

Schriften **MONOTYPE ÜBERNIMMT LINOTYPE**

Monotype Imaging hat die Linotype GmbH übernommen. Der Name des Unternehmens ebenso wie der Standort in Bad Homburg, seine Führung und seine Mitarbeiter bleiben erhalten. Mit der Kombination aus der Schriftenbibliothek von Linotype und den Schrifttechnologien von Monotype Imaging will das Unternehmen eine größere Palette an Lösungen zur Nutzung in Druckern, Displayanwendungen und im professionellen Grafikmarkt anbieten. Bislang war Linotype eine Tochter der Heidelberger Druckmaschinen AG. www.monotypeimaging.com www.linotype.com

Inkjet-Markt **FUJIFILM KAUFT WEITER ZU**

Fujifilm hat im Juli den amerikanischen Inkjet-Druckkopf-Hersteller Dimatix übernommen. Dimatix ist auf dem Gebiet Forschung, Entwicklung, Herstellung und Verkauf von Druckköpfen tätig, die bei Tintenstrahldruckern im industriellen Bereich zum Einsatz kommen. Drucker dieser Art werden in zunehmendem Maß in der Außenwerbung und für Verpackungsmaterialien verwendet. Damit baut Fujifilm sein Inkjet-Business weiter aus. 2005 hatte Fujifilm den Hersteller von UV-Tinten, Sericol Group Limited in Großbritannien, erworben. Im Februar 2006 wurde der britische Tintenhersteller Avecia Inkjet Limited erworben. Fujifilm will die eigene Entwicklung im Bereich Inkjet weiter ausbauen und dazu das Know-how aus verschiedenen Bereichen zusammenführen. www.fujifilm.de www.dimatix.com

Vertriebspartner **AUTOMATISCHE BILDOPTIMIERUNG**

Das Hamburger Medienhaus CLC Nord ist in Deutschland ab sofort exklusiver Vertriebspartner der Photo-D-Produktfamilie von KlearVision Digital. Die Produktfamilie besteht aus unterschiedlichen Versionen des Softwaresystems zur automatischen Analyse und Optimierung von digitalen Bilddaten. Die Programme lassen sich mit Modul-Erweiterungen für den Einsatz in der professionellen Fotografie, in Großlaboren oder für den Dienstleistungsbereich in der grafischen Industrie anpassen. www.clcnord.de

Hochschule der Medien **EIGENER VERLAG**

Die Hochschule der Medien (HdM/Stuttgart) hat einen eigenen Verlag gegründet. Der »Hochschulverlag Stuttgart« soll die Möglichkeit bieten, elektronische und gedruckte Publikationen der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Fachliteratur, Studien, Dissertationen, Abschlussarbeiten und Fachartikel sollen das Verlagsprogramm prägen. Mit den Publikationen will der Hochschulverlag den wissenschaftlichen Diskurs fördern und den Beweis für Kreativität und Vielfalt der Forschungstätigkeit an der Hochschule der Medien antreten, so die Initiatoren Professor Dr. Alexander Roos und Ulrich Ernst Huse. In Kooperation mit weiteren Hochschulen soll das Verlagsprogramm ausgeweitet werden. Der Stuttgarter Hochschulverlag finanziert sich durch den Verkauf seiner Publikationen. Elektronische Veröffentlichungen werden als kostenpflichtiges Dokument zum Herunterladen angeboten, gedruckte können gegen Gebühr bestellt werden. www.hdm-stuttgart.de

Jubiläums-Open House **60 JAHRE MÜLLER MARTINI**

Mit einem Open House in Zofingen feiert Müller Martini am 22. September 2006 sein 60-jähriges Jubiläum. Dabei will Müller Martini die Gelegenheit nutzen, die Technikkompetenz unter Beweis zu stellen und sich als attraktiver Arbeitgeber in der Region Zofingen zu präsentieren. www.mullermartini.com

Trotz Erholung wird sich in der Druckindustrie der positive Trend nicht halten können

Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm) berichtet auf seiner Jahrespressekonferenz über Aufwärtstrend trotz Kostenexplosion

Obwohl die Druckindustrie ihren Erholungskurs zu Beginn des Jahres 2006 fortgesetzt hat, wird die Entwicklung von einigen Faktoren überschattet, die der Branche nach wie vor große Sorgen bereiten.

