

GESCHÄFTSJAHR 2001/2002 MIT RUND 5 MRD. € UMSATZ

## Heidelberg peilt 8 Mrd. € an

Günstige Geschäftsentwicklung bei Konjunkturerholung im 2. Halbjahr erwartet • Wachstum durch starke Märkte

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat das zum 31. März 2002 beendete Geschäftsjahr 2001/2002 im Rahmen der Erwartungen abgeschlossen. Der Umsatz der Heidelberg-Gruppe lag mit über 5 Mrd. € nur etwa 5% unter der Rekord-Marke des Vorjahres (5,3 Mrd. €) und auch der Jahresüberschuss erreichte 201 Mio. € (Vorjahr 283 Mio. €). »Damit haben wir trotz der weltweiten Konjunkturschwäche ein beachtliches Ergebnis erzielt«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. »Wir sind zuversichtlich, mit unserer Strategie für einen kommenden Aufschwung bestens vorbereitet zu sein und werden unseren Wachstumskurs fortsetzen.« Die Auftrageingänge im abgelaufenen Geschäftsjahr betrugen knapp 4,6 Mrd. € (Vorjahr: 5,5 Mrd. €), wobei sich die Situation im vierten Quartal stabilisiert hatte. »Aufträge von rund 260 Mio. € auf der IPEX im April dieses Jahres waren ein guter Start in das neue Geschäftsjahr«, sagte Finanzvorstand Dr. Herbert Meyer. »Wir gehen davon aus, dass bei den Auftrageingängen die Talsohle erreicht ist.« Allerdings erwartet er, dass sich die Weltkonjunktur erst im zweiten Halbjahr 2002 nachhaltig erholen wird und die Branche erst dann davon profitieren werden.

### Stärkeres Wachstum als in der Branche geplant

So plant Heidelberg für das laufende Geschäftsjahr im Bereich des Digitaldrucks einen Anstieg bei Umsatz und Auftrageingängen. Im Kerngeschäftsfeld Bogenoffset sollen durch den

Ausbau der Technologie- und Kostenführerschaft Marktanteile hinzugewonnen werden. Im Marktsegment Rollenoffset will das Unternehmen seine Vertriebsaktivitäten in Asien und Europa verstärken. Durch die erfolgreiche Installation mehrerer Zeitungsrotationsmaschinen wird sich hier der Umsatz erhöhen. Neue Produktangebote für die Druckweiterverarbeitung sollen diesen Wachstumsbereich sinnvoll ergänzen und weiterentwickeln. Darüber hin-

### Starkes Wachstum geplant

»Bis zum Jahr 2007 haben wir das Ziel, zu einer 8-Milliarden-Euro-Company zu werden«, sagte Schreier. Damit setzt Heidelberg ein Zeichen, das der gesamten Branche Mut machen sollte. Denn Heidelberg will nicht wie in der Vergangenheit über Akquisitionen wachsen (der Anteil soll nur rund 500 Mio. € betragen), sondern durch Wachstum in starken Märkten.



Dr. Herbert Meyer, Finanzvorstand, und Heidelberg-Chef Bernhard Schreier zeichnen eine rosige Zukunft für den Druckmaschinenhersteller.

aus sind in dieser Sparte auch Zukäufe und Kooperationen geplant. Insgesamt geht Schreier davon aus, dass Heidelberg im Geschäftsjahr 2002/2003 sowohl beim Umsatz als auch beim Jahresüberschuss im Rahmen des Vorjahresniveaus liegen wird. »Im ersten Halbjahr erreichen wir voraussichtlich einen Umsatz unter dem vergleichbaren Wert des Vorjahreszeitraums, im zweiten Halbjahr aber über dem Vorjahreswert.« Für die weitere Zukunft geht Schreier davon aus, dass Heidelberg von einer sich belebenden Konjunktur stark profitieren und deshalb in den Folgejahren bei Eintreffen der positiven Vorhersagen ein knapp zweistelliges Umsatzwachstum erreichen werde.

Und dazu gehören nach Schreiers Worten der Bereich Digitaldruck, der Rollen- und Offsetdruck sowie die Verarbeitung. Dies sei auch der Grund, warum man den Bereich Prepress neu ausgerichtet habe und sich hier vor allem auf Workflow-Lösungen konzentriere. »Dabei ist das Bereitstellen von Software das Schmiermittel, ohne das in Zukunft nichts mehr läuft«, erläuterte Schreier und unterstrich damit, dass Heidelberg mit seinen 25.400 Mitarbeitern individuelle, auch durch Software getriebene, Lösungen für den gesamten Produktionsprozess anbietet.

