



Der Journalist Karl Lüönd hat ein Buch über Ferag-Gründer Walter Reist verfasst. Der junge Konstrukteur hatte für die »Neue Zürcher Zeitung« ein Problem gelöst: den schmierfreien Transport der gedruckten Zeitungen von der Rotationsmaschine zur Verladerrampe. Weil sein Arbeitgeber die Erfindung nicht weiterentwickeln wollte, machte er sich selbstständig und gründete 1957 die Ferag AG. Seither ist das Unternehmen auf 1.500 Mitarbeiter angewachsen und weltweit zum Markenzeichen für Zeitungstransportsysteme und verarbeitende Förder-technik geworden. Bis 1996 leitete Walter Reist, der über 4.000 Patente erworben hat, das Unternehmen selbst. Karl Lüönd stellt in dem Buch die technischen Innovationen von Ferag in direkten Zusammenhang mit der globalen Entwicklung der Werbe- und Medienindustrie. Erschienen ist das Buch »Gelebtes Unternehmertum« bei NZZ Libro, dem Buchverlag Neue Zürcher Zeitung. > [www.nzz-libro.ch](http://www.nzz-libro.ch)



**ANTOINE FADY** wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2011 zum Chief Executive Officer (CEO) der Flint Group ernannt. Fady ist damit Nachfolger von Charles Knott, der diese Aufgabe abgibt, um die Verantwortlichkeiten von Chairman und CEO zu trennen.



**JOSEF AUMILLER** wurde von den Mitgliedsunternehmen der PrintCity-Allianz zum neuen »Botschafter« für das Jahr 2010 ernannt. Aumiller ist Leiter Produktmarketing und Verkaufsförderung im manroland Geschäftsbereich Rollendrucksysteme.



**MICHAEL EHRHART** wurde zum Managing Director von InfoPrint Solutions Deutschland verpflichtet. Ehrhart war zuvor in verschiedenen Führungspositionen für Océ tätig, darunter das globale Marketing für den Transaktionsdruck und Print on Demand.



**VOLKER LEONHARDT** übernimmt ab 1. Januar 2011 die Geschäftsführung der Müller Martini GmbH in Ostfildern. Seit 2006 ist er Marketing- und Verkaufsförderer für Versandraum-Systeme bei Müller Martini am Hauptsitz in Zofingen.



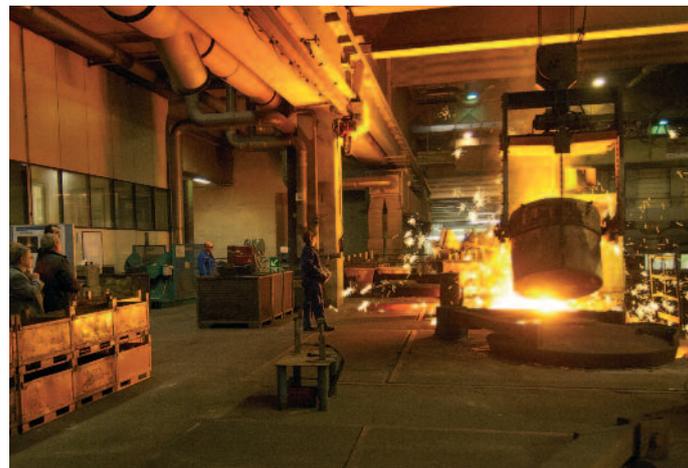
Zum 1. September 2010 übernahm **DANIEL DREYER** die Leitung des Bereichs Linoprint, dem Geschäftsfeld der Heidelberger Druckmaschinen AG für das Verpackungssegment mit Lösungen für den Inkjet-Druck. Dreyer ist seit 1998 für Heidelberg tätig.



**MARTIN SCHORN**, Technical Sales Manager bei UPM in Hamburg, wurde von den Mitgliedern der PrintCity Activity Group Publishing, Commercial & Web zu ihrem neuen stellvertretenden Vorsitzenden für die Jahre 2010 bis 2012 gewählt.



