



Adobe REKORDUMSATZ IM GESCHÄFTSJAHR 2006

Adobe Systems hat seine Ergebnisse für das vierte Quartal (2. September bis 1. Dezember 2006) und das Geschäftsjahr 2006 veröffentlicht. Die Zahlen berücksichtigen die im Dezember 2005 abgeschlossene Übernahme von Macromedia und werden mit Ergebnissen des Vorjahres verglichen, die vor Abschluss der Akquisition erreicht wurden. Für das Geschäftsjahr 2006 erreichte Adobe einen Rekordumsatz von 2,575 Mrd. US-\$, im Vorjahr waren es knapp 2,0 Mrd. \$. Das entspricht einem Wachstum von 31%. Für 2007 erwartet Adobe einen Anstieg um 15%. > www.adobe.de

Burgo gliedert Marchi ein START DER BURGO GROUP

Am 1. Januar 2007 ging die Burgo Group S.p.A. durch Eingliederung der Papierfabrik Marchi S.p.A. in die Papierfabrik Burgo S.p.A. an den Start. Die Burgo Group ist Hersteller grafischer Papiere in Südeuropa und außerdem in den Bereichen Energie, Anlagentechnik, Faserrohstoffe, Sortierung und Aufbereitung von Altpapier tätig. Die neue Gruppe kann auf eine hundertjährige Geschichte zurückblicken und vereint nun ihre Kräfte, um die Herausforderungen in den Bereichen des Umweltschutzes, der Produktqualität, der Breite des Angebots, der Innovation sowie seines Dienstleistungsniveaus anzugehen. Die von der Gruppe produzierten grafischen Papiere werden unter den Marken Burgo und Marchi vertrieben, während für die Spezialpapiere die neue Marke Mosaico geschaffen wurde.

Druckchemie FUJI HUNT WIRD FUJIFILM

Mit Wirkung vom 1. Dezember 2006 heißt die Fuji Hunt Photographic Chemicals NV im belgischen Sint-Niklaas Fujifilm Europe NV. Die Umbenennung erfolgt im Zuge der Konsolidierung der europäischen Verkaufs- und Service-Aktivitäten von Fuji Hunt. Dabei wird die Produktion in einer separaten Gesellschaft konsolidiert. Fujifilm Europe NV wird zur europäischen Zentrale von Fujifilm ausgebaut, wobei Fujifilm Europe NV eng mit der Fujifilm Europe GmbH zusammenarbeiten wird im Hinblick auf Chemikalien, die mit Fujifilm-Verbrauchsmaterialien für die Medien-Produktion, Wide-Format-Inkjet-Produkte und die Drucksaalchemie benötigt werden. Vor dem Hintergrund der Produktentwicklung und -vermarktung werden Synergien bei der Organisation der Vertriebswege angestrebt, so wie es zum Beispiel schon in Deutschland, Frankreich, Italien und UK mit der Integration der Länder-Aktivitäten in Fujifilm-Schwesterunternehmen umgesetzt ist.

> www.fujihunt.com

Unisys Mediensparte VERKAUF AN ATEX

Unisys, Anbieter von IT-Dienstleistungen und -Lösungen, hat den Geschäftsbereich Unisys Media an die AteX Group Ltd. in Großbritannien verkauft. AteX ist ein Anbieter von Softwarelösungen und Services für die Verlags- und Medienindustrie. Der Verkauf ist Teil des bereits angekündigten Plans von Unisys, sich von den Bereichen zu trennen, die nicht Teil der Kernstrategie sind. Unisys geht davon aus, dass der Verkauf unter Berücksichtigung der länderspezifischen rechtlichen Anforderungen in Europa und nach Beratung mit den Arbeitnehmervertretungen im ersten Quartal 2007 abgeschlossen sein wird. Der Kaufpreis wurde nicht bekannt gegeben. > www.unisys.de



Zeitschriften-Produktion ZWEITE DICOWEB FÜR STÄMPFLI

Aufgrund der guten Erfahrungen mit der DICO-Technologie hat sich Stämpfli Publikationen in Bern erneut für eine DICOweb von MAN Roland entschieden. Die Maschine wird im Januar 2008 in Bern installiert. Im Herbst 2003 installierte MAN Roland Augsburg bei Stämpfli die erste DICOweb Heatset-Maschine (siehe Abbildung) damals eine Weltneuheit. Peter Stämpfli: »Mit einer anderen Maschine hätten wir das erzielte Wachstum in der Produktion weder wirtschaftlich noch terminlich auffangen können.« Stämpfli Publikationen wächst in der rückläufigen grafischen Branche jährlich durchschnittlich um 4%. Peter Hubacher, Leiter Verlagsleistungen und Zeitschriften bei Stämpfli: »Mit dieser weiteren Maschine werden wir unsere führende Stellung in der Herstellung von Zeitschriften in kleineren und mittleren Auflagen ausbauen können.« Wo bei er klarstellt, dass dazu nicht nur die neue Maschine, sondern ebenso die schlanken und schnellen Abläufe und vielfältigen Dienstleistungen beitragen. Stämpfli Publikationen stellt über 100 Zeitschriftentitel im Auflagenbereich von 5.000 bis 90.000 Exemplaren her und ist damit wohl der titelstärkste Zeitschriftenhersteller der Schweiz.

