



Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Das große Fressen

Im Kampf um den Druckplattenmarkt akquiriert Agfa den italienischen Hersteller Lastra, Creo kauft SpectraGraphics und Fujifilm investiert in neue Fertigungslinien

KOMMENTAR



Agfa-Gevaert hat am 11. März 2004 bekannt gegeben, dass man alle Aktien von Microgran

S.r.l. übernehmen wird, der Besitzerin des italienischen Druckplattenherstellers Lastra S.p.A. Die Transaktion bedarf zwar noch der Zustimmung der Kartellbehörden, zeigt jedoch einmal mehr, dass der Markt der Druckplatten und damit des Materialgeschäftes einer der am meist umkämpften Märkte innerhalb der grafischen Industrie ist. Nicht umsonst ist Creo im letzten Jahr in dieses Segment eingestiegen, hat den südafrikanischen Plattenhersteller First Graphics und vor wenigen Wochen die amerikanische Plattenfabrik Spectratech gekauft. Und auch Fujifilm ist aktiv und will bis Anfang 2005 rund 200 Mio. \$ in den Ausbau seiner Plattenkapazitäten in Asien, den USA und Europa stecken. Ach ja, Agfa hatte letztes Jahr in China ebenfalls ein Werk eröffnet.

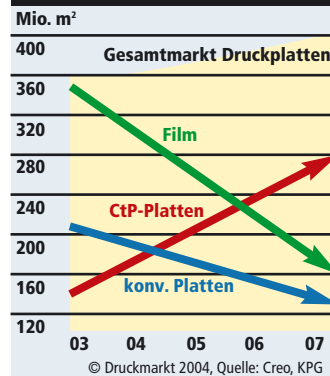
Eines steht fest: Den großen Film- und Plattenherstellern brechen die Märkte im Filmgeschäft weg. Dieses Problem hat Agfa genau so wie Fuji oder Kodak.

Wenngleich Agfa in seinem Jahresbericht 2003 feststellt, dass der Rückgang im Bereich Grafische Systeme um etwa 10,5% auf die anhaltende Schwäche der Druckindustrie und Währungseffekte zurückzuführen sei, dürfte das geringer gewordene Filmvolumen eine nicht unbedeutende Rolle spielen. Diesen Umsatzrückgang kann man kompensieren, wenn man mehr Platten verkauft. Und da könnte die Akquisition von Lastra helfen. Dies mag ein Grund sein.

Ein anderer Grund könnte aber der sein, dass auf dem Druckplattenmarkt nur Platz für die »Großen 3«, nämlich Agfa, Fuji und Kodak-Polychrome ist oder sein darf (eine Analogie zum Phantasy-Streifen »Es kann nur einen geben« liegt nahe). Dies legt die Spekulation nahe, dass man einen Wettbewerber weniger am Markt haben wollte. Denn: Je weniger Wettbewerber am Markt sind, desto eher kann man die Preise für Druckplatten hoch halten.

So betrachtet war Agfa die Nähe von Lastra und Creo möglicherweise nicht ganz geheuer (die beiden Unternehmen haben in Mitteleuropa zuletzt relativ eng zusammengearbeitet) und übernahm kurzerhand den italienischen Hersteller, bevor Creo auf diese Idee hätte kommen können.

DRUCKPLATTEN UND FILM



Bis 2003 lagen der Verbrauch von Film und Druckplatten weltweit etwa gleichauf mit 360 Mio. m² Film und rund 350 Mio. m² Platten. In den nächsten Jahren soll der Filmbedarf um jährlich ca. 15% sinken, der Markt der Druckplatten insgesamt um 2 bis 4% wachsen. Dabei wird für CtP-Platten ein starkes Wachstum von 17% prognostiziert, dagegen eine sinkende Nachfrage nach konventionellen Platten um etwa 10 bis 12%.

Kapazität verdoppelt

Denn Creo hat innerhalb weniger Monate nun die zweite Druckplattenfabrik gekauft und will im Wettbewerb um CtP-Systeme plus Plattenmaterial kräftig mitmischen. Zudem hat Creo mit der Sichuan Juguang Printing Apparatus Co. Ltd., einem der größten Druckplattenhersteller Chinas (mit einer Jahresproduktion von 18 Mio. m²) ein Abkommen geschlossen, wonach Juguang die gemeinschaftlich entwickelte JPT-1 Positive Thermal Plate herstellen und verkaufen wird.