Wie bvdm auf seiner Jahrespressekonferenz berichtete, verzeichnet die Branche nach einem langen Tief bereits Mitte 2005 wieder eine Aufwärtstendenz. Trotz Konsolidierung leide die Druckindustrie aber weiter unter Überkapazitäten und einem hohen Preisdruck. Steigende Kosten für Papier, Farbe und Energie führen in diesem Jahr zu einer erneuten Belastung der Erträge. Die Papierpreise lagen bereits im Mai 2006 um 2,3% über dem Niveau des Vorjahres. Nachdem die Umsätze von 2001 bis 2003 stark rückläufig waren, wird seit 2004 wieder ein leichtes Plus erzielt. 2005 stieg der Umsatz der statistisch erfassten 1.688 Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten gegenüber 2004 um 3,5% auf 17,1 Mrd. €. Im Durchschnitt konnten alle werbeabhängigen Erzeugnisgruppen von der moderat zunehmenden Werbung profitieren. Die Werbeausgaben der Wirtschaft zählen mit etwa zwei Drittel zu den wichtigsten Umsatzträgern der Branche. Deshalb sei es von Bedeutung, dass sich das Werbeklima nicht weiter verschlechtert. Der bvdm befürchtet, dass das Tabakwerbeverbot erst der Anfang einer Entwicklung ist, die sich auf weitere Genussmittel ausdehnen wird.



Präsentierten die Zahlen der Branche: Rolf Schwarz, bvdm-Präsident, Thomas Mayer, Hauptgeschäftsführer und Dieter Ullmann, Referat Wirtschaftspolitik.

Moderates Wachstum

Die Kapazitätsauslastung stieg 2005 im Vergleich zu 2004 von 81,9% auf 83,5%, ist aber immer noch weit entfernt von einem Niveau, das in der Branche bei etwa 86% liegt. In den ersten vier Monaten 2006 betrug das Umsatzwachstum im Durchschnitt der Branche 3,7%. Auch die Zahl der Insolvenzen ging weiter zurück. Auf den anhaltenden Umsatz- und Ertragsrückgang hatten die Unternehmen mit einem deutlichen Abbau ihres Personalbestandes reagiert. In den ersten vier Monaten dieses Jahres hielt diese Tendenz an, schwächte sich aber weiter ab. Die Reduzierung war mit 1,9% schwächer als im Vorjahr. Insgesamt sind in der Branche derzeit 180.000 Personen in rund 11.000 Betrieben tätig. Laut ifo Institut wollen die Unternehmen ihren Personalbestand auf dem jetzigen Niveau halten. Die Investitionen der Unternehmen waren in den Jahren

2001 bis 2003 kontinuierlich gesunken. Die Investitionsquote erreichte im Jahr 2003 ihr historisches Tief mit einem Wert von 4,6%. Im darauffolgenden Jahr 2004 erhöhten die Unternehmen ihre Investitionsbudgets durchschnittlich wieder leicht um 3,1%. Nach Erhebungen des ifo Instituts dürften die Investitionen 2005 um bis zu 10% gestiegen sein und werden auch 2006 mit einem Plus von rund 15% diesem Trend folgen. Nach einem verheißungsvollen Start in das Jahr 2006 blicken die Unternehmen wieder mit einer gewissen Zurückhaltung in die Zukunft. Angesichts der Mehrwertsteuererhöhungen und weiterer Kostenbelastungen, wird die Inlandsnachfrage bereits Anfang 2007 wieder nachlassen. Der bvdm rechnet nach dem erfreulichen Jahresbeginn mit einem zufriedenstellenden, in der Tendenz aber nachlassenden zweiten Halbjahr. Der Umsatz wird im Durchschnitt des Jahres maximal um 3% zunehmen. Diese Tendenz wird sich jedoch im darauffolgenden Jahr nicht halten lassen. Für 2007 geht der Verband von einem Umsatzwachstum von 1% bis 2% aus. www.bvdm-online.de



Heidelberg-Geschäftsjahr ZAHLEN FÜR DAS ERSTE QUARTAL

Heidelberg hat im ersten Quartal des Geschäftsjahrs 2006/2007 bei Umsatz und Ertrag im Vergleich zum Vorjahr zugelegt. So lag der Umsatz der Heidelberg-Gruppe in den ersten drei Monaten (vom 1. April bis 30. Juni) des Geschäftsjahrs mit 719 Mio. € rund 9% über dem Vorjahreswert. Die Auftragseingänge im ersten Quartal stiegen um rund 21% auf 1,076 Mrd. €. »Der positive Trend in der Industrie hielt auch in den ersten drei Monaten des neuen Geschäftsjahrs an«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender



des Unternehmens. Die Heidelberg-Gruppe erzielte im Berichtszeitraum ein Ergebnis von 16 Mio. € (im Vorjahr 7 Mio. €). Vor allem in Europa und Nordamerika zeigte sich eine deutliche Belebung des Geschäfts.

