



Übernahme **BALDWIN AKQUIRIERT HILDEBRAND**

Die Baldwin Technology Company, Anbieter von Zubehör und Peripheriesystemen für die Druckindustrie, gab die Übernahme der Hildebrand Systeme GmbH in Zug, Schweiz, bekannt. Hildebrand ist Hersteller von Systemen für die Bahn- und Bogenreinigung. Über Einzelheiten der Transaktion wurde Stillschweigen vereinbart. Karl S. Pühringer, President und Chief Operating Officer der Baldwin Technology Company, sieht in der Übernahme eine logische Konsequenz aus der überaus erfolgreichen Partnerschaft, die sich zwischen Baldwin und Hildebrand entwickelt hat. Diese Geschäftsbeziehung begann im März 2005, als Baldwin Jimek die exklusiven weltweiten Vermarktungsrechte für die Hildebrand-Bahnreinigungssysteme erhielt. »Diese Partnerschaft hat sich für beide Unternehmen als so vorteilhaft erwiesen, dass wir nun die Übernahme beschlossen, um die Stärken im Marketing und im operativen Bereich zu optimieren.«

Die Hildebrand-Bahnreinigungstechnologien, die unter den Markennamen Jetstream und Jetvac vertrieben werden, haben das Baldwin-Produktsortiment im Bereich der Reinigungssysteme erheblich erweitert. Als Lieferant automatischer Gummituchwaschanlagen kann Baldwin nun Druckmaschinenherstellern und Druckereien auf der ganzen Welt Tuch- und Bürstensysteme sowie Bahnreinigungsanlagen anbieten. www.baldwintech.com

Flint Group übernimmt Day **ZUKAUF STÄRKT POSITION**

Die Flint Group übernimmt die amerikanische Day International, die künftig als Geschäftseinheit der Flint Group tätig sein wird. Das gemeinsame Unternehmen wird 8.300 Mitarbeiter auf allen fünf Kontinenten beschäftigen, 3.400 davon in Europa. Für 2007 wird ein gemeinsamer Umsatz von 2,55 Mrd. € erwartet. Der Abschluss soll in diesen Tagen erfolgen.

Flint Group ging 2005 aus der Fusion von XSYS Print Solutions und der amerikanischen Flint Ink Corporation hervor. Das Unternehmen befindet sich im Besitz des Managements und von durch CVC Capital Partners beratenen Fonds. Flint Group bietet eine breite Palette an konventionellen und UV-Druckfarben. Mit zur Gruppe gehören Flint Group Printing Plates (fotopolymere Druckplatten), XSYS Print Solutions (Narrow-Web-Druckfarben) und Flint Group Pigments (Pigmente und Additive für Druckfarben und andere Farbanwendungen). Day International wurde im Jahr 1905 in Dayton, Ohio, gegründet, kaufte 1999 den Druckchemie-Hersteller Varn und befand sich bislang in Privatbesitz. Day vertreibt Offsetdrucktücher, gestanzte Drucktücher und Flexodruck-Sleeves, Varn-Druckchemikalien und vorgefärbte Druckwalzen. Durch den Zusammenschluss mit Day International erweitert Flint Group ihr Produktportfolio deutlich.

www.flintgrp.com www.day-intl.com

Océ Business und Docufy **DOKUMENTENOPTIMIERUNG**

Die Océ-Deutschland Business Services GmbH und die Docufy GmbH sind eine strategische Partnerschaft eingegangen. Gemeinsam bieten sie künftig Prozessoptimierungen und Kosteneinsparungen bei der Produktion technischer Dokumentationen an. Océ Business Services ist Dienstleister für die Optimierung und Umsetzung von Dokumenten-Management-Prozessen, der Software- und Services-Anbieter Docufy hat sich auf Redaktionssysteme, Übersetzungs-Management und Datenbank-Publishing spezialisiert. www.oca.de



Das »neue Siegwirk IM ERSTEN JAHR AUF ERFOLGSKURS

Das »neue Siegwirk« ist auf Erfolgskurs. Im ersten Jahr mit konsolidierten Zahlen der Sicpa Packaging-Akquisition erreichte das Unternehmen einen Umsatz von 870 Mio. €. »Damit liegen wir leicht über unserem Plan und sind deshalb mit der Umsatzentwicklung zufrieden«, sagt der



Vorstandsvorsitzende Herbert Forker. Siegwirk hat mit den Übernahmen

von Color Converting (2003) und Sicpa Packaging (2005) den Sprung vom zentraleuropäischen Anbieter zum Global Player geschafft. In nur sechs Jahren wurde der Umsatz fast verdreifacht, so dass Siegwirk zu den weltweit drei größten Druckfarbenherstellern aufgestiegen ist.

Seit der Übernahme des Verpackungsgeschäfts von Sicpa ist Siegwirk in sieben Bereichen organisiert. Der umsatzstärkste Bereich war 2006 Flexible Packaging, gefolgt vom Illustrationstiefdruck und dem Bogenoffset (UV-Farben). Der Rollenoffsetbereich verzeichnet seit Jahren hohe Zuwachsraten. Die Farben für Etikettendruck, Verpackungen und Papier/Karton besetzen stabile Marktpositionen. Für Getränkeverpackungen wurde ein eigenes Geschäftsfeld gegründet, um auch diesen Markt zielgruppengerecht betreuen und beliefern zu können.

