



Portfolioerweiterung HP ÜBERNIMMT NUR

Hewlett Packard wird das Unternehmen NUR Macroprinters Ltd. übernehmen. Wie HP erklärte, ist eine entsprechende Vereinbarung bereits unterzeichnet. NUR ist Hersteller von industriellen, digitalen Großformatdruckern und Anbieter von UV- und Solvent-Tintenstrahl Druckern für grafische Anwendungen mit Sitz in Lod, Israel. Zu den Kunden des Unternehmens zählen Druckereien, Sieb- und Plakatdrucker sowie Fotolabore und Anbieter von digitalen Druckdienstleistungen.

Durch die Übernahme von NUR kann HP nun auch UV-Plattformen und -Technologien im mittleren Leistungsbereich anbieten. Mit dem Ziel, die Palette an digitalen Druckmaschinen und Großformatdruckern zu erweitern, hatte HP bereits im September 2007 die Mac Dermid Colorspan Inc. und 2005 Scitex Vision übernommen. HP übernimmt nach eigenen Angaben alle Vermögenswerte von NUR für umgerechnet 79,9 Mio. Euro (117,5 Mio. US-Dollar). Von diesem Betrag werden 9,86 Mio. Euro (14,5 Mio. US-Dollar) als Garantiesumme auf einem Treuhandkonto hinterlegt. Die Übernahme unterliegt den üblichen Abschlussbedingungen. Nach Ende der Transaktion soll NUR als Teil des Large Format Printing Business innerhalb der Imaging and Printing Group von HP weitergeführt werden. > www.hp.com > www.nur.com

Presstek HOHER QUARTALS-VERLUST

Das amerikanische Unternehmen Presstek hat die Zahlen für das dritte Quartal 2007 vorgelegt und meldet einen Fehlbetrag von 3,6 Mio. \$. Im Vorjahreszeitraum hatte das Minus noch bei 40.000 \$ gelegen. Der Umsatz sank um 1,8 Mio. \$ auf 59,6 Mio. \$, verglichen mit dem dritten Quartal des Geschäftsjahres 2006. Geschäftsführer Jeff Jacobson machte »temporäre Störungen« als Grund für das Ergebnis verantwortlich. 2008 sollen die Geschäfte wieder besser laufen – nicht zuletzt deshalb, weil die Mitarbeiterzahl um fast 10% schrumpfen soll. Nahezu die Hälfte des Umsatzes erzielte Presstek mit Computer-to-Plate-Lösungen sowie DI-Offsetdruckmaschinen. > www.presstek.com

Altpapier-Beteiligungen MAYR-MELNHOF VERKAUFT

Mayr-Melnhof Karton wird die Mehrheitsbeteiligungen an den Altpapierunternehmen der Papyrus-Gruppe (Anteil 63,3%) und der Parek Papierverwertungs Ges.m.b.H. (Anteil 94,5%) an das österreichische Entsorgungsunternehmen AVE verkaufen. Die Gesellschaften erzielten im Vorjahr Umsatzerlöse von rund 30 Mio. €. Mayr-Melnhof setzt damit die Konzentration auf das Kerngeschäft Kartonproduktion und Faltschachtelerzeugung fort. > www.mayr-melnhof.com

Ifra-Expo 2009 WIEDER IN WIEN

Die Ifra-Expo wird ein weiteres Mal in Wien stattfinden: Vom 12. bis 15. Oktober 2009 soll die internationale Messe für die Zeitungsindustrie wieder in der österreichischen Hauptstadt zu Gast sein. Die positiven Ergebnisse der Ifra 2007 waren für diese Entscheidung ausschlaggebend. Bei der letztjährigen Messe in der Donaumetropole waren 10.600 Zeitungs- und Medienexperten aus 87 Ländern sowie 367 Aussteller aus 33 Ländern vertreten. > www.ifraexpo.com



