



**Gämmerler AG
INSOLVENZVERFAHREN
EINGELEITET**

Der Hersteller von Systemen für die Druckweiterverarbeitung im Rotationsbereich hat aufgrund einer drohenden Zahlungsunfähigkeit Insolvenz angemeldet. Grund seien Altlasten, die zu einem Ansteigen der Verbindlichkeiten geführt hätten. Der Betrieb im bayerischen Gelting läuft aber weiter.

**Atlantic Zeiser und Hugo Beck
TECHNOLOGIEPARTNERSCHAFT
GESCHLOSSEN**

Atlantic Zeiser und Hugo Beck haben eine Technologie-Partnerschaft für die Mailinglösung Versamail geschlossen. Hugo Beck ist Entwicklungs- und Produktionspartner für das Weiterverarbeitungs- und Versandsystem von Atlantic Zeiser, das sich zur Kartenpersonalisierung bei hohen Geschwindigkeiten eignet.

**Nilpeter
BESSERES GESCHÄFTSKLIMA
FÖRDERT INVESTITIONEN**

Die Nilpeter A/S hat ihre Verkäufe im zweistelligen Bereich gegenüber dem Vorjahr gesteigert, berichtet der dänische Hersteller von Druckmaschinen für den Narrow-Web-Markt. Die Entwicklung sei auf die Besserung der wirtschaftlichen Lage zurückzuführen, wovon Etikettenhersteller und Druckmaschinenanbieter profitieren konnten.

**DOXNET
NETWORK BEGRÜSST
DAS 600. MITGLIED**

Doxnet, der europäische Fachverband für Dokumentenprofis, bezeichnet weiterhin Wachstum. Der Verband hat erneut zugelegt und ist auf aktuell 630 Personen gewachsen. Anlässlich der 13. Doxnet Fachkonferenz im Juni begrüßte der Vorstand mit der Mondi Uncoated Fine Paper Sales GmbH aus Wien das 600. Mitglied.

**13% mehr Aufträge
AUFTRAGEINGANG VON
MANROLAND GEWACHSEN**

Im ersten Halbjahr 2011 verzeichnete manroland ein Auftragsplus von 13%. Bei einer Veranstaltung des Internationalen Clubs Frankfurter Wirtschaftsjournalisten erklärte manroland-Vorstandschef **Gerd Finkbeiner**, Ziel des Unternehmens sei es, für dieses Jahr wieder die Milliarden-Umsatzmarke zu erreichen. 2010 war der Umsatz auf 942 Mio. € abgesackt, nachdem manroland 2006 noch gut 2 Mrd. € umsetzte. Nach einem Bericht der Frankfurter Allgemeinen Zeitung ist der Auftragszugang des Druckmaschinenherstellers entsprechend dem Auftragsplus von 13% auf 520 Mio. € gewachsen. Laut Vorstandschef Gerd Finkbeiner sei das Unternehmen auf einem guten Weg, in diesem Jahr ein ausgeglichenes Ergebnis ausweisen zu können.



klärte manroland-Vorstandschef **Gerd Finkbeiner**, Ziel des Unternehmens sei es, für dieses Jahr wieder die Milliarden-Umsatzmarke zu erreichen. 2010 war der Umsatz auf 942 Mio. € abgesackt, nachdem manroland 2006 noch gut 2 Mrd. € umsetzte. Nach einem Bericht der Frankfurter Allgemeinen Zeitung ist der Auftragszugang des Druckmaschinenherstellers entsprechend dem Auftragsplus von 13% auf 520 Mio. € gewachsen. Laut Vorstandschef Gerd Finkbeiner sei das Unternehmen auf einem guten Weg, in diesem Jahr ein ausgeglichenes Ergebnis ausweisen zu können.