Auch die neue DICOweb basiert auf der bewährten DICO-Technologie, die 16 Seiten A4 vierfarbig direkt auf den 8 Druckzylindern abbildet und nach erreichter Auflage wieder

löscht. Die zweite DICOweb wird zudem einige Weiterentwicklungen aufweisen, die aufgrund der Erfahrungen mit der Pilotmaschine vorgenommen werden. Die Bahngeschwindigkeit wird 6 m/s (neu 17.200 Bogen/h) statt bisher 3,5 m/s betragen und der Trockenofen wird der höheren Bahngeschwindigkeit angepasst. Zudem werden überarbeitete Farbwerke und adaptierte Messtechnik sowie ein Rotationsfalzapparat statt dem bisherigen Taschenfalzwerk eingesetzt. Für MAN Roland ist die Bestellung von Stämpfli eine Bestätigung ihrer Investitionen in die DICO-Technologie. Paul Steidle, Vorstand Geschäftsbereich Rollenmaschinen bei MAN Roland AG, Augsburg: »Die erfolgreiche Entwicklungspartnerschaft mit Stämpfli ist der lebendige Beweis, dass sich die Investitionen von MAN Roland in neue Drucktechnologien auszahlen. Dank dieser Zusammenarbeit wird auch die neue Generation der DICOweb ihre Leistungsfähigkeit in der täglichen Produktion beweisen.« Nach einer Mitteilung von MAN Roland arbeitet das Unternehmen zurzeit daran, die DICO-Technologie auch für andere Anwendungen und Marktsegmente zugänglich zu machen.

> www.staempfli.com

> www.man-roland.de



IBM und Ricoh IBM VERKAUFT BEREICH DRUCKSYSTEME

Ricoh und IBM gaben Ende Januar 2007 die Gründung eines Joint-Ventures auf der Basis der IBM Printing Systems Division bekannt. Ricoh als global operierendes Unternehmen im Bereich digitaler Bürolösungen verstärkt damit sein Portfolio um Lösungen für den Digitaldruck. Als Bestandteil des Vertrags zwischen IBM und Ricoh wird Ricoh zunächst 51% der InfoPrint Solutions Company und im Laufe der nächsten drei Jahre schrittweise die verbleibenden 49% übernehmen, so dass das Joint Venture zu einer hundertprozentigen Tochter von Ricoh wird. Als Gegenleistung erhält IBM 725 Mio. US-Dollar. Dieser Betrag beinhaltet neben den Übernahmekosten Lizenzgebühren und Services, die von IBM bereitgestellt werden.

Das Druckergeschäft von IBM brachte im Jahr 2006 etwa 1 Mrd. \$ Umsatz. Die weltweite Zentrale der InfoPrint Solutions Company wird in Boulder, Colorado, sein, wo sich derzeit die Zentrale der IBM Printing Systems Sparte befindet. General Manager Tony Romero (im Bild hinter IBM-Vizepräsident N. Donofino und Ricoh-CEO M. Sakurai) wird das neue Unternehmen als Präsident und CEO leiten. IBM und Ricoh sind bereits seit 20 Jahren strategische Partner und haben bei einer Reihe von Entwicklungen zusammengearbeitet. Hierzu gehören Bildtechnologien und Drucksystemlösungen.

> www.ibm.com/de

Neunte Veranstaltung Canon Concerto unter dem Motto »Swingin' Berlin«

2.500 Besucher sahen eine Vielzahl neuer Produkte für grafische Anwendungen und Büro – Canon strebt Führungsposition an

Im Rahmen des Fachkongresses Canon Concerto präsentierte Canon im Herbst in Berlin neue Technologien und Produkte für Büroanwendungen und den professionellen Produktionseinsatz.

Knapp 2.500 geladene Gäste kamen zu der Hausmesse. Hauptthemen der Veranstaltung bildeten das Segment Professional Printing und die neue, europaweite Strategie »Canon ist Farbe«, mit der das Unternehmen seine Spitzenposition bei Farbdrucksystemen für den Produktionseinsatz und Büroanwendungen anstrebt.

Für die neunte Veranstaltung der Concerto-Reihe wurde das Berliner Congress Centrum in einen farbenfrohen Showroom umgebaut. Neben den Produktausstellungen zu Office-Lösungen, Datenverarbeitung und Digitaldruck fanden Workshops zu diesen Themen statt.

