



Krisengewinner Papier

Papier ist knapp und teuer geworden. Ein Umstand, den auch die Papierindustrie nicht bestreitet. Vertreter der Branche räumen sogar ein, dass bei der Einschätzung der Papiernachfrage und der Produktionskapazitäten Fehler gemacht wurden. Was Papierhersteller wie *Stora Enso* jedoch nicht davon abhält, Öl in die Wunde zu gießen und das wahre Gesicht der Papierkonzerne zu zeigen. Für den finnisch-schwedischen Hersteller ist Papier kein lukrativer Markt mehr – also verkauft er vier seiner fünf Papierfabriken, um sich Märkten zuzuwenden, die mehr Wachstum versprechen.

Was aber noch viel mehr irritiert, sind die Rekordgewinne einzelner Papierhersteller. So meldete *UPM Communication Paper* ein starkes Quartal, da die Nachfrage nach grafischen Papieren gut sei und Preiserhöhungen die Inputkosten ausgeglichen hätten. Ein »erfolgreiches Margenmanagement« hätte geholfen, in einer Zeit inflationär ansteigender Inputkosten sowie herausfordernder Liefer- und Logistikketten hohe Erträge in allen Geschäftsbereichen zu erwirtschaften. *UPM* erwartet für den weiteren Verlauf des Jahres Rekordergebnisse.

Auch der Zellstoff- und Papier-Konzern *Sappi* meldet für das 3. Quartal (April bis Juni 2022) bei einem Umsatz von 1,8 Mrd. US-Dollar einen Rekordgewinn von 371 Mio. \$. »Ich bin sehr stolz auf ein weiteres Quartal mit Rekordgewinnen vor dem Hintergrund geopolitischer Turbulenzen und einem globalen Inflationsdruck«, kommentiert *Sappi*-CEO STEVE BINNIE das Rekordergebnis.

Als wäre nicht das schon ein Schlag ins Gesicht der Drucker, kündigte *Sappi Europe* für den September 2022 Preiserhöhungen für seine holzfreien, gestrichenen und ungestrichenen Papiere sowie Karton in der Größenordnung von 8% bis 10% an. Die Preise für Spezialpapiere werden um bis zu 18% angehoben.

»Solche Statements stoßen bei vielen Unternehmen der Druckindustrie angesichts der weiterhin bedrohlichen Lage auf erhebliche Irritationen. Rekordergebnisse und gestiegene Gewinnmargen einerseits und existenzielle Nöte andererseits passen in derselben Wertschöpfungskette nur schwer zusammen«, kommentierte DR. PAUL ALBERT DEIMEL, *bvdm*, die jüngsten Verlautbarungen. Bei den massiven Papierpreisverteuerungen wachse die Zahl der Kunden, die Printprodukte einstellen und auf digitale Kanäle umstellen. Für die Druckereien bedeutet das schmerzliche Umsatzverluste.

Die Papierindustrie aber, die das Dilemma der Druckereien zu verantworten hat, streicht nun satte Gewinne ein.

nico

BVDM SORGE UM DEUTSCHEN PRINTMARKT

Signifikante Papierpreiserhöhungen führen bei Drucksachen-Kunden zum Verzicht auf gedruckte Produkte und gefährden die Rentabilität des Printgeschäfts.



Wolfgang Poppen, Präsident des *bvdm*, appelliert an die Papierindustrie, für ausreichende Produktionskapazitäten für grafische Papiere zu sorgen, zugesagte Liefermengen und -preise einzuhalten sowie Preisänderungen sorgfältig mit Blick auf die gesamte Wertschöpfungskette zu prüfen.

Nachdem erst kürzlich wieder mehrere Papierproduzenten ihre Papierpreise signifikant und kurzfristig erhöht haben, macht sich das Präsidium des *Bundesverbandes Druck und Medien* große Sorge um die zukünftige Entwicklung des deutschen Printmarktes. »Wir sind mittlerweile an einem Punkt angelangt, an dem wir aufpassen müssen, dass das Printgeschäft angesichts der dramatischen Verteuerungen überhaupt noch rentabel ist«, warnt WOLFGANG POPPEN, Verleger der *Badischen Zeitung* und Präsident des *bvdm*. Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlage hätten kaum Möglichkeiten, die erhöhten Papierkosten an die Leser oder Anzeigenkunden weiterzugeben. »Für die deutsche Presselandschaft ist das mittlerweile eine ernst zu nehmende Bedrohung.« Denn die Flucht ins Digitale ersetze nicht die Glaubwürdigkeit gedruckter Produkte, sondern mindere zudem noch die Erreichbarkeit der Leser und gefährde die Meinungs- und Pressefreiheit, so POPPEN. Kunden reagierten auf die Preiserhöhungen mit Umfangs- und Auflagenreduzierungen. »Die wirtschaftliche Grenze ist bei vielen Kunden erreicht«, erläutert POPPEN.

