



### Heidelberg VERSTÄRKUNG IM FLEXODRUCK?

Laut einer Meldung der FAZ vom 17. Oktober 2006 will die Heidelberger Druckmaschinen AG über ihre Beteiligungsgesellschaft Gallus (St. Gallen, Schweiz) die BHS Druck- und Veredelungstechnik übernehmen. BHS, der 120 Mitarbeiter zählende Hersteller von Flexodruckmaschinen für den Verpackungs- und Etikettendruck, erzielte zuletzt einen Umsatz von 128 Mio. €. Gallus, Hersteller von schmalformatigen Druckmaschinen für den Etiketten- und Verpackungsdruck, hatte sich im Oktober 2005 an BHS mit 30% beteiligt. An dem St. Galler Unternehmen Gallus, das 2005 einen Umsatz von etwa 131 Mio. € umsetzte, ist Heidelberg seinerseits ebenfalls mit 30% beteiligt. > [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)

### Computer HP VERDRÄNGT DELL

Hewlett Packard (HP) hat den Rivalen Dell als führenden PC-Hersteller abgelöst und erstmals mehr Computer verkauft, teilten die Marktforscher IDC und Gartner mit. Laut Gartner hat HP nun einen Marktanteil von 16,3%, Dell 16,1%. HP hatte 2003 mit der Übernahme des Computerherstellers Compaq sein PC-Geschäft gestärkt. Insgesamt wuchs der PC-Markt weltweit um knapp 7% im dritten Quartal.

### Flint Group PREISERHÖHUNGEN FÜR DRUCKFARBEN

Mit sofortiger Wirkung erhöht Flint Group die Preise für Illustrationstiefdruck und Heatsetfarben in Europa. Diese Anpassungen seien notwendig, so das Unternehmen in einer Mitteilung, um die hohen Energie-, Rohstoff- und Logistikkosten aufzufangen. > [www.flintgrp.com](http://www.flintgrp.com)

### Vertriebsabkommen BALDWIN MIT ROBATECH

Baldwin hat sich die exklusiven weltweiten Rechte für Verkauf und Vermarktung der Webtrack-Leimauftragssysteme von Robatech im Rollenoffsetmarkt gesichert. Dazu schloss Baldwin eine Partnerschaft mit der Robatech AG mit Hauptsitz in Muri, Schweiz. Robatech ist einer der größten Hersteller von Klebstoffauftragsgeräten und -systemen. Mit dieser Partnerschaft setzt Baldwin die Strategie einer gezielten Stärkung seiner Marktposition bei Zubehör und Peripheriesystemen für Druckmaschinen fort. Über bestehende Produktreihen hinaus werden Baldwin und Robatech in Zusammenarbeit neue Klebstoff- und Leimauftragstechnologien entwickeln. > [www.baldwin.de](http://www.baldwin.de) > [www.robatech.ch](http://www.robatech.ch)

### Druckfarben PREISERHÖHUNGEN BEI HUBERGROUP

Wie die Hubergroup mittelt, ist eine deutliche Preisanpassung in Europa für Druckfarben, Drucklacke und Druckhilfsmittel unumgänglich. Die Weltmärkte für die zur Produktion von Druckfarben erforderlichen Rohstoffe stünden bereits seit geraumer Zeit unter dem Vorzeichen ständig steigender Preise und seien außerdem einer Verknappung der Ressourcen ausgesetzt. Trotz stagnierender oder temporär sogar rückläufiger Rohölpreise sei insgesamt eine deutliche Erhöhung der Kosten zu verzeichnen. Verantwortlich dafür seien wesentliche Preissteigerungen bei Energie, Rohstoffen wie Harze, raffinierten Ölen sowie eine angespannte Preissituation im Logistikbereich. > [www.hubergroup.com](http://www.hubergroup.com)

### alfa Media Partner IN NEUEN RÄUMLICHKEITEN

Die alfa Media Partner GmbH hat ihren Firmensitz von Seligenstadt in das etwa 18 km entfernte Rödermark verlegt und bezieht dort ein eigenes Gebäude. Das Unternehmen ist unter der Adresse Carl-Zeiss-Str. 27, 63322 Rödermark, erreichbar (Tel. 06074-3104-0). > [www.alfa.de](http://www.alfa.de)