**Digital überladen**  
**SOZIALE NETZWERKE FÜR VIELE ZEITVERSCHWENDUNG**  
Die Rolle, die Social Networks im Alltag eingenommen haben, wird für immer mehr User zur Belastung. Sie fühlen sich »digital überladen« und gönnen sich häufig Pausen vom Online-Stress, wie Marktforscher der Lifelounge Group und Sweeney Research in Australien aufzeigen. Wer überfordert ist, zieht sich zumindest vorübergehend ins Offline-Leben zurück. Lesen ist dabei eine der beliebtesten Entspannungs-Beschäftigungen. Zudem sind die Social Networks, obwohl sie wachsende Userzahlen und eine steigende Nutzungsdauer verzeichnen, für viele Zeitverschwendung. Wie das US-Magazin Vanity Fair aufzeigt, empfinden 36% der Medienkonsumenten Social Networking als »ihre größte Zeitverschwendung«. Beim Fernsehen, Shopping oder Lesen haben hingegen nur 23%, 9% beziehungsweise 2% dieses Gefühl.  
Quelle: [www.pressetext.de](http://www.pressetext.de)



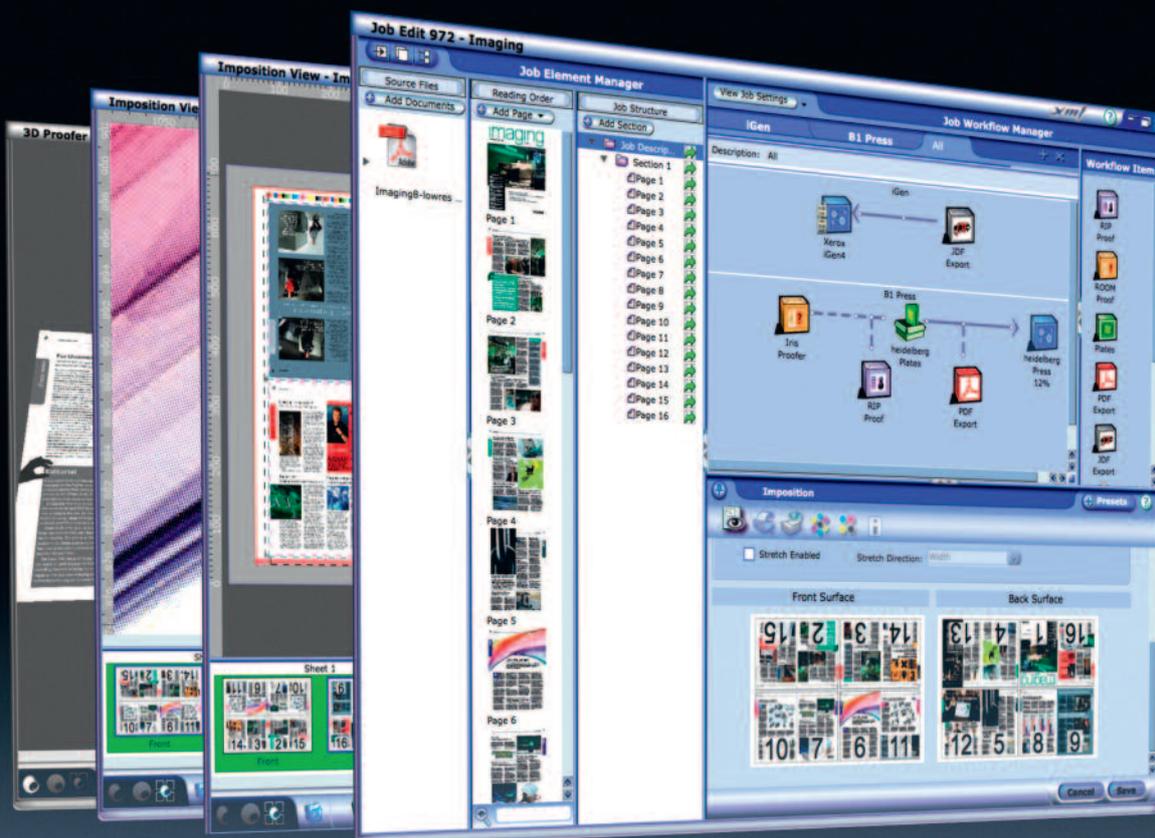
Der Standort Amstetten der Heidelberger Druckmaschinen AG feierte am 10. Oktober 2010 sein 25-jähriges Bestehen mit einem Festakt und einem großen Familientag für Mitarbeiter und Angehörige des Unternehmens. Über 7.000 Besucher strömten in Amstetten auf das Werksgelände und unterstrichen damit ihre Verbundenheit zu dem Unternehmen. Anhand von Führungen und praxisnahen Vorführungen konnten sie sich einen ganzen Tag lang über die Funktionsweise einer der modernsten Gießereien und Großteilefertigungen Europas informieren, die am 19. August 1985 offiziell den Betrieb aufgenommen hatte.