In der Sparte Press (Offsetdruck) stieg der Umsatz in den ersten drei Monaten auf 620 Mio. € (Vorjahr: 567 Mio. €). In der Sparte Weiterverarbeitung lag der Quartalsumsatz bei 89 Mio. €. Für das Geschäftsjahr 2006/2007 geht Heidelberg von einem Umsatzwachstum von rund 5% gegenüber dem Geschäftsjahr 2005/2006 aus.

Zum 30. Juni 2006 beschäftigte die Heidelberg-Gruppe weltweit 18.876 Mitarbeiter (Vorjahr: 18.583).

» www.heidelberg.com



Halbjahresbericht KBA MIT KRÄFTIGEM ERGEBNIS-PLUS

Der Konzernumsatz des Druckmaschinenherstellers Koenig & Bauer übertraf in den ersten sechs Monaten 2006 mit 726,5 Mio. € den Vorjahreswert (2005: 691,0 Mio. €) um 5,1%. Der Auftragseingang im gleichen Zeitraum erreichte dagegen mit 719,3 Mio. € den durch einige Großaufträge geprägten Rekordwert des Vorjahres von 860,9 Mio. € nicht. KBA begründet dies mit der gegenüber 2005 etwas ruhigeren Geschäftsentwicklung. Im Juli 2006 zogen die Bestellungen im Segment Bogenoffsetmaschinen jedoch wieder an und auch bei Rollen- und Sondermaschinen gab es wieder Verkaufserfolge. Der hohe Auftragsbestand zum 30. Juni mit 1.033,7 Mio. € sichert eine gute Auslastung der Werke im laufenden Jahr. Nach dem negativen ersten Quartal schloss KBA das zweite Quartal mit einem Betriebsergebnis von 18,8 Mio. € positiv ab.

Der positive Ertrag wurde vor allem bei Rollen- und Sondermaschinen realisiert. Mit dem Einstieg in den Dekordruck erschließt sich KBA ein neues Marktsegment. Seit April 2006 produziert die erste KBA TR5D-Tiefdruckmaschine bei Deco-Press in Soest Dekore für Laminat-Fußböden, Möbel etc (siehe Bild oben).

Insgesamt beschäftigte die KBA-Gruppe zum 30. Juni 7.936 Mitarbeiter, 160 mehr als im Vorjahr.

» www.kba-print.de

E-Mails rauben Arbeitszeit VON ELEKTRONISCHER POST ÜBERFORDERT

E-Mails werden zunehmend zur Belastung am Arbeitsplatz. Wie eine aktuelle Umfrage des Meinungsforschungsinstituts TNS Emnid im Auftrag der Süddeutschen Zeitung Wissen zeigt, fühlt sich die Mehrheit der Arbeitnehmer von der Flut an elektronischen Nachrichten überfordert. Etwa jeder Dritte gab an, dass die Belastung durch viele e-Mails zugenommen hat. 22,2% der Befragten fühlen sich durch die Mails in der Konzentration gestört. Nach Expertenmeinung solle man nur drei bis fünf Mal am

Tag zu fixen Zeiten seine Mailbox öffnen, heißt es aus der Redaktion des Magazins Süddeutsche Zeitung Wissen. Damit könne verhindert werden, dass die elektronische Post den Arbeitstag diktiert. Laut Umfrage schauen sich 27,6% neue e-Mails sofort nach Eintreffen an. 55,5% lesen die Nachrichten nach



Dienstschluss oder am Wochenende zuhause aus. »79,9% der

Befragten gaben an, dass sie Spams als lästig empfinden. 59,3% beklagen den Austausch überflüssiger und

sinnloser Information«, verrät das Magazin gegenüber der Nachrichtenagentur presstext. Die Belastung durch e-Mails ergebe sich aus einer Mischung von beidem, sowohl den Werbemails, als auch dem persönlichen Schriftverkehr. Laut Schätzungen werden täglich rund 60 Mrd. e-Mails verschickt. Davon sei ein Großteil unsauber verfasst und erzeuge dadurch zeitraubende Missverständnisse.