www.siegwerk.com



Guter Start für KBA **ERGEBNISSE DES ERSTEN QUARTALS**

Der Auftragseingang des Druckmaschinenherstellers Koenig & Bauer AG war im ersten Quartal 2007 auf Konzernebene trotz der aktuell verhaltenen Nachfrage bei Großanlagen für den Zeitungs- und Illustrationstiefdruck mit 350,9 Mio. € um 3,0% höher als im Vorjahr (340,6 Mio. €). Mit einem Plus von 7,3% legte der Geschäftsbereich Rollen- und Sondermaschinen auf 180,2 Mio. € (167,9 Mio. €) zu, was vor allem aus der weiterhin lebhaften Nachfrage bei Sondermaschinen resultiert. Im Segment Bogenoffsetmaschinen erreichten die Bestellungen mit 170,7 Mio. € in etwa das Vorjahresniveau. Der Konzernumsatz in den ersten drei Monaten 2007 überstieg mit 414,2 Mio. € das Vorjahresquartal um 33,9%. Durch die stark gestiegenen Auslieferungen von Akzidenz- und Wertpapierdruckmaschinen nahm der Segmentumsatz bei Rollen- und Sondermaschinen von 146,7 Mio. € auf 257,6 Mio. € überdurchschnittlich zu. Der Umsatz mit Bogenoffsetmaschinen blieb mit 156,6 Mio. € im ersten Quartal noch hinter der Jahresplanung zurück.

www.kba-print.de



Heidelberg-Geschäftsjahr **ZIELE ERREICHT – ERTRAG GESTEIGERT**

Die Heidelberger Druckmaschinen AG konnte im Geschäftsjahr 2006/2007 (1. April 2006 bis 31. März 2007) nach vorläufigen Zahlen bei Umsatz und Ertrag deutlich wachsen. »Wir haben auch im vierten Jahr in Folge den Aufschwung der Weltkonjunktur und den damit verbundenen anhaltenden Aufwärtstrend in unserer Branche nutzen können«, sagte der Vorstandsvorsitzende Bernhard Schreier. So stieg der vorläufige Umsatz der Heidelberg-Gruppe um 6% auf 3,803 Mrd. € (im Vorjahr: 3,586 Mrd. €). Das vierte Quartal allein war mit einem Umsatz von 1,214 Mrd. € das umsatzstärkste der vergangenen fünf Jahre. Zum 31. März 2007 beschäftigte Heidelberg weltweit 19.171 Mitarbeiter (Vorjahr: 18.436). Darin sind neben Einstellungen vorrangig in der Produktion auch 156 Mitarbeiter aus der BHS Druck- und Veredelungstechnik GmbH, Weiden, einer Tochtergesellschaft der Gallus-Gruppe, enthalten.

In der Sparte Offsetdruck stieg der vorläufige Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr um rund 6% auf 3,321 Mrd. €. In der Sparte Weiterverarbeitung stieg der Umsatz im Berichtszeitraum um rund 12% auf 445 Mio. €. Der Auftragseingang konnte um rund 9% auf 449 Mio. € zulegen.

www.heidelberg.com



Werbemarkt WACHSTUM TROTZ STEUERERHÖHUNG

Der Werbemarkt in den klassischen Medien in Deutschland ist in den ersten drei Monaten um 6,6% gegenüber dem Vorjahr mit einem Volumen von 4,8 Mrd. € gewachsen. Somit konnte der durch die Mehrwertsteuererhöhung befürchtete Dämpfer zunächst abgefedert werden. Die Aufbruchstimmung im Werbemarkt werde sich auch im Verlauf des Jahres 2007 weiter fortsetzen, glaubt das Marktforschungsunternehmen Nielsen Media Research. Und viele Unternehmen hätten ihre Werbeetats erhöht, so Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW).

Die Automobilkonzerne bewarben ihre Produkte mit zusätzlichen 51,9 Mio. €, investier-

ten 399,9 Mio. € und steigerten ihre Werbeaufwendungen beim Plakat um 225% auf 38,4 Mio. €. Das Medium Plakat hat seine Einnahmen dadurch um 27% erhöhen können. Auch die Süßwarenhersteller erhöhten ihre Werbebudgets um 26,7 Mio. € auf 141,3 Mio. €. Weiterhin stark blieben die Printmedien, die ihre Werbungsausgaben um 43,3 Mio. € erhöhten. Sie nutzen ihre Werbeträger vor allem, um auf die Zusatzgeschäfte ihrer Verlage aufmerksam zu machen. Mit Ausnahme der Publikums- und Fachzeitschriften konnten die restlichen Medien ihre Umsätze steigern. TV verbuchte ein Wachstum um 9,6%, die Tageszeitungen ein Plus von 6,6% und Radiosender ein Plus von 7,5%.

➤ www.nielsenmedia.de
➤ www.zaw.de

Zusammenschluss von Tamedia und Espace Media Group

Elefantenhochzeit verändert den Schweizer Zeitungsmarkt

Die Medienhäuser Tamedia und Espace Media Groupe schliessen sich zusammen. Zu diesem Zweck übernimmt Tamedia 80% der Espace Media Groupe. Im Gegenzug beteiligen sich die bisherigen Mehrheits-eigner von Espace Media an Tamedia. Der Kaufpreis beträgt 205 Mio. CHF in bar sowie 600.000 Tamedia-Aktien, die im Rahmen einer Kapitalerhöhung geschaffen werden sollen.

Ziel des Zusammenschlusses ist die Nutzung von Synergien und die Bündelung der Kräfte für neue Medienprojekte, da die Veränderung der Medien-Nutzung und eine Verlagerung der Werbegelder ins Internet die Medienbranche vor große strukturelle Herausforderungen stellen. Mit dem strategischen Zusammenschluss wollen

Tamedia und Espace Media die Kompetenzen und Talente aus beiden Unternehmen zusammenführen und die Chancen nutzen, die sich aus diesem Wandel ergeben. Der Know-how-Transfer in Redaktion, Verlag sowie Technik soll vertieft und operative Synergien durch neue Formen der Kooperation systematisch genutzt werden. Ziel ist die Stärkung von Innovation und Qualität neuer Medienprojekte im Bereich Print, Online und E-Medien.

Die Espace Media Groupe, deren Ursprung auf das Jahr 1888 zurückgeht, und Tamedia, die aus dem 1893 gegründeten »Tages-Anzeiger« hervorgegangen ist, sind seit Jahren miteinander verbunden. So ist Tamedia seit 1990 mit 49% an der »Berner Zeitung«, der wichtigsten Tochtergesellschaft der Espace Media Groupe, be-

teiligt. Seit 1987 hält die Berner Zeitung 15% des Aktienkapitals der »Sonntagszeitung«. Durch die 17,5%-Beteiligung der Berner Zeitung an »20 Minuten« wird die Zusammenarbeit weiter vertieft.

