



Agfa **AUFSPALTUNG IN DREI BEREICHE**

Agfa-Gevaert wird das Unternehmen zum Ende des Jahres 2007 in drei unabhängige, börsennotierte Unternehmen aufspalten: Agfa Graphics, Agfa Health Care und Agfa Materials.

Die unabhängigen Unternehmen würden besser im Markt positioniert und könnten somit ihre eigenen strategischen Ziele verfolgen. »Die Gründung von drei unabhängigen Unternehmen wird jedem der Unternehmen eine gezielte Ausrichtung und Zugang zu den erforderlichen Ressourcen ermöglichen, um die Positionen in



ihren Märkten zu stärken«, erklärte Marc Olivé, Präsident und CEO von Agfa-Gevaert. Die Aufspaltung in unabhängige Unternehmen werde es jedem Teil erlauben, sich auf das eigene Kerngeschäft zu fokussieren. Ein klarer strategischer Fokus, eine verstärkte Wahrnehmung im Markt und eine höhere finanzielle Flexibilität sollen eine stärkere Kundenorientierung ermöglichen, den Mitarbeitern Bewegungsfreiheiten einräumen und zu einer größeren Wertschöpfung für die Aktionäre beitragen. Agfa Graphics (die Umsatzerwartung für 2008 liegt bei rund 1,9 Mrd. €), Agfa Health Care (1,7 Mrd. € Umsatzerwartung im Jahr 2008) und Agfa Materials (Umsatzziel 700 Mio. €) werden ihren Hauptsitz in Mortsel, Belgien, haben. Lesen Sie auch unseren Beitrag auf Seite 6. > www.agfa.com

VBF **JETZT MÜLLER MARTINI BUCHTECHNOLOGIE**

Im Zuge eines einheitlichen Marktauftritts wird Müller Martini seinen Geschäftsbereich Hardcover-Anlagen in Bad Mergentheim zum 1. April 2007 in Müller Martini Buchtechnologie GmbH umbenennen. 1998 hatte Müller Martini das auf die Herstellung von Hardcover-Büchern spezialisierte Unternehmen von der damaligen Firma Stahl übernommen und in die neu gegründete VBF Buchtechnologie GmbH integriert. Das Produktsortiment besteht aus individuellen und wirtschaftlichen Lösungen von der Einzelmaschine bis zum komplett integrierten Produktionssystem. Seit 2001 wird das Produktprogramm der VBF Buchtechnologie GmbH über die weltweit tätige Müller Martini-Verkaufsorganisation betrieben. > www.mullermartini.com

Adobe Systems **GUTE ZAHLEN VOR PRODUKT-LAUNCH**

Adobe Systems hat seine Ergebnisse für das erste Quartal (Dezember bis März) des Geschäftsjahres 2007 veröffentlicht. In diesem Zeitraum erreichte Adobe einen Umsatz von 649,4 Mio. US-Dollar, im Vergleich zu 655,5 Mio. \$ im gleichen Zeitraum des Vorjahres und 682,2 Mio. \$ im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2006. »Im ersten Quartal hat Adobe solide Ergebnisse erreicht, wir liegen beim Gewinn am oberen Ende der Prognosen und innerhalb des



erwarteten Umsatzrahmens«, sagt Fritz Fleischmann, Geschäftsführer der Adobe Systems GmbH und Senior Managing Director Central and Eastern Europe. »Da wir uns auf den größten Produkt-Launch in der Adobe-Firmengeschichte vorbereiten, sind die Aussichten sehr erfreulich und wir sind optimistisch, dass ein weiteres Jahr mit hervorragenden Ergebnissen vor uns liegt.« Adobe wird in Kürze eine neue Version seiner CreativeSuite präsentieren. > www.adobe.de