Agfa Graphics SCHLIESSUNG DES WERKS IN WILMINGTON

Agfa Graphics hat Ende Januar angekündigt, die Entwicklung und Herstellung von CtP-Systemen in Wilmington/USA zu beenden. »Die Entscheidung ist Bestandteil unserer Strategie, mit der wir die Effizienz des operationalen Geschäfts und unsere Wettbewerbsposition in dem hart umkämpften Druck-



vorstufen-Markt stärken wollen«, so Stefaan Vanhooren, Präsident von Agfa Graphics. Für die rund 150 betroffenen Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung, Produktion und anderen Abteilungen wurde ein Sozialplan entwickelt. Die anderen Betriebseinheiten in den USA wie Service, IT, Vertrieb und Marketing werden weiterhin von Wilmington aus operieren. Da Agfa Graphics seinen Kunden auch in Zukunft Komplettlösungen anbieten will (einschließlich neuer Druckplatten, Hard- und Software sowie Services), hat Agfa seine OEM-Partnerschaft mit einem der führenden Hersteller von CtP-Systemen für den Akzidenzdruck ausgebaut. Die neue, breitere Palette innovativer Plattenbelichter – sie ersetzt die Highend-Systeme der Avalon-Familie – soll zur drupa 2008 im Juni verfügbar sein. > www.agfa.com



Heidelberg NEUN-MONATSAZAHLEN AUF VORJAHRES-NIVEAU

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat die Zahlen für die ersten neun Monate (1. April bis 31. Dezember 2007) des Geschäftsjahres 2007/2008 veröffentlicht. Danach lag der Umsatz mit 2,568 Mrd. € auf dem Niveau des Vorjahres. Heidelberg erzielte nach eigenen Angaben im Berichtszeitraum ein Ergebnis von 177 Mio. € (der Vorjahreswert von 202 Mio. € beinhaltete den Erlös aus dem Verkauf der Linotype GmbH in Höhe von rund 25 Mio. €).

Nach neun Monaten betragen die Auftragseingänge rund 2,8 Mrd. €. Der Erfolg der Herbst-Open-Houses, die im Oktober und November stattfanden, habe dazu beigetragen, dass Heidelberg allein im 3. Quartal Auftragseingänge in Höhe von 958 Mio. € erzielen konnte, heißt es. Damit sei das Quartal beim Auftragseingang das bisher stärkste Quartal des laufenden Geschäftsjahrs. »Aufgrund des Geschäftsverlaufs der vergangenen Monate und trotz der Entwicklungen in den USA werden wir im laufenden Geschäftsjahr den Umsatz des Vorjahres in Höhe von rund 3,8 Mrd. € voraussichtlich erreichen und ein Ergebnis



ausweisen, das über dem Vorjahreswert von 300 Mio. € liegen wird«, so Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. > www.heidelberg.com



Fujifilm erhöht Preise KONVENTIONELLE PLATTEN TEURER

Fujifilm hat für konventionelle Druckplatten und deren Verarbeitungschemikalien Preiserhöhungen angekündigt, die am 1. Januar 2008 wirksam wurden. Im Gegensatz zur Preisanhebung vor einem Jahr, die auch CtP-Platten einschloss, bezieht sich die Preiserhöhung nur auf konventionelle Druckplatten und die damit verbundenen Chemikalien. Naohiro



Fujitani, General Manager und Senior Vice President der Fujifilm Europe GmbH dazu: »Die Produktion von Druckplatten ist wegen des generellen Preisanstiegs von Rohmaterial unter sehr großem Druck. Nicht nur Aluminium, sondern auch Preise anderer Rohmaterialien wie Rohöl haben Extremwerte erreicht. Gleichzeitig erleben wir in den letzten Jahren einen dramatischen Rückgang bei den konventionellen Druckplatten. Daher sind die Produktionskosten dieser Platten und Chemikalien außerordentlich stark gestiegen. Wir sehen uns daher gezwungen, eine Preiserhöhung von bis zu 20% durchzuführen. Die Preissituation im Bereich CtP-Platten ist ebenfalls angespannt und wird mit Sorge beobachtet.« Die genauen Preiserhöhungen in den einzelnen Märkten werden von den jeweiligen Distributoren bekannt gegeben. > www.fujifilm.de

MBO übernimmt Ehret Control

Ausbau des MBO-Spektrums um Lösungen im Bereich des Finishings

Mit Wirkung vom 1. Januar hat die MBO Binder GmbH & Co. KG, Oppenweiler, die Mehrheit an der Ehret Control GmbH, Freiburg, übernommen. »Ehret Control besitzt eine anerkannte Lösungskompetenz bei der Entwicklung von komplexen Web-Finishing-Modulen«, erläutert Manfred Minich, Sprecher der MBO Geschäftsführung, den Zusammenschluss. »Damit können wir im künftig stark zulegenden Marktsegment Digitaldruck mit aufeinander abgestimmter Spitzentechnologie ein noch breiteres Programm aus einer Hand anbieten. Gleichzeitig erhält Ehret leichteren Zugang zu den für die Weiterentwicklung und Markteinführung innovativer Problemlösungen notwendigen Investitionsmitteln.« Bernhard Ehret, Firmengründer und neben Manfred Minich künftig Geschäftsführer der neuen

