

FLINT GROUP VERKAUFT Die Verhandlungen über den Milliarden-Deal zwischen dem Flint-Eigentümer CVC und einem Konsortium aus dem US-Mischkonzern Koch Industries und der Investmentbank Goldman Sachs sind abgeschlossen. Das Konsortium übernimmt Flint. Dazu soll eine neue Gesellschaft gegründet werden, die dann 100% der Flint-Anteile erwerben soll. Die Transaktion soll bis Mitte des Jahres abgeschlossen sein. Nach Angaben von Wirtschaftspressediensten soll Flint für mehr als 2,2 Mrd. € verkauft worden sein, was in etwa dem Umsatz des vergangenen Jahres entspreche. Unternehmenssitz der FlintGroup ist Luxemburg. Der Finanzinvestor CVC hatte Flint Ende 2005 aus der BASF-Tochter XSYS (zuvor unter anderem Kast + Ehinger) und der amerikanischen Flint Ink geformt. Das Unternehmen beschäftigt 6.600 Mitarbeiter und stellt in erster Linie Druckfarben, Druckplatten und Geräte für die Verpackungs- und Druckindustrie her.

RINGIER KAUFT »LE TEMPS« Vergangenen Oktober starteten die bisherigen Mehrheitsaktionäre Ringier und Tamedia einen Verkaufsprozess der Westschweizer Tageszeitung, der offenbar nicht zum Ziel führte. Offenbar lag keine finanziell ansprechende Offerte vor. Nach Prüfung der verschiedenen Dossiers habe »Ringier Interesse an der Übernahme der Tamedia-Beteiligung geäußert«, heißt es zum Ablauf der Transaktion. Am 10. April 2014 seien die Verträge unterschrieben worden. »Le Temps« werde in die Organisation von Ringier Romandie integriert.

VISTAPRINT KAUFT PIXARTPRINTING Als unangefochtener Marktführer im Segment Web-to-Print für professionelle Kunden in Italien und unter den wichtigsten Akteuren auf europäischer Ebene, geht Pixartprinting auf den Weltmarkt. Am 1. April 2014 übernahm Vistaprint die Gesellschaft mit einem Gesamtwert von 127 Mio. €. Vistaprint erwirbt eine Beteiligung von 97% an Pixartprinting; die restlichen 3% verbleiben im Besitz des Gründers von Pixartprinting, Matteo Rigamonti. Pixartprinting soll an der Seite von Vistaprint auch weiterhin seinen Weg mit eigener Identität und Blick auf den Weltmarkt gehen. In den vergangenen zwei Jahren erreichte das Unternehmen aus Venetien eine durchschnittliche Umsatzsteigerung von mehr als 35% und ein Ergebnis-Wachstum von rund 43%. 2013 betrug der Gewinn über 15 Mio. €.

➤ www.pixartprinting.de

IMPULSGEBER: KATALOG Im Herbst 2013 führte der Verpackungsversandhändler Ratioform eine umfangreiche Kundenbefragung durch, die interessante Ergebnisse brachte. Ratioform verschickte in drei Intervallen Online-Fragebögen an 10.000 gewerbliche Kunden, die im Vormonat bestellt hatten. Mit etwa 10% erreichte die Umfrage eine gute Rückmeldequote. Insgesamt 14 Fragen galt es zu beantworten. Gleich die erste Frage »Wie sind Sie auf Ratioform aufmerksam geworden?« brachte ein bemerkenswertes Ergebnis. Mit Abstand wichtigster Impulsgeber ist der gedruckte Katalog, der mit 41,5% weit vor den Internetsuchmaschinen (21,5%) rangiert. Ebenfalls sehr bedeutsam sind Empfehlungen. Die Mundpropaganda von Kollegen und Bekannten nannten 17,6%. Allerdings wird das Internet ein immer beliebteres Bestellmedium. Für Ratioform erfreulich, dass 82,4% der Befragten zufrieden mit dem Webshop des Versandhändlers sind. Bei den Bestellungen aus dem klassischen Katalog heraus waren immerhin 74,4% der Kunden zufrieden mit dem Medium. ➤ www.ratioform.de