➤ www.manroland.com

**Kodak
GRAPHIC COMMUNICATIONS
GROUP WÄCHST**

Gestiegene Rohstoffpreise und Investitionen zum Ausbau des Druckergeschäfts bescherten Kodak im vergangenen Quartal einen Verlust von 179 Mio. US-\$ (125 Mio. €). Der Umsatz ließ vor allem wegen der Schwäche beim traditionellen Fotogeschäft um 5% auf 1,48 Mrd. \$ nach, geht aus einer Kodak-Mitteilung hervor. Die Graphic Communications Group mit Produkten wie Digitaldrucksystemen, Software, Druckplatten etc. steigerte ihren Umsatz zwar um 4% auf 685 Mio. \$, schrieb allerdings einen Verlust von 45 Mio. \$, der durch die Einführung neuer Inkjet-Lösungen und steigende Rohstoffkosten verursacht sei.

Die Bilanzphänomene seien typisch für ein Unternehmen, das sich im



Wandel befinde, erklärte Kodak-Chef **Antonio Perez**. Im Vergleich zur gesamten Branche habe Kodak ein eindrucksvolles Quartalsergebnis abgeliefert. Im kommenden Jahr werde Kodak wieder schwarze Zahlen schreiben. Für 2011 geht Kodak von einem Umsatz zwischen 6,4 Mrd. \$ und 6,7 Mrd. \$ (etwa 4,5 Mrd. €) aus.

➤ www.kodak.com

Heidelberger Druckmaschinen

**UMSATZ STABIL, ERGEBNIS BESSER,
AUSBLICK VERHALTEN**

Wie wir bereits berichtet haben, hat Heidelberg im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2011/2012 vom 1. April bis 30. Juni 2011 den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr stabil gehalten und das Ergebnis verbessert. Es ist jedoch immer noch negativ. In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres erzielte Heidelberg einen Umsatz von 544 Mio. € (Vorjahr 563 Mio. €) und bleibt damit hinter den eigenen Erwartungen zurück.

Der Ausblick für den Rest des Geschäftsjahres scheint daher von einer gewissen Vorsicht geprägt. »Wir beobachten die aktuellen konjunkturellen Entwicklungen in der Welt sehr genau«, sagt der Vorstands-



vorsitzende des Konzerns, **Bernhard Schreier**. Die globalen Konjunktur- und Marktrisiken seien nach wie vor hoch,

insgesamt hätten sie in den vergangenen Tagen noch einmal deutlich zugenommen. Die Verschärfung der Schuldenkrise einiger europäischer Staaten und der USA sowie die jüngsten Verwerfungen an den internationalen Finanzmärkten

könnten die gesamtwirtschaftliche Dynamik bremsen und sich negativ auf das Investitionsverhalten auswirken. Dennoch strebt Heidelberg im Geschäftsjahr 2011/2012 auf Basis eines höheren operativen Ergebnisses und eines geringeren Finanzierungsaufwands ein ausgeglichenes Vorsteuerergebnis an: Vorausgesetzt, die Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der Branche verläuft nach wie vor stabil, teilt Heidelberg mit.

Das weltweite Druckvolumen sei weiterhin stabil und werde Investitionen in Produktionsmittel erfordern. Das mittelfristige Umsatzziel, das Heidelberg in den kommenden zwei bis drei Jahren anstrebt, liegt dabei bei über 3 Mrd. € jährlich. Bei einer stabilen Entwicklung glaubt Heidelberg, sich diesem Ziel in den nächsten zwei Jahren schrittweise nähern zu können – der Umsatzzuwachs im kommenden Jahr sollte durch die drupa 2012 und die weitere Erholung der Druckindustrie größer als im laufenden Geschäftsjahr ausfallen.

➤ www.heidelberg.com

Halbjahresbericht der Koenig & Bauer-Gruppe

**UMSATZ UND ERGEBNIS GEGENÜBER
VORJAHR VERBESSERT**

Durch das starke Asien-Geschäft und gestiegene Investitionen in Deutschland und anderen Ländern Europas verbuchte KBA im ersten Halbjahr 2011 ein Bestellvolumen von 682,9 Mio. €. Nach Angaben von KBA wurde der Vorjahreswert damit leicht übertroffen. Der Konzernumsatz lag mit 509,7 Mio. € um 7,7% über dem Vorjahr, der Auftragsbestand habe den Vorjahreswert mit 614,0 Mio. € um 13,5% übertroffen und liege über dem Branchentrend.