MBO-Tochter: »Unsere Kompetenz liegt in effizienter Technologie im Bau von Querschneidern, Stanzaggregaten, Abrollungen, Stapelauslagen, Sondermaschinen und Zubehör für komplexe Lösungen. Beliefert werden neben der klassischen Druck-, Verpackungs- und Etikettenbranche die pharmazeutische Industrie sowie Mailing-Häuser.« Als Spezialist für Falztechnik ist die MBO-Gruppe weltweit aktiv. In der Zentrale in Oppenweiler und in den Tochtergesellschaften in Frankreich, Portugal, den USA und China sind rund 650 Mitarbeiter tätig. Innerhalb der MBO-Gruppe konzentriert sich Herzog + Heymann auf Sonderlösungen für die Mailingproduktion und Spezialmaschinen. Die rund 30 Ehret-Mitarbeiter werden zu zusätzliches und spezielles Finishing-Know-how einbringen. www.mbo-folder.com



Kodak GCG ZENTRALE NACH LA HULPE VERLEGT

Kodak's Graphic Communications Group (GCG) hat ihre Zentrale für die Region Europa, Afrika und Naher Osten nach La Hulpe verlegt. Der neue Standort, der etwa 6 km Luftlinie vom bisherigen Standort in Waterloo entfernt ist, verfügt über ideale logistische Anbindungen an Fernstraßen sowie zum Brüsseler Flughafen und zum Eurostar-Terminal. Die neue Zentrale bietet eine eineinhalbmal so große Nutzfläche wie die bisherige Niederlassung in Waterloo. Dadurch konnte ein deutlich erweitertes Demozentrum für Kunden eingerichtet werden. www.kodak.com



Wachstumsmarkt Foto IMPULSE DURCH DIE PHOTOKINA 2008

Weltweit wurden 2007 nach einer Prognose annähernd 138 Millionen Kameras verkauft – eine Steigerung von rund 10% gegenüber 2006. Etwa 91% oder rund 126 Mio. Exemplare davon sind inzwischen Digitalkameras. Der Weltmarkt für digitale Spiegelreflexkameras sollte dabei 2007 die Marke von 7 Mio. Stück überschreiten. So sind auch die mitteleuropäischen Digitalkameramärkte 2007 weiter um schätzungsweise 10% gegenüber 2006 gewachsen.

Die Digitalisierung der Fotografie war Motor zur Entwicklung zahlreicher Produkte, die sich dem geänderten Verhalten der Konsumenten bei der Nutzung von Bildern angepasst haben. Dies gilt für den Software-Bereich genauso wie für die Vielzahl neuer Angebote rund um die Bildpräsentation und das gedruckte Bild. So wird die millionenfache Zahl an Klicks inzwischen nicht mehr nur gespeichert, sondern zunehmend zu Papier gebracht. 2007 wurden in Deutschland etwa 5 Milliarden Colorpapierbilder gefertigt. Mit circa 1,5 Millionen Stück verdreifachte sich die Zahl der in Deutschland verkauften Fotobücher gegenüber 2006. Zudem beflügelt die anhaltende Entwicklung bei Digitalkameras auch das Zubehörgeschäft, von Objektiven über Blitzgeräte bis hin zu Stativen oder Kamerataschen. Im photokina-Jahr 2008 werden zusätzliche Impulse und neue Produkte rund um Fotografie und Imaging erwartet.

Beste Zutaten raffiniert mischen. Für Qualität, die 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.