Wachstumskurs

ALTANA-UMSATZ STEIGT AUF 1,8 MRD. EURO

Für die Zukunft hat sich der Spezialchemiekonzern Altana ehrgeizige Ziele gesteckt. »Bis 2020 wollen wir unser Geschäft verdoppeln«, erklärt Dr. Matthias L. Wolfgruber, Vorstandsvorsitzender der Altana AG. »Dieses Wachstum sollte sich nicht nur in einem Umsatzanstieg auf 3,5 Milliarden Euro widerspiegeln, sondern auch in zusätzlichen Arbeitsplätzen. Wir haben bereits bewiesen, dass wir zu nachhaltigen Wachstumsraten in dieser Größenordnung fähig sind.« Seit Gründung der Altana AG im Jahr 1977 steigerte das Unternehmen seinen Umsatz mit Spezialchemie von 24 Mio. € um mehr als das 70-fache und erhöhte die Anzahl der Mitarbeiter von 259 auf 5.741 zum Bilanzstichtag 2013.

Altana hat sein Wachstum im Geschäftsjahr 2013 weiter fortgesetzt. Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 4% auf 1.765 Mio. €. Akquisitionen trugen 3% zum Umsatzanstieg bei, Wechselkurseffekte schmälerten das Wachstum um 2%. Der um diese Einflüsse bereinigte operative Umsatzanstieg betrug 3% und resultierte aus erhöhten Absatzmengen. Das Ergebnis erhöhte sich um 4% auf 336 Mio. €. Der zum Konzern gehörende Geschäftsbereich Eckart Effect Pigments erwirtschaftete 2013 Umsätze von 335 Mio. € bei einem leichten Rückgang von 2% gegenüber dem Vorjahr. Operativ konnte Eckart den Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres halten. Die Umsatzerlöse von Acteca Coatings & Sealants sanken auf 325 Mio. €. Dabei glichen sich positive Effekte aus Akquisitionen und Belastungen aus Wechselkursveränderungen aus, sodass der Umsatz operativ um 3% zurückging.

Übernahme

Q.I. PRESS CONTROLS KAUFT INSOLVENTE EAE

Die insolvente EAE Ewert Ahrensburg Electronic GmbH hat einen Käufer gefunden. Q.I. Press Controls mit Sitz im niederländischen Oosterhout übernahm am 1. April 2014 die Geschäfte des Steuerungs- und Automatisierungsspezialisten für Druckmaschinen. Q.I. Press Controls will das Kerngeschäft von EAE an den Standorten Ahrensburg (bei Hamburg) und Atlanta (USA) fortführen.

»Die Akquisition von EAE unterstreicht unser Engagement für die Druckindustrie«, sagt Erik van Holten, Chairman bei Q.I. Press Controls. Nahezu alle 85 Mitarbeiter, die zurzeit für EAE tätig sind, sollen übernommen werden.

EAE hatte im August 2013 beim Amtsgericht Reinbek ein Schutzschirmverfahren beantragt. Innerhalb dieses Verfahrens wurde das Unternehmen saniert und von Altlasten befreit. Unter anderem wurden der Geschäftsbereich Bühnentechnik verkauft und die eigene Schaltschrankproduktion eingestellt. Da ein Verkauf von EAE in dieser Zeit nicht gelang, meldete das Unternehmen zum 1. Dezember 2013 eine Regelinsolvenz an. Mit der Zustimmung der Gläubiger zur Fortführung des Unternehmens konnte EAE in den vergangenen Monaten die laufenden Aufträge umsetzen.

Q.I. Press Controls, bekannt für seine in Rollendruckmaschinen integrierte Bahn- und Farbregel-Technologie, plant nach eigener Aussage eine Fortführung der Dienstleistungen von EAE.

KBA-Konzernumsatz sinkt um 15 Prozent

Geschäftsjahr 2014 im Zeichen der Restrukturierung

Wie KBA bereits vor Weihnachten meldete, liegen Umsatz und Auftragseingang durch die verhaltene Nachfrage nach Druckmaschinen unter den Vorjahreswerten. Dies geht jetzt auch aus dem Konzernbericht der Koenig & Bauer AG für das Geschäftsjahr 2013 hervor. Die positiven Ergebniszahlen im operativen Geschäft würden durch Wertanpassungen und hohe Rückstellungen für Sonderaufwendungen belastet, die durch das Programm zur Neuausrichtung der KBA-Gruppe entstanden seien.