Umsatzzuwachs und Kosteneinsparungen aus dem seit 2009 laufenden Konsolidierungsprogramm (so soll die Beschäftigtenzahl von jetzt 6.371 auf unter 6.000 sinken) führten zu einer Verbesserung des Betriebsergebnisses von -18,9 Mio. € auf -7,3 Mio. €, berichtet KBA. Bei dem Ergebnis von -3,7 Mio. € verbesserte sich das zur Jahresmitte noch negative Vorsteuerergebnis gegenüber 2010 um die Hälfte auf -11,0 Mio. €. Die Ergebnisentwicklung sei jedoch von höheren Löhnen, den Folgen des Streiks im Werk Frankenthal und hohen Vorlaufkosten für geplante Produktneuheiten zur drupa 2012 belastet. Im zweiten Halbjahr erwartet das Management jedoch eine signifikante Verbesserung.

Der Umsatz im Bogensegment legte laut Halbjahresbericht gegenüber dem Vorjahr

um 29,6% auf 258,2 Mio. € zu, wogegen die Erlöse bei Rotationen mit 251,5 Mio. € um 8,2% unter dem Vorjahreswert liegen. Zum Halbjahresende standen bei Bogenoffsetmaschinen 9,2% und bei Rotations- und Sonderanlagen 15,9% mehr Aufträge in den Büchern. Bei dem um rund 15% höheren Inlandsumsatz reduzierte sich die Exportquote auf 85,3%.



Im Halbjahresbericht weist der KBA-Vorstandsvorsitzende **Helge Hansen** darauf hin, dass die Ausrichtung auf die veränderten Marktperspektiven gut vorangekommen sei. Es gebe jedoch noch einige Aufgaben zu lösen. Der Vorstand hält trotz des instabiler gewordenen wirtschaftlichen Umfeldes an seinen Zielen für 2011 fest. Diese beinhalten ein einstelliges Umsatzwachstum und eine moderate Verbesserung des Konzernergebnisses. Bei seiner Prognose setzt das Management allerdings voraus, dass sich aufgrund der aktuellen Turbulenzen an den Finanzmärkten die Lage der Weltwirtschaft und das Investitionsverhalten der Branche nicht über das Bekannte hinaus verschlechtern.

➤ www.kba.com

Quark**ÜBERNAHME DURCH EIN INVESTMENT-
UNTERNEHMEN**

Der Softwarehersteller Quark, Anbieter professioneller Design- und Publishing-Lösungen, wurde von der Investmentfirma Platinum Equity gekauft. Die 1981 gegründete Softwareschmiede Quark gehörte seit dem Jahr 2000 mehrheitlich der Familie Ebrahimi. Fred Ebrahimi war 1986 als CEO zu Quark gekommen und hatte später Firmenanteile der beiden Gründer Mark Pope und Tim Gill übernommen. «Quark ist eine legendäre Marke, die bei der Entstehung des Desktop-Publishings massgeblich mit-

gewirkt hat und heute Inhalte in Print und digitalen Medien zu publizieren hilft», sagt Brian Wall, Teilhaber bei Platinum. «Platinum Equity ist hervorragend positioniert, um uns im operativen Geschäft und bei Unternehmensübernahmen zu unterstüt-



zen», kommentiert **Raymond Schiavone**, seit 2006 Präsident und CEO bei Quark. Man werde sich aber weiterhin auf die Kernmärkte von Quark konzentrieren und eine Strategie definieren, die das Angebot weiter ausbaue.

