

ADRIAN FRUTIGER GESTORBEN



Der Schweizer Typograf **Adrian Frutiger** ist am 12. September 2015 im Alter von 87 Jahren in Bremgarten bei Bern, wo er viele Jahre lang lebte, gestorben. Frutiger gilt als einer der bedeutendsten Grafikdesigner, Schriftgestalter und Typografen des 20. Jahrhunderts. Der 1928 in Unterseen im Berner Oberland geborene Frutiger lebte und arbeitete lange Zeit als künstlerischer Leiter der Schriftgießerei Deberny & Peignotin Paris.

In den 1950er Jahren kreierte Frutiger die Schriftfamilie »Univers« und passte sie später für die Verwendung in elektronischen Satzverfahren an. Weitere Schriften wie die »Frutiger« oder »Avenir« folgten. Nach seiner Rückkehr in die Schweiz Anfang der 1990er Jahre wohnte und arbeitete Adrian Frutiger in Bremgarten bei Bern.

In Typografen- und Designerkreisen ist Adrian Frutiger eine Legende: Seine Schriften fanden und finden weltweit Einsatz und Anerkennung und prägen den öffentlichen Raum. In der Schweiz etwa kennt jeder Autofahrer Adrian Frutigers Schrift »Astra«, die seit 2003 auf allen Verkehrsschildern zu lesen ist. Und »Druckmarkt«-Leser kennen seine »Frutiger« als hervorragend lesbare Grundschrift unseres Magazins.

Und es ist ein wahres Glück, dass die Schrift, die er unter dem Namen »Concorde« begonnen hatte, heute seinen Namen trägt. Damit steht Adrian Frutiger neben Garamond, Caslon, Bodoni oder dem ebenfalls erst kürzlich verstorbenen Hermann Zapf und den vielen anderen Schriftentwerfern, die den Geist ihrer jeweiligen Epoche in Buchstaben ausgedrückt haben, unvergessen in einer Reihe.

Adrian Frutiger war ein bescheidener, ausdauernder, ruhiger, konzentrierter und pragmatischer Mensch, der immer mahnte, das Modische und die anhaltend überzogene Design-Verliebtheit nicht zu wichtig zu nehmen, sondern Qualität in Schrift, Bild, Gestaltung und Medien unter einem sehr pragmatischen Aspekt zu sehen: »Schrift und Gestaltung, die man wahrnimmt, erfüllt ihre Aufgabe nicht, weil sie vom Inhalt ablenkt.«

Bei meinem letzten Besuch im Jahr 2004, als ich das Vorwort für eines seiner vielen Bücher schreiben durfte, sagte er mir. »Wer sich mit Schrift und Schriftgestaltung beschäftigt, sollte wissen, dass wir nicht die schwarzen Striche gestalten, sondern den weißen Raum dazwischen.« Diesen Satz werde ich nie vergessen. Und Adrian Frutiger auch nicht.

Klaus-Peter Nicolay

KBA HALBJAHRESBILANZ

GUTE AUFTRAGSLAGE – UMSATZ UND ERGEBNIS HINKEN HINTERHER

Die Koenig & Bauer AG bilanziert ein kontrastreiches erstes Halbjahr. Zwar legte der Auftragseingang in den ersten sechs Monaten um 33,2% auf 607,5 Mio. € gegenüber 2014 zu und wies am 30. Juni Aufträge für 597,9 Mio. € aus (gut 43% mehr als zu Jahresbeginn), der Halbjahres-Umsatz lag mit 426,9 Mio. € jedoch unter dem Vorjahreswert von 517,8 Mio. € und hinter dem

Segmentergebnisse

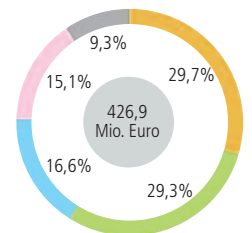
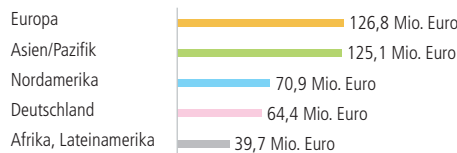
So sei der Bereich Sheetfed Solutions besonders erfolgreich und habe den Auftrags-eingang gegenüber 2014 um 40,3% auf 368,1 Mio. € gesteigert. Maßgeblich dazu beigetragen habe die hohe Nachfrage aus dem Verpackungssektor. Der Auftragsbestand von 310,6 Mio. € sei der höchste Wert seit 2007. Das Ergebnis verbes-

trüge im Blech-, Wertpapier- und Kennzeichnungsdruck zum Wachstum des Neugeschäfts im Segment Special Solutions um 21,0% auf 199,0 Mio. € bei. Im 3. und 4. Quartal erwartet KBA in diesem Geschäftsfeld einen signifikanten Erlösanstieg.

Starker deutscher Markt

Die Exportquote stieg im Berichtszeitraum auf 84,9%

KBA UMSATZVERTEILUNG



Quellen: KBA. Druckmarkt-Grafik: 8/2015.

Jahresziel von gut 1 Mrd. €. Nach Steuern ergibt sich ein Ergebnis von –9,3 Mio. €. »Trotz des Rückstandes zur Halbzeit streben wir für 2015 weiterhin eine Rendite von bis zu 2% vom Umsatz an«,



sagte der Vorstandsvorsitzende **Claus Bolza-Schünemann**.

Der KBA-Vorstand hatte bereits früher darauf hingewiesen, dass die Umsatzverteilung auf die zweite Jahreshälfte überproportional sei und stützt dies unter anderem auf die »erheblichen Ergebnisverbesserungen bei Sheetfed und Digital & Web« sowie dem im zweiten Halbjahr noch zu liefernden Produktmix, der nach Ansicht von KBA profitabler ist als der im ersten Halbjahr.

serte sich von –8,4 Mio. € im Vorjahr auf +3,8 Mio. €. Im weiteren Jahresverlauf erwartet der Vorstand eine weitere Ertragssteigerung. Durch Neuabschlüsse bei Digital- und Zeitungsdruckmaschinen stiegen die Bestellungen bei den Rollenmaschinen im Segment Digital & Web Solutions gegenüber 2014 von 45,6 Mio. € auf 69,2 Mio. €. Durch den geringen Auftragsbestand zu Jahresbeginn blieben die Erlöse jedoch hinter dem Vorjahreswert zurück, der Auftragsbestand war dagegen mit 83,4 Mio. € deutlich höher als 2014. Dennoch reichte es nur für einen Verlust, der mit –8,9 Mio. € ausgewiesen wird.

Neben wachsenden Erfolgen im Geschäftsfeld flexible Verpackungen trugen mehr Auf-

(2014: 83,4%). Das bedeutet aber auch, dass Deutschland einen Umsatzanteil von 15,1% ausmacht und damit allein nahezu den Umsatzanteil des gesamten Nordamerika-Geschäftes ausmacht. Das wuchs aufgrund wachsender Markterfolge bei Bogenoffsetmaschinen und Flexo-Rotationen gegenüber 2014 anteilig von 10,0% auf 16,6%.

Deutlich geringer als im Vorjahr war der Lieferanteil ins europäische Ausland mit 29,7% (2014: 40,4%). Die Regionalquote des Absatzmarktes Asien/Pazifik stieg ebenfalls von 24,3% im Vorjahr auf 29,3%. Auf Lateinamerika und Afrika entfielen 9,3% des Konzernumsatzes (2014: 8,7%).

› www.kba.com