Beide Unternehmen entwickelten sich in den letzten Jahren von reinen Print- zu modernen Multimediaunternehmen. Ein Zeichen dieses Wandels ist das neue Multimediahaus der Espace Media Groupe in Bern. Es soll im Herbst 2008 die Redaktionen der Printmedien »Berner Zeitung BZ« und »Der Bund« sowie die Studios des Regionalsenders »TeleBärn« und von »Radio Capital FM« zusammen mit dem Online-Portal espace.ch unter einem Dach vereinen.

➤ www.tamedia.ch

Beste Zutaten raffiniert mischen. Für Qualität, die überzeugt.



Der Markt entwickelt sich rasant und erfordert ein Höchstmass an Flexibilität. Gut organisiert stellen Sie diese sicher. Branchensoftware von Printplus unterstützt Sie dabei optimal. Denn hinter Printplus stecken innovative Ideen und technologische Kompetenz. Vor allem aber Menschen mit viel Erfahrung und Sinn für partnerschaftliche Zusammenarbeit. So schaffen Sie Vorteile für Ihr Unternehmen, schnell und zukunftsorientiert. Dafür steht Printplus, Ihr Partner aus der Schweiz. **Vorsprung dank Intelligenz. Software von Printplus.**

PRINTPLUS
Software, die begeistert.



schlott gruppe **VERKAUF DES DIRECT MARKETING**

Die schlott gruppe hat ihren Geschäftsbereich direct marketing (die Meiller Direct GmbH inklusive aller Tochtergesellschaften) mit Wirkung zum 31. März 2007 für 60,5 Mio. € an die Österreichische Post AG verkauft. Auf den Geschäftsbereich direct marketing entfielen im vergangenen Geschäftsjahr 19% des Wertschöpfungsumsatzes des Konzerns und 12% des Segmentvermögens. Der Umsatz des Konzern belief sich im Geschäftsjahr 2005/06 auf über 500 Mio. €. Den Erlös aus dem Verkauf will schlott in den Geschäftsbereich print investieren. Die zusätzlichen Spielräume sollen genutzt werden, um die Kernaktivität Print aktiv zu gestalten und Wachstumschancen zu nutzen. Die Entwicklung der schlott gruppe im Geschäftsbereich print ist durch die hohe Wettbewerbsintensität des Tiefdruckmarktes geprägt. Die Ertragsschwankungen lassen sich durch Einsparungen nach Angaben des Unternehmens im laufenden Geschäftsjahr nicht in vollem Umfang kompensieren. Die Gesellschaft erwartet daher für das laufende Geschäftsjahr 2006/07 ein rückläufiges Ergebnis. Langfristig will die schlott gruppe als Nummer 2 im europäischen Tiefdruckmarkt durch Kostensenkungen und von der Marktconsolidierung profitieren. > www.schlottgruppe.de

PharmaPact **JONES PACKAGING TRITT BEI**

Die Jones Packaging Inc. aus London im kanadischen Bundesstaat Ontario ist neues assoziiertes Mitglied von PharmaPact. Damit ergänzt Jones den internationalen Zusammenschluss der Pharmaverpackungsspezialisten Edelman, Heidenheim, M.Y. Healthcare aus Großbritannien sowie LGR Emballages S.A. aus Frankreich um einen wichtigen Partner in Nordamerika, dem Heimatmarkt vieler international agierender Pharmaunternehmen. Bisher war PharmaPact mit über 23 Produktionsstandorten in ganz Europa präsent. Mit dem erweiterten Bündnis sind die Mitglieder jetzt in der Lage, international tätige Pharmakonzerne flächendeckend in Europa und Nordamerika mit anspruchsvollen Verpackungslösungen zu versorgen. Synergieeffekte entstehen vor allem in den Bereichen Einkauf, Verkauf, Technik und Qualitätssicherung. > www.edelman.de

WUB **ARQUANA ÜBERNIMMT TRADITIONSDRUCKEREI**

Die Druckholding Arquana International Print & Media AG hat zum 31. Mai die Wagnersche Universitätsdruckerei (WUB) in Innsbruck aus der Insolvenz übernommen. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Die Rollenoffsetdruckerei WUB ist ein Tiroler Unternehmen mit einer mehr als 400-jährigen Geschichte und erzielte letztes Jahr bei schlechter Auslastung einen Umsatz von 22 Mio. €. Die technischen Kapazitäten sollen für ein Umsatzvolumen von rund 30 Mio. € reichen. Der Betrieb gehörte als österreichischer Standort zu der kürzlich in die Insolvenz gegangenen Schmelzle-Gruppe (Waiblingen) und musste daraufhin Folge-Insolvenz anmelden. WUB verfügt über eine 48-Seiten-C-618 und zwei 16-Seiten-Rollenoffset-Druckmaschinen von KBA. Gemeinsam mit der Arquana-Tochter Sochor Group (Zell am See) soll der Marktführer im Rollenoffsetbereich in Westösterreich mit einem Umsatzvolumen von über 50 Mio. € entstehen. Die WUB ist die achte Druckerei im Arques/ Arquana-Verbund. Damit haben die Druckaktivitäten einen annualisierten Umsatz von 270 Mio. €. > www.arquana.de

Heidelberg-Standort Wiesloch-Walldorf feiert 50-jähriges Jubiläum

Über eine Milliarde Euro in fünf Jahrzehnten investiert – Mehr als 400.000 Druckwerke ausgeliefert

Anlässlich einer Veranstaltung zum 50jährigen Jubiläum des Standortes Wiesloch-Walldorf der Heidelberger Druckmaschinen



AG betonte Dr. Jürgen Rautert, Technikvorstand des Unternehmens,

dass das Werk Wiesloch-Walldorf sowohl in der Vergangenheit als auch in der Zukunft für Qualitätsmaschinenbau und Spitzentechnologie in der Druckmaschinenindustrie stehe.

