

KOENIG & BAUER

Presseinformation / Press Release

Autor / Author:	Klaus Schmidt	Nr. / No.:	17-060-W
Rückfragen / Enquiries:	Klaus Schmidt	Datum / Date:	20.09.2017
Telefon / Phone:	+49 (0) 931 909-4290	E-Mail:	klaus.schmidt@kba.com
Sperrvermerk / Release:	22.09.2017	Zeichen / Ref.:	ZM/KSC
Bilder / Photographs:	14	Seiten / Pages:	6

200 Jahre Koenig & Bauer: Zukunft braucht Herkunft

Mit klarer Strategie und neuem Marktauftritt ins 3. Firmenjahrhundert

- **Jubiläumsfeier mit Gästen aus aller Welt**
- **Aus KBA wird wieder Koenig & Bauer**
- **Spektakuläre Festschrift „Menschen – Maschinen – Ideen“**
- **Fokus auf neue Produkte und Wachstumsmärkte**

Mit annähernd 700 Gästen aus der ganzen Welt feierte Koenig & Bauer am 21. September im Vogel Convention Center (VCC) das 200-jährige Firmenjubiläum. Viele Teilnehmer nutzten die Gelegenheit zur Besichtigung des Würzburger Stammwerkes. Neben hochmodernen Fertigungsanlagen und dem neuen – demnächst mit Maschinen ausgestatteten – Democenter für Digital- und Flexodruckanlagen erlebten sie historische und aktuelle Druckmaschinen aus dem breiten Portfolio des ältesten Druckmaschinenbauers in Produktion. So druckte eine Kreisbewegungsmaschine aus dem Jahre 1868 einen Stich der Gründungsstätte Kloster Oberzell, eine Stahlstichmaschine Super Olof Intaglio III eine Specimen-Banknote, die Genius 52UV von KBA-NotaSys ein Sicherheitsdokument, die Digitaldruckanlage RotaJET L u. a. ein Poster des in den USA spielenden Würzburger Basketballstars Dirk Nowitzki mit 2,20 m Länge und die bei Koenig & Bauer in Würzburg für HP gefertigte weltgrößte Inkjet-Anlage HP T1100S einen 2,8 m breiten Topliner für Wellpappen-Verpackungen.

Mit einer Multimediaschau wurde die wechselvolle Geschichte des Traditionsunternehmens von 1817 bis heute präsentiert. Ein Mitarbeiterabend im

großen Festzelt und ein Tag der offenen Tür für die Bevölkerung mit über 10.000 erwarteten Besuchern rundeten das bunte Jubiläumsprogramm ab.

Druckprodukte für den ganzen Tag

Bei einer gut besuchten internationalen Pressekonferenz erläuterte CEO Claus Bolza-Schünemann einige Meilensteine der letzten 200 Jahre (siehe dazu Presseinformation vom 07. Juni 2017). Er ging dabei besonders auf die in den letzten 25 Jahren getätigten Akquisitionen ein, die aus dem früher überwiegend auf medienorientierte Märkte wie dem Zeitungs-, Bücher-, Magazin- und Katalogdruck fokussierten Unternehmen einen führenden Player im Verpackungsdruck gemacht haben. Heute bietet der weltweit zweitgrößte Druckmaschinenhersteller Lösungen für nahezu alle Printmärkte an. Bolza-Schünemann: „Druckprodukten, die auf Maschinen von Koenig & Bauer produziert wurden, begegnen wir von morgens bis abends: Vom direkt bedruckten Parfum-Flacon am Morgen, der Zeitung am Frühstückstisch, dem Bargeld, der Kreditkarte und unterschiedlichsten Verpackungen beim Einkauf bis zum Buch oder Magazin am Abend. Das Beste an der Sache ist, dass die meisten dieser Printerzeugnisse nicht durch Online-Medien oder Computer-Bildschirme ersetzt werden können und der Bedarf weiter steigt. Dies stimmt uns optimistisch für unsere Zukunft.“

Ergebnis und Aktienkurs spiegeln erfolgreiche Strategie wider

Mit der Einführung einer Holding-Struktur und der klaren Fokussierung der operativ tätigen Gesellschaften auf ihr jeweiliges Marktsegment hat Koenig & Bauer 2015 die umfassende Neuausrichtung nach dem Einbruch der Druckbranche weitgehend abgeschlossen, nicht aber die permanente Optimierung der Organisation und Abläufe. Auch dank der starken Stellung in Wachstums- und Spezialmärkten wie dem Verpackungs- und Sicherheitsdruck hat Koenig & Bauer 2016 mit einem EBIT von 87,1 Mio. Euro das beste Ergebnis in der langen Firmengeschichte erzielt. Der Anstieg des Aktienkurses von 10 Euro Anfang 2015 auf mittlerweile deutlich über 60 Euro ist ein Spiegelbild der überzeugenden Strategie und Entwicklung.