## Innovative Nutzung der Prozessautomatisierung: JDF auch in heterogenen Umgebungen

CIPPI Award 2006 für den innovativsten Workflow-Einsatz ging an die Münchner Mediengruppe Universal

**Der erste Platz des CIPPI Award 2006 wurde Anfang Oktober an die Mediengruppe Universal Grafische Betriebe Manz und Mühlthaler GmbH in München in der Kategorie »Innovativste Nutzung von Prozessautomatisierung« verliehen.**

Die Mediengruppe Universal ist eine Bogenoffset-Druckerei mit etwa 40 Mitarbeitern und einem Leistungsspektrum von Geschäftsberichten über Zeitschriften, Bücher, Kalender bis zu unterschiedlichsten Werbemitteln. Der Offsetdrucker bietet alle dafür erforderlichen Prepress-Dienstleistungen, gestaltet darüber hinaus Websites und übernimmt CD-Produktionen.

### Workflow in gemischter Umgebung

Die prämierte Installation besteht aus einem Hiflex MIS (JDF-Controller) mit Anbindung an zwei Mittelformat-Bogenoffsetmaschinen der Baureihe KBA Rapida 105, einem Kodak Prinergy Workflow-System und einer Heidelberg Speedmaster mit Prinect Data Controller. Vor der Implementierung der Innovation er-

hielten die Druckmaschinen die PPF (CIP3)-Daten zur Farbzonen-Voreinstellung aus der Vorstufe.

Im veränderten Workflow, der durch die neue Funktionalität des Hiflex-Systems möglich wird, erhält die Branchensoftware die CIP3-Daten der Vorstufe, wertet diese aus und schickt sie zusammen mit den JDF-Maschinenvoreinstellungen weiter an den Drucksaal. In der JDF-vernetzten Produktion, wie Hiflex sie jetzt ermöglicht, erhält der Drucksaal somit alle Daten zur Voreinstellung aus einer Hand. Hierdurch wird eine vollautomatische Voreinstellung der Druckmaschine ermöglicht. Darüber hinaus werden die zu einem Auftrag gehörenden Kosten wie Vorstufen-Arbeitsprozesse, Materialverbrauch und Kostenstellen-Zeiten genau erfasst und automatisch via JDF an das MIS übergeben.

### 15% höhere Produktion

Albert Contzen, Geschäftsführer der Mediengruppe Universal, erläutert: »Unsere Idee war es, die wiederholte Eingabe derselben Daten zu vermeiden und so Zeit bei der Auftragsvorbereitung einzusparen. Nach der Einführung des

JDF-Workflows stellten wir fest, dass sich Transparenz und Flexibilität erhöht haben sowie die gesamtbetriebliche Produktivität um rund 15 Prozent zunahm.« Damit, so Contzen, ist nun belegt, dass JDF auch in heterogenen Umgebungen mit Systemen verschiedener Herstellern funktioniert.



### Fertige Lösungen kann man nicht kaufen

Zur Preisverleihung am Firmensitz der Mediengruppe Universal hatten sich alle an der Entwicklung der Lösung beteiligten Firmen eingefunden und über das Erreichte diskutiert. Die Fachleute der Partnerunternehmen waren sich einig, dass man fertige Lösungen nicht kaufen kann. Das Druckereimanagement muss viel Organisatorisches leisten und die neuen Lösungen durchsetzen. Die Voraussetzungen haben die Entwickler der Branchensoftware, der Vorstufe und die beteiligten Druckmaschinenhersteller geschaffen.

> [www.universalmedien.de](http://www.universalmedien.de)

**Bei der Preisverleihung von links: Albert Contzen, Helmut Stoppe (Geschäftsführer der Mediengruppe Universal), Stefan Daun (CIP4 Sekretär), Reinhold Stange (KBA), Thomas Reichhart (Hiflex), Ursula Voss-Eiden (Kodak) und Thomas Kröncke (Heidelberger Druckmaschinen). Die Entwickler erhielten eine Urkunde.**





**KBA**

**GEWINNSPRUNG UND MEHR UMSATZ**

Mit dem bislang höchsten in einem Quartal erzielten Auftragszugang von 527,3 Mio. € konnte Koenig & Bauer den noch im Halbjahres-Bericht ausgewiesenen Rückstand beim Bestellvolumen im Zeitraum Juli bis September fast vollständig aufholen. Nach neun Monaten lag der Auftragszugang mit 1246,6 Mio. € nur noch um 4,8% unter dem durch einige Großaufträge geprägten Vorjahreswert. Der Umsatz nach drei Quartalen übertraf mit 1,205 Mrd. € das Vorjahr um 8,9%.