Gedruckte Prospekte sind eines der wichtigsten Instrumente des Handels, Kunden in großer Zahl auf Angebote aufmerksam zu machen. Gerade in Zeiten steigender Preise sind sie eine wichtige Informationsquelle für die Verbraucher bei der Planung ihres Einkaufs. Deshalb sei es bedauerlich, festzustellen, dass immer mehr Druckereien über Auftragsreduzierungen klagten, wie POPPEN unter Berufung auf eine aktuelle Umfrage des *bvdm* unter Mitgliedern mitteilte.

Auf Unverständnis stoßen in der Druckindustrie Preiserhöhungen mit kurzer Ankündigungsfrist, nachdem kurz zuvor bis Ende September Preise vertraglich festgeschrieben worden waren. »Die Schiefelage in der Kommunikation im vergangenen Winter hatten alle Beteiligten eigentlich korrigieren wollen – Vereinbarungen verdienen Gültigkeit«, kommentiert DR. PAUL ALBERT DEIMEL, Hauptgeschäftsführer des *bvdm*, die jüngsten Entwicklungen. »Wir laufen sonst Gefahr, dass sich immer mehr Kunden wegen der hohen Preise aus dem Printgeschäft verabschieden und Printaufträge vollständig wegbrechen«, warnt POPPEN eindringlich.

NACH 130 JAHREN Neef+Stumme schließt

Die Traditionsdruckerei *Neef+Stumme* in Wittingen stellt Ende November dieses Jahres ihren Betrieb ein. *Neef+Stumme* befand sich seit April 2022 in einem Sanierungsverfahren in Eigenverwaltung, das scheiterte und daher Anfang August vom *Amtsgericht Gifhorn* in ein Regelsolvenzverfahren überführt wurde, nachdem kein Investor für das 1892 gegründete Unternehmen gefunden wurde. 167 Mitarbeiter verlieren ihren Arbeitsplatz. Das Aus für *Neef+Stumme* muss im Zusammenhang mit der Insolvenz der *Hofmann Druck Gruppe* gesehen werden.

Gemeinsam mit der Nürnberger Druckerei-Gruppe wurde *Neef+Stumme* im Jahr 2021 von der Beteiligungsgesellschaft *Navigator Group* übernommen, doch mussten beide Druckereien 2022 Insolvenz anmelden. Während für die 140 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Gesellschaften *Hofmann Druck Nürnberg*, *Hofmann Medien Nürnberg* und *hofmann infocom* zum 1. Juli 2022 eine Investorenlösung gefunden und die Unternehmen von der *Zeitfracht GmbH* übernommen wurden, scheiterte bei *Neef+Stumme* die Suche nach einem Investor. Zum Portfolio der Druckerei gehörten Magazine, Corporate Publishing, Broschüren und Kataloge, Bildbände und Kartographie.

SANIERUNGSFALL POLAR UNTER DEM SCHUTZSCHIRM

Die *Polar-Gruppe* in Hofheim befindet sich im Schutzschirmverfahren. Lieferengpässe hätten zuletzt zu Produktionsrückgängen und Umsatzeinbrüchen geführt und bedrohten die Zahlungsfähigkeit.



Im letzten Jahr und auch im ersten Halbjahr 2022 stieg der Umsatz der *Polar-Gruppe*. Lieferengpässe bei Steuerungen und anderen Komponenten hätten das Produktionsvolumen jetzt deutlich reduziert, da fast fertige Maschinen nicht an Kunden ausgeliefert werden könnten.

Die *Polar Group*, zu der die 1906 gegründete *Maschinenfabrik Adolf Mohr*, die *Polar-Mohr Maschinenvertriebsgesellschaft* und die 1988 gegründete *Dienst Verpackungstechnik* gehören, befinden sich im Schutzschirmverfahren.

Mit dieser mildesten Form des Insolvenzverfahrens soll der Familienbetrieb saniert werden und das Geschäft möglichst mit allen der derzeit 380 Mitarbeitern fortgeführt werden, teilte das Unternehmen mit. Zuvor hatte das *Amtsgericht Frankfurt* auf Antrag des Familienunternehmens das gerichtlich überwachte Verfahren eingeleitet.

Lieferengpässe von Steuerungen und anderen Komponenten für Schneidemaschinen sowie anderen Maschinen hätten zuletzt zu Produktionsrückgängen und Umsatzeinbrüchen geführt und bedrohten die Zahlungsfähigkeit.

Im Schutzschirmverfahren bleibt die operative Leitung und Verantwortung weiterhin bei diesen drei Unternehmen. »Wir arbeiten mit allen Mitarbeitern ungestört weiter, erfüllen unsere Verpflichtungen und setzen die bestehenden Kundenbeziehungen fort. Die Gehälter werden bis

Ende Oktober von der Arbeitsagentur übernommen«, erklärte der Frankfurter Rechtsanwalt Dr. ROBERT SCHIEBE von der Restrukturierungskanzlei *Schiebe und Kollegen*. Er wurde zum Generalbevollmächtigten der *Polar-Gruppe* bestellt, um die Sanierung zu unterstützen.

