



MAN Roland STARKER START INS JAHR 2006

Die MAN AG und Allianz Capital Partners (ACP) haben die Verträge zur Veräußerung der MAN Roland Druckmaschinen AG an ein gemeinsames Beteiligungsunternehmen abgeschlossen. Dem Geschäft liegt ein Unternehmenswert der MAN Roland Gruppe von rund 856 Mio. € zugrunde. Das Beteiligungsunternehmen, an dem MAN zu 35% und ACP zu 65% beteiligt sind, übernimmt mit den Aktien der MAN Roland Druckmaschinen AG den gesamten Geschäftsbetrieb.

Gleichzeitig meldet MAN Roland einen starken Start ins neue Geschäftsjahr 2006. Gegenüber dem Vorjahr verbesserte MAN Roland das operative Ergebnis im 1. Quartal 2006 um 30 Mio. € auf 14 Mio. € (Vorjahr -16 Mio. €). Bei den zuletzt defizitären Bogenmaschinen führten Umsatzsteigerung, niedrigere Kosten sowie eine deutlich höhere Produktivität zu einer Ergebnisverbesserung um 26 Mio. €. Damit erreichte der Geschäftsbereich Bogen bereits im 1. Quartal 2006 den Break-even-Point. Durch die gute Auslastung und den höheren Umsatz stieg auch das Ergebnis im Rollenbereich auf 14 Mio. € (Vorjahr 10 Mio. €).

➤ www.man-roland.de

Fujifilm KÜNFTIG MIT NEUER STRUKTUR

Ende April veröffentlichte die Fuji Photo Film Co. Ltd. den Jahresabschluss für das am 31. März 2006 abgelaufene Finanzjahr. Danach wurde auf weltweiter Basis ein Umsatz von 18,65 Mrd. € erzielt, ein Zuwachs von 5,5% im Vergleich zum Vorjahr. Gleichzeitig kündigte Fujifilm an, dem Konzern ab 1. Oktober 2006 eine Holdingstruktur zu geben. ➤ www.fujifilm.de

Papierfabrik Scheufelen AUSZEICHNUNGEN

Die aufwändig veredelten und in zeitgemäßes Design eingebetteten Reproduktionen von Chromolithographien des frühen 19. Jahrhunderts haben die Jury des wohl größten Kreativ-Wettbewerbs überzeugt: Der Scheufelen-Wandkalender 2006 erhält einen silbernen Nagel und einen »Sonderpreis für herausragende Gestaltung und Produktion« vom Art Directors Club aus Berlin. (Druckmarkt hatte den Kalender in seiner April-Ausgabe bereits umfassend vorgestellt.) Das zum 150. Firmenjubiläum im Jahre 2005 publizierte Jubiläumsbuch des Lenninger Familienunternehmens erhält zudem den begehrten Kreativ-Preis in Bronze für Typographie. Die vom ADC prämierten Objekte wurden beide von der Hausagentur der Papierfabrik Scheufelen, Strichpunkt, Stuttgart, gestaltet. ➤ www.scheufelen.de



Canon BUSINESS CENTER SVIZZERA ITALIA

Am 1. April hat die Canon (Schweiz) AG den bisher für den Vertrieb von Canon Business Produkten im Tessin verantwortlichen Vertreter Sabbioni Office SA mit 12 Mitarbeitern übernommen. Ziel der Akquise ist der direkte Zugang zum Tessin und die verstärkte lokale Präsenz. Damit bietet Canon den Kunden ein flächendeckendes Netz an Business Centern in der Schweiz an. ➤ www.canon.ch

Koenig & Bauer AG akquiriert erneut im Spezialdruckbereich

KBA-Tochter Bauer+Kunzi will Blechdruckspezialisten LTG-Mailänder übernehmen

Die seit 1974 im Blechdruck tätige Bauer+Kunzi GmbH in Ditzingen bei Stuttgart, seit 2003 eine KBA-Tochtergesellschaft, will die Stuttgarter LTG Print Systems Holding GmbH inklusive ihrer Tochtergesellschaft LTG-Mailänder übernehmen.



Blechverpackungen sind weiter im Trend, zunehmend auch bei Premiumprodukten, die in aufwändig gestalteten Blechdosen auf den Markt kommen.

Illustrationstiefdruck und will dies mit der neu entstehenden Gesellschaft künftig auch im Blechdruck sein.