KURZ & BÜNDIG & KNAPP & KURZ & BÜNDIG & KNAPP & KURZ

Die **EDELMANN GRUPPE** wird sich weiter in China engagieren. Die Beteiligung an der Beijing Theis Pharmaceutical Packaging & Printing Ltd. wird im Zuge der Übernahme der **ARTUR THEIS GMBH** im Sommer von 51% auf 75% aufgestockt. • **SYMANTEC** ist zum 35. Mal in Folge mit dem Virus Bulletin 100 Award der renommierten unabhängigen Organisation Virus Bulletin ausgezeichnet worden, die regelmäßig verschiedene Antiviren-Produkte testet. • **MAYR-MELNHOF PACKAGING** hat einen Tiefdruckbetrieb der **FIELD PACKAGING** in Bremen, ein Unternehmen der amerikanischen **CHESAPEAKE** Corporation erworben. Der Standort ist auf die Produktion von Zigarettenverpackungen und hochwertigen Faltschachteln spezialisiert. Die Anlage ist eine Erweiterung der bestehenden Tiefdruckkapazitäten von MM Packaging in Westeuropa und soll Umsatzerlöse von rund 10 Mio. € erzielen. • **PORTUCEL** hat mit **METSO PAPER OY**, Maschinenbauspezialist für die Herstellung von Druck- und Schreibpapier, einen Vertrag für den Bau einer Papiermaschine für die neue Papierfabrik von Setúbal abgeschlossen. Die Maschine ist 11,1 m breit und produziert etwa 500.000 t/Jahr. • Als Hersteller von Spezial-Falzmaschinen und Spezialist für individuelle Sonderlösungen bietet **HERZOG + HEYMANN** ein umfangreiches Falzmaschinenprogramm. Im Pharmaziesektor geht das Unternehmen seit 1. Januar 2008 eigene Wege. Die Kooperation und Vertretung mit und durch das amerikanische Unternehmen Vijuk Equipment Inc. besteht von diesem Zeitpunkt an nicht mehr. • **PUNCH GRAPHIX** und **MACDERMID** vereinbarten eine Zusammenarbeit im Vertrieb. Der Hersteller von Flexplatten bietet ab sofort basysPrint UV-Setter für den Zeitungs-Flexomarkt an und bestellte 15 Systeme. • **XEROX** hat ein neues Erscheinungsbild vorgestellt. Es soll die Beziehungen des Unternehmens zu seinen Kunden, Partnern, der Industrie und Innovationen repräsentieren und wurde im Hinblick auf eine verbesserte Darstellung in Multimediaanwendungen konzipiert. • **ADOBE** Systems hat im vierten Quartal 2007 einen Rekordumsatz von 911,2 Mio. \$ erzielt – im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein Wachstum von 34%. Im Geschäftsjahr 2007 erreichte Adobe einen Rekordumsatz von 3,158 Mrd. \$ – gegenüber 2006 ein Wachstum von 23%. • Die **HEWLETT PACKARD** GmbH, Böblingen, erzielte im Geschäftsjahr 2007 (November 2006 bis 31. Oktober 2007) einen Umsatz von 6,5 Mrd. € (Vorjahr 5,9 Mrd. €). Dies entspricht einer Umsatzsteigerung von 10%. • **XEROX** konnte im 4. Quartal 2007 Umsatz und Gewinn deutlich steigern. Im Gesamtjahr 2007 summierte sich der Umsatz bei Xerox auf 17,23 Mrd. \$, 1,3 Mrd. \$ mehr als im Geschäftsjahr 2006, als 15,895 Mrd. \$ umgesetzt wurden. Brutto erwirtschaftete Xerox 2007 einen Gewinn von 6,951 Mrd. \$. • Zum Jahresende 2007 hat die zur **BOBST** Gruppe gehörende **STEUER** GmbH Printing Technology ihren Standort in einen neuen Gebäudekomplex nach Neuhausen a.d. Fildern verlegt. • **COLOR SOLUTIONS**, Anbieter von Kalibrations- und Profilierungs- und Workflowlösungen, ändert seinen Firmennamen in **BASICCOLOR** GmbH. • Der Verpackungshersteller Chesapeake Corporation hat seine Geschäftsbereiche in dem neuen Namen **CHESAPEAKE** zusammengefasst. Die Änderungen betreffen die vormals als **FIELD** Group, Field Packaging, Field Boxmore, Field First, Field Rotopack, Arlington Press und Boxmore Plastics firmierenden Geschäftsbereiche.