Im Februar kündigte Creo die Übernahme der im US-Bundesstaat West

Virginia ansässige Druckplattenfabrik Spectratech International, Inc. an, die Creo rund 19,3 Mio. \$ kosten soll. Creo geht davon aus, dass die Akquisition bereits 2004 zu den Erträgen des Unternehmens beitragen wird. Amos Michelson, CEO von Creo, nennt den Grund für die Akquisition: »Creo verfügt damit auch über Negativplattentechnologie, die die Creo Positive Thermal Plate (PTP) ergänzt. Mit dem Erwerb der Plattenfabrik in den USA kann Creo zudem seine Fertigungskapazitäten mehr als verdoppeln.«

Lastra: eine beachtliche Größe

Agfa dürfte für den Kauf der italienische Lastra mehr bezahlen als Creo für den hierzulande unbekannteren amerikanischen Fabrikanten. Denn Lastra machte im Jahr 2003 immerhin einen Umsatz von 240 Mio. €. Lastra stellt Druckplatten, Chemikalien und Geräte für den Offsetdruck her. Die Gruppe mit Hauptsitz in Marnebio, Italien, wurde 1969 gegründet und ist seitdem schnell gewachsen. Bisher hat sich Lastra in erster Linie auf analoge Druckplatten konzentriert. Den Zugang zum Markt bei digitalen Druckplatten erreichte Lastra durch die Akquisition der US-amerikanischen Western Litho Plate im Jahr 2002. Heute verfügt Lastra über sechs Fabriken in Italien und den USA und beschäftigt rund 900 Mitarbeiter.

»Lastra passt perfekt zu Agfa«, sagt Albert Follens, Mitglied des Agfa-

Vorstands und General Manager Graphic Systems. »Die Kombination von Lastra und Agfa wird sich in Vorteilen für die Kunden beider Unternehmen niederschlagen. Wir beabsichtigen zudem, die Marke Lastra und das Händlernetzwerk beizubehalten. Darüber hinaus wird diese Akquisition unsere Kostenführerschaft bei Druckplatten stärken, wesentliche Umsatzbeiträge sowie Synergien bei den Kosten generieren.« Was nichts anderes heißt: Mit dem Aufkaufen eines Wettbewerbers reduziert man das Risiko eines unangenehmen Preiskampfes. Vielleicht zeigt sich deshalb Roberto Ziletti, Präsident von Lastra, begeistert, »Teil eines so starken Unternehmens in der Druckvorstufe zu werden: Zusammen mit Agfa werden wir unsere Kunden beim Übergang von Computer-to-Film zu CtP noch besser unterstützen können«.