Polar Mohr ist seit Jahrzehnten Marktführer für Schneidemaschinen, von denen rund 80% exportiert werden. Die Krise in der Druckindustrie führte zu Umsatzrückgängen und Verlusten. 2021 stieg der Umsatz zwar wieder, das Wachstum wird durch die aktuellen Lieferengpässe auf Materialseite jedoch gefährdet.

»Nach dem Einbruch der Auslieferungen, dem reduzierten Auftragseingang und der ungewissen Entwicklung hat sich die *Polar Group* frühzeitig unter den Schutzschirm begeben«, erklärt MICHAEL WOMBACHER, Geschäftsführer der *Polar Group*. Das erleichtere die Restrukturierung. Noch hätte die Gruppe genügend Luft, sei nicht zahlungsunfähig und verfüge über genügend Substanz.



BOBST Übernahme- angebot

Die Schweizer *JBF Finance SA (JBF)* hat ein öffentliches Übernahmeangebot für alle sich im Streubesitz befindlichen Aktien der *Bobst Group SA* angekündigt. Das gab *Bobst* in einer Ad-hoc-Mitteilung bekannt. *JBF* ist Mehrheitsaktionär der *Bobst Group* und hält bereits 53% der Aktien und Stimmrechte des Unternehmens. Hinter *JBF Finance* stecken mehrere Aktionäre, die Familien angehören, die vom Firmengründer JOSEPH BOBST abstammen. Wie *Bobst* weiter mitteilt, bietet »dieses Angebot dem Unternehmen die Voraussetzungen, eine langfristige Strategie umzusetzen, seine digitale Transformation zu vollziehen und seine starken Industrieaktivitäten in der Schweiz zu erhalten.« Die Abwicklung des Angebots soll Anfang November 2022 erfolgen.

MEHR
NEWS IN
DRUCKMARKT
IMPRESSIONS
135.



www.druckmarkt.com

AGFA-GEVAERT

Ausstieg aus Offset und Druckvorstufe

Die Agfa-Gevaert-Gruppe spaltet ihren Geschäftsbereich Offset Solutions ab und verkauft ihn für 92 Millionen Euro an die Aurelius Investment-Gruppe. Mit dem Druckplatten-Geschäft und den entsprechenden Hard- und Software-Produkten erwirtschaftete Agfa bisher 748 Millionen Euro.

Es gibt etliche Gründe, sich von Unternehmensteilen zu trennen. Einige Unternehmen tun das, um ihr Kerngeschäft wieder mehr in den Mittelpunkt zu rücken. Das ist bei Agfa offenbar nicht der Fall, sonst würde das Unternehmen nicht den einstmals wesentlichsten Kern seines Business in der grafischen Industrie hergeben. Ein anderer Grund könnte sein, dass Agfa mit dem gewonnenen Kapital anderweitige Investitionen tätigen will oder dringend liquide Mittel braucht. Wahrscheinlicher ist aber, dass Agfa mit der Transaktion die Weichen für einen radikalen Umbau des Geschäfts vom »analogen Druck« zum Digitaldruck im Bereich des Large- und Wide-Format-Printing mit Stoßrichtung industrieller Anwendungen stellen will.

»Der Verkauf des Geschäftsbereichs Offset Solutions ist ein wichtiger Schritt in unserem Transformationsprozess. Er wird uns in die Lage versetzen, uns stärker auf Wachstumsgeschäfte zu konzentrieren, was für unseren künftigen Erfolg entscheidend ist«, wird PASCAL JUÉRY, Vorstandsvorsitzender der Agfa-Gevaert-Gruppe, in einer Pressemitteilung des Unternehmens zitiert. »Nachdem wir alle Optionen geprüft haben, glauben wir, dass die vorgeschlagene Transaktion die bestmögliche Lösung für alle Beteiligten ist: die Mitarbeiter des Geschäftsbereichs, die Kunden in der Offset-Industrie und unsere Aktionäre.«



Im Geschäftsjahr 2021 erwirtschaftete Agfa Offset Solutions einen Umsatz von 748 Mio. € bei einem weltweiten Marktanteil von rund 20%. Aurelius wird den Geschäftsbereich für 92 Mio. € übernehmen.

Potenzial vorhanden – warum dann der Verkauf?