Mit rund 6.500 Mitarbeitern im Werk Wiesloch-Walldorf fertige Heidelberg derzeit rund 65 Druckwerke am Tag. Seit der Einweihung im Jahr 1957 habe das Unternehmen mehr als 1 Mrd. € in den Standort investiert. Parallel zum Kapazitätsausbau sei die technologische Entwicklung von neuen Produkten der Treiber für den kontinuierlichen Ausbau des Standortes von einst 385.000 m² auf heute rund 860.000 m² gewesen. »Über 400.000 ausgelieferte Druckwerke aus dem Werk Wiesloch-Walldorf in höchster

Qualität und Zuverlässigkeit haben maßgeblich dazu beigetragen, Heidelbergs Stellung auf den Weltmärkten zu erreichen und zu behaupten«, sagte Dr. Rautert weiter.

Neue Halle für das Großformat

Mit dem Bau der neuen Halle 11 für eine neue Generation von Bogenoffsetdruckmaschinen in einem größeren Format gehe die Wachstumsgeschichte am Standort weiter. »Wir investieren hierfür rund 45 Millionen Euro in Wiesloch-Walldorf und sehen dies als weiteren Sprung in die Zukunft«, so Dr. Rautert weiter. Die momentan gute Auslastung sowie der Einstieg in das neue Druckmaschinenformat ermöglichten die Einstellung von rund 400 neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im vergangenen Jahr.

Wettbewerbsfähigkeit gesteigert

Der Südwesten Deutschlands als »Hochburg des Maschinenbaus« spiele für Heidelberg bei der Produktion von Qualitätsdruckmaschinen und für Fertigungs- und Lieferpartner

schaften nach wie vor eine wichtige Rolle, trug der Leiter der Produktion von Heidelberg, Stephan Plenz vor. Die Anforderungen an Mitarbeiter wie auch Partner seien hoch. Dazu nutze man die in über 150 Jahren aufgebaute Erfahrung und die Netzwerke in der Metropolregion, aber auch internationale Zulieferer. Die Wertschöpfung vollziehe sich bei Heidelberg zu großen Teilen in Deutschland. Der Exportanteil liege seit Jahren bei über 85%. Das im vergangenen Jahr am Standort Wiesloch-Walldorf gestartete Produktionssystem diene unter anderem dazu, bei den Lohnstückkosten über jährliche Produktivitätssteigerungen von 5% wettbewerbsfähig zu bleiben, die Qualität der Produkte weiter zu steigern und die Arbeitsplätze zu sichern. »Die einfache Mathematik – mehr Produktivität ist gleich weniger Arbeitsplätze – ist in seiner Absolutheit falsch. Eine effizientere Produktion macht uns in Summe als Unternehmen am Markt erfolgreicher und nur das sichert Beschäftigung«, erklärte Stephan Plenz.

Der Produktionsstandort vor 50 Jahren und heute.





**KAMA GmbH
STANZEN VEREDELN
BILANZ**

Die Dresdner KAMA GmbH hat ein Rekordjahr hinter sich und schließt das Geschäftsjahr 2006/07 (31. März) mit einem Umsatz in Höhe von 12,8 Mio. € ab. Das entspricht einem Wachstum von 18%. »Damit können wir zum dritten Mal in Folge ein Umsatzplus in zweistelliger Höhe verbuchen«, kommentiert Geschäftsführer Marcus Tralau und verweist auf schwarze Ertragszahlen. Für 2008 kündigt das Maschinenbauunternehmen einen Erweiterungsbau am Standort an. Das Investitionsvolumen wird 2 Mio. € betragen. Hinter dem Umsatzwachstum steht die gestiegene Nachfrage nach Stanz- und Veredelungsmaschinen im In- und Ausland. Stanzmaschinen »made in Dresden« stanzen, rillen, perforieren und prägen. Die Stanze KAMA ProCut 74, die Druckbögen verarbeitet und mit Blindprägung, Heißfolie oder Hologramm veredeln kann, wurde mehrfach exportiert – mehr als verdoppelt hat sich der Absatz der im Inland. »Hier hat sich die Vertriebskooperation mit der Heidelberger Druckmaschinen AG als äußerst erfolgreich erwiesen«, erläutert Tralau. Um 5% leicht zurückgegangen ist die Produktion von kunststoffbeschichteten Walzen und Bauteilen für die grafische Industrie. Das zweite Geschäftsfeld des Maschinenbaubetriebes trägt mit 4,4 Mio. Euro rund 35% zum Umsatz bei. www.kama.info



**Goss International
ABERMALS WACHSTUM
IM JAHR 2006**

Goss International verzeichnete 2006 im dritten Jahr in Folge ein Umsatz- und Gewinnwachstum. Der Umsatz von Goss Rollenoffsetdruckmaschinen, Druckweiterverarbeitungssystemen und dem Kundendienstprogramm belief sich auf insgesamt 1,14 Mrd. US-Dollar (rund 850 Mio. €). Jede Betriebseinheit des Unternehmens wies nach Angaben von Goss Rentabilität auf. Goss mit Hauptsitz in den Vereinigten Staaten beschäftigt etwa 4.000 Mitarbeiter und unterhält Entwicklungs- und Fertigungsstätten in England, Frankreich, Japan, den Niederlanden und den USA sowie ein Joint Venture in China. Goss International erhielt Bestellungen aus 46 Ländern. »Kunden bestellten 2006 jedes unserer Druck- und Weiterver-



arbeitungssysteme und bestätigen damit den Wert des vielfältigen Portfolios«, so Bob Brown, CEO von Goss. Zu den Highlights im Zeitungsbereich zählen drei Aufträge für neue Goss Flexible Printing System (FPS) und der Abschluss der ersten Installation in Nordirland. Im Akzidenzmarkt lieferte Goss 2006 mehr als 50 Sunday Druckeinheiten – ein starker Zuwachs im Vergleich zu einem Dutzend Einheiten im Vorjahr. Stark Druck in Deutschland gehört zu den Druckereien, die 2006 Goss-Druckmaschinen in Betrieb nahmen. www.gossinternational.com