➤ www.quark.com

GP QualiTrade AG
Graphic & Print Products

**Wo JUST DRAUF STEHT,
IST NORMLICHT DRIN**

offizieller Vertriebspartner
vom führenden
Normlichthersteller

Neuhofstrasse 10 • CH-8630 Rüti ZH
Telefon: 055 260 37 60 • Fax: 055 260 37 61
E-Mail: info@qualitrade.ch • www.qualitrade.ch

Fujifilm Europe**PREISERHÖHUNG FÜR DRUCKFARBEN**

Fujifilm Europe erhöht zum 1. September 2011 die Preise für Sericol- und Uvivid-Farben. Die Erhöhung wird nach Produkt und Land variieren, aber innerhalb der nachfolgenden Intervalle liegen: lösemittelhaltige Siebdruck-Farben zwischen 5% und 15%, UV-Sieb- und Flexo-Farben zwischen 3% und 8%, Emulsionen und Chemikalien zwischen 8% und 15%. Teurer werden auch Drucksaal-Chemikalien.

In den letzten Monaten seien die Kosten für viele Rohstoffe drastisch gestiegen, sodass dies erhebliche Auswirkungen auf die Herstellungskosten von Farben und Drucksaal-Chemikalien habe, teilte Fujifilm mit. 65% bis 70% der Kosten für die Farben basierten auf zugekauften Rohstoffen, die sich sprunghaft verteuert hätten. ➤ www.fujifilm.eu

webbasierte Zeiterfassung
www.spyderlink.ch

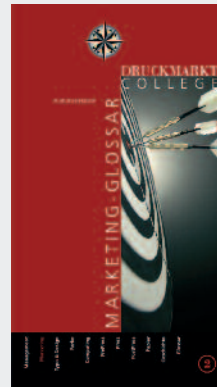


Voll TREFFER

Immer öfter hört und liest man, dass sich die Unternehmen der Druckindustrie intensiver um Kundenorientierung und Marketing bemühen müssen. Das ist leichter gesagt als getan – denn wo fängt man an und wie weit muss man gehen? Da Marketing ein extrem weites Feld ist, hat der «Druckmarkt» gemeinsam mit dem Marketing-Berater und Fachdozenten Alphonse Hauser das «Marketing-Glossar» konzipiert.

Das Glossar innerhalb der Reihe «Druckmarkt College» beschäftigt sich mit den Märkten, dem Konzept, dem Produkt-, Preis- und Distributions-Mix sowie der Mischung aus Kommunika-

tion, Werbung, Public Relations, Verkaufsförderung und nicht zuletzt dem Verkauf. Dabei ist das Werk mit zahlreichen Tabellen und aufschlussreichen Illustrationen versehen.



Das Druckmarkt-Glossar »Marketing« ist kürzlich in der Reihe »Druckmarkt College«, einer kleinen Reihe an Nachschlagewerken zu wesentlichen Themen der grafischen Industrie, der Werbe- und Design-Szene, erschienen. Sichern Sie sich Ihr Exemplar zum Preis von 29,00 € beziehungsweise CHF 39.00.

Fax: +41 44 380 53 01.

Senden Sie mir das Marketing-Glossar zum Subskriptionspreis von CHF 30,00 (incl. MwSt. plus Versandkosten).

Name

Firma

Strasse

PLZ, Ort

Datum, Unterschrift

Druckmarkt College

Marketing-Glossar

Alles wichtige zum Thema
Marketing: kompakt und
kompetent.

180 Seiten, 11,5 x 21 cm.

Preis:

29,00 € / 39.00 CHF

Zu bestellen im Internet
im Druckmarkt-Shop.

www.druckmarkt.com

UPM-Akquisition

MYLLIKOSKI-UNTERNEHMEN
ÜBERNOMMEN

UPM hat die Akquisition der Myllykoski Oyj und der Rhein Papier GmbH abgeschlossen. Die EU-Kommission hatte die Transaktion am 13. Juli 2011 genehmigt. Myllykoski und Rhein Papier betreiben sieben Werke für Publikationspapiere in Deutschland, Finnland und den USA. Deren Produktionskapazität beläuft sich auf insgesamt 2,8 Mio. Tonnen Papier pro Jahr. Der Unternehmenswert der erworbenen Gesellschaften beläuft sich auf etwa 900 Mio. €. UPM schätzt, dass die Kostensynergien voraussichtlich bei über 100 Mio. € jährlich liegen



werden. **Jussi Pesonen**, President und CEO von UPM, sieht in der Übernahme den Weg zur Marktführerschaft bei Magazinpapieren geebnet:

«Konsolidierung und Restrukturierung sind die besten Maßnahmen, um eine Verbesserung der Kosteneffizienz und Wertschöpfung beim Papier zu ermöglichen.»