Océ **übertrifft Erwartungen** **VORLÄUFIGE ZAHLEN** **FÜR 2006**

Océ, Anbieter von Systemen und Services im professionellen Digitaldruck und Dokumentenmanagement, erzielte im Geschäftsjahr 2006 einen Umsatz von 3,11 Mrd. € und steigerte damit seinen Umsatz im Vorjahresvergleich um 16,2%. Vor allem im letzten Quartal 2006 übertraf das Unternehmen seine Erwartungen und verbesserte seine Umsatzerlöse auf 832,1 Mio. €. Das entspricht einem Umsatzwachstum von knapp 9% gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum. Ein starkes Gesamtjahr verzeichnete vor allem der Bereich Wide Format Printing Systems (WFPS). Der starke Absatz von Farbdrucksystemen sowie die kontinuierliche Weiterentwicklung von Schwarzweiß-Druckern schlug positiv zu Buche und führte zu einer Zunahme der Marktanteile von Océ im Bereich Technical Document Systems. Auch die Erlöse im Bereich der Digital Document Systems (DDS) verbesserten sich im vierten Quartal und stiegen um 12% auf 598,5 Mio. €. »2007 werden wir besonderes Augenmerk auf innovative und konkurrenzfähige Produkte, Vertriebsstärke sowie die Optimierung unserer Geschäftsprozesse legen«, so Rokus van Iperen, Vorstandsvorsitzender von Océ.

> www.oce.de

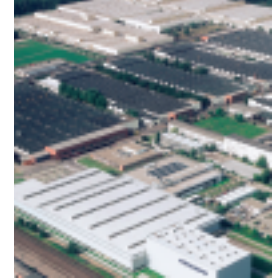


Hahnemühle FineArt **NEUE LANA PAPIERS** **GEGRÜNDET**

Unter Führung der Hahnemühle FineArt GmbH wurde die neue Lana Papiers Speciaux in Straßburg gegründet. Die »neue Lana« hat eine erfolgreiche Offerte für die Übernahme der in der Insolvenz befindlichen Lana Manufacture de Papier abgegeben. Beide Firmen bauen nun mit Standorten in Straßburg und Dassel/Einbeck eine Partnerschaft auf, um ihre Papiere gemeinsam anzubieten.

Die Hahnemühle FineArt GmbH produziert seit mehr als 420 Jahren Künstlerpapiere. Daneben werden technische Papiere für industrielle Anwendungen hergestellt. Hahnemühle verfügt über zwei Papiermaschinen mit einer Jahreskapazität von 3.000 Tonnen und hat weltweit 150 Mitarbeiter. Lana kann als 1590 gegründete Papierfabrik auf eine fast ebenso lange Tradition zurückblicken. Lana produziert in Straßburg und stellt mit 86 Mitarbeitern auf drei Papiermaschinen eine Jahreskapazität von ca. 12.000 Tonnen her.

»Die künftige Kombination der Marken Hahnemühle und Lana wird eine Verstärkung der Produktpalette bringen«, erklärte Franz Reinisch, Geschäftsführer der neuen Lana (im Bild links). »Es gibt mehrere Synergieeffekte: in der Produktion, beim Know-how, im Marketing und auch beim Vertrieb sind beide Firmen kompatibel, ergänzt Jörg Adomat, Hahnemühle-Geschäftsführer. > www.hahnemuehle.de



Heidelberg **WERK WIESLOCH-** **WALLDORF**

Das Werk am Standort Wiesloch der Heidelberger Druckmaschinen AG wurde Anfang März dieses Jahres in »Werk Wiesloch-Walldorf« umbenannt. Die Druckmaschinenfabrik, die bei Gründung im Jahre 1957 ausschließlich auf Wieslocher Gemarkung stand, wurde in den vergangenen 15 Jahren in Richtung Walldorf erweitert. Mindestens ein Drittel der Fläche des Werks steht auf Walldorfer Gemarkung.

Die Eröffnung des Standortes 15 km südlich der Stadt Heidelberg im Jahre 1957 war ein wichtiger Meilenstein in der Geschichte des mittlerweile seit 157 Jahren bestehenden Unternehmens. Heute ist das Werk Wiesloch-Walldorf mit rund 6.400 Mitarbeitern und einem Areal von 860.000 m² der größte Produktionsstandort von insgesamt 14 Heidelberg-Produktionsstandorten weltweit und die größte Druckmaschinenfabrik der Welt. In Wiesloch-Walldorf werden Bogenoffset-Druckmaschinen montiert und die dafür benötigten Klein- und Elektronikteile hergestellt. Im Sommer 2007 wird die neue Montagehalle 11 am Standort fertig gestellt sein. In der 35.000 m² großen Halle wird die neue großformatige Druckmaschinengeneration montiert. Dafür investiert Heidelberg rund 45 Mio. €.