### Restbeteiligung verkauft BAYER BEENDET KAPITEL AGFA

Der Chemie- und Pharmakonzern Bayer will die verbliebenen 30% seiner Beteiligung an Agfa (die übrigen Agfa-Anteile befinden sich zu 25% bei der Gevaert-Gruppe und zu 45% in Streubesitz) an die US-Investmentbank Goldman Sachs abgeben. Bayer erziele dabei einen steuerfreien Gewinn von etwa 200 Mio. €, der zum Schuldenabbau eingesetzt werden soll. Goldman Sachs plane, die 42 Mio. Aktien an Finanzinvestoren weiter zu veräußern. Damit geht ein halbes Jahrhundert Industriegeschichte zu Ende.

»www.agfa.com

### Océ AUS EIGENER KRAFT WACHSEN

Im letzten Geschäftsjahr erwirtschaftete der niederländische Hersteller von Dokumenten- und Drucksystemanbietern Océ einen Umsatz von 3,2 Mrd. €, was einen leichten Anstieg gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Der Jahresüberschuss verringerte sich um ca. 30% auf 105 Mio. €. Durch Restrukturierungsmaßnahmen und das Geschäft mit digitalen Farbdruckmaschinen (u.a. die Siebenfarbenmaschine CPS 700 und angekündigte neue Großformatdrucker) will das Unternehmen vom zweiten Halbjahr an sowohl Umsatz als auch Gewinnsteigerungen erzielen. Die Ausrichtung von Océ erfolgt auf professionelle Märkte mit großen Druckvolumina, die durch hohe Margen gekennzeichnet sind. Das Geschäft mit Kopierern und Druckern im Low-Volumebereich soll eingestellt werden. Bis zum Jahresende soll es statt drei nur noch zwei Unternehmensbereiche geben: Digital Document Systems und Wide Format Printing Systems. Für die Siebenfarbenmaschine werden dieses Jahr an die 600

Stück gebaut, mit einer neuen Fabrik soll die Kapazität nahezu verdreifacht werden.

»www.océ.de

### Quartalszahlen KBA BOGEN GUT, ROLLE SCHLECHT

Die Koenig & Bauer-Gruppe (KBA), der weltweit drittgrößte Hersteller von Drucksystemen, legte Ende Mai den Bericht für das 1. Quartal 2002 vor. Dabei sind die Zahlen für die ersten drei Monate insbesondere im Geschäftsbereich Rollendruckmaschinen von der anhaltend schwachen Branchenkonjunktur gekennzeichnet.

Während der Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um 14,3% auf 299,7 Mio. € zulegte, blieb das Ergebnis mit 1,9 Mio. € hinter dem Jahresziel zurück. Der Auftragsbestand zum Stichtag 31. März 2002 betrug 1.052,4 Mio. € und sichert den für das laufende Geschäftsjahr geplanten Umsatz von ca. 1.250 Mio. € bereits zu gut 80% ab.

Der Geschäftsbereich Rollendruckmaschinen entwickelte sich aufgrund der schwachen Investitionstätigkeit bei Großanlagen für den Zeitungs- und Akzidenzdruck im ersten Quartal wesentlich verhaltener. Der durch die Größe der Einzelprojekte stark zyklische Auftragszugang fiel mit 60,8 Mio. € um rund 75% schwächer aus als in den ersten drei Monaten 2001.

In seinem Bericht über das Rekordgeschäftsjahr 2001 mit einem Zuwachs des Umsatzes um 18,6% auf 1,29 Mrd. € kündigte Reinhart Siewert, Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG (KBA), bei der Hauptversammlung in Würzburg aufgrund der immer noch schwachen Weltkonjunktur für 2002 eine Wachstumspause an.

»www.kba-print.de



### MAN Roland Gruppe BESTES ERGEBNIS DER GESCHICHTE

Die MAN Roland Druckmaschinen Gruppe hat im Geschäftsjahr 2001 das beste Ergebnis in der Geschichte des Unternehmens erzielt. Die Umsätze stiegen um 13% auf 2,1 Mrd. €, das Ergebnis vor Steuern erreichte 89 Mio. € und konnte gegenüber dem Vergleichszeitraum 1999/2000 (79 Mio. €) um 13% gesteigert werden. Umsatzrendite (4,3%) und die Rendite auf das eingesetzte Kapital (20,1%) lagen wieder auf hohem Niveau, der Jahresüberschuss liegt bei 53 Mio. €. Der Gewinn pro Aktie stieg damit auf 4,13 €.



