

KUNDENCENTER FÜR INKJET Xerox hat Anfang Juni ein neues europäisches Kundenzentrum mit dem Schwerpunkt Inkjet-Drucksysteme und -Services eröffnet. Das Impika Inkjet Innovation Centre im französischen Aubagne verfügt über einen knapp 8.500 m² großen Ausstellungsraum mit Impika Inkjet-Drucksystemen, der an die Produktionsstätten und



Forschungseinrichtungen des Unternehmens angrenzt. Im Center können Kunden und Interessenten die Inkjet-Maschinen Technologie testen. »Nach dem Erwerb von Impika im Jahr 2013 stellt die Eröffnung des Showrooms einen Meilenstein für unsere Inkjet-

Strategie dar«, erklärt Andrew Copley, Präsident Graphic Communications Operations bei Xerox. Zu den ausgestellten Produkten gehören die Impika iPrint Compact, iPrint Reference, iPrint eVolution und iPrint eXtreme sowie die iEngine 1000 und 1000L. > www.xerox.de

NACHHOLBEDARF 100 Unternehmer haben an einer Umfrage zu Strategien in der Druckindustrie teilgenommen, die der Verband Druck und Medien Bayern e. V. durchgeführt hat. Danach ist jedes achte Unternehmen völlig ohne Strategie unterwegs. Bei Dreiviertel ist die Strategie, wenn sie überhaupt existiert, nur einem Teil der handelnden Personen bekannt. Hier ist laut VDMB Nachholbedarf, auch wenn für den Mangel an Strategie zu wenig Zeit im Tagesgeschäft, geringe Veränderungsbereitschaft der Mitarbeiter, fehlende Kommunikation, geringe Ressourcen oder Wettbewerbsdruck angeführt wurden. > www.vdmb.de

FIRMENJUBILÄUM Fünf Jahre Sprintis und der abermalige Ausbau von Lager- und Bürofläche am Firmenstandort in Würzburg war für Christian und Matthias Schenk, Geschäftsführer der Sprintis GmbH & Co. KG, ein Grund zum Feiern. Am 27. Juni begrüßten sie zahlreiche Gäste und die



Belegschaft zum Tag der offenen Tür. Nach einem Rundgang durch das neue Bürogebäude und die beiden Lagerhallen mit einer Fläche von 2.500 m² wurde mit den über 200 Gästen in einer angemieteten Almhütte gefeiert. Christian Schenk war zufrieden:

»Dieser Tag war für uns etwas Besonderes. Sieht man sich an, wie wir vor einigen Jahren angefangen haben und wo wir heute stehen, können wir mit Stolz sagen, dass wir einiges richtig gemacht haben. Und wir haben noch viele Ideen, Sprintis weiter voranzubringen.« > www.sprintis.de

VERTRIEBS- UND MARKETINGAKTIVITÄTEN Ricoh Deutschland hat die bisher separaten Divisionen Sales und Marketing am 1. Juli 2014 organisatorisch zusammengeführt. Ziel sei die gemeinsame Nutzung vorhandener Ressourcen, Synergiepotenziale zu erschließen und Vertriebsaktivitäten effektiver auf Markt- und Kundenanforderungen auszurichten. Die Verantwortung dafür übernimmt Peter Tabke, der seit 1. November 2011 als Director Sales und Mitglied der Geschäftsleitung die deutsche Vertriebsorganisation leitet.

Altana beteiligt sich an Landa Digital Printing

100 Millionen Euro für Nanografie-Projekt

Seit der ersten Präsentation auf der drupa 2012, als Benny Landa mit seiner Nanografie-Maschine sein Marketing-Feuerwerk abbrannte, ist es eher ruhig geworden um die als »bahnbrechend« bezeichnete Technologie. Die Erkenntnis, das Maschinenlayout und die Architektur ändern zu müssen, sorgte wohl für die größte Verzögerung bei dem ehrgeizigen Projekt – immer wieder wurde die Auslieferung erster Maschinen verschoben. Jetzt wurde bekannt, dass sich Auslieferung von Beta-Maschinen abermals, nun auf die erste Hälfte 2015, verschiebt. In der zweiten Jahreshälfte soll dann die Auslieferung der Bogenmaschinen beginnen.

Nun teilten die Landa-Gruppe und der Spezialchemiekonzern Altana mit, dass sie eine Vereinbarung unterzeichnet haben, wonach Altana für 100 Mio. € im Wege einer Kapitalerhöhung einen Minderheitsanteil an Landa Digital Printing erwirbt. Beide Unternehmen sehen den Schritt als Finanzinvestment und den Startpunkt für eine langfristige Partnerschaft. Andere Geschäftsbereiche der Landa-Gruppe seien nicht Teil der Transaktion. Die von Altana eingebrachten finanziellen Mittel sollen für den nächsten (>den letzten«, wie es in der Mitteilung heißt) Entwicklungsschritt der Nanography-Technologie verwendet werden.

Konkret soll das Geld in den Bau und Produktionsstart der von Landa entwickelten Nanographic Printing Druckmaschinen fließen sowie in den Aufbau von Produktionskapazitäten für die zugehörigen Nanoinks in Israel. Altana will als Entwicklungspartner die Erfahrungen aus der Druckindustrie seiner Geschäftsbereiche BYK Additives & Instruments, Eckart Effect Pigments und Actega Coatings & Sealants einbringen.

»Wir freuen uns, diese strategische Partnerschaft mit Benny Landa einzugehen. In Sachen Innovation sprechen wir dieselbe Sprache«,



wird **Dr. Matthias L. Wolfgruber**, Vorstandsvorsitzender der Altana AG, in einer Unternehmensmeldung zitiert.

»Ich bin zuversichtlich, dass wir damit in eine Technologie investieren, die auch unseren Kunden helfen kann, sich erfolgreich für die Zukunft aufzustellen.«



Benny Landa, Inhaber und Geschäftsführer der Landa-Gruppe, sieht in der Verbindung mit der Altana-Gruppe

einen entscheidenden Meilenstein für sein Unternehmen und »einen Vertrauensbeweis für unser Bestreben, Digitaldruck für den Verpackungs- und kommerziellen Druck nutzbar zu machen. Altana bringt wertvolle Erfahrungen in diesen Märkten und im Betrieb weltweiter Produktionsstätten mit, die wir im Zuge der Ausweitung unserer globalen Präsenz gerne nutzen.«

Von den zur drupa 2012 genannten Kooperationspartnern aus dem Kreis der Druckmaschinenbauer dürfte indes nur noch Komori übrig geblieben sein. Sowohl bei Heidelberg als auch bei manroland Sheetfed übt man sich in Zurückhaltung bezüglich der Partnerschaft. Landa selbst äußerte sich in einem Gespräch mit der österreichischen Fachzeitschrift 4c: »Wir konzentrieren uns auf Komori.« Der japanische Druckmaschinenbauer wird gemäß einer Vereinbarung vom November 2013 die Hardware der Maschine liefern.

nico