Richtiger Weg

Das Canon-Management zeigte sich zufrieden mit dem Verlauf des Kongresses: »2004 haben wir die Entscheidung getroffen, uns zugunsten eigener Kundenveranstaltungen

mit klaren Schwerpunkten und regionaler Ausrichtung von Handelsmessen zurückzuziehen. Die hohe Besucherzahl und die positiven Reaktionen haben uns erneut gezeigt, dass wir mit dieser Strategie den richtigen Weg eingeschlagen haben.«

Professional Printing

Die Neuheiten im Bereich des Digitaldrucks, die imagePRESS C1 und die hochvolumige imagePRESS C7000VP überzeugten durch ihre hohe Bildqualität.

Die imagePress C1 ist das erste System der nächsten Technologiegeneration bei Canon und wurde in Deutschland erstmals präsentiert. Konzipiert wurde das Gerät primär für Druckereien, Print-For-Pay, Werbeagenturen und Inhausdruckereien. In kommerziellen Druckereien eignet es sich aufgrund der Leistung von 14 Seiten A4 pro Minute für Farbe und 60 A4-Seiten je Minute für den Monochromdruck für Kleinauflagen und Print-on-Demand-Jobs.

Deutlich schneller ist die imagePress C7000VP mit einer Leistung von 70 A4-Seiten/Minute. Mit diesem Modell ist Canon auf dem Weg, in den

professionellen Digitaldruck einzusteigen. Zumal das System Papiere bis 300 g/m² bei voller Geschwindigkeit bedruckt. Die live produzierten Muster zeigten zudem eine hohe Farbkonsistenz. Beide Systeme bieten eine Reihe von neuen Technologien, die mit dem Offset-Druck vergleichbare Ergebnisse liefern. So erreichen die Modelle durch einen neu entwickelten V-Toner, einem neuen Toner-Bildübertragungsband, einer neuen Trommel und einer öl-freien Fixierungsmethode sehr hohe Qualitäten, Stabilität und Ausdruckskonsistenz. Darüber hinaus wurden zwei weitere Systeme für den Druckerei- und Werbemarkt vorgestellt: der CLC4040 und der CLC5151, beide mit einem breiten Leistungsspektrum für den Einsatz in Print-on-Demand-Umgebungen. Ausgestattet sind sie mit 4-Trommel-Systemen, die eine Druckgeschwindigkeit von bis zu 51 Seiten pro Minute erreichen.

Bei den Large-Format-Printern wurde der neue 44-Zoll-Großformatdrucker image-PROGRAF iPF8000 demonstriert. (nico)

➤ www.canon.de



hier spricht man grafisch

www.qualitrade.ch

Der Fachhändler mit dem umfassenden Angebot an grafischen Verbrauchsmaterialien.

QualiTrade AG
Graphic & Print Division

Neuhofstr. 10, 8630 Rütli
Telefon 055 260 37 60
Telefax 055 260 37 61



AVD Goldach 2007 MIT ROTOMAN UND PRINTNET

Die AVD Goldach zählt mit rund 190 Mitarbeitern heute zu den größten Druckereien der Schweiz. An der Anzahl der Titel gemessen steht die AVD sogar an der Spitze der Rangliste. Die gut 28 Millionen Zeitschriften jährlich werden im Firmengebäude in Goldach am Bodensee produziert und von dort ins In- und Ausland versandt. »Wir investieren in die Zukunft.« Dieser Slogan steht für AVD Goldach ganz oben. Um dem guten Geschäft gerecht zu werden, setzt sie auf Wachstum und vertieft die Partnerschaft zu MAN Roland durch die Anschaffung einer neuen Druckmaschine. Bereits seit 1932 sind Druckmaschinen des deutschen Herstellers aus Goldach nicht mehr wegzudenken. Neben zwei ROTOMAN-Rollenoffsetmaschinen (eine davon wegen ihres Anstrichs GOLDIMAN genannt) steht auch eine Vierfarben ROLAND 700 Bogenmaschine bei der AVD Goldach. Dieses Jahr wird die 19-jährige ROTO-

MAN C durch eine neue ROTOMAN mit printnet-Vernetzung ersetzt. Außerdem wird die GOLDIMAN mit der gleichen Farbsteuerung wie die neue ROTOMAN ausgestattet. Dies ist für die AVD Goldach ein weiterer Schritt nach vorn. Die Investition bedeutet mehr Kapazität und höchstmögliche Flexibilität.

Langjährige, erfolgreiche Partner nehmen das nächste Projekt in Angriff (von links nach rechts): Axel Matheis, Gebietsverkaufsleiter MAN Roland Druckmaschinen AG, Armin Schörghofer, Stv. Teamleiter Druck AVD Goldach, Bernhard Bitzl, Regionalverkaufsleiter MAN Roland Druckmaschinen AG, Kai Hebel, Inhaber und Geschäftsführer AVD Goldach, Ralf Schreiber, Bereichsleiter Druck AVD Goldach, Piet von Gunten, Geschäftsführer MAN Roland Swiss AG, Andreas Lorenz, Projektberater Investitionsgüter MAN Roland Swiss AG.

➤ www.man-roland.ch

