

ÜBERNAHME MIT ANSAGE HEIDELBERG ÜBERNIMMT PSG-GRUPPE

Es ist eine Übernahme mit Ansage: In der Druckmarkt-Ausgabe 95 und unserem Beitrag »Ein begehrter Markt – Verbrauchsmaterialien«



hatte das für Vertrieb und Services zuständige Heidelberg-Vorstandsmitglied **Harald Weimer** bereits angedeutet, dass weitere Akquisitionen im Bereich der Verbrauchsmaterialien nicht ausgeschlossen seien. Kurz zuvor hatte Heidelberg den belgischen Hersteller Blue Print Products NV übernommen. Jetzt gab der Druckmaschinenhersteller bekannt, die Printing Systems Group (PSG) mit Sitz in den Niederlanden zu einem nicht genannten Kaufpreis zu übernehmen. Anfang März wurde eine entsprechende Vereinbarung mit der Investmentgesellschaft CoBe Capital unterschrieben.

Bereits seit Jahrzehnten arbeiten PSG und Heidelberg zusammen. Zur PSG-Gruppe gehören so bekannte Handelshäuser wie Tetterode in den Niederlanden, Plantin und Grafimat in Belgien, Macchingraf in Italien, Hartmann in Spanien und BTI-Hellas in Griechenland. Mehr als die Hälfte des Umsatzes erwirtschaftet PSG mit dem Verkauf von Service- und Verbrauchsmaterialien, davon ein überwiegender Teil mit Heidelberg-Produkten.

Heidelberg hat das weitestgehend stabile Geschäft mit Verbrauchsmaterialien zu einem strategisch wichtigen Bereich erklärt. Schließlich geht es um einen weltweiten Markt mit einem Umsatz-Volumen von rund 8 Mrd. € alleine für den Bogenoffsetdruck (ohne Papier), wovon etwa 2 Mrd. € in Europa umgesetzt werden. Wie Heidelberg-Vorstandschef **Dr. Gerold Linzbach** erklärt, soll »das margenstarke und konjunkturunabhängigere Geschäft mit Service und Verbrauchsmaterialien ausgebaut werden, um einen Konzernumsatzanteil von über 50 Prozent zu realisieren.« Heute komme Heidelberg schon auf einen Anteil von 40%. Integriert in den Gesamtkonzern ergibt sich durch die Übernahme der PSG-Gruppe mit über 400 Mitarbeitern ein Mehrumsatz von rund 130 Mio. € für Heidelberg. »Die Stärke von PSG im Service- und Verbrauchsmaterialien-geschäft sowie der hervorragende Kundenzugang sind äußerst attraktiv für uns«, sagt Linzbach und erläutert weiter: »Nach der Bereinigung unprofitabler Portfolio-positionen beginnt für Heidelberg nun die Phase des aktiven Portfolioaufbaus, um das Unternehmen wieder auf Wachstumskurs zu bringen.«

› www.heidelberg.com



BELASTUNG DURCH US-DOLLAR-WECHSELKURS

Das Verhältnis zwischen US-Dollar und Euro belastet zunehmend die Rohstoffbeschaffung der Druckfarbenindustrie. Die Hauptlieferanten etwa in China und Indien fakturieren in US-Dollar, während der Euro weiter an Wert verliert. »Dies ist eine besorgniserregende Entwicklung, die großen Kostendruck



erzeugt«, sagt Siegwerk-CEO **Herbert Forke**. »Die durch die Entwicklung befeuerten Kostensteigerungen auf dem Rohstoffmarkt stellen zunehmend ein Problem dar, das mit internen Maßnahmen nicht mehr kompensiert werden kann.« Zwar hätte die Preisentspannung auf den Rohölmärkten für Entlastung gesorgt, doch der Dollar-Kurs und die damit verbundene Abwertung des Euro überträfen die positiven Effekte bei Weitem.

Siegwerk wird nach eigenen Angaben weiterhin daran arbeiten, die Kostensteigerungen durch Produktoptimierungen und Leistungssteigerungen mit Kunden und Lieferanten zu kompensieren. Diese Effizienzmaßnahmen könnten jedoch nur zum Teil die Lücken schließen, die bereits im Vorfeld durch die hohe Preisvolatilität in den letzten Jahren entstanden seien, teilt Siegwerk mit.

› www.siegwerk.com

NEUES MITGLIED DER INITIATIVE ONLINE PRINT

Das Druckhaus Weppert ist der Initiative Online Print (IOP) beigetreten. Die IOP ist ein Zusammenschluss von Unternehmen des Online-Print-Sektors. Neben Druckereien und dem Bundesverband Druck und Medien zählen auch Softwareanbieter, Maschinenhersteller sowie weitere Dienstleister dazu. Die Initiative versteht sich als Kommunikationsplattform für ihre Mitglieder sowie als Interessenvertretung nach außen.

Das Druckhaus Weppert betreibt mit xposeprint.de, flinq.de und dem Web-to-Print-Service VIP Print gleich mehrere webbasierte Druck- und Gestaltungs-lösungen. Das Unternehmen hat sich in den vergangenen Jahren durch kontinuierliche Investitionen von einer kleinen Offset-Druckerei zu einem modernen Print-Produktionszentrum mit industriellen Strukturen und zeitgemäßen Online-Vertriebskanälen entwickelt. Für Geschäftsführer



Norbert Hettlich bietet die IOP im Onlinebereich »eine ideale Austausch- und Netzwerkplattform auf CEO-Ebene, die uns weiterhilft, gemeinsam mit unseren anderen Marktteilnehmern die Branche weiter zu formen.«

› www.druckhaus-weppert.de

SIRIUS DIREKT-MARKETING INTEGRIERT

Die Bielefelder Sirius Direktmarketing GmbH zählt zu den innovativsten Lettershops in Deutschland und hat schon früh Crossmedia- und Datenbank Lösungen entwickelt. Der Maschinenpark umfasst Digitaldruckmaschinen, Verpackungs- und Adressieranlagen sowie Kuvertiermaschinen. Die Sirius Direktmarketing GmbH wurde mit Wirkung zum 1. Februar 2015 in die Neef + Stumme premium printing GmbH & Co. KG in Wittingen integriert. »Schon seit Jahren betreuen Neef + Stumme und Sirius dieselben Großkunden wie BMW, Evonik, RAG, Linde und die Deutsche Telekom im Bereich Druck und Versand von Kundenzeitungen. Daher ist es ein sinnvoller Schritt, die beiden Produktionsprozesse in Wittingen bei Neef + Stumme zu vereinen. Dank nahtloser Produktion verkürzen wir die Produktionszeiten signifikant und leisten darüber hinaus einen Beitrag für die Nachhaltigkeit«, sagt Holger Tiemann, Geschäftsführer der Sirius Direktmarketing GmbH.

› www.neef-stumme.de

Rod Krün Plau

Wir stellen die Fakten klar und bringen sie in die richtige Reihenfolge.
DRUCKMARKT – das Magazin für Publishing und Print.

www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher.