

Dainippon Screen **AKQUISITION VON INCA**

Der japanische Hersteller Dainippon Screen hat Inca Digital Printers, den britischen Hersteller von Large Format Druckern, für rund 44 Mio. € gekauft. Das 2000 in Cambridge gegründete Unternehmen liefert seit 2001 LFP-Systeme in Flachbett-Bauweise und hat sich vor allem in Sachen Qualität und Geschwindigkeit im Markt einen Namen gemacht. Inca wird künftig als 100%-ige Tochter von Dainippon Screen mit dem Namen Inca Digital firmieren.

➤ www.screen.co.jp ➤ www.incadigital.com

Chromos AG **UMZUG VON PRINT UND MATERIAL**

Die Geschäftsleitung und die beiden Unternehmensbereiche Print und Material der Chromos AG bezogen im 11. Juli neue Geschäftsräume im Gebäude der Fujifilm (Schweiz) AG in Dielsdorf. Chromos AG und Fujifilm (Schweiz) AG sind Tochterfirmen der in Familienbesitz befindlichen Chromos-Gruppe. Von Glattbrugg, dem bisherigen Firmensitz, wird nicht ganz Abschied genommen: Durch die Übernahme der Firma GMA mit eigener Produktion und neuen Vertretungen ist der Bereich »Coding and Packaging« gewachsen und benötigt mehr Platz. Dieser Bereich bleibt zusammen mit dem Warenlager in Glattbrugg. ➤ www.chromos.ch.

Grafischer Fachhandel **MEDIANETICS GEGRÜNDET**

Die fortschreitende Digitalisierung hat die Arbeitsabläufe in der Vorstufe binnen weniger Jahre von Grund auf verändert. Gleichzeitig hat die elektronische Druckvorstufe auch in der Baumann-Gruppe zunehmende Bedeutung gewonnen. Um die Anforderungen an die digitalen Prozesse besser und effizienter erfüllen zu können, haben die Baumann & Rohrmann GmbH mit Sitz in Köln und die Heinrich Baumann Grafisches Centrum GmbH in Frankfurt am Main ihre Vorstufen-Aktivitäten zum 1. Juli in der medianetics



GmbH zusammengeführt. Standort des neuen Unternehmens mit zunächst 15 Mitarbeitern ist Meckenheim bei Bonn. Die Geschäftsführung der medianetics GmbH wird

Markus Gehler übernehmen, bisher Bereichsleiter Electronic Publishing Systems (EPS) bei Baumann & Rohrmann. Weiterhin werden Christian Baumann und Peter Rottloff der Unternehmensführung angehören. ➤ www.medianetics.de

technotrans **RICHTFEST BEIM NEUBAU IN GERSTHOFEN**

Nur fünf Monate nach dem ersten Spatenstich feierte technotrans das Richtfest für den Neubau bei Augsburg. An der Ziegeleistraße im Gewerbegebiet Gersthofen Südwest wird in diesem Jahr die größte Sach-Investition der Firmengeschichte realisiert. Die Erweiterung der Kapazitäten, eine Verdreifachung der Produktions- und Büroflächen an diesem Standort schafft die Voraussetzungen, um neben dem Produktbereich Farbsysteme, der bisher in Stadtbergen angesiedelt ist, zusätzlich den neuen Produktbereich Reinigungssysteme zu fertigen. Technotrans plant die Markteinführung



der neuen Gummituchwaschanlagen noch in diesem Jahr. Die Serienfertigung soll bereits im neuen Werk erfolgen. technotrans ist Systemanbieter von

Peripheriegeräten für Offset-Druckmaschinen und Anlagen für die Herstellung von Mikrostrukturen. Aktuell beschäftigt technotrans in Stadtbergen rund 75 Mitarbeiter, mittelfristig ist eine Verdoppelung möglich. ➤ www.technotrans.de

Agfa

JAHR DES ÜBERGANGS

Der Umsatz von Agfa-Gevaert ist im 2. Quartal abermals niedriger ausgefallen als erwartet. Der Umsatz im Geschäftsbereich Graphic Systems liegt bei ca. 440 Mio. €, bei HealthCare um ca. 355 Mio. €. Agfa, mit Hauptsitz in Mortsel, Belgien, erzielte 2004 einen Umsatz von 3.762 Mio. €. Als Gründe für den abermals geringeren Umsatz nennt das Unternehmen die anhaltend hohen Rohstoffkosten und den hohen Preisverfall. Dem Trend der vergangenen Jahre zufolge rechnet Agfa jedoch mit starken Umsätzen in der zweiten Jahreshälfte 2005. Durch Senkung der Produktions- und Betriebskosten gegenüber den ersten sechs Monaten des Jahres um rund 40 Mio. € will Agfa den Umsatz 2005 im Jahresvergleich steigern – auch wenn die Gewinne im 2. Halbjahr den Rückgang im ersten Halbjahr 2005 nicht vollständig wettmachen könnten. Marc Olivie, Vorstandsvorsitzender von Agfa: »2005 ist für beide Geschäftsbereiche ein Jahr des Übergangs. Ab 2006 werden sich vermutlich die ersten positiven Einflüsse des industriellen Inkjetdrucks, der neuen Wachstumsplattform für den Geschäftsbereich Graphic Systems, bemerkbar machen.« Nach seinen Worten treibt Agfa einen Portfolio- und Technologiewechsel der beiden Geschäftsbereiche voran. In diesem Zusammenhang teilt Agfa mit, dass das Vorhaben, die beiden Geschäftsbereiche im operativen Geschäft unabhängig zu machen, gute Fortschritte macht, so dass die Umsetzung per 1. Januar 2006 realisiert werden soll. Ab diesem Termin werden beide Geschäftsbereiche die Kontrolle über ihre Gewinn- und Verlustrechnung sowie ihre Bilanz übernehmen. ➤ www.agfa.com

ERSTER SPATENSTICH BEI BALDWIN



Im Juni 2005 startete mit dem ersten Spatenstich die aktive Phase für den Bau des neuen Produktions- und Verwaltungsgebäudes, das die Baldwin Germany GmbH im Spätsommer 2006 beziehen will. Der Neubau wird im Business-Park der Stadt Friedberg errichtet, rund 7 km vom derzeitigen Baldwin-Standort in Augsburg entfernt. Karl S. Pühringer, frisch ernannter Präsident und Chief Operating Officer der Baldwin Technology Company und Geschäftsführer von Baldwin Germany (ganz links im Bild), betonte beim ersten Spatenstich: »Hier entsteht eine moderne Infrastruktur, die es uns erlauben wird, unsere Marktposition als Herstellers von Zubehör und Peripheriesystemen für Druckmaschinen auszubauen.« Nach Fertigstellung wird der Bau rund 6.000 m² Produktions- und ca. 2.700 m² Bürofläche bieten. ➤ www.baldwin.de

Fotoindustrie **KODAK STREICHT** **WEITERE STELLEN**

Trotz eines Umsatzzuwachses von 6% auf 3,69 Mrd. Dollar ist der Fotokonzern Kodak im zweiten Quartal aufgrund hoher Restrukturierungskosten in die roten Zahlen (minus 146 Mio. Dollar) gerutscht. Umsatztreiber waren einmal mehr digitale Produkte. Weil das traditionelle Fotogeschäft des Konzerns laut Kodak-Chef Antonio M. Perez stärker als erwartet schrumpft, sollen die Kosten nun viel radikaler reduziert werden, als ursprünglich vorgesehen. Statt der bislang geplanten Kürzungen von 15.000 Stellen, will sich Kodak nun bis



zum Jahr 2007 von bis zu 25.000 Mitarbeitern trennen. Laut Kodak-Chef Perez hat Kodak im Digitalbereich jedoch erhebliche Fortschritte gemacht. In der Digital-Sparte kletterte der Umsatz um 43% auf 1,84 Mrd. \$. Bei den traditionellen Produkten fiel der Umsatz dagegen um 15% auf 1,84 Mrd. \$. Für 2005 bekräftigte Kodak seine Prognose, nach der der Umsatz mit digitalen Produkten gegenüber dem Vorjahr um insgesamt 36% zu legen soll. ➤ www.kodak.com

DRUCKFARBENMARKT AUFGEMISCHT



XSYS UND FLINT FUSIONIEREN

Über Jahre herrschte Ruhe bei den Druckfarben. Der Markt, dessen Gesamtvolumen auf etwa 10,4 Mrd. € geschätzt wird, schien verteilt, nachdem die ersten Fusionswellen der 70er und 80er Jahre des letzten Jahrhunderts abgeebbt waren. Dies hatte sich 2002 nach der Übernahme von Gebr. Schmidt Druckfarben durch den amerikanischen Hersteller Flint Ink geändert und fand seinen vorläufigen Höhepunkt in der Fusion von ANI und BASF Drucksysteme. Ende November 2004 hatte der Finanzinvestor CVC die Branche aufgewirbelt: Er erwarb gleichzeitig die Druckfarbensparte des weltgrößten Chemiekonzerns BASF und den Konkurrenten ANI, früher einmal eine Sparte des niederländischen Unternehmens Akzo Nobel. Das fusionierte Unternehmen, das seit Ende Mai 2005 unter XSYS Printing Solutions firmiert, avancierte zum drittgrößten Druckfarbenhersteller hinter dem japanisch-amerikanischen Konzern. Nachdem zwischenzeitlich die Fusion aus Siegwerk und dem Verpackungsbereich von Sicpa für Aufsehen gesorgt hatte, fusionieren nun XSYS und Flint Ink. Dieser Zusammenschluss übertrifft die bisherigen Fusionen bei weitem: Der Weltmarktdritte übernimmt mit Flint Ink die Nummer zwei. Damit hat CVC eine neue starke Nummer 2 auf dem Weltmarkt für Druckfarben mit rund 2,1 Mrd. Euro Jahresumsatz aus dem Boden gestampft und die gesamte Branche aufgemischt. Lesen Sie unser ausführliches Dossier auf Seite 8.

**Apple
REKORDERGEBNIS BEI
UMSATZ UND GEWINN**

Apple Computer hat das dritte Quartals im Geschäftsjahr 2005 mit dem höchsten jemals erzielten Umsatz und Gewinn in der Firmengeschichte abgeschlossen. Apple erzielte einen Quartalsumsatz von 3,52 Mrd. US-Dollar (im Vergleich zum Vorjahresquartal: 2,01 Mrd. \$). Dies entspricht einer Umsatzsteigerung von 75% sowie einer Steigerung beim Nettogewinn von 425%. Apple hat im dritten Quartal 1.182.000 Rechner ausgeliefert (+35%) und 6.155.000 iPods. Damit gingen 616% mehr Apple-Musicplayer über den Ladentisch als im 3. Quartal 2004.

Inzwischen wurden von Musikfans aus der ganzen Welt bereits über 500 Millionen Songs aus dem iTunes Music Store gekauft und heruntergeladen.



Apple-Chef Steve Jobs: »Wir sind begeistert. Die Markteinführung unserer neuen Betriebssystemversion Mac OS X Tiger war ein überragender Erfolg und wir haben noch eine Vielzahl innovativer Produkte in der Pipeline.«

**XSYS Print Solutions
SCHWEIZ-GESCHÄFT NEU
STRUKTURIERT**

XSYS Print Solutions (der Zusammenschluss aus ANI und BASF Drucksysteme) hat zum 31. Mai 2005 die Geschäftsanteile der BASF Drucksysteme

Schweiz GmbH an den bisherigen Geschäftsführer Roger Bourquin veräußert. Die von BASF Drucksysteme Schweiz betreuten Kunden werden nunmehr von der Gesellschaft mit dem neuen Namen Swiss Offset Support GmbH (SOS) betreut. SOS übernimmt als Agent die Schweizer Vertretung der XSYS Print Solutions Division Publikationsdruck (Druckfarben, Feuchtmittel, Reinigungs- und Druckhilfsmittel) und betreut einige ausgewählte Bogenoffsetbetriebe.

➤ www.sos-druck.ch

**United Nations
12 FACHLEHRER AUS
ZEHN LÄNDERN**

Zum siebten mal hat Printpromotion Fachlehrer aus Berufsfachschulen in Asien, Afrika, Lateinamerika und Osteuropa zu einem achtwöchigen englischsprachigen Fortbildungsprogramm nach Deutschland eingeladen. Die zwölf Teilnehmer kamen aus Fachschulen der Länder Indien, Indonesien, Iran, Kenia, Russische Föderation, Serbien, Thailand, Ukraine und Vietnam. Mit dieser Ausbildung leisten die exportintensiven deutschen Druck- und Papierverarbeitungsmaschinenhersteller einen Beitrag zum Know-how-Transfer. Die Fortbildung am Ausbildungszentrum Polygrafie, Chemnitz, endete mit der Übergabe der Diplome durch die Geschäftsführung von Printpromotion.

➤ www.printpromotion.de

**Baldwin-Umsatz
STEIFERUNG**

Baldwin, Hersteller von Zubehör und Peripheriesystemen für Druckmaschinen, hat den Umsatz im Geschäftsjahr 2004/2005 um annähernd 10% auf 173,2 Mio. \$ erhöht. Im vorigen Geschäftsjahr hatte der Umsatz ein Volumen von 158,1 Mio. \$.

➤ www.baldwin.de

The Library of Styles

Zur Inspiration und Information hat die Büttenspapierfabrik Gmund die Library of Styles geschaffen, ein einzigartiges Nachschlagewerk zu Fragen rund um das Thema Stil und Stilrichtungen. Die Library besteht aus neun aufwändig gestalteten Ausgaben, die jeweils einen typischen Stil aufgreifen. Das Projekt ist in Zusammenarbeit mit Tolleson Design in San Francisco entstanden, einer Agentur, die im Bereich Grafikdesign momentan weltweit Maßstäbe setzt. Für jeden Stil hat Tolleson eine beispielhafte Anwendung, zum Beispiel eine Imagebroschüre oder einen Geschäftsbericht gestaltet. Jede Mappe enthält ein Booklet mit ausführlichen Informationen über die jeweilige Stilrichtung hinsichtlich Typografie, Papier, Konzept und Design. Ein A4-Block mit Papieren und die inspirierenden Druckbeispiele machen jede einzelne Library zum Sammlerstück.



Die ersten Ausgaben waren den Bereichen Classic, Human, Digital, Minimalistic, Elegant und Organic gewidmet. Mit Photographic, Academic und Informational ist die Serie jetzt vollständig. Die Papierauswahl wurde unter dem Gesichtspunkt getroffen, welches Papier gut geeignet ist, die jeweilige Stilrichtung zu repräsentieren. Die Library of Styles erscheint in einer limitierten Auflage im Rahmen der »Gmund Edition«, einer Sammlung von Veröffentlichungen, die sich mit herausragenden ästhetischen Themen befassen. Sie kann in einzelnen Stilrichtungen oder als Komplett-Set über den Gmund Shop im Internet bestellt werden. Jede einzelne Ausgabe kosten 18,00 €, das Set mit den neun Mappen einschließlich einer eleganten Box kommt auf 135,00 €.

➤ www.gmund.com

Druckindustrie weltweit: TALSOHLE DURCHSCHRITTEN

»Die gute Entwicklung der Weltkonjunktur wirkt sich auch positiv auf die wirtschaftliche Situation der Druckindustrie aus. Nach drei aufeinander folgenden Krisenjahren machte die Branche in den Industrieländern einen ersten Schritt heraus aus der Talsohle und verzeichnete wieder einen leichten Aufwärtstrend.« Damit, so Heidelberg-Chef Bernhard Schreier am 20. Juli bei der Hauptversammlung der Heidelberger Druckmaschinen AG vor 1.200 Aktionären, hätten auch die Druckmaschinenhersteller die längste und schwerste Krise seit ihrem Bestehen hinter sich.



»Erstmals seit drei Jahren wurde in den Industrieländern wieder mehr gedruckt als im Jahr zuvor«, so Schreier weiter. In den USA, dem weltweit größten Markt für Druck-Erzeugnisse, steigerten die Druckereien ihren Umsatz um 4,1%, der in den drei Jahren zuvor Rückgänge zwischen 2% und 4% zurück gegangen war. Schreier führt dies auf das Wachstum der Weltwirtschaft um 4,9% zurück. Schließlich sei die Druckindustrie stark von der Werbewirtschaft abhängig, die sich am Verlauf der Gesamtwirtschaft orientiere. Für die europäischen Druckmaschinenhersteller und damit auch für Heidelberg sei jedoch ein Teil dieses positiven Trends durch eine ungünstige Entwicklung der Wechselkurse wieder verpufft, da sich der Euro gegenüber dem amerikanischen Dollar und dem japanischen Yen weiter verteuert habe – profitiert haben davon vor allem die japanischen Hersteller, die ihre Produkte auf dem US-Markt deutlich billiger anbieten können als europäische Anbieter. Trotz dieser insgesamt positiven Signale sei die Druckindustrie nach wie vor durch freie Kapazitäten, Preisdruck und eine anhaltende Konsolidierung gekennzeichnet, so Schreier. Bestätigt werden Schreiers Äußerungen durch die aktuellen Zahlen des 1. Quartals von Heidelberg: Danach ist der Auftragseingang deutlich höher als im Vorquartal und der Umsatz vergleichbar um 10% gegenüber dem Vorjahr gestiegen. > www.heidelberg.com

rechnet das ifo Institut damit, dass die Unternehmen ihr Investitionsbudget 2005 im Vergleich zum Vorjahr um circa 10% aufstocken werden. > www.bvdm-online.de

Druckindustrie Deutschland ZÖGERLICHER ERHOLUNGSPROZESS

Die Druckindustrie hat ihren Erholungskurs fortgesetzt. Wie der Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm) auf seiner Jahrespressekonferenz mitteilte, verläuft die Aufwärtstendenz allerdings sehr zögerlich. Im Jahr 2004 seien die Umsätze der Unternehmen erstmals nach drei Jahren wieder leicht (im Durchschnitt um 0,7%, preisbereinigt um 2,3%) gestiegen. Der Umsatz der statistisch erfassten 1.750 Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten betrug 2004 rund 16,5 Mrd. €. In den ersten Monaten des Jahres 2005 habe sich der Erholungsprozess fortgesetzt. Bis einschließlich April 2005 belief sich das Umsatzplus auf nominal 2,5% und preisbereinigt 4,0%. Die Kapazitätsauslastung blieb aber auf einem unbefriedigend niedrigen Niveau von rund 82%. > www.bvdm-online.de

Investitionsbudgets MEHR ANSCHAFFUNGEN GEPLANT

Die Investitionen der Betriebe in der Druckindustrie sind in den Jahren 2001 bis 2003 kontinuierlich gesunken. So sank die Investitionsquote von 7,4% im Jahr 2000 auf ein historisches Tief von 4,6% im Jahr 2003. Damit betrug die Investitionssumme nur noch etwas mehr als die Hälfte des Jahres 2000. Nach Erhebungen des ifo Instituts dürften die Investitionen 2004 um weitere 5% gesunken sein und auch für das laufende Jahr 2005 sind die Investitionspläne noch zurückhaltend. Da sich inzwischen aber ein erheblicher Nachholbedarf aufgebaut hat, werden die Unternehmen in diesem Jahr ihre Investitionsbudgets leicht erhöhen, so der Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm). Auf Basis einer kürzlich abgeschlossenen Umfrage

rechnet das ifo Institut damit, dass die Unternehmen ihr Investitionsbudget 2005 im Vergleich zum Vorjahr um circa 10% aufstocken werden. > www.bvdm-online.de

KBA Halbjahresbericht HOHES WACHSTUM BEI BOGEN UND ROLLE

Die Koenig & Bauer AG (KBA) meldet mit 860,9 Mio. € einen um 17,7% höheren Auftragszugang als im Vorjahr. Ohne dass Impulse durch eine internationale Messe den Auftragszugang beeinflussten, legten sowohl der Geschäftsbereich Bogenoffsetmaschinen mit einem Plus von 12,3% auf 479,1 Mio. € als auch das Segment Rollen- und Sondermaschinen mit einem Zuwachs von 25,2% auf 381,8 Mio. € gegenüber dem Vorjahr zu. Der Konzernumsatz in den ersten sechs Monaten übertraf mit 691 Mio. € den Vorjahreswert deutlich um 29,2%. Der Auftragsbestand zum 30. Juni sichert mit 1.062,9 Mio. € die Auslastung der Produktionswerke bis über das Jahresende hinaus. Nachdem die Exportquote der Gruppe in den vergangenen Jahren zumeist über 85% lag, näherte sie sich in mit 80,2% wieder dem langjährigen Durchschnitt. Aufgrund der Erholung der Werbe- und Druckkonjunktur in Deutschland legte der im Inland erzielte Halbjahresumsatz gegenüber 2004 um 78,2% auf 136,5 Mio. € zu. Neben einer wachsenden Zahl von Bogenoffsetmaschinen wurden auch große Anlagen für den Akzidenz-, Zeitungs- und Publikationstiefdruck ausgeliefert. > www.kba-print.de

VDZ-Studie Ad Specials DEUTLICH HÖHERE WERBEWIRKUNG

Ad Specials in Zeitschriften wie aufklappbare Anzeigen, Beilagen, Booklets, CD's sowie Duft- oder Warenproben kommen bei Konsumenten gut an und können die Werbewirkung von Kampagnen erheblich erhöhen. Das geht aus einer Studie hervor, die der VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger jetzt vorgestellt hat. Wird eine vierfarbige Anzeige (1/1 4c) bereits von 62,3% der Leser beachtet, so steigt der Wert für ein durchschnittliches Ad Special auf 78,5% an. Gleichzeitig erhöht sich die Beschäftigung des Lesers mit dem Produkt. Im Vergleich zu 1/1-4c-Anzeigen steigt die Zahl der Leser, die vom Anzeigentext mindestens die Hälfte gelesen haben beispielsweise bei einem Beihefter um 56%. Auch das Produktinteresse erhöht sich je nach Ad Special zwischen 9% (eingeklebte Postkarte) und 31% (Warenprobe). In der Beliebtheit bei den Verbrauchern rangieren Waren- und Duftproben (85% und 80%) vor aufklappbaren Anzeigen (72%), Anzeigen mit Booklets (71%), Anzeigen mit CD's (68%), Beilagen (62%) sowie Anzeigen mit Postkarte (56%). »Ad Specials bieten in Zeiten der Reizüberflutung nicht nur die Möglichkeit, aus der Masse hervorstechen, sie steigern auch die Bereitschaft, sich mit dem Produkt intensiver auseinanderzusetzen«, so Adrian Weser Sprecher der VDZ-Arbeitsgruppe Medienforschung. Die Studie ist beim VDZ erhältlich und kostet 39 €. > www.vdz.de



Heiber + Schröder NEUES MITGLIED DER PRINTCITY

Die Heiber + Schröder GmbH wurde Mitglied der strategischen Allianz mit mehr als 40 Herstellern der grafischen Industrie. Die auf Weiterverarbeitung spezialisierte Heiber + Schröder GmbH mit Sitz in Erkrath ist Hersteller von Fenstereinklebemaschinen für die Karton- und Wellpappenindustrie und Hersteller mehrbahziger Kartonaufrichtemaschinen und Abpackhilfen. Neben den Basismaschinen werden zahlreiche Komponenten für die Inline-Fertigung zwischen Stanzen und Längskleben von Faltschachteln angeboten. www.heiber-schroeder.com www.printcity.de

PMA 10. STANDORT IN MEXIKO

Die Heidelberger Druckmaschinen AG eröffnete im Juni 2005 in Mexiko ihren zehnten Standort des weltumspannenden Aus- und Weiterbildungs-Netzwerkes der Print Media Academy (PMA). www.heidelberg.com

Fusion SYMANTEC UND VERITAS

Symantec, weltweit Anbieter von Produkten für die Informationssicherheit, und Veritas Software gaben nach Zustimmung der jeweiligen Aktionäre den Abschluss ihrer Fusion bekannt. Die Transaktion wurde am 2. Juli 2005 vollzogen. Durch die Fusion der beiden Unternehmen, die in den Bereichen Storage- und Sicherheitssoftware tätig sind, wird das Sichern und Verwalten von Informationen erleichtert. Symantec bietet jetzt Lösungen für Informationssicherheit und -verfügbarkeit für alle Plattformen und Unternehmensgrößen an. www.symantec.com

Quark und Ingram EUROPÄISCHER DISTRIBUTOR

Quark Inc. hat ein Distributionsabkommen mit Ingram Micro Europe unterzeichnet. Ingram Micro ist der weltweit größte Technologie-Distributor. Das Abkommen vertieft Quarks Beziehungen zu dem Distributionshaus und ermöglicht Ingram Micro zusätzlich zu den QuarkXPress Vollprodukten auch Upgrades von Quarks Hauptprodukt in Europa zu vertreiben. <http://euro.quark.com>

technotrans DYNAMISCHE STEIGERUNG

Für technotrans, Systemanbieter von Anlagen für Druckindustrie und Mikrotechnologie, verlief das erste Halbjahr 2005 nach eigenen Angaben erfreulich. Mit einem 16%-igen Umsatzwachstum auf 32,6 Mio. € gelang gegenüber dem Vorjahresquartal und dem ersten Quartal des laufenden Jahres eine dynamische Steigerung. Der Umsatz zur Jahreshälfte erreichte 63,4 Mio. €, ein Plus von rund 16%. www.technotrans.de

Auftragsmanagement IRD-BENCHMARKS

Die Gewinnung, Bearbeitung und Steuerung eines Auftrags kann in einem Akzidenz-Bogenoffsetbetrieb zwischen 150 und 3.350 € kosten. Diese Durchschnittswerte zeigen, welchen Kostenblock das Auftragsmanagement darstellt, der die Produktionskosten (ohne Material) leicht überschreiten kann. Bei zurückgehenden Auflagen wird es also immer wichtiger, auch hier ein Höchstmaß an Effizienz zu erreichen. Um eine klare Orientierung an den Spitzenleistungen der Praxis zu ermöglichen, hat das IRD Benchmarks für alle relevanten Prozesse des Auftragsmanagements ermittelt. Aktuell stehen die Ergebnisse im Schwerpunkt Akzidenz/Bogenoffset für alle gängigen Organisationsvarianten zur Verfügung. Es folgen Untersuchungen für Display und Verpackung, Etiketten, Rollenoffset und Mailing. www.ird-online.de

Bilderflut

MEHR FOTOS DURCH DIGITALTECHNIK

Wer digital fotografiert macht mehr Bilder. So steigt die Zahl der Aufnahmen Tag für Tag und immer weiter an. Weltweit gibt es nach Informationen von Fujifilm ein Wachstum von 80 Mrd. Bildern im Jahr 2004 auf 110 Mrd. im laufenden Jahr – eine satte Steigerung um 38%. www.fujifilm.de

Wieder erhältlich KALKULATIONS- UND PROJEKTMANAGEMENT

Der bvdm eine zweite, durchgesehene Auflage seines Leitfadens »Kalkulations- und Projektmanagement« erstellt. Der Leitfaden dient als Einstieg in das Thema im Print- und Nonprint-Bereich und vermittelt das notwendige betriebswirtschaftliche Basiswissen. Der Lernende wird in die Lage versetzt, Medienprojekte zu planen und die wichtigsten Kalkulationsmethoden und Controllinginstrumente entscheidungsrelevant einzusetzen. Der Leitfaden von Guido Leidig und Rita Sommerfeld enthält ein durchgängiges Lernaufgabensystem aus Übungs- und Vertiefungsaufgaben, die auf einer CD-ROM verfügbar sind. Bezug über die Druck- und Medienverbände. www.bvdm-online.de

Berberich Papier FSC-ZERTIFIZIERUNG

Nach anderen Papierhändlern hat auch Berberich Papier das Zertifikat FSC, mit dem Papiere ausgezeichnet werden, deren Rohstoffe aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern stammen und deren Produktionskette nachvollziehbar ist. www.berberich.de

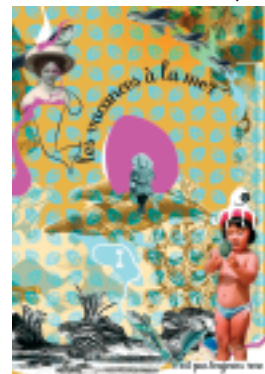
A Book Designed To Help

Wie effizient Netzwerke in der Kommunikationsbranche heute funktionieren, beweist die Entstehung einer kreativen Hilfsaktion für die Flutopfer des Tsunami in Asien. Mit »A Book Designed To Help« entstand in kurzer Zeit eine Sammlung von rund 1.000 aktuellen Grafik-Designs, Illustrationen und Fotografien von 240 Kreativen aus aller Welt. Das Werk ist bereits seit dem 15. März 2005 im internationalen Buchhandel erhältlich.



Das Projekt geht auf die Idee der englischen Designagentur »iLovedust« und des Berliner Verlags »Die Gestalten« zurück, die Designer aus aller Welt für das Hilfsprojekt begeistern konnten. Die Federführung für die Produktion des Buches übernahm die Karlsruher Druckerei Engelhardt & Bauer, die Projektpartner aus Baden-Württemberg mit ins Boot geholt hat wie die Papierfabrik Scheufelen und die Buchbinderei Spinner in Ottersweier. Die Designer verzichteten auf ein Honorar, Engelhardt & Bauer, Scheufelen und die Buchbinderei Spinner brachten ihre Leistungen um bis zu 50% unter ihren Selbstkosten ein und der Buchhandel verzichtete seinerseits auf einen Teil seiner Vertriebsspanne. Der Reinerlös des 304 Seiten

starken Buches geht direkt an die humanitäre Organisation CARE und deren Hilfsprojekte in Südostasien. »A Book Designed To Help« (ISBN 3-89955-077-3) ist damit nicht nur ein Muss für alle, die sich mit Grafikdesign beschäftigen, sondern auch eine Möglichkeit, den Flutopfern in Asien durch Unterstützung von CARE längerfristig zu helfen. Das 304 Seiten umfangreiche Buch mit Hardcover ist komplett vierfarbig und kostet 39,90 €. www.designedtohelp.com



Farben werden zunehmend zum Streitobjekt

Magentafarbene Telekom streitet vergeblich um das Gelb der Branchenverzeichnisse

Die Branchenverzeichnisse zählten einst zur gelben Post. Heute gehören sie zur DeTeMedien, einer Tochter der Deutschen Telekom. Seit der Trennung von der Post färbt die Telekom ihre Werbung zwar in Magenta, bricht bei den Branchenbüchern jedoch mit ihrer Farbenlehre und bleibt beim Gelb. Diese Farbe reklamierte jetzt auch ein Wettbewerber – und schon gibt es Streit.

Im Oktober 2004 wollte das Unternehmen Go Yellow im Internet ein Branchenverzeichnis starten. Dahinter steckt der

Unternehmer Klaus Harisch, der die Telekom schon einmal ärgerte: mit dem Auskunftsdienst Telegate, für den damals Verona Feldbusch («Da werden Sie geholfen») warb. Die »Gelben Seiten« wollte Harischs Firma nun mit einer Internetpräsenz im branchentypischen Gelb präsentieren. Obwohl die Konkurrenz nur im Internet droht, wurde die Telekom nervös. Gelb ließ die Manager des Branchenriesen Rot sehen.