» www.presstext.de

» www.emnid.de

» www.sueddeutscher-verlag.de

Man wird
Ihnen die
PROXIMA
ansehen.

Stabiler Prozess, entlastete Umwelt, zufriedene Drucker.

Chemikalienfreie CTP-Thermoplatte mit innovativer ThermoFuse-Technologie.
Daten und Fakten zur PROXIMA unter www.lastragroup.de

LAstra
Porschestraße 8
63512 Hainburg

LAstra DEUTSCHLAND GMBH
Tel. 0 61 82.78 27-0
www.lastragroup.de



Pantone GRAPHIA NEUER HÄNDLER

Die GRAPHIA Willy Nothnagel GmbH & Co. KG mit Zentrale in Darmstadt ist neuer Händler von Pantone. GRAPHIA ist ein renommierter Lieferant für Agenturen, Druckvorstufen- und Druckerei-Betriebe. Zu den Dienstleistungen und Produkten zählen unter anderem Digitaldruck, Computer to Plate, Proofing, der Verkauf von Verbrauchsmaterialien sowie Schulung und Consulting im Pre-Press-Bereich. Das mittelständische Familienunternehmen mit Standorten in Norderstedt, Berlin, Beucha bei Leipzig, Ludwigsburg und München beschäftigt bundesweit etwa 220 Mitarbeiter und ist jüngstes Mitglied im flächendeckenden Pantone Händler-Netzwerk in Deutschland. > www.pantone.de > www.graphia.de

technotrans ZUM HALBJAHR BESSER ALS GEPLANT

Nach dem dynamischen Start in das Geschäftsjahr 2006 verlief auch das zweite Quartal für technotrans erfolgreich. Das Unternehmen erzielte einen Umsatz von 37,6 Mio. € und damit 15,2% mehr als im zweiten Quartal des Vorjahres. Insgesamt erreichte der Umsatz zur Jahresmitte bereits 75,5 Mio. €, entsprechend einem Zuwachs um 19%. Das Wachstum bei technotrans wird in erster Linie getragen von dem deutlich verbesserten Branchenklima in der Druckindustrie. > www.technotrans.de

Valco Cincinnati MELTON SPANIEN ZUGEKAUFT

Valco Cincinnati Inc, Hersteller von Heiß- und Kaltleim-Auftragungssystemen hat die Übernahme von Melton SL, einem Hersteller von Heißleim-Systemen mit Firmensitz in Navarra, Spanien, bekannt gegeben. Melton wurde 1988 gegründet und hat eine umfangreiche Produktgruppe für Polyurethan- und Polyamid-Hotmelt geschaffen. > www.valcocincinnatiinc.com

Yahoo! und Symantec MEHR SICHERHEIT

Yahoo! und Symantec haben eine Partnerschaft geschlossen, um ihren Kunden gemeinsam Internetsicherheitsdienste anzubieten. Die von Yahoo! angebotene Software »Norton Internet Security« hilft Internet-Nutzern, ihre Computer vor Internetgefahren wie Viren, Spyware, Hackern oder Spam zu schützen. Die Software steht als Download zur Verfügung. > www.symantec.com

Flint Group Printing Plates NEUE PRODUKTIONSANLAGE

Nach rund zweijähriger Bauzeit nahm Flint Group Printing Plates Ende Juli ihre neue Produktionsanlage für Flexodruckplatten in Willstätt (Baden) in Betrieb. Rund 300 Mitarbeiter arbeiten heute bei Flint Group am Standort Willstätt. Neben Druckplatten werden dort auch Verpackungsdruckfarben produziert. Beginnend mit Buchdruckplatten produziert Flint Group Printing Plates seit 1969 photopolymere Druckplatten in Willstätt. 1978 wurde die erste Produktionsanlage für Flexodruckplatten in Betrieb genommen. > www.flintgrp.com

Cleverprinting SCHULUNGSAKTIVITÄTEN AUSGEWEITET

Der auf PrePress- und Grafik-Schulungen spezialisierte Schulungsanbieter Cleverprinting bietet seit April 2006 seine Schulungen neben Braunschweig auch in Berlin und München an. Ab Sommer 2006 werden zusätzlich Schulungen in Braunschweig angeboten. Zum Schulungsprogramm zählen unter anderem die Themen PDF/X, Acrobat, Colormanagement und InDesign. Cleverprinting richtet sich mit seinen Schulungsangebot vorrangig an Agenturen, Verlage und Druckereien, betreut aber auch zunehmend Fotografen und freiberufliche Grafikdesigner. > www.cleverprinting.de