Der Vorstandsvorsitzende **Claus Bolza-Schünemann** unterstreicht, dass »KBA die Auswirkungen dieses Projekts 2014 spüren wird. Für 2015 erwarten wir jedoch eine signifikante Trendwende in den Ergebniszahlen und spätestens 2016 soll KBA wieder profitabel wirtschaften.«

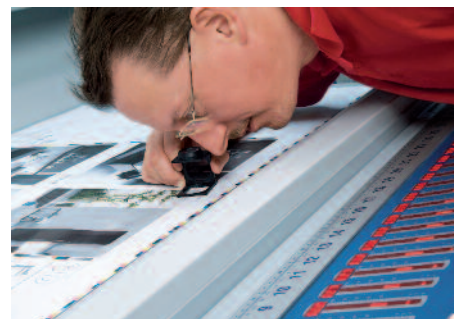
Die konjunkturellen Folgen der Staatsschuldenkrise in Teilen Europas, das geringere Wirtschaftswachstum in den BRIC-Staaten, negative Währungseffekte, die veränderte Mediennutzung und die anhaltende Konsolidierung der Druckbranche in den Industrieländern ließen 2013 nach Zahlen des Maschinenbau-Verbandes VDMA den Umsatz in Deutschland produzierter Druckereimaschinen um 10% sinken. Diese Entwicklung spürte auch Koenig & Bauer.

Mit 1.012,2 Mio. € lag der Auftragseingang um 9,3% unter dem Vorjahr, der Konzernumsatz ging

um 15% auf 1.099,7 Mio. € zurück. Während der Umsatz bei Bogenmaschinen um 11,1% auf 571,9 Mio. € schrumpfte, gingen die Erlöse im Rollen- und Sondermaschinenbau um 18,9% auf 527,8 Mio. € zurück. Dabei machte sich die stark verminderte Nachfrage im traditionellen Kerngeschäft mit Rotationsanlagen für den Zeitungs- und Akzidenzdruck bemerkbar. Das in den Vorjahren überdurchschnittliche Geschäft im Spezialmarkt Banknotendruck näherte sich dem Normalniveau. Die Neubestellungen an Bogenoffsetmaschinen gingen um 8,9% auf 608,0 Mio. € zurück, bei den Rollen- und Sondermaschinen lag der Auftragseingang mit 404,2 Mio. € um 9,9% unter dem letzten Jahr. Der Auftragsbestand zum Geschäftsjahresende erreichte 560,5 Mio. € (2012: 648,0 Mio. €).

Trotz des um fast 200 Mio. € niedrigeren Konzernumsatzes und damit verbundener geringerer Deckungsbeiträge erzielte KBA nach eigenen Angaben vor Sondereinflüssen ein positives Ergebnis von 24,5 Mio. € (2012: 40,8 Mio. €).

Gegenüber 2012 stieg der Inlandsumsatz um 44,9 Mio. € auf 197,0 Mio. €. Entsprechend reduzierte sich die Exportquote auf 82,1% (Vorjahr: 88,2%). Ende 2013 beschäftigte die KBA-Gruppe 6.409 Mitarbeiter. Ohne die in 2013 erstmals konsolidierten neuen Tochtergesellschaften KBA-Kammann GmbH und Flexotecnica S.p.A. und ohne Auszubildende, Praktikanten, befristete Arbeits-



verhältnisse und Beschäftigte in Altersteilzeit betrug die Mitarbeiterzahl im Konzern 5.347; das sind 75 weniger als im Vorjahr. Im Zuge der Neuausrichtung wird die Mitarbeiterzahl um deutlich über 1.000 sinken.