Jetzt mussten Richter der Frage nachgehen, ob das Gelb der Branchenbücher nun der Deutschen Telekom gehört oder ob es sich um eine allgemein verbreitete Tönung für derartige

Verzeichnisse handelt, für die niemand ein exklusives Recht beanspruchen kann.

Die Lage war verworren: Das Frankfurter Landgericht untersagte zunächst die Verwendung des Wortes »Gelb« im Namen, Hamburger Richter erlaubten in zweiter Instanz die Nutzung des englischsprachigen Begriffs. Wieder vor Gericht in Frankfurt, ging es um den Hintergrundton auf der neuen Webseite. Jetzt hat das Oberlandesgericht entschieden, dass mit dem Begriff »Gelbe Seiten« kein Markenname, sondern ein generischer Begriff sei. Auch in anderen Ländern sind »Yellow Pages« ein feststehender Begriff für Branchenverzeichnisse.

In dem bizarren Kampf um die Farbe Gelb der Branchenseiten geht es für DeTeMedien um handfeste wirtschaftliche Motive. Die (früher noch amtlichen) »Gelben Seiten« sind bei mehr als 90% der Bevölkerung bekannt. Wettbewerb gab es bislang nicht und kaum ein Unternehmen wagte es, in den örtlichen »Gelben Seiten« lediglich im Kleingedruckten aufzutreten. Fast alle buchen Anzeigen, obwohl strittig ist, wie viele der jährlich fast 50 Millionen gedruckten Exemplare die Konsumenten erreichen. Die Telekom behauptet, die meisten Bücher würden abgeholt. In Postfilialen heißt es hingegen, sie landeten »containerweise im Altpapier«. Da gehörten sie heute auch hin, meint »GoYellow«-Gründer Harisch. Immerhin änderten sich täglich an die 30.000 Daten, die die Bücher im Vergleich zum Internet alt aussehen lassen.

Quelle: www.stern.de, w&

FARBENURTEIL: LILA DARF NUR MILKA

Wenn es um die Auswahl von Farben geht, wird es immer enger. Nachdem sich die Telekom per Gerichtsbeschluss bereits die Farbe Magenta gesichert hat und um das Post-Gelb kämpft, ist nun auch die Farbe Lila weg.

Vor Gericht hat der Schokoladenhersteller Milka den Schutz der Farbe Lila gegen einen Gebäckhersteller durchgesetzt, der seine Produkte in lilafarbenes Papier verpackte. Wie bereits die Vorinstanzen (Landgericht und Oberlandesgericht Bremen), sah auch der Bun-

desgerichtshof in Karlsruhe eine Verwechslungsgefahr. In der Urteilsbegründung heißt es, dass die Farbe Lila zum Inbegriff von Milka-Produkten geworden sei. Damit verfüge die Farbe über eine besondere Kennzeichnungskraft. Wegen der Ähnlichkeit der Produkte und der Farbe des Verpackungsmaterials bestehe deshalb eine hohe Verwechslungsgefahr. Nun dürfen Gebäckmischungen wegen der Verletzung der »Farbmarke« nicht mehr in Papier der Grundfarbe Lila verpackt werden.

Nicht nur Kinder glauben inzwischen, Kühe seien Lila. Jetzt wird das »Farburteil« noch mehr dafür sorgen, dass Farben und Produkte miteinander verwechselt werden.



Druck+Form[®]



11. Druck+Form – Die Fachmesse für die grafische Industrie

**26.- 29. Okt. 2005
Messe Sinsheim**

... die einzige Messe mit der PRINT FACTORY

... mit umfangreichem Ausstellungsangebot aus den Bereichen:

- Druckvorstufe
- Druckherstellung
- Druckweiterverarbeitung
- Dienstleistungen

Veranstalter:



**Messe Sinsheim GmbH
Messe- und
Kongresszentrum**

Neulandstraße 30
D-74889 Sinsheim

Tel. +49 72 61 689-0
Fax +49 72 61 689-220

Ein Unternehmen der Schall-Firmengruppe
Mitglied in den Fachverbänden:



Veranstaltungsort:

**Messe Sinsheim GmbH
Messe- und
Kongresszentrum**

Neulandstraße 30
D-74889 Sinsheim

druckform@messe-sinsheim.de

www.druckform-messe.de