> www.heidelberg.com

Bestmarken für MAN Roland: Umsatz steigt erstmals über 2 Milliarden Euro

Unternehmen startet erfolgreich in die Eigenständigkeit

Im Geschäftsjahr 2006 hat die MAN Roland Druckmaschinen AG ihren Umsatz um 18% auf über 2 Mrd. € gesteigert und mit 118 Mio. € (gegenüber 2005: 65 Mio. €) das höchste operative Ergebnis der Unternehmensgeschichte erwirtschaftet.

»Dieses Plus zeigt, wie souverän MAN Roland das erste Jahr seiner Eigenständigkeit nach der Herauslösung aus dem MAN-Konzern gemeistert hat,« so der Vorsitzende des MAN Roland Vorstands Gerd Finkbeiner. Generell sieht er für MAN Roland bessere Voraussetzungen für die Entwicklung des Unternehmens außerhalb des MAN Mischkonzerns. Die Kunden könnten sich auf



hat,« so der Vorsitzende des MAN Roland Vorstands Gerd Finkbeiner. Generell sieht er für MAN Roland bessere Voraussetzungen für die Entwicklung des Unternehmens außerhalb des MAN Mischkonzerns. Die Kunden könnten sich auf

Kontinuität in Vorstand, Unternehmensstruktur und Marke verlassen und MAN Roland selbst könne aufgrund schlanker Entscheidungsprozesse flexibler agieren. Die substantielle Wertsteigerung ist nach Worten des Vorstandsvorsitzenden einmal begründet in der Performance des Rollenbereichs, der im abgelaufenen Geschäftsjahr 25% beim Umsatz auf 1,1 Mrd. € zulegte sowie ein deutliches Plus von 37% beim Gewinn auf 81 Mio. € erwirtschaftete. Zudem sei die Produktoffensive und das nachhaltige Kostenmanagement im Bogenbereich für das Ergebnis verantwortlich. »MAN Roland war nie in einer besseren Position als heute – und das auch bei den Produkten und Services«, so Finkbeiner. Zwar räumt Bogen-Vorstand Dr. Markus Rall ein, dass die



Zahlen noch nicht traumhaft sind, vor dem Hintergrund der zehn schweren Jahre mit erheblichen Verlusten sei das Ergebnis des Bogenbereiches mit einer Umsatzsteigerung um 11% und einem Anstieg des Ergebnisses von 6 Mio. € auf 37 Mio. € jedoch durchaus beachtlich. Die guten Unternehmenszahlen sind nach Aussage des MAN Roland Vorstands zum anderen der anziehenden Konjunktur beispielsweise in Deutschland beziehungsweise der robusten Konjunktur zum Beispiel in Asien zu verdanken. Dabei wachsen nach Einschätzung von MAN Roland weltweit die wichtigsten Produkte der Druckindustrie. So würden Zeitungen, Verpackungen, Zeitschriften und Werbepro-

dukte bis 2010 um 4% bis 5% zulegen.

Bekennnis zum Standort Deutschland

Auch der Auftragsbestand dürfte dem MAN Roland Vorstand wenig Sorgen bereiten. »Auf Basis des guten Auftragsbestandes und der insgesamt positiven Weltwirtschaftslage geht MAN Roland für das Geschäftsjahr 2007 von einem moderaten Anstieg des Geschäftsvolumens bei sehr guter Ergebnisqualität aus«, so Gerd Finkbeiner. Gleichzeitig spricht er sich eindeutig zum Standort Deutschland aus und sieht die Stärke von MAN Roland in der Kompetenz der Mitarbeiter an den Standorten Augsburg, Plauen, Offenbach und Main-

hausen. »Wir sind nicht der nächste in der Karawane, der die Produktion in den Osten verlagert.«

Der Ausbau des Geschäfts mit Dienstleistungen, Ersatzteilen und Verbrauchsmaterial (printservices, printnet, printcom und printconsult), die Expansion in Wachstumsmärkte, eine Ergänzung des Produktprogramms für Bogen- und Rollenmaschinen sowie die Umsetzung des Unternehmens-Wertsteigerungsprogramms sind Eckpfeiler der strategischen Ausrichtung von MAN Roland.

Lesen Sie auch unseren Beitrag zur neuen Maschinengeneration von MAN Roland auf Seite XY dieser Ausgabe.