► www.upm.com

Strategischer Zukauf im Verpackungsdruck

HEIDELBERG ÜBERNIMMT DIGITALDRUCK-MASCHINEN-
HERSTELLER CSAT

Heidelberg hat mit Wirkung zum 29. Juli 2011 die CSAT GmbH mit Sitz in Eggenstein bei Karlsruhe übernommen. Über den Kaufpreis wurde nichts bekannt.

CSAT ist auf die Entwicklung, Herstellung sowie Vertrieb und Service von Digitaldrucksystemen samt Verbrauchsmaterialien für die Verpackungsindustrie spezialisiert und beschäftigt rund 70 Mitarbeiter. Mit den industriellen Digitaldrucksystemen, die in Produktionslinien integriert werden können, ist CSAT nach eigenen Angaben einer der Marktführer.



Heidelberg erhält Zugriff auf Technologien und Know-how auf den Gebieten Drop-on-Demand Inkjet (DoD) und Elektrofotografie, will mit der Übernahme sein Digitaldruckangebot im Verpackungsbereich erweitern und die Kundenbasis in diesem Markt verbreitern.

»Mit der Übernahme setzen wir unsere Digitaldruckstrategie weiter fort. Analog zu den Aktivitäten im Werbedruck bauen wir das Angebot für Druck-Erzeugnisse im Verpackungs- und Etikettenbereich aus. Gleichzeitig

ist dies ein weiterer Schritt im Aufbau neuer Geschäftsfelder mit zusätzlichem Wachstumspotenzial«, erläutert Stephan Plenz, Mitglied des Vorstands und verantwortlich für die Sparte Heidelberg Equipment.

»Wir verfügen über Know-how im digitalen Druck in der Verpackungsindustrie und über eine starke Position in der Pharmaindustrie. Die Integration in die Heidelberg-Gruppe ermöglicht es, das Potenzial unserer Technologien über den bisherigen Branchenschwerpunkt hinaus auszudehnen und effizienter auszuschöpfen«, sagt Hans Mathea, bisher Eigentümer und weiterhin Geschäftsführer von CSAT. Die Aktivitäten von CSAT sollen im Heidelberg-Geschäftsfeld digitaler Verpackungsdruck gebündelt werden.

Zum CSAT-Angebot auf Basis der Trockentoner-Technologie gehört unter anderem das Drucksystem DTS 1200 mit einer Auflösung von 1.200 dpi, das in der Pharmaindustrie zum In- oder offline-Bedruck von Blisterfolien oder Beipackzetteln zum Einsatz kommt. Mit der DoD-Inkjet-Technologie ist seit zwei Jahren das ITS 600 am Markt, das mit 600 dpi Etiketten mit variablen Farbdaten bedruckt.

► www.heidelberg.com

► www.csat.de

DruckChemie

Die Quelle der
Druckqualität



DruckChemie **entwickelt, produziert, liefert und entsorgt** nahezu alle **technisch-grafischen Flüssigkeiten** und Verbrauchsmaterialien für den Druck. **Gesundheitsschonende Produkte** und das **zertifizierte**

Entsorgungsangebot bezeugen unsere Verpflichtung gegenüber Mensch und Natur. Mit **innovativen Technologien** und **umfassendem Service** tragen wir dazu bei, dass Ihre Druckerei **perfekte Ergebnisse** erzielt.

DC DruckChemie AG
Schöneich
6265 Roggliswil
Tel. 062-747 30 30
Fax 062-754 17 39
dc-schweiz@druckchemie.com
www.druckchemie.com

DRUCK CHEMIE
Print Liquids Technology