Neue Fertigungshalle bei KBA GROSSINVESTITION AM STAMMWERK

Die Koenig & Bauer-Gruppe wird 2006 über 40 Mio. € in Sachanlagen und Gebäude an ihren Produktionsstandorten im In- und Ausland investieren. Größtes Projekt im laufenden Jahr ist der Neubau der Halle 1 für die Großteilfertigung 105 Jahre nach ihrer Entstehung und gut 60 Jahre nach der Zerstörung im 2. Weltkrieg. Das rund elf Meter hohe Mittelschiff der Halle 1 wurde in den vergangenen Monaten auf der gesamten Länge von 220 m bei laufender Produktion mit einem neuen 16 m hohen Hallendach überbaut. Nach den Worten von Produktionsvorstand Dr.-Ing. Frank Junker soll die umfassende Bauinvestition einen weiteren Effizienzschub bei der Bearbeitung und Qualitätsprüfung von Großteilen wie der Seitengestelle für Druckeinheiten und Falzapparate bringen. Zudem betonte Dr. Junker, dass Koenig & Bauer als größtes und ältestes Industrieunternehmen der Mainfrankenmetropole die Großinvestition als ein Bekenntnis zum Stammwerk verstehe. Am Standort Würzburg fertigen über 2.000 von insgesamt rund 8.300 Mitarbeitern im KBA-Konzern hauptsächlich Zeitungs- und Telefonbuchdruckmaschinen sowie Papierrollenwechsler. So sieht man bei Richtfesten zwar gelegentlich ein Kranz am Krahn hängen – bei KBA war es ein Rollenwechsler. > www.kba-print.de

Heidelberg EIN TIEGEL ALS LERNHILFE

Der Tiegel aus dem Jahre 1962 ist schon auf dem Weg nach Kolumbien, nach Medellín direkt an der Copacabana gelegen. Mit dieser von Heidelberg zur Verfügung gestellten Maschine werden künftig



Straßenkinder lernen, Texte zu drucken, die zuvor in Zusammenarbeit mit Lehramtsstudenten vor Ort entwickelt wurden. Im Rahmen des Patio 13-Projektes soll die Alphabetisierungsarbeit vor Ort verstärkt werden. Im Dezember 2001 hatten die Pädagogische Hochschule Heidelberg und die Escuela Normal Superior Maria Auxiliadora in Copacabana, Kolumbien, gemeinsam mit Heidelberg die internationale Bildungsinitiative »Patio 13 – Schule für Straßenkinder« ins Leben gerufen. Studentinnen der Bildungsinstitution Escuela Normal Maria Auxiliadora (im Bild oben) lernten im Ausbildungszentrum von Heidelberg die Maschine zu bedienen. Der Tiegel, der aus einer Druckerei in Frankfurt stammt, wurde zuvor von Heidelberger Auszubildenden im Werk Wiesloch überholt und funktionsfähig gemacht. > www.heidelberg.com



Hauchler Studio MEDIENFACHWIRTE UND INDUSTRIEMEISTER

Bei der Verabschiedungsfeier 2006 wurden 43 Fachschüler der Aufstiegsfortbildung mit IHK-Abschlussprüfung »Geprüfter Medienfachwirt« sowie »Geprüfter Industriemeister Digital- und Printmedien« verabschiedet. Diese besuchten die einjährige Biberacher Fachschule Druck- und Medientechnik in Vollzeitform beziehungsweise in berufsbegleitender Teilzeitform. Als Krönung der Verabschiedungsfeier wurden die Kornutinnen und Kornuten nach altem Brauch gegautscht. Beide Aufstiegsfortbildungen stehen allen Berufen rund um Druck, Medien, Werbung und Papierverarbeitung offen. Neue verbesserte Förderung von Aufstiegsfortbildung (MeisterBAFöG), wobei 35% der Schul- und Prüfungskosten vom Staat übernommen sowie weitere Zuschüsse und zinsverbilligte Darlehen gewährt werden (insbesondere im Vollzeitbereich) erleichtern den Fortbildungsinteressenten die Entscheidung für einen beruflichen Aufstieg. Ab 2. September 2006 findet ein zweijähriger Teilzeitkurs an Samstagen statt. Der nächste einjährige Fachschulkurs in Vollzeitform beginnt am 11. September 2006. > www.hauchler.de