Das große Fressen

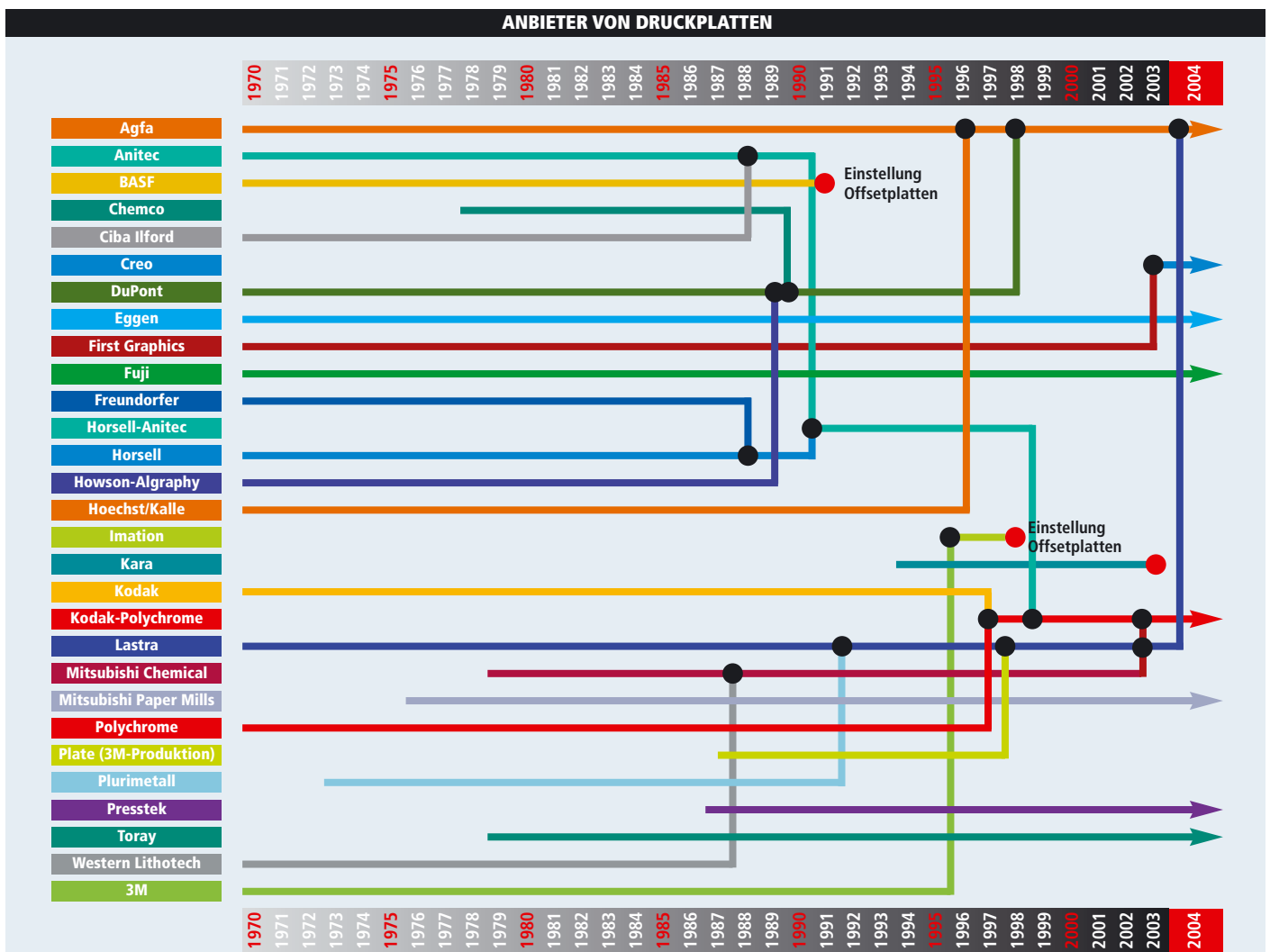
Man mag all das vielleicht als Spekulation abtun oder als übertrieben bezeichnen. Aber um die Konzentration gerade im Bereich der Druckformen zu verdeutlichen, reicht ein Blick auf die letzten 30 Jahre. Zwar gab es bereits in den 80er Jahren Übernahmen und Fusionen, doch ab 1995 setzte im Druckplattenmarkt »das große Fressen« ein (siehe Grafik), das es den verbliebenen Plattenherstellern erlaubte, nicht nur satte Gewinne einzufahren, sondern auch Wettbewerber ohne Materialangebot klein zu halten (was später auch Creo dazu veranlasste, in diesen Markt einzusteigen). Und auch damals setzte Agfa die Maßstäbe. Erst nachdem sich Agfa verschiedene Plattenhersteller einverleibt hatte, kündigten 1997 die beiden Hersteller Kodak und Poly-

chrome ebenfalls eine Großfusion an. Im Januar 1998 wurde von der Eastman Kodak Company und der Sun Chemical Corporation die Kodak Polychrome Graphics (KPG) aus der Taufe gehoben. In das Jointventure, an dem beide Unternehmen mit jeweils 50% beteiligt sind, hat Kodak den Geschäftsbereich Grafische Systeme und Sun Chemical das Tochterunternehmen Polychrome eingebracht. Mit Horsell Anitec baute KPG seine Marktposition weiter aus. 2001 expandierte Kodak Polychrome durch den Zukauf des Geschäftsbereiches Grafische Produkte von Imation und erweiterte die Produktpalette um das gesamte Sortiment der Proof- und Color-Management-Lösungen von Imation. Imation als Nachfolgeunternehmen von 3M im grafischen Markt hatte zuvor bereits die Plattenproduktion einge-

stellt. Nur Fujifilm hat sich ohne Zukaufe anderer Plattenhersteller aus eigener Kraft an der Spitze behaupten können.