**DRUCKMARKT**  
**impressions**

**Lesen Sie mehr im PDF-Magazin »Druckmarkt impressions« im Internet. Monatlich mit Bildstrecken, Hintergrundberichten und Nachrichten.**

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

# XMJ Workflow - Ein Konzept setzt sich durch.



OFFSET

DIGITAL

WIDE-FORMAT

**WORKFLOW**

## XMJ Workflow

**Echtes Cross Media:** Druckmaschinenwechsel mit nur einem Mausklick für echte automatisierte Produktionsabläufe.

**Geschwindigkeit:** verbessern Sie Ihre Produktionseffizienz um bis zu 80 % dank der perfekten PDF-Implementierung.

**PDF ohne Einschränkungen:** verarbeiten Sie auch komplexeste Designelemente kontrollierbar und ohne Workflow-Upgrade.

Kontakt: [grafische\\_systeme@fujifilm.de](mailto:grafische_systeme@fujifilm.de) oder unter [www.fujifilm.de](http://www.fujifilm.de)

FUJIFILM WORKFLOW



DIGITAL POWER AT YOUR CONTROL

**FUJIFILM**

**Druckfarben****ROHSTOFFE VERTEUERN  
DRUCKFARBEN**

Flint Group, Sun Chemical und Huber Group haben in den letzten Wochen Preiserhöhungen für ihre Druckfarben angekündigt. Als Grund nennen alle Hersteller unisono den erheblichen Preisanstieg bei den Rohstoffen – eine Entspannung auf den Märkten der Rohstoffbeschaffung sei nicht abzusehen.

**Environmental Inks****SIEGWERK ÜBERNIMMT  
US-DRUCKFARBENHERSTELLER**

Der Druckfarbenhersteller Siegwerk hat am 30. November den Druckfarbenhersteller Environmental Inks and Coatings Corporation (EIC) übernommen. EIC ist Lieferant von umweltfreundlichen wasserbasierten Farben im wachsenden Schmalbahn-Segment in den USA und Kanada.

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

**technotrans****ERHOLUNG IM BEREICH  
TECHNOLOGY**

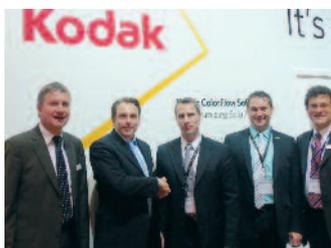
Im 3. Quartal des Geschäftsjahres 2010 lag der Umsatz mit etwas mehr als 21,4 Mio. € sowohl über dem Niveau des 2. Quartals 2010 als auch 13,3% über dem entsprechenden Vorjahresquartal mit 18,9 Mio. €. Damit setzte sich die Erholung fort, die insbesondere vom Segment Technology getragen werde, teilt der Konzern mit.

**Heidelberg****1.000. MASCHINE LÄUFT IN  
CHINA VOM BAND**

Am Montagestandort Qingpu bei Shanghai wurde die 1.000. Heidelberg-Maschine, eine Speedmaster CD 102 mit vier Druckwerken fertiggestellt. Heidelberg hatte das Werk 2005 für den Bau von Falzmaschinen eröffnet, 2006 begann die Produktion kleinformatiger Druckmaschinen, seit 2009 der Bau von 70x100-Modellen.

**Vertragsverlängerung****OFS GROUP VERTRITT KODAK  
WEITER IN DER SCHWEIZ**

Nach über 40-Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit mit Kodak wurde eine Vertragsverlängerung mit der OFS Group für den Schweizer und Liechtensteinischen Markt unterzeichnet. »Dies unterstreicht das gegenseitige Vertrauen und die positive Unterstützung auch unter den rauen aktuellen Marktbedingungen. Die OFS Group freut sich auf die nächsten Jahre der Zusammenarbeit mit der Kodak Graphic Communication Group und wird alles daran setzen, diese weiterhin erfolgreich auf dem Markt zu vertreten«, so Daniel Müller, Geschäftsführer OFS Group.



Im Bild (von rechts nach links): Erwin Schwarzl, Kodak Cluster Commercial Director DACH, Pascal Tellenbach, stv. Geschäftsführer OFS Group, Daniel Müller, Geschäftsführer OFS Group, Stefan Steinle, Kodak GCG Area Sales Manager, Freddy Eckel, Kodak GCG Sales Director Pre-Press Solutions and Workflow DACH.

**Neunmonats-Bericht der Koenig & Bauer AG****KBA ERREICHT IM DRITTEN QUARTAL 2010 WIEDER  
DIE GEWINNSCHWELLE**

Die seit März 2010 erkennbare Nachfrageerholung im Druckmaschinenbau hält an. Der Aufschwung ist allerdings weniger stark als in anderen Bereichen des Maschinenbaus. Das Weltmarktvolumen ist in der Druckbranche weiter deutlich geringer als das Niveau vor Ausbruch der Finanzkrise im September 2008.