**Jenoptik Kamerageschäft
SINAR AG ZU 100%
ÜBERNOMMEN**

Der Jenoptik-Konzern hat die restlichen 49% der Aktienanteile an der Sinar AG erworben, die damit 100%-ige Tochter des Technologiekonzerns in der Sparte Laser & Optik wird. Das Schweizer Traditionsunternehmen mit 50 Mitarbeitern in Feuerthalen ist damit in die Aktivitäten des Bereichs Digital Imaging des Jenaer Konzerns eingebunden. Sinar wird eigene und von Jenoptik gemeinsam mit Partnern entwickelte professionelle Kameras und Module weltweit vermarkten. Die Aktien wurden zuvor von der Gründerfamilie Koch gehalten. Über die Kaufmodalitäten und den Kaufpreis haben die Vertragsparteien Stillschweigen vereinbart. www.jenoptik.de www.sinar.ch



**50 Jahre Canon Europa
TECHNOLOGIE-FORUM IN
MONACO**

Vor über 6.000 Besuchern gaben Hajime Tsuruoka, Präsident und CEO von Canon Europa, und Tsuneji Uchida, Präsident und COO von Canon Inc., anlässlich des 50. Jubiläums von Canon Europa einen Ausblick auf die Strategie der nächsten Jahre. Daneben nutzte das Unternehmen den Event als Plattform für eine Technologieschau und die Bekanntgabe neuer Naturschutzprojekte in Kooperation mit dem World Wildlife Fund (WWF). In diesem Kontext will der japanische Konzern auch die Zertifizierung der Veranstaltung als »CO2-neutral« durch die Climate Neutral Group als Engagements zur Erfüllung seiner sozialen Verantwortung voranbringen. (Wir werden noch detailliert berichten.) www.canon.de



**Fujifilm
WACHSTUM BEI UMSATZ
UND ERTRAG**

Die Fujifilm Holding hat im Finanzjahr 2006/2007, das am 31. März 2007 endete, auf weltweiter Basis einen Umsatz von 18,67 Mrd. € erzielt. Dies entspricht einem Zuwachs von 4,3%. Als operativer Gewinn werden 758,8 Mio. € ausgewiesen, ein Anstieg um 60%. Besonders erfolgreich verlief nach dem Bericht die Entwicklung im Bereich Information Solutions (Medical Systems, Grafische Systeme, Life Science) der mit einem Anteil von 36,9% zum Gesamtumsatz beiträgt. Für den Umsatzanstieg in diesem Segment um 17% ist das starke Wachstum des Bereichs CtP-Druckplatten verantwortlich. Der Bereich Document Solutions (Büro-kommunikation) wuchs um 4,6% und weitete den Anteil am Gesamt auf 41,4% aus. Der Bereich Imaging Solutions (Digitalkameras, Speicherkarten, Bilderservice, Papier und Film) weist einen Rückgang von 12,2% aus. Die Restrukturierungsmaßnahmen in diesem Geschäftsfeld zeigen jedoch Wirkung und haben mit zur Profitabilität im Unternehmen beigetragen. Für das laufende Finanzjahr (bis 31. März 2008) wird eine Umsatzsteigerung um 2,4% prognostiziert, ein Anstieg des operativen Gewinns um 76,9% und des Ertrags vor Steuern um 93,7%. www.fujifilm.de

Doppelt hält länger.
Zeitungsdruktuch mit kompressibler Doppelschicht.

BIRKAN Headliner

BIRKAN Drucktuchtechnik GmbH
Painhofener Str. 11 • D-82279 Eching
Telefon 08143/9204-0 • Telefax -24
Email: info@birkan.de • www.birkan.de
Blankets for Master Printers
BIRKAN since 1924



Käufer gesucht **ISOLVENZ DER OLDENBOURG GRUPPE**

Die Oldenburg-Druckereigruppe hat beim Amtsgericht München Insolvenz beantragt. Zum Unternehmen gehören unter anderem die Oldenburg GmbH, die Oldenburg Digital GmbH, die Oldenburg Binderei Produktions GmbH, die Oldenburg Immowert GmbH sowie die Münchner Offsetdruck GmbH, alle mit Sitz in Kirchheim bei München. Nicht betroffen ist die gleichnamige Oldenburg-Verlagsgruppe. Nach Angaben der Insolvenzverwalter hätten Auslastungsprobleme zur Insolvenz geführt. Ziel sei es nun, möglichst rasch einen finanzkräftigen Käufer aus der Branche für die Unternehmen zu finden, um den Standort und die rund 220 Arbeitsplätze zu erhalten. > www.oldenburg.com

Tetental **VERTRIEB VON COMPOSE-PRODUKTEN**

Compose System, Entwickler von Druckvorstufen-Workflow- und Farb-Proofing-Lösungen, verpflichtete Tetental als Distributor für seine Lösungen. Tetental wird die Produkte Express Workflow, NewsFlow, PDF and Raster Imposition und Star Proof anbieten. Die Tetental AG & Co KG genießt einen guten Ruf als Entwickler und Anbieter von Produkten und Services für vielfältige Anwendungen in den Bereichen Bebilderung und Druck. Das Unternehmen umfasst vier Geschäftseinheiten: Ink Jet, Photo Imaging, Medical Imaging und PrePress. Tetental gehörte in den frühen 60er Jahren zu den Pionieren im Druckvorstufenmarkt und bietet heute eine Lösungspalette für die Bereiche Ink jet Printing in der Grafikindustrie, Druck und Repro, Fotoverarbeitung und -druck sowie medizinische Bildgebung. > www.tetental.de