Haben prozesslose Platten noch Nachteile?

Jetzt zur drupa scheint sich eine neue Schlacht anzubahnen. Bereits im Vorfeld wird kräftig diskutiert, ob eine Platte denn jemals prozesslos arbeiten könne (kann sie natürlich nicht, denn sie muss ja zumindest belichtet werden) und was denn nun der richtige Wege zur landläufig so genannten »prozesslosen Platte« sein könne. Alle großen Hersteller haben indes eine »prozesslose« Platte angekündigt oder zumindest eine Technologiestudie. Zwar kennen wir das bereits seit der drupa 2000, doch scheint dieses Jahr mehr Ernsthaftigkeit angesagt.



In unserer letzten Ausgabe (Druckmarkt 15, Seite 7) hatten wir diese Grafik veröffentlicht, um zu zeigen, welche Dynamik der Markt der Druckplatten hat. Innerhalb von nur zwei Monaten hat sich das Bild wieder verändert. Einmal existiert der deutsche Hersteller Kara nicht mehr. Und nach der Übernahme von Lastra durch Agfa wird deutlich, dass sich im Plattenmarkt alles um

die »Großen 3«, Agfa, Fujifilm und KPG dreht. Presstek und Toray spielen zur Zeit nur eine Nischenrolle im Markt der chemie- und prozesslosen Platten bzw. der Platten für den wasserlosen Offsetdruck. Und auch das Unternehmen Eggen arbeitet in einer Nische, in der man vor allem Platten für Lackierungen etc. anbietet.

Unisono stellen alle Hersteller klar, dass prozesslose oder chemiefreie Platten noch in den Kinderschuhen stecken und auch Nachteile oder zumindest Einschränkungen gegenüber den bekannten Plattensystemen haben.

Prozesslose Plattentechnologien, so argumentiert Fujifilm, hätten eine zu geringe Empfindlichkeit, die zu einer geringen Produktivität führe. Auch die geringe Auflagenbeständigkeit limitiere diese Plattentechnologien auf nur wenige Einsatzbereiche und zudem zeigten die Platten noch immer eine dürftige Verdruckbarkeit in Bezug auf das Farb/Wasser-Verhalten und eine Neigung zum Tonen. Daher richte Fujifilm seine Anstrengungen auf ein prozessloses Plattendesign, das die gleiche Qualität und die gleichen Druckeigenschaften biete wie existierende CtP-Plattensysteme. Eine entsprechende Technologiestudie soll zur drupa vorgelegt werden.

Agfa: chemikalienfrei

Dagegen hat Agfa mit Beta-Tests für die chemikalienfreie digitale Thermodruckplatte Azura begonnen, die noch vor der drupa verfügbar sein soll. Azura ist eine Aluminiumdruckplatte, die mittels eines physikalischen Verfahrens statt eines chemischen Prozesses Thermobelichtungen ermöglicht. Die Druckplatte basiert auf der gleichen Technologie, die schon bei den Thermolite Plus-Druckplatten von Agfa eingesetzt wird. Azura ist eine nicht ablativ Druckplatte mit einem großen Belichtungs- und Druckspielraum und ist nach Angaben von Agfa für Auflagen bis 100.000 Drucke geeignet.

KPG und Presstek: prozesslos

Presstek bewegt sich bereits seit einiger Zeit auf dem Terrain der che-

miefreien Platten. Mit der Pearldry hatte Presstek schon vor einiger Zeit für Aufsehen gesorgt, wengleich sich diese Platte nicht auf breiter Front durchsetzen konnte. Zur drupa kommt Presstek mit einer prozessfreien Platte namens Applause.

