

Der große französische Schriftsteller Viktor Hugo muss ja in wirtschaftlich bewegten Zeiten öfter als intellektueller Kronzeuge so manchen Businessstands erhalten. „Nichts ist so mächtig wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist“, heißt es dann in diversen Aussendungen über neue Produkte oder gar neue Unternehmen.

Beim neuen Druckservice „Style your Garage“ allerdings wird Hugo nicht bemüht und das völlig zu Recht: Das Münchner Unternehmen nämlich bietet an, graue Garagentore mit bedruckten Folien zu behübschen.

GLOSSE

Von Martin Schwarz

„Garagentore sind bisher meist mausgrau und hässlich – und verhandeln oft die Optik gepflegter Häuser. Doch jetzt geht es öden Garagentoren an den Kragen!“, heißt es sprachlich treffsicher im Prospekt.

Wünschen kann man sich eine Vielzahl von Motiven – etwa den Foliendruck eines Formel-1-Boliden oder eines Pferds oder einer Yacht auf das Garagentor – kurzum: Die Motivauswahl pendelt zwischen der Befriedigung der Eitelkeit des Garagentorbesitzers und dem kurzen, beinahe espressohaften Gag.

Man soll ja eigentlich nichts unversucht lassen, um die Anwendungsgebiete der Drucktechnik stets auszuweiten und damit der Branche Unterstützung angeeignet zu lassen. Aber es gibt einfach Grenzen. Denn nichts ist so schwächlich wie eine Idee, deren Zeit niemals kommen wird. ■

Wachstumsnische Banknotendruck

Der Absatz von Bogendruckmaschinen von Koenig & Bauer ist dank einer guten Auftragslage im Mittleren und Fernen Osten wieder gestiegen. Besonders erfreut ist der Vorstand indes über die Entwicklung des Sektors Banknotendruck.

Auch der Druckmaschinenhersteller Koenig & Bauer hat nun angekündigt, sich der Unterstützung des Staates bei der Finanzierung von Krediten versichern zu wollen. „Eine Bundesbürgschaft haben wir für den Zeitraum ab April 2010 beantragt“, sagte der neue KBA-Chef Helge Jansen Mitte Juni bei der Hauptversammlung in Würzburg. Vor allem die veränderte Risikobereitschaft der Banken bei der Kreditvergabe sei dafür verantwortlich, weniger die Liquiditätslage des Unternehmens selbst. Die Liquidität des Unternehmens betrage derzeit beinahe 100 Millionen Euro, zusätzlich gebe es noch eine Kreditlinie über 160 Millionen Euro, so Hansen.

Besonders im Mittleren und Fernen Osten konnte Koenig & Bauer den Absatz an Bogendruckmaschinen in den letzten Wochen wieder steigern, im Rollenbereich dagegen ist das Auf-

tragsvolumen nach wie vor gering. Den Banknotendruck bezeichnete Hansen als „einzigen Fels in der Brandung“ – eine für die KBA-Produktion in Mödling vermutlich erfreuliche Wertung. Ausgleichen möchte Hansen die Flaute im Maschinengeschäft durch einen massiven Ausbau des Service- und Verbrauchsmaterialiengeschäfts – eine Maßnahme, die auch Heidelberg-Vertriebsvorstand Jürgen Rautert im 4c-Interview ankündigt (siehe Seite 14). Außerdem will sich KBA vermehrt in umweltorientierter Energietechnik und Verpackungstechnik engagieren.

Der Umsatz von KBA lag im vergangenen Jahr mit 1,53 Milliarden Euro um etwa 200 Millionen unter dem Rekordumsatz des Jahres 2006 mit damals 1,74 Milliarden Euro. 2009 wird ein Umsatzrückgang auf 1,2 Milliarden Euro erwartet. ■



KBA-Chef Helge Jansen bei der Hauptversammlung in Würzburg: „Der Banknotendruck ist der einzige Fels in der Brandung.“

Index

Agfa Graphics, 39	Horizon, 40	Nestlé, 42
Apple, 28	HP, 16	Newsworld, 12
Berlintapete, 23	Hugo Boss, 42	Ocè, 11, 16
Buchdruckerei Lustenau, 42	Hunkeler, 12	Prinovis, 7
Callas, 39	Hyatt, 42	Printed Systems, 31
Canon, 19, 40	Intel, 26	Quelle, 7
CD Compact Druck, 40	Kodak, 16, 19, 36	Rasch, 23
Coca Cola, 42	Koenig & Bauer, 8, 35	Ricoh, 41
Corel, 26	Konica Minolta, 39	Scheufelen, 41
Direct Smile, 42	KWR, 18	Screen, 12
Edubook, 11	Leykam, 7	Sony, 31
Eltosch, 33	manroland, 16, 31, 32, 34, 36	Swarovski, 42
Extratapete, 23	Meiller Direct, 36	Tapetenagentur, 23
Fujifilm, 40	Mennipos, 31	VASP, 12
Glöckler, 7	Minolta, 19	Wolford, 42
Goss, 34	Müller Martini, 41	Xerox, 12, 19, 39
Heidelberg, 14, 42	natureOffice, 42	Zeller + Gmelin, 33

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber: INDUSTRIEMAGAZIN Verlag GmbH

Verlagsanschrift: Eduard-Bodem-Gasse 6, 6020 Innsbruck, Tel. +43 512 36 10 83, Fax +43 512 36 10 83-16, ISDN +43 512 36 10 83-18

Redaktionsanschrift: Lindengasse 56, 1070 Wien, Tel. +43 1 585 9000, Fax +43 1 585 9000-16, www.4-c.at, office@4-c.at

Chefredakteur: Martin Schwarz

Autoren dieser Ausgabe: Mag. Arno Cichocki, Hendrik Fey, Dr. Herwig Hauenschild, Erika Kronfuß, Rüdiger Maaß, Rainer Scheichelbauer, Anja Schlimbach, Suzanne Sudermann

Geschäftsführung: Alois Weiß, Hans F. Zangerl

Grafik, Layout, Cover: Ines Weiland

Schriften: Premiéra (Thomas Gabriel), Plantago (Viktor Solt-Bittner)

Online-Redaktion: Jakub Jozefek

Anzeigen: Mag. Manuela Steinbrucker-Murri

Anzeigen Schweiz: Robert Dormann, Media Consultant Marketing, Tel. +41 1 720 8550

Anzeigen Frankreich: Eduard Costemend, AD Presse International, adresse.adpi@free.fr, Tel. +33 1 45 24 34 59

Anzeigenverwaltung: Tel. +43 512 36 10 83

Herstellung: INDUSTRIEMAGAZIN Verlag GmbH **Druck:** Kärntner Druckerei

Vertrieb: Morawa

Leser-Abo-Service: Tel. +43 512 36 10 83

Abonnements: 1-Jahres-Abo: € 21,-, Ausland: € 29,-

Druckauflage: 8500 Stück

Das nächste Heft erscheint am 26. 08. 2009.