➔ www.man-roland.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

Sorgfältig entwickelt, greifen Zahnräder perfekt ineinander. Für ein Resultat, das überzeugt.



Der Markt entwickelt sich rasant und erfordert ein Höchstmass an Flexibilität. Gut organisiert stellen Sie diese sicher. Branchensoftware von Printplus unterstützt Sie dabei optimal. Denn hinter Printplus stecken innovative Ideen und technologische Kompetenz. Vor allem aber Menschen mit viel Erfahrung und Sinn für partnerschaftliche Zusammenarbeit. So schaffen Sie Vorteile für Ihr Unternehmen, schnell und zukunftsorientiert. Dafür steht Printplus, Ihr Partner aus der Schweiz. **Vorsprung dank Intelligenz. Software von Printplus.**

PRINTPLUS
Software, die begeistert.



Verlagsgruppe Passau **VERKAUF DER EDS DRUCKEREIEN**

Die Verlagsgruppe Passau GmbH (VGP) hat die Euro-Druckservice AG (EDS) an Fonds unter der Verwaltung des Private-Equity-Unternehmens 3i plc (3i) verkauft. Über den Kaufpreis haben die beiden Parteien Stillschweigen vereinbart. Der Kaufvertrag steht noch unter dem Vorbehalt der Genehmigung durch die EU-Kartellbehörde, die Abwicklung wird bis Anfang Mai erwartet. Mit dem Einstieg von 3i könne sich die EDS künftig unabhängig entwickeln und die Wachstumschancen in Zentral- und Osteuropa nutzen, gab die VGP bekannt. Der Druckdienstleister mit Kapazitäten im Bogen- und Rollenoffset ist bereits jetzt mit Tochtergesellschaften in Österreich, Polen, Tschechien, der Slowakei und seit kurzem auch in Ungarn vertreten. Christian Senff, Vorstandsvorsitzender der EDS, bezeichnete es als »logischen Schritt«, die Druckereien von den verlegerischen Aktivitäten zu trennen. »Dies entspricht einer Entwicklung, die wir in der Branche noch zunehmend sehen werden.« Die EDS beschäftigte 2006 rund 1.500 Mitarbeiter und erwirtschaftete einen Umsatz von insgesamt 200 Mio. €. Der Investor 3i mit Hauptsitz in London ist spezialisiert auf Beteiligungen an mittelständischen Firmen. Im letzten Geschäftsjahr investierte 3i nach eigenen Angaben rund 1,4 Mrd. €.

➤ www.eds.ag ➤ www.3i.com

Agfa Graphics **XITRON AN VGI VERKAUFT**

Agfa hat die Xitron Inc., die 2001 Teil der Akquisition von Autologic war, an die VGI (Vanguard Graphics International Group) verkauft. Xitron ist Hersteller von Raster Image Prozessoren und Software und soll unter dem Dach von VGI eigenständig weiterarbeiten. VGI ist eine privat geführte Firma, die Unternehmen der grafischen Industrie akquiriert. So sind unter dem Dach von VGI nun die Unternehmen Printware, Highwater und Xitron vereint.

➤ www.agfa.com

Quark **BILDUNGSOFFENSIVE**

Mit einer Offensive für Xpress 7 will Quark vor allem den Bedürfnissen von Ausbildungseinrichtungen gerecht werden. Das Unternehmen fühle sich verpflichtet, künftigen Designern die Werkzeuge an die Hand zu geben, die sie benötigen, um erfolgreich zu sein. So können Schüler und Lehrer Einzellizenzen für Quark Xpress 7 zum Preis von 210 € zzgl. MwSt. erwerben. Das Classroom-Pak für allgemeinbildende, berufsbildende Schulen und Volkshochschulen beinhaltet 15 Arbeitsplatz-Lizenzen und darüber hinaus zwei Lehrer-Lizenzen, eine davon für die Vorbereitung zuhause und eine für den Unterricht selbst, zum Festpreis von 408 € inkl. MwSt. Schulen, die alle Arbeitsplätze mit Xpress 7 ausstatten, können das School-Pak erwerben. Bildungseinrichtungen erhalten ab 10 Anwendern sogenannte Xpress 7 Lab-Paks zum Preis von 75 € zzgl. MwSt. je Anwender (Erweiterung um je eine Lizenz möglich, Preisnachlässe ab 100 auf Anfrage). Neben der neuen Preisgestaltung bietet Quark demnächst auch unterstützende Materialien für Ausbilder. Diese Materialien helfen bei der Unterrichts-Vorbereitung, enthalten Unterrichtspläne, auf Praxisbeispielen beruhende Gruppendiskussionen und Beispieltests zur Ermittlung des Lernfortschritts. ➤ euro.quark.com/de