In diesem Szenario kann sich der Auftragszuwachs des Druckmaschinenherstellers Koenig & Bauer AG in den ersten neun Monaten sehen lassen. Auf Konzernebene legten die Bestellungen nach Angaben von KBA gegenüber dem Vorjahr (2009: 682,3 Mio. €) um stattliche 46,7% auf 1.001,2 Mio. € zu. Der Konzernumsatz stieg gegenüber 2009 um 4,7% auf 772,1 Mio. €. Zusammen mit den Kosteneinsparungen aus dem laufenden Konsolidierungsprogramm (zum 30. September beschäftigte die KBA-Gruppe 6.437 Mitarbeiter, 658 weniger als im Vorjahr und 1.700 weniger Stellen als vor Ausbruch der Wirtschaftskrise im Sommer 2008) führten die höheren Erlöse im dritten Quartal zu einem Vorsteuergewinn von +15,3 Mio. € (2009: +9,6 Mio. €).

Bei Bogenoffsetmaschinen wuchs der Auftragseingang um 24,3%, im Segment Rollen- und Sondermaschinen zogen die Bestellungen dank einiger größerer Aufträge aus der Zeitungsindustrie und der lebhaften Nachfrage bei Nischenprodukten gegenüber dem Vorjahreswert sogar um 73,6%. Die Hightech-Zeitungsrotationen Cortina und Commander CT sind derzeit die Hauptumsatzträger im Rollenbereich. Der im 3. Quartal verbuchte Auftragszuwachs bei großen Rotationsanlagen wird allerdings erst 2011 umsatzwirksam.

Die Exportquote erreichte mit 87,8% im langjährigen Vergleich ein sehr hohes Niveau. Dabei blieb der Anteil

der Lieferungen ins europäische Ausland mit 30,3% (2009: 34,8%) erneut geringer als vor der Finanzkrise. Gleiches gilt für die regionale Umsatzquote Nordamerikas mit 9,7%. Dagegen ist die Bedeutung des Vertriebsgebietes Asien/Pazifik mit einem Umsatzanteil von 26,8% (2009: 23,5%) erneut gestiegen, was vor allem auf die rege Nachfrage aus China zurückzuführen ist. Die Schwellenmärkte Lateinamerika und Afrika lagen mit 21,0% ebenfalls deutlich über dem langjährigen Durchschnitt. Insgesamt ist die Umsatzverteilung ein Spiegelbild der weiterhin regional sehr unterschiedlichen Wirtschaftsdynamik auf dem Weltmarkt.

**POSITIVER AUSBLICK FÜR 2010** Im jüngsten Quartalsbericht bestätigt der KBA-Vorstandsvorsitzende Helge

Hansen die im Frühjahr 2010 genannten Ziele: »Ich bin zuversichtlich, dass wir die für 2010 angestrebte Steigerung des Umsatzes um etwa sieben Prozent auf gut 1,1 Milliarden Euro und auch ein besseres Ergebnis vor Steuern als im Vorjahr realisieren können. Beim erwarteten Ergebnis schließen wir die Ausschüttung einer Dividende nicht aus.«

An der angekündigten Absicht, neben dem Kerngeschäft mit innovativer Drucktechnik ein weiteres Geschäftsfeld zu erschließen, hält KBA fest. »Leider dauert dies deutlich länger als von mir ursprünglich erwartet und prognostiziert«, bedauert Helge Hansen. »Nicht alles, was sich zunächst als interessant, aussichtsreich und relativ schnell realisierbar darstellt, hält am Ende einer intensiveren Prüfung stand.«

➤ [www.kba.com](http://www.kba.com)



## Zusammenarbeit im Inkjet-Digitaldruck

### MANROLAND UND OCÉ: WELTWEITE STRATEGISCHE ALLIANZ

Inkjetproduktionssysteme werden zunehmend als Ergänzung zum Offsetdruck für Kleinauflagen und Just-in-time-Produktionen eingesetzt: Sie bieten Kostenvorteile und kurze Durchlaufzeiten. Anwendungen sind etwa Bücher, Werbebeilagen, Kataloge oder Broschüren (siehe auch den Beitrag auf Seite 28). Der dadurch entstandene Wettbewerb des Digitaldrucks hat die drei großen deutschen Druckmaschinenhersteller dazu bewogen, Kooperationen im Digitaldruck zu suchen. Doch während KBA und Heidelberg offenbar noch auf der Suche sind, hat manroland nun Nägel mit Köpfen gemacht.