Im Ausblick auf 2014 verweist KBA auf die positiven Wachstumsprognosen für die Weltwirtschaft und den Maschinenbau. Dennoch erwartet der Vorstand in den klassischen Marktsegmenten Bogen- und Rollenoffsetmaschinen 2014 und darüber hinaus kein Wachstum des kleiner gewordenen Marktvolumens. Wachstumsperspektiven sieht KBA dagegen beim Digitaldruck, im industriellen Kennzeichnungsdruck und im Verpackungsdruck. Für 2014 strebt das Management einen Konzernumsatz von 1,0 bis 1,1 Mrd. € und ein positives operatives Betriebsergebnis vor Sondereffekten an.

➤ www.kba.com

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

Regionale Fertigungsstrategie KODAK STRUKTURIERT PLATTENPRODUKTION NEU

Um die wachsende Nachfrage nach prozessfreien Platten zu ermöglichen, investiert Kodak nach einer entsprechenden Mitteilung in den Ausbau seiner Druckplatten-Fertigungskapazitäten. Gleichzeitig soll die Effizienz der Plattenproduktion gesteigert werden. Gegenwärtig wird die prozessfreie Kodak Sonora in Europa hergestellt und an Kunden in aller Welt geliefert. Kodak plant nun die Erhöhung der Produktionskapazität und die Herstellung der Platte an Standorten in Asien und Amerika.

In Europa hat Kodak in Osterode am Harz eine Fertigungslinie aufgerüstet und die Kapazität für die Sonora-Platte gesteigert. Das Werk hat im November 2013 mit der Lieferung der Platten an Kunden begonnen. In China wurde der Ausbau des Plattenwerkes in Xiamen abgeschlossen, in dem nun ebenfalls Sonora-Platten hergestellt werden. Wie in Osterode steht auch in Xiamen eine Hochgeschwindigkeits-Produktionslinie zur Verfügung. Außerdem will Kodak noch einen Produktionsstandort auswählen, um die Kunden in Nord- und Südamerika besser bedienen zu können. Gleichzeitig wird Kodak die Produktion im englischen Werk Leeds bis Ende 2015 einstellen. Die Kapazitäten dieses Werks kann Osterode künftig mitbedienen. Diese Maßnahmen kosten Kodak zwischen 30 und 40 Millionen US-Dollar.

Die prozessfreie Kodak Sonora bietet eine Reihe von Vorteilen. So wird der herkömmliche Plattenverarbeitungsprozess komplett überflüssig, ohne dass Einbußen bei Qualität oder Produktivität hingenommen werden müssen. Mehr als 450 Kunden verwenden bereits die Platte.

Zusammenarbeit INKJET-EINDRUCKKÖPFE FÜR ROTATIONSMASCHINEN

manroland web systems und Kodak haben einen Reseller-Vertrag geschlossen, der die enge Zusammenarbeit im Inkjet-Druck fixiert. Für Rollendruckanlagen wird der Augsburger Druckmaschinenbauer Wiederverkäufer und OEM-Partner der Kodak Stream-Inkjet-Technologie. Die Augsburger sind direkter Reseller der Kodak Inkjet-Eindrucksysteme Prosper S20 und S30.

Die Druckköpfe liefern in der Zeitungsproduktion Eindrücke für Werbung oder News. Prominenter Anwender ist die Axel Springer AG. In deren Druckhäusern wurden bereits Inkjet-Druckköpfe in den Produktionsworkflows integriert. Der eingedruckte Inkjet-Code (Tagespass) ist bei der »Bild-Zeitung« ein Teil des Bezahlmodells und soll die Brücke zwischen Druck und Webausgabe schlagen.

Mit der Integration der Druckköpfe lassen sich variablen Daten während der Zeitungsproduktion eindringen. Dabei kann es sich um Gewinnspielnummern, aktuelle Nachrichten, QR-Codes oder auch gebietsgenaue und personalisierte Werbung handeln.



Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions«: 14-tägig mit Nachrichten, Terminen, Hintergrundberichten und Analysen.