Océ N.V. WACHSTUM TROTZ UMSATZSTAGNATION

Océ hat als Anbieter von digitalen Druck- und Dokumenten-Managementsystemen und -services im Jahr 2007 seine Profitabilität massiv steigern können: Bei einem stabilen Jahresumsatz von ca. 3 Mrd. € ist der Gewinn nach Angaben von Océ im Vergleich zu 2006 um 8,1% auf 330,8 Mio. € geklettert. Der operative Gewinn wuchs um 18,5% auf 121,2 Mio. € und der Nettogewinn liegt mit einem Plus von 38,1% bei 78,9 Mio. €. »Océ hat sich 2007 ausgezeichnet entwickelt«, so Rokus van Iperen, Chairman of the Board of Executive Directors. »Wir konnten unsere Marktposition in allen Bereichen stärken. Für das kommende Jahr werden wir unseren Fokus darauf richten, die Gewinnmargen weiter zu verbessern.« Deshalb werde 2008 für Océ das Jahr der strategischen Partnerschaften. Die Zusammenarbeit mit Konica Minolta soll ausgeweitet werden, (Océ wird weltweit KonicaMinolta-Produkte verkaufen, im Gegenzug vertreibt Konica Minolta die Océ 6000 Familie). Mit Fuji Xerox geht Océ 2008 eine neue Kooperation ein. Vor allem aber habe Océ mit neuen Drucksystemen wie dem Océ ColorStream 10000 oder dem Océ JetStream 2200 im eigene technologische Innovationen, die einen Durchbruch in der Druckindustrie bedeuten und das Geschäft von Océ befähigen sollen.

➤ www.investor.oce.com



»PrintSells« IMAGEKAMPAGNE FÜR DEN DRUCK

»Print. Your brand in their hands.« Übersetzt: »Printprodukte. Ihre Marke in den Händen der Kunden.« lautete das Motto der PrintSells-Kampagne die von der Gruppe »United Print Chain« organisiert wurde und in der 43. Kalenderwoche 2007 anlief. Die Kampagne sollte verdeutlichen, warum Printwerbung das perfekte Medium ist, um die Marke eines Unternehmens ins rechte Licht zu rücken und die Kommunikation zu optimieren. Ziel der Kampagne: die emotionale Wirkung von Printwerbung hervorzuheben. Die Broschüren und Anzeigen der Kampagne sind voller verblüffender Zahlen, Fakten, Bilder und Fallbeispiele, die sich auf die vier Kernbereiche Direktwerbung, Magazine, Werbung am Point-of-Sale sowie Unternehmenskommunikation richten. Oberstes Ziel der Kampagne war, die Wahrnehmung der angesprochenen Personen zu verändern und ihnen klar zu machen, dass Printwerbung greifbare und rationale Vorteile bietet. An PrintSells beteiligten sich Partner und Verbände der gesamten Wertschöpfungskette Print – Druckereien, Papierhersteller, Verlage und Postdienstleister. Die Kampagne lief über einen Zeitraum von acht Wochen zwischen Oktober und Dezember und richtete sich an die Entscheidungsträger in Werbung, Marketing und Kommunikation in 13 europäischen Ländern.

➤ www.kba-print.de



Ziegler Papier 2007 KRÄFTIG GEWACHSEN

Die im schweizerischen Grelingen ansässige Papierfabrik Ziegler Papier AG konnte ihren Ausstoß im Geschäftsjahr 2007 um 12,5 % steigern und auch den Umsatz um 12,5% auf 117 Mio. CHF steigern. Der Personalbestand blieb bei 182 Mitarbeitern stabil. Ziegler Papier habe die Nischenpolitik erfolgreich weiter verfolgt, die auf Qualität und innovativen Lösungen basiere. Im vergangenen Jahr sei die Marktstellung in Europa und den USA weiter ausgebaut worden. Ziegler ist nach eigenen Angaben führend in der Herstellung von Inkjetpapieren für Transactional Documents und CAD. Von den insgesamt 70.000 t Papier (2006: 65.000 t) wurden nach Angaben von Ziegler etwa 45% im Inland abgesetzt. Für Ziegler Papier bleibt der Schweizer Markt somit wichtig. Exportiert wurde vor allem in den EU-Raum nach Deutschland, Österreich, England, Holland, und Italien. Die Tochterfirma Ziegler Paper USA in Illinois konnte ihren Umsatz wiederum verdoppeln und schloss erfolgreich ab. Im Jahr 2008 will Ziegler weiter wachsen. Schwerpunkte sollen die Produkte im Inkjet-Bereich und im Segment der Silikonbeschichtungen bilden. Ziegler Papier erwartet zwar eine positive Entwicklung, Risikofaktoren blieben aber die Währungsentwicklung, die Energiepreise und die Zellstoff- und Holzkosten.

➤ www.zieglerpapier.com