Tradition seit 1924

Die Ursprünge des Stuttgarter Unternehmens LTG-Mailänder gehen bis ins Jahr 1924 zurück, als Dr. Albert Klein die Cärrier Lufttechnische Gesellschaft als Hersteller von Klimaanlagen gründete. Der Einstieg in den Blechdruck erfolgte mit dem ersten Blechtafelrockner für die Herstellung der blauen Nivea Cremedose im Jahre 1932. 1994 fusionierte die LTG mit der Druckmaschinenfabrik Mailänder, einem Lieferanten von Druck- und Lackierlinien. 1998 wurde das Unternehmen in LTG-Mailänder GmbH umbenannt.

Die KBA-Tochter Bauer+Kunzi vor den Toren Stuttgarts hat 2005 mit ca. 50 Mitarbeitern einen Umsatz von 28 Mio. € erzielt. Bauer+Kunzi setzt für

ihre Metalstar-Blechdruckanlagen seit zwölf Jahren großformatige Bogenoffset-Druckeinheiten aus dem KBA-Werk in Radebeul bei Dresden und Anleger von KBA-Mödling in Österreich ein, bezieht notwendige Zusatzaggregate aber extern.

90 Mio. Euro Umsatzziel

Die neu entstehende Gesellschaft wird den kompletten Service vom Entwurf bis zur bedruckten und gestapelten Blechtafel inklusive aller für den Blechdruck notwendigen technischen Einrichtungen aus einer Hand anbieten. Sie soll mit etwa 350 Mitarbeitern über 90 Mio. € umsetzen. Durch die über LTG-Mailänder hinzugewonnene Kompetenz im Bereich Materialhandling und Abluftreinigung sieht KBA auch mögliche Synergien mit dem im wachsenden Verpackungsmarkt sehr gut positionierten KBA-Segment Bogenoffsetdruckmaschinen in Radebeul bei Dresden.

➤ www.bauer-kunzi.com
➤ www.ltg-mailaender.de
➤ www.kba-print.de

KBA-Geschäftsjahr 2005

WACHSTUM UND BESSERES ERGEBNIS

Durch eine starke Nachfrage auch in Deutschland konnte die Koenig & Bauer-Gruppe ihren Umsatz 2005 um 13,9% auf 1.621 Mio. € steigern und das Ergebnis mit 33,3 Mio. € signifikant verbessern. Der in Radebeul bei Dresden angesiedelte Geschäftsbereich Bogenoffsetmaschinen steigerte seinen Umsatz um 14,2 % auf 817,6 Mio. € und erreicht damit inzwischen die Hälfte des KBA-Umsatzes. Im Segment Rollen- und Sondermaschinen wuchs der Umsatz um 13,7% auf 803,4 Mio. € und der Auftragseingang gar um 33,7% auf 939,4 Mio. €. Im Konzern lag der Auftragsbestand mit 1.040,9 Mio. € Ende 2005 um knapp 150 Mio. € über dem Vorjahreswert und sichert eine gute Auslastung der KBA-Werke weit in das laufende Geschäftsjahr hinein.

➤ www.kba-print.de

Arjowiggins

EXKLUSIV-VERTRIEB FÜR THIBIERGE & COMAR

Arjowiggins übernimmt den Exklusiv-Vertrieb für die Papiere

von Thibierge & Comar. Zugleich tritt der Papierdesigner Emeric Thibierge in die Firmengruppe als künstlerischer Leiter ein. Die Gruppe habe den Posten geschaffen, um das eigene Kreativpotenzial zu erhöhen, erklärte Arjowiggins-Präsident Charles Dehelly. Thibierge & Comar beschäftigt ein Team von 15 Mitarbeitern,



lässt die Papiere von Partnern herstellen und vertreibt seine Produkte in 40 Ländern. Dabei erzielt T&C einen Jahresumsatz von rund 6 Mio. €. Zum Sortiment zählen ausgefallene Papiersorten wie das gefärbte Transparentpapier Chromatico oder Evanescent mit Gold- und Perlmutterglanz. Die erste, 1992 auf den Markt gebrachte

Sorte, Mineralis, weist einen marbrierten Effekt auf, das Papier Canevas besitzt eine durch Filzabdruck erzielte Fischgratkörnung. Eine weitere Sorte mit dem Namen Dentelle ist eine Mischung aus Spitzen und verschlungenem Gewebe.