Wachstum im Verpackungs- und Industriedruck

Finanzvorstand Dr. Mathias Dähn präsentierte die Konzernziele und Strategien für die nächsten Jahre. Dähn: „Nach einem Jahrzehnt mit Umsatzrückgängen

wird Wachstum zur zentralen Säule unserer Unternehmensstrategie. Alle Geschäftsfelder sollen dazu beitragen und dabei profitabel arbeiten.“ Besondere Chancen sieht er angesichts des Wachstums der Weltwirtschaft, der Weltbevölkerung, des Online-Handels und der Zahl der Single-Haushalte im Verpackungssektor.

Im Kartonagen-, Blech- und Glaskörperdruck ist das Unternehmen bereits Marktführer. Im flexiblen Verpackungs-, Wellpappen- und Kennzeichnungsdruck will Koenig & Bauer weiter zulegen. Neue Produkte wie die zur drupa 2016 vorgestellte digitale Hybridmaschine VariJet 106 sowie Digital-, Flexo- und Offsetanlagen für Wellpappe, Blechtafeln und Getränkedosen sollen dazu beitragen. So gab Bolza-Schünemann beim Festakt die Bestellung der ersten digitalen CorruJET-Bogenmaschine für Wellpappe aus Deutschland bekannt. Ein weiteres Beispiel für die Expansionsstrategie im Verpackungsmarkt ist der Kauf des spanischen Stanzmaschinenherstellers Iberica im Juli 2016. Die Kooperation mit HP im digitalen Inkjetdruck für das Segment Wellpappe nannte Dähn zukunftsweisend.

Ein junges, aber ausbaufähiges Geschäftsfeld sind industrielle Anwendungen wie der Dekordruck, den Koenig & Bauer erfolgreich mit der bis zu 2,25 m breiten RotaJET VL adressiert. Im Geschäft mit Rollenoffsetrotationen für den Zeitungs- und Akzidenzdruck setzen die Würzburger aufgrund der stark zurückgegangenen Neumaschinen-Nachfrage auf den Ausbau der Serviceleistungen für den älter werdenden Maschinenbestand. Neue Serviceangebote im Rahmen der digitalen Transformation (KBA 4.0) sind dazu gekommen. Der Serviceumsatz bei Bogen- und Rollenmaschinen ist deutlich gewachsen und soll auf 30 % des Konzernumsatzes steigen.

Für das Jubiläumsjahr 2017 hat sich die Koenig & Bauer-Gruppe laut Mathias Dähn einen Konzernumsatz von ca. 1,25 Mrd. Euro und eine EBIT-Marge von etwa 6 % zum Ziel gesetzt. Die Planung bis 2021 sieht ein Umsatzwachstum von 4 % p.a. und – abhängig von der Entwicklung der Weltwirtschaft – eine jährliche EBIT-Marge zwischen 4 % und 9 % vor.

Spektakuläre Festschrift in der Jubiläums-Box

Zum Firmengeburtstag hat Koenig & Bauer eine spektakuläre Festschrift mit dem Titel „Menschen – Maschinen – Ideen“ vorgelegt. Wie Marketingdirektor Klaus Schmidt betonte, ist das fast 2 kg schwere Werk mit drei inhaltlich und gestalterisch sehr unterschiedlichen „Büchern“ in einer aufwendigen Jubiläums-Box keine chronologische Darstellung der Ereignisse und Verdienste der letzten 200 Jahre. Schmidt: „Unsere etwas andere Festschrift ist eine gedruckte Liebeserklärung an die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft von Print.“

Das kleinformatige Hardcover-Buch „Menschen“ ist ein belletristisches Lesebuch mit handgezeichneten Illustrationen. Es erzählt in zwölf unterhaltsamen Kapiteln die Geschichte herausragender Menschen bei Koenig & Bauer von den Gründern bis heute – eingebettet in die historischen Ereignisse der jeweiligen Zeit. „Maschinen“ ist eine Sammlung von 13 inhaltlich illustrierten und beidseitig bedruckten Postern zu Druckmaschinen von Koenig & Bauer von 1814 bis heute. Die Poster sprechen Technik- und Print-Fans an und erklären Zusammenhänge. Schmidt: „Ein plakativer Wandschmuck für alle, die Print-Technik verstehen oder verstehen möchten.“

Das Magazin „Ideen“ präsentiert als Zukunftswerkstatt in einem hochmodernen Layout unzählige Zahlen, Fakten und Gedanken. Schmidt: „Lesenswert für alle, die sich mit der Print-Zukunft auseinandersetzen.“