IBM-Ricoh Joint Venture **INFOPRINT SOLUTIONS**

Die InfoPrint Solutions Company (IPS), ein Joint Venture, das von IBM und Ricoh Anfang 2007 angekündigt wurde, hat seine Tätigkeit aufgenommen. Das Unternehmen mit weltweit 1.200 Mitarbeitern entsteht aus der ehemaligen Printing Systems Division von IBM. Mit Abschluss des Vertrags fallen 51% des Joint Ventures an Ricoh, die verbleibenden 49% wird Ricoh im Laufe der nächsten drei Jahre schrittweise übernehmen. > www.infoprint.com

Wifag-Gruppe **DIE ZUKUNFT LANGFRISTIG SICHERN**

Die Schweizer Maschinenfabrik Wifag blickt auf eine 103-jährige Geschichte zurück. Seit zwei Jahrzehnten leitet Ursula Wirz als Direktionspräsidentin die Unternehmensgruppe. Den Erhalt und die Unabhängigkeit will sie langfristig sichern. Deshalb hat sie als Mehrheitsaktionärin beschlossen, die dafür vorbereiteten Maßnahmen umzusetzen. Die Gesellschaften der gesamten Gruppe sind unter einem neuen gemeinsamen juristischen Dach, der Wifag-Polytype Holding AG zusammengefasst. Zu diesem Zweck wurde die Maschinenfabrik Wifag in eine Holding-Gesellschaft umgewandelt. Ihr Verwaltungsrat besteht aus den bisherigen Mitgliedern des Wifag-Verwaltungsrats. Den Vorsitz hat Ulrich Zimmerli. Der Zeitungsdruckmaschinenektor ist in der neu gegründeten Wifag Maschinenfabrik AG mit Sitz am bisherigen Standort zusammengefasst und behält als Traditionshaus seinen festen Platz in der neuen Gruppe. Die unternehmerische Autonomie der neuen AG soll voll erhalten bleiben. Mit diesen Maßnahmen, die für Geschäftspartner und Belegschaft keine direkten Auswirkungen zeitigen, soll – wie es heißt – die Zukunft von Wifag-Polytype nachhaltig gesichert werden. Sämtliche Vertragsverhältnisse der bisherigen Maschinenfabrik Wifag AG sollen auf die Wifag Maschinenfabrik AG übertragen werden. Diese übernehme sämtliche daraus bestehenden Rechte und Pflichten. > www.wifag.ch

Edelmann Gruppe mit erfolgreichem Jahr 2006 zufrieden

Faltschachtelhersteller investiert 2007 rund 13 Mio. € in den Ausbau des Unternehmens

Die Edelmann Gruppe, einer der führenden Faltschachtelhersteller in Europa, hat im Geschäftsjahr 2006 einen Umsatz von rund 158 Mio. € erzielt. Dies entspricht einer Steigerung von 6,7% im Vergleich zum Vorjahr. Die Zahl der Mitarbeiter ist 2006 mit 1.150 konstant geblieben.

Für das laufende Geschäftsjahr strebt die Edelmann Gruppe einen Umsatz auf dem hohen Niveau von 2006 an. »Wir haben unser Ziel erreicht und sind mit dem Ergebnis zufried-



den«, bilanzieren Dierk Schröder, Geschäftsführer Administration und Technik (links), und Christian Niewolik, Geschäftsführer Vertrieb.

Positiv entwickelt hat sich die Sparte Pharma, die wie im Vorjahr 54% des Umsatzes ausmachte. 41% trägt die Sparte Premium zum Umsatz bei, in deren Bereich Faltschachteln für Kosmetikprodukte, Haarcolorationen, Süßwaren und

Zigaretten gehören. 5% entfallen auf die Sparte System, zu der das Geschäft mit der CEBOX, einer Faltschachtel mit eingezogener Verbundfolie, gehört.

Hohes Investitionsniveau

Im Geschäftsjahr 2006 hat Edelmann 12 Mio. € investiert. Für 2007 beträgt das Investitionsvolumen der Gruppe rund 13 Mio. € – mehr als 6 Mio. € werden davon in den Neubau eines Verwaltungsgebäudes mit etwa 5.000 m² Nutzfläche in Heidenheim fließen (siehe Bild unten). Die dadurch erzielte räumliche Verbindung von Verwaltung und Produktion im benachbarten Werk soll Edelmann ab 2008 eine höhere Effizienz in den Arbeitsabläufen als auch kürzere Kommunikationswege bringen. Daneben modernisiert die Edelmann Gruppe auch kontinuierlich den Maschinenpark. So wurde 2006 unter anderem eine neue Achtfarben-Druckmaschine in Heidenheim in Betrieb genommen. Am Standort Bitterfeld sind seit letztem Jahr eine neue Sechsfarben-Druckmaschine und ein vollautomatischer UV-Setter mit digitalem Plattenbelichter im Einsatz.

38% Umsatz im Ausland

Rund 62% des Umsatzes erwirtschaftet die Edelmann Gruppe in Deutschland, 38% im Ausland. Mit den bestehenden Tochtergesellschaften in Frankreich und Polen sowie Beteiligungen verfügt der Faltschachtelhersteller über sechs Werke und neun Verkaufsniederlassungen. »Die breite regionale Aufstellung der Standorte und kontinuierliche Investitionen in deren Ausbau sowie die ständige Erweiterung des Leistungsspektrums bilden die Grundlagen für unser künftiges Wachstum«, so die Geschäftsführung.

Trendsetter CEMETAL

Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat Edelmann unter dem Begriff CEMETAL den Kaltfolientransfer eingeführt. Die Technologie eröffnet vor allem für die Unternehmen der Luxusgüterbranche wie Kosmetikhersteller, neue Perspektiven bei der Veredelung von Faltschachteln mit metallischem Glanz. CEMETAL ermöglicht neue Effekte bei der Kombination von Metallfolie und Farbe in gedruckten Bildern. Feine Strukturen und Elemente wie Schriften, Linien, Verläufe und Raster sowie große Vollflächen sind darstellbar. Für die Umsetzung der neuen Möglichkeiten setzt Edelmann in Heidenheim eine spezielle Maschine ein.