Bei einem Betriebsergebnis von 30,1 Mio. € war das Ergebnis vor Steuern nach neun Monaten gut drei Mal so hoch wie im Vorjahr. Nach Steuern erreichte das Konzernergebnis mit 22,4 Mio. € sogar mehr als das Fünffache des Vorjahreswerts.

Nach dem eher unterdurchschnittlichen ersten Halbjahr hat sich der Auftragszugang im Segment Bogenoffsetmaschinen mit 299,7 Mio. € im dritten Quartal positiv entwickelt und in den ersten neun

Monaten mit 664,4 Mio. € den guten Vorjahreswert sogar leicht überschritten. Der Auftragsbestand von 413 Mio. € gewährleistet die Auslastung des Werkes Radebeul bis ins Frühjahr nächsten Jahres.

Bei den Rollen- und Sondermaschinen blieb der Auftragszugang im Neunmonatsvergleich mit 582,2 Mio. € um 10,2% unter dem Vorjahreswert. Dagegen wuchs in den ersten drei Quartalen der Segmentumsatz mit 17,7% überproportional auf 642,5 Mio. €.

➤ [www.kba-print.de](http://www.kba-print.de)

**Heidelberg  
POSITIVE HALBJAHRES-  
ZAHLEN**

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2006/2007 (1. 4. – 30. 9.) bei Umsatz und Ertrag zugelegt. Der Umsatz der Heidelberg Gruppe lag im ersten Halbjahr mit 1,628 Mrd. € rund 6% über dem Vorjahreswert, die Auftragsgänge stiegen im Berichtszeitraum um 13% auf Mrd. €. Heidelberg erzielte ein Ergebnis von 118 Mrd. €. Darin enthalten ist ein Ergebnis aus der Veräußerung der Lino-

type-Beteiligung. Zum 30. September 2006 beschäftigte die Heidelberg Gruppe weltweit 19.093 Mitarbeiter. Im ersten Halbjahr kamen rund 300 Mitarbeiter neu zu Heidelberg. In der Sparte Offsetdruck stieg der Umsatz in den ersten Monaten auf 1,423 Mrd. € (Vorjahr: 1,330 Mrd. €). Bei Postpress lag der Halbjahresumsatz bei 186 Mio. € (Vorjahr: 174 Mio. €).

In den Regionen Europa, Mittlerer Osten, Afrika, Nord- und Lateinamerika lagen die Umsätze im ersten Halbjahr über den Vergleichszahlen aus dem Vorjahr. In der Region Asia/Pacific konnte das hohe Vorjahresniveau nahezu gehalten werden. Für das Geschäftsjahr 2006/2007 geht das Unternehmen von einem Umsatzwachstum von rund 5% gegenüber dem Geschäftsjahr 2005/2006 aus.

➤ [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)

**Heidelberg und KBA  
GEMEINSAMES KONZEPT**

Die Koenig & Bauer AG und die Heidelberger Druckmaschinen AG haben ein gemeinsames Konzept zur Standardisierung von UV- und Hybrid-An-

wendungen vorgestellt. Es sollen den UV- und Hybriddruckern mehr Sicherheit und Vorhersehbarkeit bei den entsprechenden Verbrauchsmaterialien bieten. Die Absichtserklärung sieht die Ausarbeitung, Festlegung und Einführung allgemeingültiger öffentlicher Standards durch Zertifizierung von UV- und Hybridfarben, Hilfs- und Betriebsmitteln, Abdruckformen und Abdrucknormen für UV- und Hybridfarben vor. Jürgen Veil, Bereichsleiter Marketing Bogenoffset bei KBA, und Jens Arne Knöbl, Leiter Produktmanagement Applikationen bei Heidelberg, haben diese UV-Initiative während der vergangenen Monate erarbeitet. Die Maschinenhersteller sehen ihre gemeinsame Verantwortung gegenüber den UV- und Hybrid-Anwendern darin, die immer aufwändigeren Veredelungsvarianten mit ihrer kaum noch überschaubaren Vielfalt angebotener Verbrauchsmaterialien transparenter zu machen. Veil und Knöbl appellierten an die Zulieferindustrie, bei dieser Initiative mitzuwirken und sich bei der Fogra anzumelden. Die Fogra führt im Auftrag der

beiden Druckmaschinenhersteller die Prüfungen durch. Als weiterer Schritt sollen die Zertifizierungen auf Papier, Karton, nicht saugende Bedruckstoffe und UV-Lacke ausgedehnt werden. Eine eigene Ausarbeitung von Standards für Lebensmittelverpackungen sei in Zusammenarbeit mit der Lebensmittelindustrie geplant.