Wie es mit dem von Agfa ausgegliederten und abgespaltenen Teil weitergehen wird, ist noch nicht absehbar. Die Transaktion soll im ersten Quartal 2023 abgeschlossen werden. Dann, so heißt es, werde Aurelius »Agfa Offset Solutions dabei unterstützen, bestehende Geschäftsinitiativen voranzutreiben und die Marktposition auszubauen. Dazu soll der Fokus auf Innovation und ein qualitativ hochwertiges Angebot gelegt sowie Produktions- und Handelsbereiche weiter gestärkt werden.«

Wenn das Offset-Geschäft also noch Potenzial zur Weiterentwicklung hat, warum verkauft Agfa dann diesen Geschäftsbereich? Zumal Aurelius nicht eben als Experte in der Druckvorstufe gilt. Die Investment-Gruppe führt ein Portfolio an Unternehmen aus den Bereichen IT & Business Services, Industrieunternehmen & Chemie und Lifestyle & Konsumgüter. Mit dem Rückzug aus der Vorstufe wirbt Agfa jedenfalls nicht für die Produkte, die nun den Besitzer wechseln.



Wäre die Druckindustrie an der Börse notiert, ging die Aktie jetzt ganz massiv in den Keller. Denn während die Katastrophe aus Corona-Pandemie, Papierknappheit, Papier- und Energiepreisschock in der Branche noch vermessen wird, schleicht sich Agfa davon. Nicht gänzlich aus der Druckindustrie, aber aus der Offsetvorstufe.

Noch ist die Meldung zu frisch, um vollständig bewertet werden zu können. Es muss aber als Signal verstanden werden, dass Agfa im klassischen Druck kein Geschäft mehr sieht. Das ist keine gute Botschaft, die an die Branche und ihre Beobachter gesendet wird. Nachdem bereits Papierfabriken Werke verkaufen, weil sie bei Papier nicht mehr genügend Wachstum sehen, ist der Verkauf von Agfas Offset Solutions ein weiterer Schlag ins Gesicht der grafischen Industrie. Dieser Schock muss erst einmal verarbeitet werden.

Denn Agfa war seit dem Beginn der Industrialisierung der grafischen Branche eine feste Säule bei der Entwicklung neuer Techniken und Chemikalien. Gut, Agfa hat sich immer wieder einmal von Produkten wie etwa Scannern getrennt. Aber auch nachdem die Chemie immer weniger wurde, blieben zumindest noch die Druckplatten und Workflow-Lösungen.

Jetzt aber bleibt in erster Linie eine Verunsicherung der »Anleger«, sprich der Druckereien, die über Jahre in Agfa-Produkte investiert haben, die nun das Bild vor sich sehen, wie ein wichtiger Player das Schiff Druckindustrie verlässt.





**ÜBERBLICK.
EINBLICK.
DURCHBLICK.**



www.druckmarkt.ch



Cash-machine = 1.000.000 pro Monat

Das superschnelle Inkjet-Produktionsdrucksystem TASKalfa Pro 15000c mit herausragender Leistung ist die Antwort auf Kostendruck bei individualisierten Direct-Mailings und Rechnungen.

- Schneller „Return on Investment“: Digitales High-End-System zu moderaten Anschaffungskosten
- Geringe Verbrauchskosten: Extrem niedrige Seitenpreise bei bestechender Bildqualität
- Leistungsstark: Bis zu 1.000.000 Drucke pro Monat mit der einzigartigen, zuverlässigen und kostensparenden patentierten Kyocera-Technologie
- Höchste Flexibilität: Bedruckung von Papiergrammaturen bis 360 g/m²
- Unterbrechnungsfreie Produktion: Während der Produktion können Tintentanks und Papier aufgefüllt werden
- Benutzerfreundlich: Hoher Bedienkomfort und effizientes Dokumentenhandling



Für mehr Infos
QR-Code scannen

KLIMASCHUTZ Der Klimawandel ist nicht länger Zukunftsszenario, sondern Realität – wie dieser Sommer zeigte. Um so wichtiger ist es, dass alle Industriezweige ihren Beitrag zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit leisten. Wenn es um Nachhaltigkeit geht, hat die Druckbranche seit vielen Jahren eine Vorreiterrolle in der deutschen Wirtschaft. So wurden durch die Klimainitiative des *bvdm* im Jahr 2021 insgesamt 41.780 Tonnen CO₂ ausgeglichen. Damit hat sich das Engagement im Vergleich zu 2018 fast verdoppelt, auch gegenüber dem Vorjahr wuchs es um 25%.

VERWERTUNGSQUOTE Die Verwertungsquote für grafische Papiere liegt nach einer Mitteilung der *Arbeitsgemeinschaft Grafische Papiere (AGRAPA)* in Deutschland aktuell bei 93,5%. Papierhersteller, Verlage und Druckindustrie haben damit erneut ihre gegenüber der Bundesregierung eingegangene Selbstverpflichtung erfüllt, die Verwertungsquote dauerhaft über 80% zu halten. Der aktuell hohe Wert ist auf einen statistischen Sondereffekt zurückzuführen. Es ist zu erwarten, dass sich der Wert im nächsten Jahr wieder auf den langfristigen Mittelwert um 83% einpendeln wird.