Aber auch Kodak Polychrome Graphics hat eine prozesslose Platte angekündigt, die Thermal Direct Non Process. Diese CtP-Thermoplatte für den Akzidenzdruck arbeitet nach Angaben von KPG mit einer hohen Auflösung und erlaube einen Rasterumfang von 1 bis 98% bei AM-Rasterung mit 80 L/cm, sei aber ebenso für FM-Rasterung mit minimaler Punktgröße von 20 µm geeignet. Die Auflagenleistung liege bei 75.000 Drucken.

Und die Preise?

Bei den Ankündigungen dieser neuen Plattentypen bleibt jeweils die Frage offen, was denn diese Platten kosten werden. »Sie wird teurer sein als herkömmliche CtP-Platten.« war von Agfa ebenso zu hören wie von Presstek. Und natürlich werden die Plattenhersteller, die zur Zeit noch immer auch vom Verkauf ihrer Chemie leben, nicht so schnell alles auf prozessfreie Platten umstellen. Es sei denn, der Markt will es so. Dann wird er aber auch ordentlich zur Kasse gebeten werden.

- www.agfa.com
- www.fujifilm.de
- www.kpgraphics.com
- www.lastra.it
- www.presstek.com

»Was wir tun, tun wir mit Leidenschaft«

Koller übernimmt von Chromos das Geschäftsfeld Prepress, Partnerschaft soll Synergien schaffen

Die Chromos AG und die A. Koller AG sind eine Partnerschaft eingegangen, die am 1. Mai 2004 in Kraft tritt. Chromos übergibt den Bereich Prepress mit Ausnahme der Fujifilm-Produkte und Lüscher CtP-Anlagen an Koller und will damit die Kompetenz auf CtP-Platten, Gummitücher, Druckchemie und Druckmaschinen konzentrieren. Koller wird als Wiederverkäufer in der Schweiz neben ihrem bestehenden Lieferprogramm agieren.

Unterzeichnung des Partnerschaftsvertrags. Von links: Stephan Koller, Rolf Broglie und Martin Koller.

sagen, dort, wo Infrastruktur gefragt und angebracht ist: Installationen mit Training beispielsweise, die Re-Organisation der Vorstufe auf konzeptioneller Basis mit konsequenter Arbeitsflussgestaltung oder auch die Implementierung digitaler Techniken und Systemkomponenten in bislang konventioneller Arbeitsumgebung. Selbstbewusster Anspruch: »Wir bewahren Kunden vor Sackgassen und haben – auch wenn dies zuweilen für Irritation beim Kunden führen kann – durch manchen Einspruch und intensiven Ratschlag zu besse-



Stephan und Martin Koller haben das ehemalige vor allem als Materialhändler bekannte Unternehmen im Laufe der vergangenen wenigen Jahre sehr konsequent zu einem Systemintegrator ausgebaut. »Stark sind wir vor allem da, wo Kunden bei uns komplette Lösungen fordern und als Berater bei bestehenden oder umzustellenden Workflows gefragt sind.«

Die Koller AG mit Sitz in Thalwil am Zürichsee bietet mittlerweile eine breite Palette von Soft- und Hardware-Lösungen für den PrePress-Sektor, konzentriert sich aber auf »intelligentes Verkaufen«. Will

ren Lösungen verhelfen können, als möglicherweise ohne unser Zutun zustande gekommen wäre.« Die Brüder sind Protagonisten für die praxisnahen Pragmatikerlösungen, analytische Beobachter und kenntnisreiche Kommentatoren des Marktes. Ihnen liegt ein nur umsatzorientierter Schmusekurs fern: »Wir können und wir wollen unsere Kunden nicht anlügen. Deshalb kann es sein, dass wir andere Vorschläge machen, als man vielleicht von uns erwartet. Doch wir stellen uns der ganz Verantwortung, die der Kunde von uns erwartet, wenn wir ihm Angebote machen sollen.« hgw



Zu einem durchdachten Workflow gehört auch ein Archiv!

ARCHIMEDUS

Archiv und Content Workflow für Druckereien, Agenturen und Verlage.

[www ● archimedes ● ch](http://www.archimedes.ch)