**Neue Eigentümer bei Kama  
NACHFOLGE GEREGELT**

Der Wachstumsfonds Mittelstand Sachsen und die Sächsische Beteiligungsgesellschaft übernehmen Anteile an der Kama GmbH. Der Dresdner Stanzautomatenhersteller regelt so die Nachfolge für zwei aus Altersgründen ausscheidende Gesellschafter und stellt die finanzielle Zukunft des Unternehmens auf stabile Beine. Marcus Tralau, dritter Gründungsgesellschafter und Geschäftsführer, behält seine Anteile am Unternehmen und wird das operative Geschäft leiten. Die 122 Mitarbeiter der Stanzmaschinenherstellers erwirtschafteten 10,8 Mio. € im Geschäftsjahr 2005/06.

➤ [www.polygraph-kama.de](http://www.polygraph-kama.de)

# formula oné

**Océ Gemini-Instant-Duplex-Technologie**



Hohe Geschwindigkeiten, hohe Druckqualität: Océ fährt der Konkurrenz davon. Die innovative Gemini-Instant-Duplex-Technologie erstellt mit einem einzigen Druckwerk doppelseitig 250 Bildseiten pro Minute, und dabei sorgt die Océ-Copy-Press-Technologie für Druckresultate im Look und Feeling von Offsetqualität. Und das Beste: Die einzigartigen Océ-Lösungen lassen sich spielend in jeden Workflow einbinden. Océ (Schweiz) AG, 8152 Glattbrugg, Tel. 044 829 11 11, [info@oce.ch](mailto:info@oce.ch)



**Printing for Professionals**



### MD Papier schließt MYLLYKOSKI ÄNDERT STRATEGIE

Der finnische Papierkonzern Myllykoski setzt seinen Umstrukturierungsprozess fort und schließt die traditionsreiche Papierfabrik MD Papier in Dachau bei München, in der etwa 350 Mitarbeiter beschäftigt werden. Der Standort, der als München-Dachauer Papierfabrik (MD-Papier) bereits 1862 gegründet wurde, produziert 230.000 Tonnen holzhaltiger gestrichener Druckpapiere (LWC) und soll im Sommer 2007 geschlossen werden. Die Kapazität entspricht etwa 20% der LWC-Kapazität von Myllykoski in Europa. Damit reagiert Myllykoski auf die Überkapazitäten im Papiermarkt. Zeitgleich wurde entschieden, die Investition für ungestrichenes Druckpapier (SC) vom ursprünglich geplanten Standort im tschechischen Opatovice zu Myllykoskis Standort nach Plattling in Niederbayern zu verlegen. Diese Entscheidung soll eine Weiterbeschäftigung von Dachauer Mitarbeitern ermöglichen. Das Projekt schafft etwa 130 neue Arbeitsplätze. Der Bau der SC-Fabrik in Plattling soll sofort beginnen, die Produktion 2008 anlaufen. Myllykoski betreibt neun Papierfabriken in Finnland, Nordamerika, Deutschland und der Schweiz mit einer Jahresleistung von insgesamt 2,8 Mio. Tonnen. Die Wurzeln der Gesellschaft reichen bis ins Jahr 1892 zurück. Die Gruppe beschäftigt ca. 3.700 Mitarbeiter. [www.myllykoski.com](http://www.myllykoski.com)

### Schlott TIEFDRUCKER BIEGELAAR ÜBERNOMMEN

Die Schlott Gruppe übernimmt von Bencis Capital Partners alle Anteile der niederländischen Biegelaar B.V. mit Sitz in Maarssen. Der Kaufvertrag wurde am 10. Oktober unterzeichnet, die Transaktion steht jedoch noch unter Vorbehalt der Zustimmung der deutschen Kartellbehörden. Mit Biegelaar, der zweitgrößten niederländischen Druckerei, positioniert sich die Schlott Gruppe nun als Nummer 2 im europäischen Tiefdruck und steigert ihren Marktanteil von 9,1% auf 11,6%. Die Kundenbasis beider Gesellschaften überschneidet sich nicht. Biegelaar ist auf den Zeitschriftendruck konzentriert. Der Anteil am Produktportfolio der Schlott Gruppe wird von rund 20% auf 28% steigen; gleichzeitig wird der Anteil des Kataloggeschäfts von 45% auf 40% zurückgehen. Der Beilagenanteil wird 32% nach bisher 35% betragen. Biegelaar beschäftigt rund 200 Mitarbeiter, setzt etwa 25 Mio. € um und verfügt über vier mittelbreite Tiefdruckrotationen sowie Weiterverarbeitungskapazitäten an ihrem Standort südlich von Amsterdam. Nach hohen Investitionen in den letzten Jahren verfügt der Standort über eine effiziente Organisation und moderne Anlagen. [www.schlottgruppe.de](http://www.schlottgruppe.de)

### Lasersoft SOFTWARE FÜR HELL CHROMAGRAPH

Die Lasersoft Imaging AG, Softwareentwickler aus Kiel, erweckt nun auch die High-End-Geräte Chromagraph 3300 und 3400 mit Silverfast Studio zu neuem Leben. Die Scansoftware ermöglicht es, modernste Computer unter Windows und Macintosh OS-X Tiger (G5) mit Linotype-Hells Scannern einzusetzen, von denen noch Tausende weltweit im Einsatz sind. Silverfast Studio wird für High-End-Scanner mit einem SCSI zu Firewire-Konverter, der für diese Konfiguration getestet und optimiert worden ist, ausgeliefert. Bisher wurden Topaz, Nexscan und Tango (Primescan in Vorbereitung) unterstützt. Hardware-Support und Ersatzteile für Heidelberg's High-End-Scanner werden in Kooperation mit dem Brakensiek Systemhaus erledigt.

[www.brakensiek.de](http://www.brakensiek.de)

[www.silverfast.de](http://www.silverfast.de)



### Medienbranche SCHÖNFÄRBEREI ODER ROSIGE ZUKUNFT?

In der Medienbranche rechnet man mit einer rosigen Zukunft. Langfristig glaubt die Mehrheit der Medienvertreter an kontinuierliches und signifikantes Marktwachstum. Wie eine Studie von Horvath und Partners zeigt, gehen 60% der Medienmanager für die kommenden drei Jahre von einem starken Zuwachs aus. Für die Jahre 2010 bis 2012 erwarten sogar 72% eine kräftige Steigerung. Das größte Wachstumspotenzial wird der Internetbranche vorausgesagt, aber auch TV-Vertreter blicken optimistisch in die Zukunft. Etwas verhalten zeigen sich die Radios und bei Zeitschriften und Zeitungen gehen die Führungskräfte von einer Stagnation des Marktes aus. Doch auch bei Zeitschriften werden die eigenen Aussichten höher bewertet als der allgemeine Markt.

Dennoch steht den Medien in den kommenden Jahren ein weiterer tief greifender Strukturwandel bevor. Dass sich viele Unternehmen selbst bessere Prognosen ausstellen als dem Markt, lässt sich möglicherweise damit erklären, dass einige Unternehmen die anstehenden Veränderungen noch nicht erkannt haben. Besonders wichtig wird es künftig sein, sich neuen Geschäfts- und Erlösmodellen, der Optimierung der Vertriebskanäle sowie einem zielgruppenorientierten Produkt- und Leistungsportfolio zuzuwenden.

[www.horvath-partners.com](http://www.horvath-partners.com)



### Zeitungen/Zeitschriften KREATIVE STRATEGIEN MIT FREMDPRODUKTEN

Der deutschsprachige Zeitschriften- und Zeitungsmarkt hat sich aufgrund kreativer Strategien wieder stabilisiert. Immer mehr Zeitungen setzen auf neue Einnahmequellen abseits des Anzeigenverkaufs. Zusatzgeschäfte wie Buch-, Comic- und Filmreihen oder Klassiker auf CD sind wohl verantwortlich dafür, dass die Verlage nach dem Einbruch des Anzeigenmarktes seit dem Jahr 2001 wieder schwarze Zahlen schreiben. Erfolgreiche Beispiele auf dem Gebiet sind die Buch- und Filmreihe der »Süddeutsche Zeitung« (SZ), die Comic- und Musikserie der »FAZ« oder das Lexikon der Wochenzeitung »Die Zeit«, berichtet der »Spiegel«, der seinerseits längst auch im Buchgeschäft aktiv ist. Bei der »Zeit« soll der Anteil des Nebengeschäftes bereits 20% ausmachen.

Die Cinemathek der SZ hat dem Süddeutschen Verlag bisher bereits über 26 Mio. € eingebracht. Die Gesamtedition ging rund 26.000 Mal über den Ladentisch und 1,7 Mio. Einzel-DVDs wurden verkauft. Auch von der Comicserie der FAZ wurden weit mehr als 60.000 Exemplare verkauft und das Lexikon der »Zeit« konnte allein unter den Abonnenten 110.000 mal abgesetzt werden. Insgesamt hat die »Zeit« mit ihrem Lexikon bisher rund 20 Mio. € verdient, wovon etwa ein Drittel als Gewinn übrig blieb. Die Zusatzgeschäfte zahlen sich vor allem für überregiona-

le Zeitungen aus, die ein weit reichendes Verbreitungsgebiet haben. Für regionale Blätter kommen Sammlungen und Sonderreihen als Einnahmequelle kaum in Frage. Sie müssen auf andere Strategien setzen. So hat zum Beispiel der Nordbayrische Kurier eine Rabattkarte eingeführt, die in Kooperation mit weiteren Zeitungen in ganz Deutschland gelten soll.

Die Zukunft wird auch stark vom Onlinemarkt bestimmt sein, der vor allem die jungen Leser anspricht. Viele Zeitungen bauen ihre Online-Redaktionen aus und versuchen, die Leser über das Internet zu binden. Dabei präsentieren sich die Verlage durchwegs kreativ. Dennoch wird auch künftig der Anzeigenverkauf die wichtigste Einnahmequelle bleiben. Das Geschäft mit den Sonderreihen und Sammlungen hat jedenfalls ein Ablaufdatum und kann nicht ewig erfolgreich sein. Wenn die Möglichkeiten für Filmreihen, Bibliotheken und Lexika erschöpft sind, werden sich die Verlage erneut überlegen müssen, wie sie schwarze Zahlen schreiben. Das alles kann jedoch nur unter der Suche nach dem »Zusatznutzen« für den Leser gewertet werden. Und da haben sich vor allem FAZ und Zeit vorwerfen zu lassen, dass sie in »guten Zeiten« ihre legendären Magazine (FAZ-Magazin, Zeit-Magazin) dem Profit opferten und Löcher stopften, die unausgereifte oder all zu ehrgeizige Pläne gerissen hatten.

nico



### Schneidersöhne

#### ZUVERSICHTLICH FÜR 2007

Neue Marktsituationen erfordern neue Wege. So auch bei dem Ettlinger Unternehmen Schneidersöhne, das bereits seit Ende letzten Jahres zur Papyrus-Gruppe – der Großhandelsdivision von Stora Enso – gehört. Nach dem erfolgreichen Übergang zu Papyrus gab es in der letzten Zeit einige Veränderungen in der Marktstrategie und im Vorstand. An der Spitze von Schneidersöhne stehen heute Boris Borenzstein (Geschäftsführer für Vertrieb, Marketing & Logistik), Robert Matzke (Geschäftsführer IT, Personal) sowie Rainer Köster, Senior Vice President bei Papyrus, und verantwortlich für den Vertrieb Deutschland, Österreich, Schweiz und Italien. »Der europäische Papiergroßhandel verliert derzeit ständig an Menge und Umsatz. Der Grund sind zum Teil neue Medien, aber auch die wirtschaftliche Situation im Markt«, so umreißt Köster die trotz des allgemeinen Aufschwungs schwierige Situation im Papiermarkt. Dennoch sei man angesichts der neuen Zusammen-

arbeit mit Papyrus und den sich daraus ergebenden Synergien sehr zuversichtlich für das Jahr 2007. Besonders im Bereich IT und Logistik erwartet man positive Synergieeffekte.

### Arquana STRATEGISCHER AUSBAU PLANMÄSSIG

Die Druckholding Arquana International Print & Media AG hat zum Ende des 3. Quartals einen Umsatz in Höhe von 98,4 Mio. € erzielt. Arquana erwirtschaftete in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres ein Konzernergebnis von 4,9 Mio. €. Arquana ist eine Druckholding, die sich auf die Bereiche Rollenoffset- und Verpackungsdruck spezialisiert hat und die Marktkonsolidierung in Europa forciert. Arquana strebt mit derzeit rund 950 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von über Euro 220 Mio. an.

### Klimaneutral Drucken EIN AKTIVER BEITRAG ZUM KLIMASCHUTZ

Ob Briefpapier, Geschäftsdrucksachen oder Kataloge – es wird immer mehr gedruckt. Damit nehmen aber auch die

bei der Herstellung von Drucksachen anfallenden CO<sub>2</sub>-Emissionen ständig zu. Mit dem neuen Geschäftsmodell »Klimaneutral Drucken« bietet ClimatePartner jetzt Druckereien die Möglichkeit, diese Emissionen auszugleichen und den freiwilligen Klimaschutz in die eigenen Geschäftsprozesse zu integrieren. Die bei der Entstehung einer Drucksache anfallenden CO<sub>2</sub>-Emissionen – sei es für die Herstellung des Papiers oder der Farbe sowie für den Druckprozess selbst – werden dabei ermittelt und anschließend durch den Kauf von Emissionsminderungszertifikaten ausgeglichen. »Das Konzept Klimaneutral Drucken eröffnet Druckereien einen Wettbewerbsvorteil. Denn wir unterstützen sie im gesamten Prozess von der Potenzialanalyse bis zur Vermarktung und helfen, das Thema aufmerksamkeitsstark zu kommunizieren,« so Tobias Heimpel, Geschäftsführer der Climate Partner GmbH, München, die sich auf die Entwicklung von Geschäftsmodellen im freiwilligen Klimaschutz spezialisiert hat. »Gerade für engagierte und innovative Kunde

haben die Druckereien damit ein Angebot, mit dem sie sich von Mitbewerbern abheben.« Klimaneutral Drucken kann man ab sofort in Deutschland, der Schweiz und demnächst auch in Österreich. Die ersten Unternehmen, die das Modell übernommen haben sind Schöler Druck & Medien, Immenstadt, Braun Digitaldruck, Ulm, und die Schweizer Druckerei Feldegg, Zolikerberg. (Wir werden im nächsten Heft detailliert berichten.)

### Senioren erobern Online VON WEGEN NUR DIE JUNGE GENERATION

In Werbung und Marketing wird als für das Internet besonders affine Zielgruppe die so genannte »Millennium-Generation« beworben. Doch offensichtlich haben die Werber eine Generation komplett übersehen. Studien zufolge geben ältere, kaufkräftige Konsumenten ihr Geld in zunehmendem Maße über das Internet aus. Da ältere Konsumenten häufig über mehr Geld verfügen, erwarten Internetanalysten, dass sich immer mehr Online-Anbieter an diese Gruppe wenden



werden. Zahlen zeigen, dass obwohl nur 40% der amerikanischen Bevölkerung 50 Jahre oder älter ist, diese Gruppe 75% des nationalen Vermögens besitzt und für 55% aller Konsumentenausgaben verantwortlich ist. Einer der Gründe, warum ältere Konsumenten bisher übersehen wurden ist, dass Unternehmen häufig auf das Segment der 18- bis 34-Jährigen fixiert sind. Dabei wird oft davon ausgegangen, dass sich Senioren noch immer fern vom Internet halten. Das Gegenteil ist jedoch wahr: Haben die älteren Kunden einmal die technologischen Barrieren überwunden, dann entpuppen sie sich häufig als die leidenschaftlichsten Benutzer.

## DruckChemie Die Quelle der Druckqualität



DruckChemie **entwickelt, produziert, liefert und entsorgt** nahezu alle **technisch-grafischen Flüssigkeiten** und Verbrauchsmaterialien für den Druck. **Gesundheitsschonende Produkte** und das **zertifizierte**

**Entsorgungsangebot** bezeugen unsere Verpflichtung gegenüber Mensch und Natur. Mit **innovativen Technologien** und **umfangendem Service** tragen wir dazu bei, dass Ihre Druckerei **perfekte Ergebnisse** erzielt.

DC DruckChemie AG  
Schöneich  
6265 Roggliswil  
Tel. 062-7473030  
Fax 062-7541739  
dc-schweiz@druckchemie.com  
[www.druckchemie.com](http://www.druckchemie.com)

**DRUCK**  **CHEMIE**

Print Liquids Technology