➤ www.arjowiggins.com

Heidelberg Jahresabschluss ERTRAGSKRAFT WEITER GESTEIGERT

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat im Geschäftsjahr 2005/2006 (1. April 2005 bis 31. März 2006) bei Umsatz und Ertrag deutlich zugelegt. »Der Aufschwung hat sich im vergangenen Jahr stabilisiert«, sagte Heidelberg-Chef Bernhard Schreier. »Davon haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr profitiert. Für das laufende Geschäftsjahr gehen wir davon aus, dass der positive Trend anhält.« Der Umsatz der Heidelberg-Gruppe stieg um 12% auf 3,586 Mrd. € (Vorjahr: 3,207 Mrd. €). Allein im vierten Quartal stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um rund 18% auf 1,149 Mrd. €. Zudem konnte das 18.716 Mitarbeiter zählende Unternehmen das Er-

gebnis mit 277 Mio. € im Vergleich zum Vorjahr um 31% steigern. Der Jahresüberschuss wurde mit 135 Mio. € im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt.

➤ www.heidelberg.com

Internet

WERBUNG IM WEB LEGT DEUTLICH ZU

Der Umsatz der Internet-Werbung in den USA ist innerhalb von drei Monaten um 38% im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Grund für den Anstieg seien zusätzliche Werbeausgaben von Unternehmen. Im letzten Jahr lag der Gesamtumsatz an Online-Werbung bei 12,5 Mrd. \$ in den USA,

1997 war es gerade einmal 1 Mrd. \$.

Mehr und mehr Anzeigenkunden erkennen die Effekte des Mediums. So wird in England dieses Jahr vermutlich mehr Geld für Werbung im Internet ausgegeben als in den nationalen Tageszeitungen. 13,3% aller Werbeausgaben fließen nach einer Studie in die Online-Werbung, 13,2% der Werbeetats in Anzeigen bei der Tagespresse. Und auch in Deutschland ist der Markt der Internet-Angebote laut ZAW im Jahr 2005 um 22,5% gestiegen



ASW START EINER MEDIAAGENTUR

Die ASW Allianz Schweizer Werbeagenturen startete im Mai 2006 mit einer eigenen Mediaagentur. ASW MEDIA ist allerdings keine Mediaagentur im herkömmlichen Sinn mit komplett neuer Infrastruktur und laufenden Fixkosten, denn operativ wird ASW MEDIA von der m&m media agentur ag im zürcherischen Glattbrugg betreut. Mit ASW MEDIA planen und streuen ASW-Agenturen in Zukunft auf Basis eines jährlichen Einkaufsvolumens in der Größenordnung von rund CHF 160 Mio. allein in der Schweiz. ASW-Agenturen erhalten auf einen Schlag direkten Zugang zu neun europäischen und drei außereuropäischen Medienmärkten. Mit ASW Media ist es der Allianz Schweizer Werbeagenturen gelungen, ein attraktives Leistungspaket zu schnüren. Neben den Kostenvorteilen beim Einkaufen von Medienraum erhalten die ASW-Agenturen auch Zugang zu Mediawissen sowie zu jahrelangen Erfahrungen auf ausländischen Märkten. Dies wurde deshalb notwendig, da immer mehr Werbeauftraggeber die Vorteile einer inhabergeführten Agentur entdecken und ihre Mediabudgets hervorragend betreut wissen möchten. ➤ www.asw.ch

Vordrucke BARTSCH-PRODUKTE AUS ST. GALLEN

Die Bartsch-Gruppe zählt zu den großen Endlosdruckereien in Europa. Von Ottobrunn aus werden weltweit Fluggesellschaften mit Tickets und Sicherheitsvordrucken versorgt. Rund 170 Airlines gehören zum Kundenkreis. Neu ist die Entwicklung von Bag Tags mit RFID-Transponder. Daneben bietet Bartsch Digitaldruck, Ausweiskarten und Label für die Versandlogistik. Alle Produkte werden nun auch in der Schweiz angeboten. Das Unternehmen hat dazu in St. Gallen eine Tochtergesellschaft gegründet.

➤ www.bartsch-printandmore.ch

Agfa DRUCKPLATTENWERK WIRD GESCHLOSSEN

Agfa plant den Druckplatten-Produktionsbetrieb von Lastra im italienischen Sulmona zu schließen. Die Absicht zur Schließung des Werks, in dem ausschließlich positive analoge Offsetdruckplatten hergestellt werden, ist eine Folge der rückläufigen Nachfrage nach derartigen Druckplatten und der schnellen Umstellung auf digitale Druckplattensysteme. Nach Prüfung der Möglichkeiten zur Fortführung des Betriebs hat Agfa Graphics die 121 Mitarbeiter darüber informiert, dass die Produktion an den Lastra-Standort in Manerbio in Italien verlagert wird. ➤ www.agfa.com