Relaunch der jung geliebten Marke Koenig & Bauer

Ins 3. Firmenjahrhundert startet der Druckmaschinenbauer mit einem neuen Marktauftritt. Wie der Vorstandsvorsitzende erläuterte, wird aus der 1990 nach der Übernahme eingeführten Marke KBA wieder die Originalmarke Koenig & Bauer, allerdings in völlig neuem Outfit beim Logo, Kommunikationsmitteln, Geschäftsausstattung und Produktdesign. Bolza-Schünemann: „Die Koenig & Bauer AG hat heute 33 Tochtergesellschaften. Zwölf davon produzieren eigene Produkte für eigene Kunden. Wir sehen das Jubiläum als einen idealen Zeitpunkt, alle Aktivitäten der Gruppe vom klassischen Druck bis zum Digitaldruck – einschließlich Druckvorstufe und Weiterverarbeitung und einem Top-Service – wieder unter ein starkes gemeinsames Dach zu stellen.“ Nach seinen Worten soll mit dem Relaunch der Stolz der Belegschaft und der durch Übernahmen von Unternehmen mit eigener Historie neu zur Koenig & Bauer-Gruppe gekommenen Mitarbeiter auf die gemeinsame Marke gestärkt und die

Kraft dieser traditionsreichen Marke für alte und neue Kunden durch ein modernes Erscheinungsbild und Produktdesign noch stärker spürbar werden.

Neuer Leitsatz „we’re on it“ ...

Als Kurzform der in der neuen Hausschrift gestalteten Wortmarke Koenig & Bauer für Werbeaktivitäten, Stickers, Zeichnungen, Ersatzteile u. ä. wurde das Et-Zeichen zwischen den Nachnamen der Firmengründer ausgewählt. Es steht jetzt auch als 3 m hohe Guss-Stele neben dem neuen Democenter.

Zum neuen Marktauftritt gehört der neue Claim (Leitsatz) we’re on it. Bolza-Schünemann: „Unsere Mission: Wir bringen zusammen, was unsere Kunden weiterbringt.“ Das Et-Zeichen symbolisiert den Markenkern von Koenig & Bauer und verbindet die Werte des Unternehmens, die da lauten „*Tradition & Innovation*“, „*Bedürfnisse & Technologien*“, „*Nahbarkeit & Professionalität*“.

... und neues Produktdesign

Mit dem neuen Produktdesign soll die außerordentliche Qualität, Leistungskraft und Bedienerorientierung der von den Unternehmen der Koenig & Bauer-Gruppe gelieferten Maschinen und Systeme noch besser sichtbar werden. Die Formen des Maschinendesigns basieren auf geometrischen Grundkörpern, die Klarheit und Selbstbewusstsein demonstrieren. Die traditionelle Hausfarbe Blau wird wärmer, akzentuierter und reduzierter eingesetzt. Sie harmonisiert hervorragend mit den neuen dunklen und hellen Grautönen. Hinzu kommen wird ein zeitgemäßes, auch für „Digital Natives“ attraktives Interface-Design. Das neue Design soll bei neu hinzu kommenden Produkten sofort und bei bestehenden Produktfamilien in der Gruppe sukzessive bis zur drupa 2020 umgesetzt werden. Ziel ist eine harmonische Symbiose aus Corporate Design und Produktdesign.

- * Beim Markenrelaunch und beim neuen Produktdesign wird Koenig & Bauer kreativ von den Hamburger Agenturen MUTABOR und Design3 unterstützt. Zur ungewöhnlichen Jubiläumsschrift trug neben der Gestaltung durch MUTABOR die Berliner Agentur Grauel Publishing mit großer redaktioneller Professionalität bei.

Foto 1:

Durch zahlreiche Akquisitionen hat Koenig & Bauer sein Portfolio für den Verpackungs- und Spezialdruck seit der Jahrtausendwende enorm erweitert

Foto 2:

In einer Reihe von Märkten sind Unternehmen der Koenig & Bauer-Gruppe führend

Fotos 3/4:

Menschen – Maschinen – Ideen: Die etwas andere Festschrift in der Jubiläums-Box

Fotos 5/6:

Blick in das belletristische Lesebuch „Menschen“ mit handgezeichneten Illustrationen

Fotos 7/8:

13 Poster gefaltet in der Jubiläums-Box: plakativer Wandschmuck für Technik- und Print-Fans

Fotos 9/10:

Das Magazin „Ideen“ ist eine Werkstatt für Print-Szenarien voller Daten, Fakten und Gedanken

Foto 11:

Zurück zu den Wurzeln mit dem Blick nach vorne: die neue Wortmarke der Koenig & Bauer-Gruppe

Foto 12:

Das Et-Zeichen aus der Wortmarke bringt Mission und Werte von Koenig & Bauer auf den Punkt

Foto 13:

„Einheitliches Design“

Foto 14:

Langfristige Trends aus der Sicht von Koenig & Bauer

Hinweis:

Bilder von den Jubiläums-Veranstaltungen erhalten Sie bis 26. September!