Ab 2011 werden manroland und Océ im Bereich von Digitaldrucklösungen eine globale Zusammenarbeit eingehen und Lösungen samt Beratung, Systemen, Serviceleistungen und Materialien aus einer Hand anbieten. Den Hauptnutzen sehen die kooperierenden Unternehmen für die Druckbetriebe: Bisher seien Druckereien gezwungen gewesen, verschiedenen Technologien in Eigenregie zusammenzustellen, wodurch keine technologisch oder wirtschaftlich idealen Lösungen möglich gewesen seien. Die Betriebe könnten nunmehr nach gemeinsamer Beratung von manroland und Océ die für ihr Unternehmen richtige Technologie- und Workflowlösung auswählen.

Allerdings ziehen auch Océ und manroland Vorteile aus der Kooperation. Océ erhält Zugang zu neuen Kundensegmenten und hat so die Möglichkeit, seine Marktanteile in der grafischen Industrie auszubauen. manroland steigt (wieder) in den Digitaldruck ein und kann schrittweise eigene Kompetenz im digitalen Druck aufbauen. Auf Anfrage bestätigte manroland, dass auch eigenes Know-how aus dem Rotationsbereich in die Kooperation einfließen werde und zum Beispiel Komponenten wie Falzmaschinen bauen wird.



»Mit dieser Kooperation erschließen wir uns einen vielversprechenden Wachstumsmarkt, der dicht an den Kernkompetenzen von manroland angesiedelt ist«, sagt Gerd Finkbeiner, Vorstandsvorsitzender von manroland. »Der Digitaldruck hat bereits einen nicht zu unterschätzenden Marktanteil. Das Druckvolumen im Digitaldruck wächst speziell bei kleineren Auflagen sehr dynamisch. Zahlreiche unserer Kunden investieren in Digitaldruck. Dies ist ein Schritt, um Wachstumschancen für manroland zu eröffnen und ein lukratives Geschäftsfeld zu bedienen. Denn dieser Bereich des Digitaldrucks ist ein Geschäft, das den industriellen Druck immer mehr ergänzt.«



Océ wiederum ist bei digitalen Rollendrucksystemen seit Jahrzehnten weltweit erfolgreich im unternehmensnahen Hochgeschwindigkeitstransaktionsdruck. Sebastian Landesberger, weltweit verantwortlich für den Océ-Geschäftsbereich Production in Printing, ergänzt: »Zudem sind wir im Direct-Mailing-Sektor gut positioniert. Mit den hochproduktiven Inkjetfarbdrucksystemen haben wir die Möglichkeit, unsere Marktdeckung im Offsetmarkt zu erhöhen. Die strategische Allianz mit manroland bietet für uns die ideale Voraussetzung, Océ-Inkjettechnologie auch in der grafischen Industrie zu etablieren.«

nico

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

➤ [www.oce.de](http://www.oce.de)

## Werbemarkt wächst wieder

### ZENITH OPTIMEDIA SIEHT NACHHALTIGE ERHOLUNG

Die weltweite Werbewirtschaft erholt sich langsam – wie es scheint nachhaltig. Die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia prognostiziert in ihrer Studie »Advertising Expenditure Forecast« für die nächsten drei Jahre kontinuierliches Wachstum zwischen jährlich 4,6% (2011) und 5,2% (2012 und 2013). Das Vertrauen der Werbungtreibenden werde jedoch nur langsam zurückkehren, so die Studie. Der globale Werbemarkt werde im Vergleich zum Langzeitschnitt von 6% unterdurchschnittlich wachsen und erst 2012 wieder auf das Niveau vor der

Finanz- und Wirtschaftskrise zurückkehren. Das Wachstum in Deutschland beziffert die Studie mit zwischen 2,1% und 2,9%.

Nach der Studie zeigt die Entwicklung der Mediengattungen Print abermals als Verlierer. Bis 2013 werde Werbung im Druck weitere 2% einbüßen. Weit überdurchschnittlich entwickle sich die Online-Werbung mit einem Wachstum von 48% in den nächsten drei Jahren. Deutlich zulegen werden zudem Outdoor-Werbung (18%), Kino und TV (je 19%).

➤ [www.zenithmedia.de](http://www.zenithmedia.de)



**MIS · JDF · Web2Print**  
Business Automation Systems





## HIFLEX Web2Print

Überzeugen Sie sich selbst:

## www.bestprint24.com



powered by open source

[www.hiflex.com/W2P](http://www.hiflex.com/W2P)