EFI-Beteiligung **INKJET FÜR DIE TEXTILINDUSTRIE**

EFI, Anbieter von Servern, Tinten und Druckern im Super-Wide-Format sowie Druckmanagementlösungen, hat sich an der Kornit Digital in Höhe von 3,5 Mio. \$ in Kornit beteiligt. Kornit entwickelt und verkauft industrielle Tintenstrahldrucker und Farben für die Textilindustrie. ➤ www.efi.com

Koenig & Bauer AG mit neuem Rekord: Umsatz und Ergebnis 2006 deutlich gestiegen

Ähnliche Umsatz- und Ertragszahlen für 2007 erwartet



Deutlich bessere Ertragszahlen als für das Jahr 2005 konnte der Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG, Albrecht Bolza-Schünemann, für das Geschäftsjahr 2006 vorstellen. Im Berichtsjahr konnte KBA den Umsatz um 7,5% auf 1.74 Mio. € steigern, was einen neuen Höchstwert in der 189-jährigen Firmengeschichte bedeutet.

Der Auftragseingang lag aber um 6,7% niedriger als im Rekord-Vorjahr (2005: 1.768,9 Mio. €). Der Vorstandsvorsitzende begründete dies mit der geringeren Zahl der von der Zeitungs- und Tiefdruckindustrie vergebenen Großaufträge. Bei gestiegenen Auslieferungen verringerte sich der Auftragsbestand zum Jahresende 2006 auf 948,7 Mio. € (2005: 1.041 Mio. €). Aufgrund der hohen Auslastung aller Werke und der Restrukturierungserfolge bei den Rollendruckmaschinen konnte KBA 2006 das Betriebsergebnis im Konzern auf 46,2 Mio. € (33,3 Mio. € im Vorjahr) verbessern. Der Jahresüberschuss lag bei 34,3 Mio. € (2005: 18,5 Mio. €). Bei einer gegenüber 2005 nochmals leicht auf 82,7% gestiegenen Exportquote haben der gegenüber Yen, US-Dollar und Schweizer Franken starke Euro, gestiegene Stahl- und Energiepreise sowie höhere Tariflöhne die

Ertragskraft im internationalen Wettbewerb belastet. Kosteneinsparungen und Produktivitätsgewinne wurden dadurch zum Teil aufgezehrt. Ende 2006 waren bei der KBA-Gruppe 8.296 Mitarbeiter (2005: 7.962) tätig.

Umsatzplus bei Bogen- und Rollendruckmaschinen

Die Sparte Bogenoffsetmaschinen trug etwa zur Hälfte zum Konzernumsatz bei und konnte ihren Umsatz um 6,5% auf 870,6 Mio. € steigern. Dabei wuchs die 2005 erworbene tschechische Tochtergesellschaft KBA-Grafitec mit ihren kleinformigen Bogenmaschinen zweistellig. Im Geschäftsbereich Rollen- und Sondermaschinen legte der Umsatz um 8,5% auf 871,3 Mio. € zu. Das nach hohen Investitionen wieder schwächere Tiefdruckgeschäft und die zurückgegangenen Großprojekte im Zeitungsdruck führten zur Abschwächung des Auftragseingangs auf 785,4 Mio. € (2005: 939,4 Mio. €). Mit einem deutlich auf 41,2 Mio. € verbesserten Segmentergebnis lieferten die Rollenmaschinen, Sondermaschinen und Systemlösungen der Tochtergesellschaften KBA-GIORI, KBA-Mödling und KBA-Metro nic wie schon 2005 den wesentlichen Beitrag zum Gewinn des Konzerns.