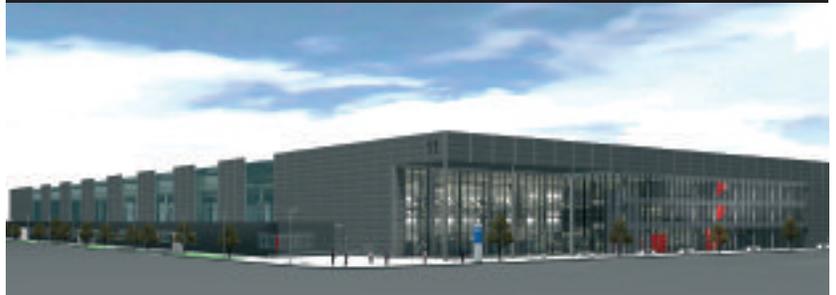
LCD-Beschichtungen AUSBAU DER PRODUKTION

Der Weltmarkt für LCD-Displays wächst schneller als erwartet. Die Gesamtfläche jährlich produzierter LCD-Bildschirmen soll in den nächsten drei Jahren um das zweieinhalbfache steigen. Fujifilm wird daher die Produktion für LCD-Beschichtungen weiter erhöhen. Hierzu werden insgesamt 786 Mio. Euro in den Ausbau der bestehenden Produktion investiert. ➤ www.fujifilm.com

Dialogmarketing nimmt zu WACHSTUMSPUS VON 13,7%

Der Markt für Werbeaufwendungen in Deutschland wächst. Nach einer Studie von Nielsen Media Research investierten Werbetreibende 2,96 Mio. € im vergangenen Jahr in Mailings. Im Vergleich zu 2004 entspricht dies einem Plus von 13,7%. Im Online-Bereich betrug die Wachstumsrate 30%. Die Briefpost verzeichnete ein Plus von 16,3% mit 165 Mio. €. Auch die persönliche Ansprache erhält bei Mailings eine immer größere Bedeutung. Dementsprechend stiegen die Ausgaben für adressierte Werbesendungen um 14,8% gegenüber dem Vorjahr.

SPATENSTICH FÜR NEUE HEIDELBERG-MONTAGEHALLE IN WIESLOCH



Gemeinsam mit dem Ministerpräsidenten des Landes Baden-Württemberg, Günther H. Oettinger, und prominenten Gästen beging die Heidelberger Druckmaschinen AG am 15. Mai 2006 den ersten Spatenstich für ihre neue Montagehalle 11 am Standort Wiesloch. In der mit einer Größe von 35.000 m² geplanten Halle (das entspricht fast fünf Fußballfeldern) wird das Unternehmen seine neue großformatige Druckmaschinengeneration montieren.

Vor rund einem halben Jahr hatte Heidelberg bekannt gegeben, mit den großformatigen Druckmaschinen Speedmaster XL 142 und Speedmaster XL 162 seine bestehende Maschinenreihen nach oben zu ergänzen. Die neuen Maschinen werden ein doppelt so großes Papierformat wie die bisherigen Druckmaschinen von Heidelberg bedrucken und können 40 DIN A4-Seiten auf Vorder- und Rückseite eines Bogens produzieren. »Wir wollen mit den neuen Formatklassen zusätzliche Märkte erschließen und vor allem unser Engagement im Verpackungsdruck ausbauen«, erklärte Dr. Jürgen Rautert, Technikvorstand von Heidelberg. Heidelberg plant, die neuen Formatklassen zur drupa 2008 in Düsseldorf vorzustellen.

Dafür investiert Heidelberg rund 45 Mio. € und tätigt damit die bedeutendste Investition am Standort Wiesloch seit zehn Jahren. »Nur in Wiesloch können wir mit bestausgebildeten Mitarbeitern und innovativen Produktionsprozessen diese Präzisionsmaschinen bauen«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg. Der Bau der Halle 11 soll bis Juni 2007 abgeschlossen sein. Der Montagestart ist für September 2007 geplant – zum 50-jährigen Jubiläum des Standortes Wiesloch. Die heute größte und modernste Druckmaschinenfabrik der Welt wurde 1957 eingeweiht. ➤ www.heidelberg.com



Auf der hier schraffierten Fläche entsteht die neue Halle 11 der Heidelberger Druckmaschinen AG am Standort Wiesloch.

In der Halle 11 (Bild oben in der Animation) werden modernste Konzepte für Logistik und Produktion von Druckmaschinen realisiert. Dabei entspricht die Architektur der Halle 11 den in Wiesloch produzierten Produkten: Die gesamte Halle ist wie eine Druckmaschine gestaltet – mit Anleger, Druckwerken und Papierausleger.