JUBILÄUM Anfang September feiert die *Model AG* in Weinfelden ihr 140-jähriges Jubiläum. Was im Jahre 1882 als kleiner Handpappenbetrieb in Ermatingen begann, ist heute eine europaweite Unternehmensgruppe mit 17 Werken in sieben Ländern und einem Jahresumsatz von mehr als 1 Mrd. Schweizer Franken.

ZUGELEGT Die auf hochwertige Spezialpapiere ausgerichtete *Koehler-Gruppe* hat sich im Geschäftsjahr 2021 besser als prognostiziert behauptet. Der Umsatz liegt den Angaben des Unternehmens zufolge mit 941 Mio. € um 22,4% deutlich über dem Vorjahr – ebenso wie das operative Ergebnis, das um 13,7% und 76 Mio. € ebenfalls über dem Vorjahresniveau liegt. Für das laufende Geschäftsjahr wird mit einem weiteren Wachstum des Umsatzes gerechnet. Dies sei, wie auch im vergangenen Jahr, begründet durch die gestiegenen Energiepreise am weltweiten Markt, aber auch durch die weiter steigende Nachfrage nach den Produkten der *Koehler-Gruppe*.

ÜBERNAHME Die *Enfocus*-Muttergesellschaft *Esko* hat das kanadische Unternehmen *Tilia Labs* übernommen. Die intelligenten Algorithmen von *Tilia Labs* für das Ausschließen, Kalkulation und Planung ergänzen die bestehende Software von *Esko*.

HEIDELBERG

POSITIVER START INS NEUE GESCHÄFTSJAHR

Die *Heidelberger Druckmaschinen AG* hat im 1. Quartal des Geschäftsjahrs 2022/23 von der Markterholung in fast allen Regionen profitiert und legte beim Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 20% auf 530 Mio. Euro zu.



Blick in die Bogenoffset-Montage am Standort in Wiesloch-Walldorf. Mit einem Plus von 28% wuchs das Segment *Packaging Solutions* mit Bogenoffsetmaschinen besonders stark (Bildquelle: *Heidelberger Druckmaschinen AG*).

Das Plus sei im Wesentlichen auf gestiegene Auslieferungen von Neumaschinen zurückzuführen. Besonders positiv entwickelten sich nach Angaben von *Heidelberg* die Regionen Europa und Nordamerika. China war aufgrund der Lockdowns in den wirtschaftlich relevanten Metropolen schwächer als im Vorjahr. Durch den höheren Umsatz und die fortschreitende Senkung der Strukturkosten habe *Heidelberg* das operative Ergebnis (EBITDA) im 1. Quartal um 20 Mio. € auf 35 Mio. € verbessert. Zudem habe man die Steigerungen bei den Materialkosten weitergegeben.



»Der positive Start ins neue Geschäftsjahr lässt uns vorsichtig optimistisch nach vorne blicken«, sagte Dr. LUDWIN MONZ, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. »Wenn sich die konjunkturellen Rahmenbedingungen nicht verschlechtern, sind wir zuversichtlich, unsere Jahresziele zu erreichen.« *Heidelberg* geht von einer Umsatzsteigerung auf rund 2,3 Mrd. € (2021/2022: 2,183 Mrd. €) aus. Auch die Profitabilität soll sich weiter verbessern.

Mit 607 Mio. € kehrte der Auftragseingang im 1. Quartal auf das Niveau von 2019/2020 vor Beginn der Corona-Krise zurück – obwohl das Chinageschäft durch den zweimonatigen Covid-19-Lockdown in Shanghai gebremst wurde und der Krieg in der Ukraine zu einer schwächeren Nachfrage in Osteuropa führte. Der Auftragsbestand stieg im 1. Quartal um 15% und betrug zum 30. Juni 969 Mio. € (Vorjahr: 840 Mio. €).

Alle Segmente konnten im Berichtszeitraum ihre Umsätze steigern. Der Bereich *Packaging Solutions* wuchs dabei mit einem Plus von rund 28% besonders stark. Auch im Bereich Elektromobilität wurden Auftragseingang und Umsatz gesteigert. Beim operativen Ergebnis (35 Mio. € gegenüber 15 Mio. € im Vorjahr) wirkte sich das gestiegene Umsatzvolumen und der Verkauf eines Grundstückes in St. Gallen mit einem Ertrag im zweistelligen Millionen-Bereich aus. Belastend waren die gestiegenen Materialkosten sowie die zeitweise Schließung des Werks in Shanghai. Das Ergebnis nach Steuern lag bei 5 Mio. € (Vorjahr: –14 Mio. €).

KOENIG & BAUER VERSTÄRKTE PRÄSENZ IM WELLPAPPENMARKT

Koenig & Bauer übernimmt 49% an der die *Celmacch Group S.r.l.*, italienischer Hersteller von Flexodruckmaschinen und Rotationsstanzen für die Wellpappen-Industrie.