DRUCKMARKT impressions
www.druckmarkt.com

drupa-Branchenumfragen DRUCKEREIEN WOLLEN MEHR INVESTIEREN

Bis Januar 2017 will die drupa Analysen und Trends der internationalen Druck- und Medienindustrie ermitteln. Erste Ergebnisse bietet der jetzt vorliegende »Global Trends Report«. Danach bestätigte sich, dass sich die Druckindustrie mit Kostenerhöhungen bei gleichzeitigem Preisverfall und sinkenden Margen konfrontiert sieht. Doch es gebe Signale für einen wirtschaftlichen Aufwärtstrend.

Quer durch die Bereiche Commercial, Publishing und Packaging wird der Studie zufolge in den kommenden zwölf Monaten kräftig investiert. Treiber seien in den Industrieländern Effizienzsteigerungen und das Schaffen neuer Services in den Schwellenländern. Dabei wandele sich die Branche von einer produktbeziehungsweise technikgetriebenen zu einer servicegetriebenen Industrie.

Erwartungsgemäß spielt der Digitaldruck im Technologie-Mix eine wichtige Rolle. 65% aller Drucker produzieren der Studie zufolge sowohl konventionell als auch digital. Mehr als 30% der Druckereien erzielen bereits heute 25% ihrer Gewinne mit Digitaldruck. Doch auch der konventionelle Druck ist nach wie vor ein wichtiger Eckpfeiler, was sich bei den Investitionsabsichten zeigt: 29% aller befragten Druckereien wollen 2014 in den Bogenoffset investieren.

Etwa 2.500 Entscheider aus 119 Ländern haben sich im 4. Quartal 2013 an der Umfrage beteiligt. Die Gruppe der Befragten setzt sich aus Druckereien (58%), Zulieferern (21%) und Printbuyern (21%) zusammen. Jeweils im 4. Quartal der nächsten Jahre soll das Expertenpanel erneut befragt werden. Zudem bieten die »drupa Global Insights« spezifische Themen der Industrie. Hier geht es darum, welchen Einfluss E-Commerce, Digital Marketing, Mass Customisation und IT auf die Welt des Druckens haben. > www.drupa.de

Newsprint Europe DIGITALDRUCK DES »KURIER« IN BERLIN GESTARTET

Am 3. März 2014 startete die digitale Zeitungsdruckerei Newsprint Europe die Produktion der österreichischen Tageszeitung »Kurier« (Wien) in Berlin. Die Exemplare werden in der Newsprint-Europe-Druckerei auf dem Gelände des West-Berliner Pressegrossisten V.V. Vertriebs-Vereinigung gedruckt und in ganz Berlin in den Handel gebracht. Weil dank des Digitaldrucks auf den zeitraubenden Transport verzichtet werden kann, können



Blick in die digitale Zeitungsdruckerei von Newsprint Europe in Berlin.

seit dem 3. März Leser in der deutschen Hauptstadt die tagesaktuelle Ausgabe des »Kurier« kaufen.

»Mit dem »Kurier« übernimmt Newsprint Europe die digitale Produktion einer der renommiertesten Zeitungsmarken im deutschsprachigen Raum«, sagt Ingo Schultz, Produktionsleiter Newsprint Europe.

»Wir haben ein klares Ziel: Heute und in Zukunft als Qualitätsführer im digitalen Zeitungsdruck das Potenzial dieser aussichtsreichen Technologie auszuschöpfen. Es freut uns sehr, dass der Kurier jetzt auf unser Angebot setzt.«

Newsprint Europe ist die größte digitale Zeitungsdruckerei auf dem europäischen Festland. Das Unternehmen ermöglicht die rentable Produktion kleiner Auflagen und erschließt so neue Vermarktungschancen. Die Flexibilität des Verfahrens erlaubt es, die Marktpräsenz kurzfristig dem Bedarf anzupassen. Newsprint Europe druckt in Rom, Mailand und Berlin. Das 2012 gegründete Unternehmen gehört zum Verlagsdienstleister IPS Gruppe.

> www.ips-d.de



Vom Erfinder der Druckmaschine. Neue Ideen für Printprofis.

Von der ersten Zylinderdruckmaschine des Friedrich Koenig im Jahre 1811 bis zur Hightech-Bogenoffsetmaschine Rapida 106 und zur Digitaldruckanlage KBA RotaJET von heute war es ein langer Weg. Alle Maschinen waren oder sind jeweils neuester Stand der Druck- und Verfahrenstechnik, mit innovativen und wirtschaftlichen Lösungen für Ihre Anforderungen. Dafür nutzen wir die Ideen und das Know-how des ältesten Druckmaschinenbauers der Welt.