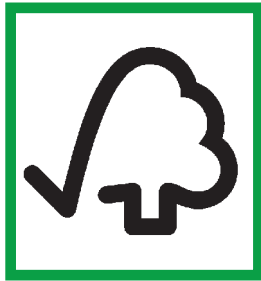
> www.edelmann.de





**Apple erfolgreich
ABSATZ VON MACS UND
IPODS WÄCHST MASSIV**

Apple hat im zweiten Quartal seines Geschäftsjahres 2007 5,26 Mrd. US-Dollar umgesetzt. Apple hat in diesem Zeitraum 1,5 Mio. Rechner ausgeliefert (das entspricht einer Steigerung von 36%) und über 10 Mio. iPods verkauft. Der erste iPod ging vor fünfzehn Jahren, im November 2001, über den Ladentisch. Seitdem hat Apple über 10 neue iPod-Modelle eingeführt und insgesamt mehr als 100 Mio. iPod verkauft. Der Bekanntheitsgrad des iPod stärkt nach Expertenmeinung nicht nur das Image von Apple, sondern verhilft auch den Rechnern zu mehr Attraktivität. »Der Mac gewinnt ganz klar Marktanteile! Die Absatzsteigerung um 36% ist dreimal mehr als die Wachstumsrate des Gesamtmarkts«, so Steve Jobs, CEO von Apple.
➤ www.apple.de



**38 Druckereien mit FSC-Label
FSC-ZERTIFIKAT FÜR
DRUCKEREI WOLF**

Die Druckerei Wolf in Ingelheim erhielt die Zertifizierung des Forest Stewardship Council (FSC). Damit ist das Unternehmen einer von 38 Druckbetrieben in Deutschland, die das Label tragen dürfen. Der FSC ist eine internationale Organisation mit dem Ziel, den Erhalt der Wälder durch eine umweltgerechte, sozial verträgliche und wirtschaftlich tragfähige Bewirtschaftung zu gewährleisten. Thorsten Winterheimer, Geschäftsführer der Druckerei Wolf GmbH: »Es wird Zeit, dass die Wirtschaft etwas tut. Wir Unternehmer sind es, die dazu die Möglichkeiten haben, und tragen damit auch die Verantwortung.«
➤ www.druckerei-wolf.de

FlintGroup erweitert Kapazitäten für Druckfarben in Frankfurt

10 Millionen Euro in den Ausbau der Heatset- und Illustrationsdruckfarben investiert

Flint Group wird die Kapazität zur Produktion von Heatsetdruckfarben am Standort Frankfurt mehr als verdoppeln. Die Erweiterung auf 55.000 Jahrestonnen wurde Ende April 2007 abgeschlossen.

Gleichzeitig wurden Investitionen in die Produktion von Illustrationstiefdruckfarben getätigt, die ebenfalls am Standort Frankfurt hergestellt werden. Die Aufwendungen im Werk Frankfurt belaufen sich auf etwa 10 Mio. € und leisten damit einen nachhaltigen Beitrag zur Entwicklung des Standortes. Flint Group ist Anbieter für Publikationsdruckfarben (Heatset, Illustrationstiefdruck). In den letzten zwei Jahren wurde die Produktion von Heatsetdruckfarben an drei Standorten in Europa gebündelt. Von Frankfurt, s-Gravanzande (Niederlande) und



Slinfold (Großbritannien) werden die europäischen Kunden mit einer breiten Palette von Farbserien bedient. »Die Kapazitätserhöhung ist für Frankfurt eine zukunftsweisende Investition und beweist gleichzeitig unser Engagement für den Rollenoffset-Markt in Europa«, so Wolfgang Blumschein, Vice President & General Manager der Flint Group Europe, Division Publikationsdruck. »Mit dieser Produk-

tionserweiterung wollen wir unsere Position als Hersteller von Heatsetdruckfarben weiter festigen. Bei den Maßnahmen haben wir Wert darauf gelegt, unsere Kunden flexibel und kurzfristig bedienen zu können. Das gilt für die diversen Verpackungsformen wie Fässer, Container und den Transport im Tankwagen. Damit wird Frankfurt zur zentralen Drehscheibe für die mittel- und osteuropäischen Märkte.«
➤ www.flintgrp.com



**Eine neue Generation. Eine neue Leistungsklasse.
Nagel Foldnak 100
und Trimmer 100**

Erleben Sie die neue Generation: Nagel Foldnak 100 Bookletmaker und Trimmer 100. Schnell und flexibel: mit Drahtheftköpfen, automatischer Anschlageneinstellung, großer Formatbandbreite und exaktem Frontbeschnitt – für das perfekte Finishing. Lassen Sie sich begeistern!



Ernst Nagel GmbH
Breitwiesenstraße 21 · 70565 Stuttgart/Germany
Telefon (07 11) 7 80 78-0 · Telefax (07 11) 7 80 78-10
E-Mail sales@ernstnagel.com · www.ernstnagel.de



Planatol: Im Zeichen des Elefanten

75. Geburtstag von Planatol: Klebetechnik als moderne Verbindungstechnik

Der 75. Geburtstag von Planatol steht im Zeichen des Elefanten. Er war Bestandteil des Gründerlogos, wurde im Laufe der Jahre aber durch das Planatol-P und gelbe Streifen, die den Klebstoffauftrag symbolisieren sollen, ersetzt. Zum Fest wurde der Elefant als Gestaltungselement wiederbelebt und die Geburtstagsfeier in einem Zirkuszelt mit 300 geladenen Gästen gefeiert.



Theodor Hesselmann bedankte sich bei den Gästen für die langjährige erfolgreiche Zusammenarbeit und kündigte an, dass er Ende des Jahres nach 51 Jahren Betriebszugehörigkeit in den Aufsichtsrat des Unternehmens wechseln wird. Nachfolger soll Michael Bödcker werden.