Koenig & Bauer und *Celmacch* haben mit der Vertragsunterzeichnung die Basis für die gemeinsame Weiterentwicklung und Vermarktung gelegt. Koenig & Bauer setzt damit seine Portfoliostrategie fort. Künftig firmiert *Celmacch* mit einem Umsatz von rund 20 Mio. € unter dem Namen *Koenig & Bauer Celmacch*.

Multitalent Wellpappe

Wellpappe ist so vielseitig wie die Waren, die darin verpackt werden und hat wertmäßig den größten Anteil am Verpackungsmarkt. Neben klassischen Wellpappeverpackungen sind Umverpackungen (sogenannte Sekundär- und Tertiärverpackungen) ein wichtiger Teil der Verpackungsindustrie. Sie gewinnt durch E-Commerce weiter an Bedeutung. Wellpappe ist zudem ein aufmerksamkeitsstarker Werbeträger am Point-of-Sale. Darüber hinaus ist sie umweltfreundlich, leicht zu entsorgen und mit einem durchschnittlichen Recyclinganteil von 80% ein vorbildliches Kreislaufprodukt.

»Wellpappe entspricht den steigenden Nachhaltigkeitsanforderungen in der Verpackungsindustrie, nicht zuletzt durch den *European Green Deal* und damit unserer Strategie *Exceeding Print*«, bekräftigt



DR. ANDREAS PLESSKE, Vorstandssprecher von Koenig & Bauer.

Celmacch hat über 40 Jahre Erfahrung im Wachstumsmarkt Wellpappe, den auch Koenig & Bauer mit den Maschinen *CorruCUT* und *CorruFLEX* adressiert. Mit der Entwicklung und Produktion von High Board Line Flexo-Druckmaschinen und Rotationsstanzen hat sich *Celmacch* insbesondere seit dem Relaunch ihrer *Chroma*-Familie seit 2019 am Markt etabliert und beliefert damit bereits zahlreiche große internationale Verpackungshersteller.

»*Celmacch* hat einen Partner für die langfristige Zusammenarbeit gesucht und diesen in Koenig & Bauer gefunden«, sagt LUCA CELOTTI, General Manager von *Celmacch*.

»Wir sind für ein weiteres Wachstum mit dem aktuellen Produktportfolio sehr gut aufgestellt. Durch den Zusammenschluss können wir das Potenzial mit dem internationalen Vertriebs- und Servicenetzen von Koenig & Bauer ausbauen und skalierbarer machen. Diesen Weg wollen wir als Gründerfamilie an der Seite unseres Partners gemeinsam gestalten und die Produktionskapazitäten am Standort Desenzano del Garda erhöhen.«

Produktportfolio

Die *Chroma-Evo*-Reihe von *Celmacch* bietet den Einstieg in modulare Rotationsstanzen und Flexodruckmaschinen.

Die *CorruCUT* und *CorruFLEX* von Koenig & Bauer stehen für die hochproduktive Herstellung von rotativ gestanzten Boxen und bedruckten Wellpappebogen bei hoher Automatisierung und Performance.

Künftig sollen alle Maschinen unter dem Produktnamen *Chroma* vermarktet und ein umfassendes Produktportfolio in allen Preis- und Leistungsklassen angeboten werden. Der Sitz von Koenig & Bauer *Celmacch* mit rund 50 Mitarbeitern bleibt weiterhin in Desenzano, am südlichen Gardasee. Im ersten Schritt liegt der Fokus der Zusammenarbeit auf dem gemeinsamen Vertrieb und Service, der Produktentwicklung sowie der Kapazitätserweiterung der Montage. »Wir werden durch den Zusammenschluss mit *Celmacch* Innovationen vorantreiben und unsere Marktposition ausbauen«, bekräftigt CHRISTOPH MÜLLER, Vorstandsmitglied von Koenig & Bauer. Koenig & Bauer hat die Option, sukzessive weitere Anteile an der *Celmacch Group* über die 49% hinaus zu erwerben.



KONJUNKTUR

Rückläufige Auftragsvolumina trüben die Geschäftserwartungen

Nachdem das Geschäftsklima der deutschen Druck- und Medienbranche im Juli eingebrochen war, drehte es im August leicht nach oben. Der vom *Bundesverband Druck und Medien (bvdm)* berechnete Geschäftsklimaindex stieg gegenüber dem Vormonat um 1,3%, liegt mit 85,0 Punkten jedoch 19,2% unter seinem Vorjahresniveau. Die Auftragsrückgänge der letzten Zeit, besonders im Werbesegment, machen der Druckbranche weiter zu schaffen und trüben die Geschäftslage sichtlich ein.

Im August bewerteten die vom *ifo Institut* befragten Druckunternehmen ihre Geschäftslage schlechter als im Vormonat. Gleichzeitig fielen ihre Erwartungen hinsichtlich der Geschäftsentwicklung der nächsten sechs Monate etwas weniger pessimistisch aus als im Vormonat.