Koenig & Bauer Aktiengesellschaft (KBA)

Tel. +49 (0)931 909-0, kba-wuerzburg@kba.com, www.kba.com

KBA Deutschland GmbH

Tel. +49 (0)351 833-1100, kba-d-gmbh@kba.com



Canon**SERVICE FÜR KLIMANEUTRALES DRUCKEN NEU AUFGELEGT**

Canon hat seinen Service für klimaneutrales Drucken neu aufgelegt. Unterstützt wird der Relaunch durch eine neue Lösung zur CO₂-Bilanzierung, deren Berechnungsmethodik nach dem ISO-Standard 16759 zertifiziert wurde. Dieser regelt alle Erfordernisse für die Kalkulation eines CO₂-Fußabdrucks für Druckprodukte. Das webbasierte Tool wurde von ClimatePartner entwickelt; die Zertifizierung durch den Warenprüfkonzern SGS vollzogen. Die Canon Deutschland GmbH bietet seinen Unternehmenskunden klimaneutrales Drucken seit dem Jahr 2012 als Extra-Service für alle Druck- und Multifunktionsgeräte. »Canon ist damit ein wichtiger Partner für Unternehmen, Behörden und Institutionen, die durch den Abschluss eines Kompensationsvertrags bei jedem einzelnen Ausdruck einen sichtbaren Beitrag zum Klimaschutz leisten wollen«, erläutert Kim Majetic, Marketing Director Business Imaging Group bei Canon Deutschland.

Canon Consultants können mit dem neuen Tool den CO₂-Ausstoß einer gesamten Druckerflotte berechnen, ausweisen und abhängig von der optimalen Gerätekonfiguration nach CO₂-Kriterien vergleichen. Die Kalkulation nach dem ISO-Standard berücksichtigt dabei die relevanten Emissionsquellen wie Strom-, Toner- und Papierverbrauch aber auch die Emissionen, die für die Herstellung des Papiers und des Toners angefallen sind.

➤ www.canon.de

Skepsis**NUR 20% SEHEN DIE DIGITALE ZUKUNFT POSITIV**

Die Digitalisierung wird von der Mehrheit der deutschen Bevölkerung skeptisch eingestuft. Das zeigt eine repräsentative Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach mit dem Titel »Zukunftsprognose 2014: Das meinen die Deutschen«. Danach sehen 39% den Veränderungen durch digitale Techniken und das Internet mit Befürchtungen entgegen. Nur 20% bewertet die Veränderungen positiv. 31% vermuten, dass sich Vor- und Nachteile in etwa die Waage halten werden. Trotz Skepsis gegenüber der Digitalisierung erwarten 43% mit keinen gravierenden Auswirkungen auf ihr Leben, 29% sind überzeugt, dass ihnen die Digitalisierung persönliche Vorteile bringt, 14% erwarten eher Nachteile.

Wenig positiv fällt die Einschätzung zu den gesellschaftlichen Folgen der Digitalisierung aus. 90% der Bevölkerung rechnen damit, dass die Nutzung persönlicher Daten durch Unternehmen für Werbezwecke in den nächsten zehn Jahren zunehmen wird, 84%, dass Kinder noch mehr Zeit mit Computerspielen verbringen, 71% glauben, dass traditionelle Geschäfte immer mehr durch den Internethandel verdrängt werden. Umgekehrt erwarten zwei Drittel jedoch auch, dass neue Techniken entwickelt werden, um Datenmissbrauch vorzubeugen. Die im Januar 2014 durchgeführte Untersuchung stützt sich auf 1.515 Interviews mit einem repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung ab 16 Jahre.

