

**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 Herstellern 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 Siegwirk 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

**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 A, CH, D (Bayern), 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 Mrd. 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 KÜNDIGEN WELTWEITE STRATEGISCHE ALLIANZ AN**

Der Digitaldruck und insbesondere Inkjet-Produktionssysteme werden zunehmend als Ergänzung zum Offsetdruck für Kleinauflagen und Just-in-time-Produktionen eingesetzt, da sie Kostenvorteile bieten und in Verbindung mit entsprechender Weiterverarbeitung kurze Durchlaufzeiten ermöglichen. Anwendungen sind etwa Bücher, Werbebeilagen, Kataloge oder Broschüren (siehe auch unseren Beitrag auf Seite XY). Der dadurch entstandene und weiter wachsende Wettbewerb 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 eine globale Zusammenarbeit im Bereich dieser Digitaldrucklösungen eingehen und Digitaldrucklösungen samt Beratung, Systemen, Serviceleistungen und Materialien für die grafische Industrie aus einer Hand anbieten. Den Hauptnutzen sehen die kooperierenden Unternehmen für die Druckbetriebe: Bisher seien Druckereien gezwungen gewesen, die verschiedenen Technologien in Eigenregie zusammenzustellen, wodurch keine technologisch und wirtschaftlich idealen Lösungen möglich gewesen seien. Diese könnten nunmehr nach gemeinsamer Beratung von manroland und Océ die für ihr Unternehmen richtige Technologie- und Workflowlösung auswählen.

Auf Anfrage bestätigte die manroland-Preseabteilung, dass manroland auch eigenes Know-how aus dem Rotationsbereich in die Kooperation einfließen lassen wird und zum Beispiel Komponenten wie Falzmaschinen bauen wird.

So ziehen Océ und manroland Vorteile aus der Kooperation. manroland steigt (wieder) in den Digitaldruck ein und kann schrittweise eigene Kompetenz im digitalen Druck aufbauen. Océ erhält Zugang zu neuen Kundensegmenten und hat so die Möglichkeit, seine Marktanteile in der grafischen Industrie auszubauen.



»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 erfolg-



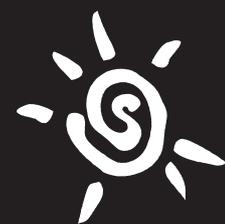
reich im unternehmensnahen Hochgeschwindigkeitstransaktionsdruck. Sebastian Landesberger, weltweit verantwortlich für den Océ-Geschäftsbereich Production in Printing, ergänzt: »Zudem sind wir im Direct-Mailing-Sektor gut positioniert. Mit den hochproduktiven Inkjetfarbdrucksystemen haben wir die Möglichkeit, unsere Marktabdeckung 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)

## GEGENDARSTELLUNG »ZUSEHENDS EIGENARTIGER«

In meinem offenen Brief an den Viscom Präsidenten Peter Edelmann im Druckmarkt Nr. 54 habe ich auf den ausbleibenden Erfolg des swissPSO und die vollmundige publizistische Begleitung hingewiesen. Zu zitierten Äusserungen Beat Kneubühlers in der Fachzeit Viscom habe ich folgenden Satz geschrieben: »Beat Kneubühlers überschwängliche Viscom-Botschaften lassen sich aus heutiger Sicht als PR-Gekläff abtun.« Peter Edelmann mischt in seiner Entgegnung das Thema »swissPSO-Lapsus im Geschäftsbericht« ein und schreibt wörtlich: »Diesen Lapsus zum Anlass zu nehmen, den ganzen Geschäftsbericht als »PR-Gekläff« abzutun (...) grenzt schon sehr nahe an Ehrverletzung.« Das ist eine unwahre Unterstellung, denn der Begriff »PR-Gekläff« wurde in meinem offenen Brief ganz klar der swissPSO-Berichterstattung zugeordnet und hat mit dem Geschäftsbericht nichts zu tun. **Ralf Turtschi**



**webbasierte Zeiterfassung**  
www.spyderlink.ch