Kosteneinsparungen und der inflationsbedingt schwächelnde Einzelhandel reduzieren die Auftragsvolumina und treffen insbesondere den Werbedruck. Die hohen Kosten stellen die Betriebe vor ein Dilemma. Einerseits zwingen Kostensteigerungen bei Vorprodukten und Betriebsmitteln zu Preiserhöhungen, andererseits hemmt die Preisentwicklung die Nachfrage bei den ebenfalls auf Kosteneinsparungen bedachten Kunden. 52,1% der Befragten beurteilten dementsprechend die Entwicklung der Nachfrage im Vormonat als negativ. Dazu gaben 49,1% an, dass ihr Auftragsbestand im August zu gering war.

Die steigenden Preise für Strom und Gas sowie die Erhöhungen der Druckpapierpreise belasten die Branche weiter schwer. Der Index der Geschäftserwartungen stieg im August, notiert aber noch unter dem Coronatiefstwert vom April 2020. Rund 51% der Befragten in der Druckbranche rechnen mit einer weiteren Eintrübung der Geschäftslage in den nächsten sechs Monaten. 39% erwarten eine gleichbleibende Geschäftslage, während 10% von einer Verbesserung der Lage ausgehen.

SAPPI Rekordgewinn im 3. Quartal

Der Zellstoff- und Papierkonzern *Sappi* meldet für das 3. Quartal (April bis Juni 2022) bei einem Umsatz von 1,8 Mrd. US-Dollar einen Rekordgewinn von 371 Mio. \$.

Die starke weltweite Papiernachfrage und die Preisdynamik hätten die stark steigenden Kosten ausgeglichen, so *Sappi*-CEO STEVE BINNIE. Für das nächste Quartal erwartet *Sappi* »eine weitere starke Leistung«.

Für den September 2022 kündigte *Sappi Europe* Preiserhöhungen für seine holzfreien gestrichenen und ungestrichenen Papiere sowie Karton in der Größenordnung von 8% bis 10% an. Die Preise für Spezialpapiere werden um bis zu 18% angehoben.

STUDIE 1,7 Mio. Tonnen mehr Verpackung

Nach einer aktuellen Studie der *Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung (GVM)* wurden 2020 in Deutschland durch verringerten Materialeinsatz 92% oder 1,6 Mio. Tonnen des konsumbedingten Verpackungsmehraufwands im Vergleich zu 1991 eingespart. Insgesamt beliefen sich die Einsparungen durch leichtere Verpackungen seit 1991 auf 23 Mio. Tonnen.

Dass der Verpackungsverbrauch im gleichen Zeitraum dennoch gewachsen ist, liegt laut *GVM* am veränderten Konsumverhalten. Die gestiegene Zahl

kleinerer Haushalte und die vermehrte Nachfrage nach kleineren Packungsgrößen hätten mit 0,9 Mio. Tonnen zur Zunahme des Verpackungsverbrauchs beigetragen. In der Summe aus gestiegenem Konsumniveau, veränderter Konsumstruktur und Effizienzgewinne durch optimierte Verpackungen hätte der private Verbrauch an Verpackungen über alle Materialien von 1991 bis 2020 um 1,04 Mio. Tonnen zugenommen.

> www.verpackung.org

PRINTXMEDIA GMBH Beratungskompetenz gebündelt

Viele Unternehmen der Druckindustrie nutzen die Dienstleistungen der Beratungsunternehmen der *Verbände Druck und Medien*. Um das Angebot weiter zu professionalisieren und deutschlandweit anzubieten, haben sich die Beratungsgesellschaften der *Verbände Nord-West* und *Nord-Ost* mit der *printXmedia Süd GmbH* zusammengeschlossen. Unter dem neuen Namen *printXmedia GmbH* bündeln damit die Druck- und Medienverbände in Deutschland ihre technischen und kaufmännischen Beratungsangebo-



JENS MEYER.

te. Die Leitung der Gesellschaft liegt beim Geschäftsführer



26. AUGUST Tag des Toilettenpapiers

Am 26. August war der internationale Tag des Toilettenpapiers. Der Tag soll die Aufmerksamkeit auf ein unscheinbares Produkt mit jedoch hohem Stellenwert für die Gesellschaft lenken. Immerhin verbrauche jeder Bundesbürger im Schnitt 134 Rollen im Jahr, so der Verband *Die Papierindustrie*. Toilettenpapier sei für die private Hygiene wichtig und auch am Arbeitsplatz und in öffentlichen Einrichtungen unverzichtbar.

Den Gedenktag nutzte der Verband aber auch, mit erhobenem Finger darauf hinzuweisen, dass die Versorgungssicherheit für das Produkt gefährdet sei. Besonders bei der Herstellung von Hygienepapier sei man auf Gas angewiesen. Sonst könne keine Versorgungssicherheit gewährleistet werden, so der Vizepräsident des Verbandes und CEO des Hygienepapierherstellers *WEPA*, MARTIN KRENGEL.

