



lange unverzichtbar bleiben wird.« Anders sei es mit der so genannten Pull-Information, die Nutzer heute zum großen Teil aus dem Internet ziehen. Deshalb leide das Geschäft mit Lexika und Nachschlagewerken. Da wird Print an Boden verlieren.

Erleichterung ist spürbar

Neben der Erleichterung, die den Maschinenbauern nach Abschluss der IpeX anzumerken ist, machen auch die ersten Anzeichen, dass der Werbemarkt wieder anzieht, Mut. So kletterten die Werbe-Spendings in den USA erstmals seit 2006 wieder um 5,1% nach oben. Zwar sind TV und Radio die großen Gewinner und auch Online-Werbung wuchs, doch legten auch Teilbereiche von Print zu: nationale Tageszeitungen und Sonntagsmagazine.

In den ersten beiden Monaten 2010 war auch hierzulande ein kleines Plus bei den Werbeausgaben zu spüren. Und auch der Maschinenbau legte im ersten Quartal nach Angaben des VDMA (Verband deutscher Maschinen- und Anlagenbau) im ersten Quartal wieder deutlich um 36% zu.

Dennoch bleibt die Frage, ob nach den ersten Anzeichen einer Erholung wieder etwas Stabilität eintritt und ob das ausreichen wird, Druckern und Druckmaschinenbauern langfristig ein auskömmliches Geschäft zu sichern. Man wird sich wohl in allen Bereichen auf einen kleineren Markt einstellen müssen. Doch auch darauf lässt sich mit neuen Ideen aufbauen.

Lesen Sie in diesem Zusammenhang auch den Beitrag »Print, Web und Werbung« auf den nächsten Seiten.



Weichenstellung

Offensichtlich hat erst die Krise die Bobst-Gruppe mit Hauptsitz in Lausanne dazu veranlasst, innerhalb der Gruppe nach Synergien zu suchen. Agierten viele der Tochtergesellschaften bisher in Eigenregie, wurden nun neue Geschäftsbereiche definiert.

Von Klaus-Peter Nicolay

Einen Umsatzrückgang von 35% meldete auch Bobst für das Jahr 2009 sowie einen »signifikanten Verlust«. Vor allem das Geschäft in Europa und Amerika habe gelitten. Dass man dem nicht tatenlos zusehen konnte, liegt auf der Hand. Wenig erstaunlich also, dass Bobst-CEO Jean-Pascal Bobst Mitte März einen Maßnahmenkatalog vorstellte, mit dem er die Gruppe wieder auf Kurs bringen will: »Wir haben seit September letzten Jahres eine Restrukturierung mit dem Ziel vorgenommen, eine bessere Marktabdeckung zu erreichen, Umsätze zu steigern und unseren Service zu verbessern. Darüber hinaus haben wir ein Kostensenkungsprogramm in einer Größenordnung von 100 Millionen Schweizer Franken bis 2011 aufgelegt,« so Jean-Pascal Bobst.



Das »Group Transformation« genannte Programm soll nach Aussagen von Bobst eine höhere Leistungsfähigkeit der Gruppe ermöglichen, Potenziale für organisches Wachstum erschließen und eine effizientere Organisationsstruktur garantieren. »Mit diesem Programm und der soliden Eigenkapitalbasis wird Bobst gestärkt aus der Krise hervorgehen«, glaubt Jean-Pascal Bobst. Rückblickend sprach er von ersten positiven Signalen im 3. und 4. Quartal 2009. Neben der neuen Organisation kündigte er die Einführung einer Vielzahl neuer Produkte an: »Wir werden auch in Zukunft unseren Fokus auf Forschung und Entwicklung beibehalten.«

NEUE GESCHÄFTSBEREICHE Teil der Organisationsstruktur ist der neue Geschäftsbereich »Services«, der Kunden zu höherer Produktivität und verringerten Betriebskosten verhelfen soll. Dazu wurden weltweit zehn Service-Center eingerichtet, die ein erweitertes Portfolio an Services, Ersatzteilen und Verbrauchsmaterialien bieten.

Mit Markennamen wie Bobst, Asitrade, Martin, Atlas, Fischer & Krecke, Kochsiek, Rotomec, Schiavi oder Titan ist die Unternehmensgruppe im Bereich der Faltschachtel- und Wellpappenverpackungen sowie der flexiblen Verpackungen unterwegs. Nunmehr konzentriert Bobst die Aktivitäten der Faltschachtel- und Wellpappenproduktion im neuen Geschäftsbereich Bogendruck, der von Hakan Pfeiffer geleitet wird. »Die Veränderungen in den Märkten spiegeln sich sowohl in Form der neuen Struktur als auch in den Markt-Aktivitäten von Bobst wider«, so Hakan Pfeiffer. Dazu gehören auch eine Reihe neuer Produkte.



Neben der bereits verfügbaren Heißfolienprägemaschine VisionFoil, die für den Hologrammauftrag im Marken- und Produktschutz entwickelt wurde, und dem Qualitätskontrollsystem iQ300, sollen weitere Produkte hinzukommen. So zum Beispiel eine Lösung, mit der sich die EU-Bestimmungen hinsichtlich Blindenschriftprägungen leichter erfüllen lassen, oder eine Heißfolienprägemaschine, die 20% mehr Produktivität bietet. Darüber hinaus soll eine weitere Lösung 20% mehr Durchsatz bei der Herstellung von Getränkeverpackungen ermöglichen. Zu den weiteren Ankündigungen zählen eine Flexodruckmaschine, neue Stanzautomaten und Faltschachtel-Klebmaschinen in der Mittelklasse, großformatige Faltschachtel-Klebmaschinen mit automatischem Packen von Wellpappe und kaschierten Verpackungen sowie eine Lösung für die Inline-Kaschierung.

HOHE PRÄSENZ Nachdem Bobst 2010 auf zahlreichen Messen präsent sein wird, soll vom 22. bis 28. September in Lausanne das Open House »Bobst Competence '10« stattfinden.

› www.bobst.com › www.bobstgroup.de



Von wegen erscheint nur 6 x im Jahr

Wer wirklich wissen will, was wichtig ist, hat mehrfach monatlich die Gelegenheit, sich über den Markt zu informieren. Druckmarkt erscheint zwar »nur« 6 x im Jahr in Deutschland und »nur« 6 x im Jahr in der Schweiz, dafür aber gibt es »Druckmarkt impressions« 12 x jährlich als PDF-Magazin im Internet und außerdem gibt es noch die »Druckmarkt COLLECTION« in Kooperation mit value ebenfalls 12 x im Jahr. Sind, alles zusammengerechnet, 36 Ausgaben, in denen Sie Informationen höchster Qualität und Güte erhalten.

Tag
1

Reinschnuppern in die Angebote des »DRUCKMARKT«.

Sie gewöhnen sich an die regelmäßigen Informationen im Internet:
»www.druckmarkt.com«

Sie rufen täglich Informationen im Internet ab.

Für ganz neugierige: Das PDF der gedruckten Version ist im Internet verfügbar:
»www.druckmarkt.com«

Tag
15

Die gedruckte Version »DRUCKMARKT« oder »Druckmarkt Schweiz« erscheint.

Tag
20

»Druckmarkt COLLECTION« in Kooperation mit value erscheint circa monatlich zu einem neuen Thema.

Tag
30

»DRUCKMARKT impressions« informiert Sie umfassend über die neuesten Entwicklungen.