Theodor Hesselmann zog gleichzeitig ein Fazit: »Wir als Hersteller von Klebstoffen und Klebesystemen haben seit jeher das Problem, uns in geeigneter Form darzustellen. Ein verarbeiteter Klebstoff ist nicht sichtbar. Für alle sichtbar ist das Nageln, Schrauben, Nieten, Schweißen und Nähen. Klebstoffe ersetzen in rasantem Tempo diese traditionellen Verbindungstechniken – für uns leider mit dem Nachteil der Unsichtbarkeit. Täglich haben Sie als Verbraucher Produkte in der Hand, die mit Planatol geklebt sind. Dies beginnt mit Werbebeilagen in der morgendlichen Zeitung, die im Falz mit Planatol geklebt sind. Planatol ist Weltmarktführer mit seinen Systemen und Klebstoffen für diese Technologie. Wenn Sie in Ihr Auto steigen, finden Sie versteckt mannigfaltige Verklebungen mit Klebstoff oder Klebeband aus dem Hause Planatol und Biolink. Das Belegen der Briefmarke, also das Aktivieren der Gummierung, ist eine einfache, alltägliche Form der Klebetechnik. Es geht weiter mit dem Buch, das Sie lesen – es ist Planatol-gebunden. Dokumentationen werden mittels unserer Planax-Bindergeräte in professionell gebundene Form gebracht.« Um die Welt des Planatol-Klebens zu verdeutlichen, lag für alle Gäste eine Festschrift in Form eines Bilderbuches aus, in dem die Firmengeschichte und die vielfältigen Anwendungen anhand von Illustrationen selbstironisch dargestellt sind. Das Buch ist auf Nachfrage bei Planatol erhältlich.

➤ www.planatol.de



drupa-Preis 2007 GENUS IM SPRACHVERGLEICH

Die 37-jährige Brigitte Schwarze erhielt im Düsseldorfer Industrieclub den drupa-Preis 2007 aus den Händen von drupa-Präsident Dipl.-Ing. Albrecht Bolza-Schünemann (rechts) und Werner M. Dornscheidt, Vorstandsvorsitzender der Messe Düsseldorf (links), für ihre Dissertation »Genus im Sprachvergleich. Überlegungen zu Form und Funktion der Genuuskategorien im Spanischen, Französischen, Deutschen und Englischen«.

Bereits seit 1978 würdigt die Messe Düsseldorf als Veranstalterin der drupa herausragende geisteswissenschaftliche Arbeiten der Düsseldorfer Heinrich-Heine-Universität und fördert mit einem Preisgeld von 6.000 € die Publikation und Verbreitung der entsprechenden Dissertationen. Über die Vergabe des drupa-Preises entscheidet jedes Jahr ein Fachgremium, bestehend aus dem Rektor und Prorektor der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, dem Präsidenten der drupa und dem Vorsitzenden der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf.

➤ www.messe-duesseldorf.de



O/D investiert MAILINGPRODUKTION WEITER AUSGEBAUT

Seit Mai läuft in Ottweiler eine neue 8-Farben-Rollenmaschine von Müller Martini bei der Ottweiler Druckerei O/D. Mit der Alprinta 52 baut das Unternehmen seine Möglichkeiten im Direktmarketing weiter aus und bietet nun höchste Offsetqualität im Rollendruck auf der knapp 30 m langen Druckmaschine.

Die Ottweiler Druckerei hat in den letzten Jahren ihre Kompetenz im Bereich Direktmarketing ausgebaut und ständig in neueste Technologie sowie Know-how investiert. So können die Kunden seit geraumer Zeit auf personalisierte Drucksachen in hoher Qualität zugreifen, z.B. Mailings in großer Auflage und Selfmailer mit individualisierten Seiten. Mit der neuen Druckmaschine geht die O/D jetzt noch einen Schritt weiter. Die Alprinta ermöglicht die Produktion von Mailings, Kleinkatalogen und Selfmailern von der Rolle in der Qualität des Bogendrucks. »Wir arbeiten sehr eng mit unseren Kunden zusammen. Die Investition in die neue Drucktechnik ist



auch ein Resultat aus den Bedürfnissen unserer Kunden«, führt die geschäftsführende Gesellschafterin Petra Krenn-Paul aus. »Marketing muss zielgenau erfolgen. Das wissen unsere Kunden und wir unterstützen sie bei der Umsetzung Ihrer Aktionen.«

➤ www.ottweilerdruckerei.de

AUS-/ WEITERBILDUNG

Heidelberg Prinect vor Ort

Mit der Veranstaltungsreihe »Prinect vor Ort« möchte die Heidelberger Druckmaschinen GmbH allen Kunden und Interessenten die Möglichkeit bieten, sich über ihr Workflow-Managementsystem Prinect zu informieren. Dazu fanden im Juni vier Abendveranstaltungen statt, die sich mit der Vernetzung in Druckereibetrieben, dem Einstieg in die CtP-Produktion sowie mit der standardisierten Druckproduktion beschäftigen. Die Teilnahme ist kostenlos. Weitere Termine sind bereits in Planung.
➤ www.heidelberg.com

Senefelder Schulzentrum

Im Städtischen Beruflichen Schulzentrum Alois Senefelder, München, beginnen im Herbst neue Aus- und Weiterbildungskurse. Dazu gehören der einjährige Kurs zum »Industriemeister Buchbinderei« sowie die jeweils zweijährigen Ausbildungen zum Druck-, Medien- und Papiertechniker. Eingangsvoraussetzungen ist eine abgeschlossene Berufsausbildung.
➤ www.senefelder.musin.de

Hauchler Studio

Ab 25. August finden im Hauchler Studio in Biberach wieder zweijährige Fortbildungskurse zum »Geprüften Medienfachwirt« und zum »Industriemeister Digital- und Printmedien« statt. Die Teilkurse (jeweils samstags) können berufsbegleitend durchgeführt werden. Außerdem bietet die Fachschule für Druck, Medien und Papierverarbeitung die Fortbildungen auch als einjährige Kurse in Vollzeitform an. Sie beginnen am 10. September.

➤ www.hauchler.de