Ricoh**SPITZENPOSITION UND DREI JAHRE PARTNERSCHAFT**

Ricoh Europe bleibt in Westeuropa mit einem Marktanteil von 36,2% 2013 das zweite Jahr in Folge erste Wahl bei digitalen Farb-Einzelblatt-Produktionsdrucksystemen. Dies meldet InfoSource auf Basis der bekannt gegebenen Installationszahlen. Immer mehr Akzidenz- und Hausdruckereien wählten für ihre digitalen Druckdienstleistungen die Farbsysteme Pro C 901 und C 751. Ebenfalls beliebt sei der Pro C 5110, der Produktionsdrucker für Kleinauflagen, der eine preisgünstige Anschaffung mit hoher Druckqualität, vielseitiger Medienunterstützung und einer kompakten Stellfläche vereine. Laut InfoSource nahm Ricoh mit einem Marktanteil von 24% in Westeuropa auch bei den Installationen von Schwarz-Weiß-Produktionssystemen die Spitzenposition ein. Diese Erfolgsmeldungen kamen kurz vor dem dritten Jahrestag der seit Frühjahr 2011 bestehenden Digitaldruckmaschinen-Partnerschaft von Ricoh und der Heidelberger Druckmaschinen AG. Seit der drupa 2012 bietet Heidelberg die Ricoh-Systeme unter der Bezeichnung Linoprint C 901 und C 751 an. In Verbindung mit dem Prinect Digital Print Manager können beide Produkte in Heidelberg's Druckerei-Workflow Prinect eingebunden werden, sodass Offset- und Digital-Technologien in einem einheitlichen Workflow zusammengefasst werden können.

➤ www.ricoh.de

➤ www.heidelberg.com

Marquip Ward United**PAPERSYSTEMS HOLDING IN NEUER HAND**

Die Marquip Ward United hat Medienberichten zufolge einen Vertrag über den Erwerb des operativen Geschäfts der Papersystems Holding von der Körber AG unterzeichnet und werde nach den erforderlichen Kartellfreigaben das operative Geschäft der drei Gesellschaften E.C.H. Will GmbH, Pemco Inc. und Kugler-Womako GmbH übernehmen. Marquip Ward United mit Sitz in den USA will demnach seine Präsenz im Markt für Papierschneideanlagen erweitern. Die drei Unternehmen der bisherigen Papersystems sind Anbieter von Schneide- und Verpackungsanlagen für die Verarbeitungs-, Herstellungs- und Verpackungsindustrie. Zugleich erweitert Marquip Ward United sein Portfolio um Maschinen für Schreibwarenhersteller sowie Buchbinder und übernimmt die führende Position in der Herstellung von Reisepassmaschinen.

Gemeinsam haben E.C.H. Will, Pemco und Kugler-Womako in den vergangenen fünf Jahren einen durchschnittlichen Jahresumsatz von 125 Mio. US-Dollar erwirtschaftet. Durch die Übernahme gehören die rund 350 Mitarbeiter der drei Unternehmen künftig zur bislang weltweit rund 1.100 Mitarbeiter umfassenden Belegschaft von Marquip Ward United.

KURZ & BÜNDIG

Seit Februar 2014 ist Ernest Green & Son mit Sitz in Toronto, Kanada, offizieller Vertriebspartner von **swissQprint**, dem Schweizer Hersteller von High-End Inkjet Großformatdruckern. swissQprint ist schon seit rund fünf Jahren in Amerika vertreten: **wifag/polytype** betreut in den USA und Mexiko 22 Maschinen. • **Folex Coating GmbH**, deutsches Schwesterunternehmen der Schweizer **Folex AG**, und die **Schaffner AG** erweitern ihre Zusammenarbeit. Schaffner wird künftig neben Produkten für die Druckvorstufe auch die in Köln gefertigten Lackierplatten und Unterlagefolien vertreiben. • Aufgrund steigender Nachfrage nach den ungestrichenen Feinpapieren (WFU) von **Metsä Board** hat der Papierhersteller eine Preiserhöhung für diese Produktgruppe um mindestens 50 Euro pro Tonne angekündigt. Die neuen Preise sollen für alle Lieferungen mit Rechnungsdatum ab 14. April 2014 gelten.

