagementsysteme: Als Technologieführer präsentiert Koenig & Bauer auf der diesjährigen IFRA World Publishing Expo in Berlin wieder maßgeschneiderte und zukunftsorientierte Lösungen.

Erfahren Sie mehr bei einem Besuch auf unserem Messestand in Halle 21a, Stand E.15.

Koenig & Bauer Digital & Webfed
AG & Co. KG
koenig-bauer.com

we're on it.

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





Bildquelle: djedzura | 123rf.com.

KINDER-MEDIEN-STUDIE 2018 LESEN UND SPIELEN MIT UND OHNE SMARTPHONE

Kein ›Entweder oder‹, sondern ›Sowohl als auch‹: Kinder in Deutschland wachsen in die Dualität von analogen und digitalen Medien- und Freizeitaktivitäten hinein und sind offenbar smart genug, die beiden Welten exzellent zu managen.

Das ist eine der Erkenntnisse der Kinder-Medien-Studie 2018 von Blue Ocean Entertainment, Egmont Ehapa Media, Gruner + Jahr, Panini, Spiegel- und Zeit-Verlag. Die sechs Medienhäuser haben zum zweiten Mal in einer repräsentativen Medienstudie das Mediennutzungsverhalten von 7,26 Millionen Kindern in Deutschland untersucht. Danach ziehen sich Kinder trotz zunehmender Digitali-

sierung nicht in die virtuelle Welt zurück, sondern nehmen das aktuelle Geschehen ihrer Umwelt mit allen Sinnen wahr. Kinder verfügen zudem über eine gute Balance zwischen analoger und digitaler Beschäftigung und halten sich bei der Freizeitgestaltung beide Welten offen. Mit ›Freunden zusammen sein‹ (89%) oder ›im Freien spielen‹ (81%) haben in allen Altersklassen eine hohe Bedeutung. Gleichzeitig werden digitale Spiele auf Tablet,

Smartphone oder Computer mit zunehmendem Alter immer relevanter (71% der 13-Jährigen gegenüber 7% bei den Vierjährigen). Auch sind Kinder Sammler: Figuren und Karten gehören ebenso zu ihren Schätzen wie Zeitschriften. 84% aller befragten Kinder geben an, Magazine aufzubewahren, um immer wieder in ihnen lesen zu können. Gleichzeitig entwickelt sich das Online-Interesse: Mit zunehmendem Alter werden die Kinderzimmer digitaler, Hard- und Soft-

ware ergänzen die Ausstattung und ab 13 Jahren ersetzen elektronische Geräte auch traditionelles Spielzeug: So besitzen 92% der 13-jährigen Mädchen und Jungen bereits ein Smartphone, 55% einen Computer und 26% ein Tablet. Doch Kinder lesen am liebsten auf Papier. Beim Lesevergnügen spielen elektronische Endgeräte und Lesemedien in der Zielgruppe der Vier- bis 13-Jährigen keine Rolle.

Auch wenn die App für ältere Kinder von zehn bis 13 Jahren von Relevanz ist (74%), nutzen 97% der Kinder das Telefon stärker als die Textnachricht (90%). Bei den Sechs- bis Neunjährigen ist die Differenz noch deutlicher ausgeprägt: Während 88% ab und zu telefonieren, schreiben 42% Textnachrichten. Lieber schreiben die Jüngeren sogar noch Postkarten oder Briefe (43%). Danach erst folgen Sprachnachrichten (20%) und das Posten von Bildern (16%). Ältere Kinder bleiben allen Kommunikationsformen gegenüber offen, senden fast genauso gerne Sprachnachrichten wie Bilder (70% und 65%) und nehmen auch weiterhin noch gerne den Stift in die Hand, um Grüße per Post zu verschicken (49%).

70%
DER DEUTSCHEN KINDER
lesen Bücher oder Zeitschriften mehrmals pro Woche auf Papier.
Quelle: Kinder-Medien-Studie 2018





printQ

WIR REVOLUTIONIEREN WEB TO PRINT



Web to Print so einfach wie möglich auf der Basis aktueller Technologien, das fasst die Idee hinter unserer eCommerce-Lösung für Druckereien in einem Satz zusammen. Klingt spannend?

Ist es auch, überzeugen Sie sich selbst! Gerne beraten wir Sie individuell und präsentieren Ihnen printQ in einer persönlichen Webdemo.

Unser Ansprechpartner
Thomas Mac Millan hilft
Ihnen gerne weiter.

sales@cloudlab.ag
0231 - 60 00 17 56