Geschäft in Asien/Pazifik vor Nordamerika

Mit einem Umsatzanteil von 49,3% (2005: 44,3%) waren die Länder Europas erneut der

Hauptabsatzmarkt für KBA. Nach Deutschland gingen 17,3% der Lieferungen. An die dritte Stelle der regionalen Umsatzstatistik rückte Asien/Pazifik mit einem Anteil von 16,4%. Durch die geringeren Auslieferungen bei Rollenmaschinen lag der Regionalumsatz in Nordamerika mit 12,0% trotz des expandierenden Bogenoffsetgeschäfts unter dem Vorjahr (2005: 15,9%). Die vom Marktvolumen kleineren Absatzregionen Lateinamerika und Afrika kamen auf einen Anteil von 5,0%.

Ausblick 2007

Im Segment Bogenoffsetmaschinen sichern der zum Jahreswechsel ausgewiesene Auftragsbestand und die Neubestellungen der ersten beiden Monate eine gute Auslastung der Kapazitäten über das zweite Quartal 2007 hinaus. Im Bereich Rollenmaschinen rechnet der Vorstand vor allem in der zweiten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres mit Auslastungsschwankungen. Für 2007 erwartet KBA trotz etwas geringerer Umsätze mit Großanlagen einen Konzernumsatz und ein Ergebnis in ähnlicher Größenordnung wie 2006.

➤ www.kba-print.de



**IRD
MICHAEL KLEINE IST
NEUER VORSITZENDER**

Im Rahmen der 42. IRD-Jahrestagung am 15. März 2007 in Dresden wurde der neue Vorsitzende des IRD-Vorstands ge-



wählt. Michael Kleine erhielt ein einstimmiges Votum. Er ist geschäftsführender Gesellschafter der Merkur Print & Service Group in Detmold. In seinem Statement forderte Michael Kleine den stärkeren Austausch zwischen den IRD-Mitgliedern über die Plattformen hinaus, die das IRD bereitstellt. »Wir müssen unsere Unternehmen jeden Tag neu erfinden«, so das Motto des neuen IRD-Vorsitzenden.

➤ www.ird-online.de



**Nostalgische Sonderedition
75 JAHRE IM ZEICHEN
DES ELEFANTEN**

Das bayerische Familienunternehmen Planatol feiert dieses Jahr 75-jähriges Jubiläum. Willy Hesselmann gründete 1932 in München das »Planatolwerk W. Hesselmann, Chemische und Maschinenfabrik für Klebtechnik« und produzierte Kunstharz-Kaltleime für die Buchbinderei. Ein Novum, denn bis dahin wurden in der Buchbinderei Klebstoffe aus natürlichen Substanzen wie Stärkeleime, Knochen- und Hautleime (so genannte Gallerte) eingesetzt. Damals wie heute sieht sich Planatol als Chemie- und Maschinenbauunternehmen mit der Kernkompetenz »Kleben«, das seinen Kunden ein einzigartiges Erfahrungswissen aus der Entwicklung und der Anwendung von Klebstoffen bietet.

Zusätzlich zu den traditionellen Heimmärkten grafische Industrie, Papierverarbeitung und Verpackung beliefert das Unternehmen heute nahezu alle Industriebereiche, wie Automotive, Bau, Flugzeug-, Kunststoff-, Textil- und Konsumindustrie.

In den frühen Jahrzehnten des Bestehens war ein Elefant Bestandteil des Planatol Firmenlogos. Als Hommage an die erfolgreichen Firmenanfänge wird das Unternehmen das damalige Firmenlogo 2007 durch unterschiedliche Aktionen wieder aufleben lassen. Eine dieser Aktionen ist eine nostalgische Sonderedition der 30-kg- und 5,5-kg-Kaltleimgebinde. Als Vorlage diente das gelb-blaue Design der Planatol 1-kg-Klebstoffdose aus den 50er Jahren.

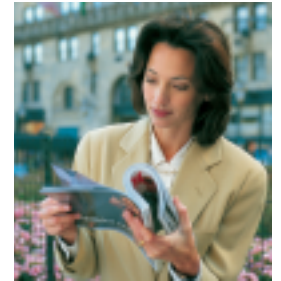
➤ www.planatol.de



**expressis verbis 22
DIE ZEITUNG: AGIL
WIE NIE**

Im Zeichen der Zeitung steht die neue expressis verbis, das Kundenmagazin von MAN Roland, mit der Titelgeschichte »Agil wie nie: die Zeitung«. Denn Tatsache ist: die Zeitung wandelt sich in einem Tempo wie nie zuvor. Über kreative Ideen und neue Geschäftsmodelle, mit denen Verleger Lesern und Anzeigenkunden erfolgreich Appetit auf die Zeitung machen, informiert das neue Heft. Unter anderem berichtet expressis verbis darüber, wie in Österreich eine neue Tageszeitung an den Start ging. Zudem informiert das Heft über die beiden Modelle im Mittelformat: die Allroundmaschine Roland 700 HiPrint und die Roland 700 Direct-Drive.