Europäische Papier- und Kartonindustrie

Weitere Verbesserung der Umwelt-Performance

Die CEPI (Confederation of European Paper Industries) hat in ihrem jüngsten Bericht zur Nachhaltigkeit der europäischen Zellstoff-, Papier- und Kartonindustrie eine weitere Verbesserung der Umweltperformance in Schlüsselbereichen wie Energie, Recycling und Wasserverbrauch festgestellt. Beim Einsatz von Energie sei man bereits weitgehend autark. 95,2% der Elektrizität würden mit Hilfe energieeffizienter Kraft-Wärme-Kopplung erzeugt. Gleichzeitig sei der Energieverbrauch in den vergangenen beiden Jahren um 4,7% gesunken. Die Installation von neuen Biomasse-Kesseln habe in den letzten Jahren dazu geführt, dass der Anteil von Bio-Energie derzeit bei 56% liegt. Biobasierte Produkte ersetzen den Verbrauch fossiler Brennstoffe. In der Folge habe die Industrie ihre CO₂-Emissionen pro erzeugter Tonne seit 1990 um 43% gesenkt. Die Industrie nütze zudem die Reststoffe der Papiererzeugung, um Energie zu erzeugen.



Europa ist weltweit führend im Recycling von Papier und Karton. 2012 wurden in Europa fast 58 Millionen Tonnen recycelt. In Prozenten gesehen wurden in den Jahren 2012 und 2011 europaweit 71,7% des Papiers recycelt sowie 81,3% von Verpackungen und Karton.

Die Umweltqualitäten von Karton werden dadurch unterstrichen, dass das Rohmaterial Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern kommt. Diese sind in Europa eine erneuerbare Ressource, deren Neuzuwachs die Menge an geerntetem Holz übersteigt, stellt der Bericht fest. Auf diese Weise seien die europäischen Wälder von 2005 bis 2010 um 512.000 Hektar gewachsen und seien um über 30% größer als in den 1950er Jahren. Die Papier- und Kartonindustrie legt schon aus eigenem Interesse Wert auf die Wälder und unterstützt den Einsatz von Zertifizierungssystemen, um nachhaltige Forstwirtschaft nachzuweisen und zu erhalten.

Auch Wasser ist für die Zellstoffindustrie von grundlegender Bedeutung. Die Zellstoffindustrie in den Mitgliedsländern der CEPI hat 2012 etwa 3,71 Millionen Kubiktonnen Oberflächen- und Grundwasser entnommen und davon 92,3% dem Oberflächenwasser wieder zugeführt, und zwar sauberer als zuvor. Die Holzindustrie setzt große Mengen Wasser ein, doch wird nur ein geringer Teil dieses Wassers wirklich verbraucht – gebunden in Produkten und Reststoffen. Wasser, das während der Produktion entweicht, gilt ebenfalls als verbraucht, doch kann der weitaus überwiegende Teil davon wieder verwendet werden.

82% der Rohmaterialien stammen aus europäischen, verantwortungsbewusst bewirtschafteten Wäldern, aus für Recycling gesammeltem Papier und Karton sowie von europäischen Zulieferern mineralischer und chemischer Grundstoffe. In Europa werden für die Erzeugung von Papier und Karton keine Regenwälder zerstört. Die Kartonverpackungsindustrie ist ein integrierter Teil dieser europäischen, ressourceneffizienten, biobasierten Industrie, sie legt großen Wert auf den Schutz der Umwelt.

- www.procarton.com
- new-technology.procarton.com



:Apogee StoreFront

Ihre Web-to-Print-Lösung

Apogee StoreFront ist eine Cloud-basierte Web-to-Print-Lösung welche Ihnen die Einrichtung von Online-Shops für gedruckte und nicht gedruckte Produkte ermöglicht. Sie gibt Ihnen die Möglichkeit zur effizienten Vermarktung ihrer Dienstleistungen, sowohl für bestehende als auch für neue Kunden. Sie können private Online-Shops (B2B) für spezielle Kundenanforderungen einrichten, die als zentrales Bestell-Portal für Druckerzeugnisse rund um die Uhr zur Verfügung stehen. Mit öffentlichen Online-Shops (B2C) können Sie neue Kunden überregional gewinnen.

www.apogeestorefront.com

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.