Wenige Tage nach Veröffentlichung der Information des Verbandes *Die Papierindustrie* später begibt sich der Hygienepapierhersteller *Hakle*, nach eigenen Angaben von den Energie- und Materialpreisen in die Enge getrieben, in die Insolvenz und will sich mithilfe eines Eigenverwaltungsverfahrens neu aufzustellen.

FACTS

Früher behalf man sich mit Blättern, Lumpen oder schlicht Wasser. 1857 kam in den USA das erste Toilettenpapier auf den Markt. In Deutschland begann seine Produktion um 1880, von Anfang an entweder in Rollen mit Perforation zum Abreißen oder als Einzelblätter. Das *Adressbuch der Papierindustrie* nennt 1929 bereits 18 Hersteller für Klosettpapier in Deutschland. HANS KLENK brachte 1928 Klopapier von der Rolle mit fester Blattzahl – »garantiert 1.000 Abrisse« - auf den Markt. 1958 wurde erstmals das weichere Tissuepapier hergestellt. Bis dahin wurde Toilettenpapier aus dem harten und rauen Krepp produziert.

Heute werden in Deutschland 750.000 Tonnen Toilettenpapier im Jahr produziert. Das entspricht 3,4% der gesamten Papierproduktion. 125.000 Tonnen Toilettenpapier werden exportiert, etwa ebenso viel importiert.

Bei den Hygienepapieren insgesamt halten sich Frischfaser- und Recyclingpapiere seit Jahren die Waage.

40 JAHRE CD Von der Silberscheibe zur Cloud

Am 17. August 1982 begann in Langenhagen bei Hannover die weltweit erste industrielle Produktion von Musik-CDs mit dem *Abba*-Album ›The Visitors‹. Bereits 1981 wurde die Compact Disc bei der Funkausstellung in Berlin öffentlich vorgestellt. Die CD war Anfang der 1980er-Jahre eine Audiorevolution. Sie bot eine Klangqualität, die mit herkömmlichen Schallplattenspieler nicht erreichbar war, war nutzerfreundlich, klein, leicht, gut transportabel und verkratzt nicht so leicht. Musste man eine Schallplatte nach etwa 30 Minuten umdrehen, um die zweite Seite zu hören, konnte man nun eine Stunde ohne Unterbrechung Musik hören. Bereits wenige Jahre nach der Markteinführung verdrängte die Compact Disc etablierte Musikformate wie Vinyl-Alben oder Musikkassetten. Im Jahr 2000 erreichte die CD laut der *International Federation of the Phonographic Industry (IFPI)* mit 2,4 Mrd. verkauften Exemplaren weltweit ihren Höhepunkt. Seit 2017 werden im globalen Musikmarkt mehr Umsätze mit Streaming erwirtschaftet als mit physischen Tonträgern. Mit 16,9 Mrd. US-Dollar wird mit Streaming weltweit mehr als dreimal so viel Umsatz generiert wie mit CDs oder Schallplatten, die auf 5 Mrd. \$ Umsatz kommen. Neben Streaming besteht der Online-Musikmarkt noch aus Downloads und anderen Online-Musikdiensten, die 1,1 Mrd. \$ generieren.



Parallel zur Audio-CD entwickelte sich die CD als optischer Datenträger. Bis in die früheren 2010er-Jahre war die Compact Disc einer der meistgenutzten Datenträger. Später wurde sie durch USB-Sticks abgelöst. Auch das Brennen von CDs hat sich erübrigt. So wie Musik gestreamt wird, werden Daten heute vor allem aus der Cloud geladen.

UMBAU Mondi übernimmt Werk von Burgo

Die *Mondi-Gruppe*, Wien und London, wird das italienische Werk Duino in der Nähe von Triest von der *Burgo-Gruppe* für einen Preis von 40 Mio. € erwerben. Das Werk betreibt eine Papiermaschine, die leichtgewichtiges LWC produziert. *Mondi* plant die Papiermaschine für eine Investition von rund 200 Mio. € umzubauen und künftig etwa 420.000 Jahrestonnen Wellpappenrohre auf Altpapierbasis zu produzieren.

APENBERG & PARTNER Verpackung trotz der Krise

Die Hamburger Unternehmensberater *Apenberg & Partner* haben die Entwicklung von Etiketten, Faltschachteln, Displays und Produkten aus Wellpappe für die Jahre 2015 bis 2021 analysiert. Keiner dieser Bereiche musste während der Corona-Pandemie Umsatzverluste hinnehmen. Im Gegenteil konnten einige ihre Umsätze noch steigern. Ausführliches im Blogbeitrag: > www.apenberg.de/news/blog/

Ihr Partner für
**DRUCK-
VEREDELUNGEN**
auch in
Kleinstauflagen

VEREDELUNGEN

- ab Auflage Eins
- personalisierbar
- Scodix-Relief-Lack
- Folienveredelung
- Silber- / Gold-Druck

LIME GO

DRUCKLÖSUNGEN
DIE BEEINDRUCKEN