➤ www.man-roland.de



**UPM-Studie Papierauswahl
OPTIK IST AM
WICHTIGSTEN**

Während Papierhersteller für die Beschreibung ihrer Sorten technische Begriffe verwenden, beschreiben Kunden die Papierqualität anhand sensorisch-basierter Eigenschaften. UPM hat eine Studie für die Erfassung qualitativer Testmethoden zur Bestimmung von Eigenschaften wie Optik, Akustik, Haptik und Geruch der einzelnen Papierqualitäten durchgeführt, die bestätigt, dass Alter, Geschlecht, Nationalität und Beruf die Verbraucherpräferenzen beeinflussen. Laut Studie sind 60% der befragten Leser der Ansicht, dass die Optik den größten Einfluss auf den Eindruck einer Zeitschrift oder Zeitung hat. Weitere Ränge nahmen das Blättern und eine gute Haltung ein.

➤ www.upm-kymmene.com

COUNTDOWN



drupa 2008 mit Rekord-Anmeldeergebnis

Die drupa 2008 wird alle bisherigen Rekorde sprengen. Mit 170.000 m² Ausstellungsfläche (was der Fläche von etwa 40 Fußballfeldern entspricht) und über 1.800 Ausstellern ist die Messe vom 29. Mai bis 11. Juni 2008 die größte in ihrer über 50-jährigen Geschichte. Das gesamte Messegelände ist komplett ausgelastet.

(z.B. Müller Martini, Horizon) sowie die Hallen 15 bis 17 mit Druckmaschinen, Buchbinderei und Weiterverarbeitung (z.B. KBA, Ferag, Windmüller & Hölscher, Kolbus, Mitsubishi, Komori, Ryobi, Cerrutti).

Die klare Angebots-Strukturierung ist das eine, umfassender Know-how-Transfer das andere. »Wir wollen den drupa-Besucher unterstützen, ihn an die Hand nehmen und Hilfestellung bieten«, kommentiert Manuel Mataré, Projektleiter der drupa, die Zielsetzung des Rahmenprogramms. »Die Premiere der Know-how-Veranstaltungen zur letzten drupa war äußerst erfolgreich und hat uns darin bestätigt, dies weiter zu verfolgen«, erläutert Mataré. So ist beispielsweise der »drupa innovation parc« als Forum für neue und innovative Technologien geplant. Bausteine sind neben Workflow, Publishing, PDF, XML & Co. auch branchenübergreifende Themen, die im »printbuyer integration parc« angesprochen werden. Nach dem Start 2004 wird die drupa 2008 mit CIP4 wieder einen speziellen JDF-Bereich ausrichten. Im »JDF experience parc« und dem »JDF experience theater« werden neue Entwicklungen vorgestellt. Außerdem sind Compass Sessions sowie Highlight-Touren geplant.



➤ www.drupa.de

Eine Schlüsselfunktion erfüllen die beiden neuen Messehallen 8a und 8b im Norden des Geländes. Dort werden sich in erster Linie Aussteller mit dem Produktschwerpunkt »digitale Lösungen« (z.B. Xerox, HP-Indigo, Agfa-Gevaert, Fujifilm) präsentieren. Der gleiche Themenschwerpunkt findet sich in den benachbarten Hallen 5 und 9 (z.B. Kodak, Konica Minolta, Ricoh). Die weiteren Schwerpunkte der drupa sind die Hallen 1 und 2 (Heidelberger, Polar-Mohr), Halle 3 und 4 (Druck, Materialien, Dienstleistungen), die Halle 6 mit PrintCity und Druckweiterverarbeitung, die Hallen 10 bis 12 mit Papierverarbeitung, Packmittelproduktion (Bobst, E.C.H. Will, Bielomatik etc.), die Hallen 12 bis 14 mit Schwerpunkt Druckweiterverarbeitung