»Wir optimieren unsere internen Prozesse kontinuierlich und richten das gesamte Unternehmen exakt an den Bedürfnissen von Markt und Kunde aus. Daher konnte sich MAN Roland bei Umsatz und Ergebnis vor Steuern nun schon im fünften Jahr in Folge verbessern. Diese Erfolgsserie fällt vor allem dank des Einsatzes und Engagements aller Führungskräfte und Mitarbeiter entspre-

chend nachhaltig aus.«, erläuterte der Vorstandsvorsitzende der MAN Roland Druckmaschinen Gruppe, Gerd Finkbeiner. MAN Roland hat in den zurückliegenden Jahren die weltweite Führung im Markt für Rollen- und Flachdruckmaschinen ausgebaut und ihre Position als weltweit starker Zweiter im Bogendruck untermauert. Eine Technologie- und Produktoffensive in den Zukunftsmärkten Digitaldruck und vernetzter Workflow wurde eingeleitet. Auf Messen und Ausstellungen hat sich etwa die DICOWeb, das weltweit erste voll-digitale Offsetdrucksystem, immer wieder als Publikums-magnet erwiesen.

Als Systemanbieter und Dienstleister der grafischen Industrie will MAN Roland seinen Anteil am globalen Wachstumsmarkt Druck weiter ausbauen. Anhaltende Entwicklungsanstrengungen, neue Produkte und Dienstleistungen sowie aussichtsreiche Technologiepartnerschaften und Akquisitionen, wie beispielsweise die Mehrheitsbeteiligung an dem Softwarehaus Pape + Partner Media PPI in Hamburg, sollen diese Expansion langfristig sichern. Gesteigerte Anstrengungen in Marketing und Ver-

trieb sowie eine neue, international durchgängige Markenstrategie (Auslandstochter wie in der Schweiz erhalten den Namen MAN Roland mit dem Zusatz Swiss) sollen helfen, die Auswirkungen der aktuellen Konjunkturschwäche abzufedern. Trotz mittel- und langfristiger guter Aussichten des Marktes für Druckerzeugnisse und der Erfolg versprechenden Weichenstellungen im Unternehmen wird wegen der aktuellen Konjunkturlage nur mit einem abgeschwächten Geschäftsverlauf für das Jahr 2002 gerechnet.

» [www.man-roland.de](http://www.man-roland.de)

### Karat Digital Press GmbH VERSCHMELZUNG MIT KBA

Nach der im April 2002 erfolgten Auflösung des Joint-Ventures zwischen KBA und Scitex wurde die Verschmelzung der im Digitaldruckgeschäft tätigen Tochtergesellschaft Karat Digital Press GmbH, Radebeul, mit der Muttergesellschaft Koenig & Bauer AG am 27. Mai vollzogen. Nachdem KBA 2001 bereits die Weiterentwicklung und den Vertrieb der digital-integrierten Offsetmaschine 74 Karat in eigener Regie übernommen hatte, sieht man durch die Integration ins Mut-

terhaus bessere Möglichkeiten, Synergiepotenziale zu heben. » [www.kba-print.de](http://www.kba-print.de)

### Zusammenschluss FISCHER & KRECKE UND KOCHSIEK

Die Bielefelder Fischer & Krecke GmbH hat alle Geschäftsanteile der Kochsiek GmbH übernommen. Zur neuen Gruppe gehört auch die SMB Sondermaschinenbau GmbH in Braunschweig. Die 600 Beschäftigten werden mit Flexo- und Tiefdruckmaschinen, mit Stanzen und Spezialmaschinen für die Verpackungsindustrie jährlich etwa 140 Mio. € umsetzen.

## CrossMedia

ist zu  
10% Phantasie  
und zu  
90% Technik.



Was man dazu wissen muss:

IRD-Seminar »Vom Chaos zu CrossMedia – Im Datenverbund mit dem Kunden« am 24. 10. 2002 in Hanau.

### 100 JAHRE SCHNEIDERSÖHNE

Den 100. Geburtstag beging Mitte Juni der Papiergroßhändler Schneidersöhne. Wenngleich dieses Jubiläum Anlass zum Feiern war (mit Veranstaltungen, Jubiläumsbuch und -Zeitschrift) ist die derzeitige Situation in der Druckindustrie für die beiden Geschäftsführer Rainer Kö-

ster und Mathias Krahnert eher der Vermutstropfen in der langen Historie des Hauses Schneidersöhne. Generell gehe es dem Papierhandel aufgrund der schlechten Konjunktur nicht gut, man habe mit den zahlreichen Insolvenzen im Markt zu kämpfen. Trotzdem konnte Schneidersöhne als inzwischen in 12 Ländern international tätiges Unternehmen im vergangenen Jahr einen Umsatz von 1,2 Mrd. € erzielen, der geringfügig über dem des Vorjahres lag. Für die weitere Zukunft des Papierhändlers sieht die Geschäftsführung jedoch eine positive Tendenz.

» [www.schneidersoehne.de](http://www.schneidersoehne.de)



Anmeldungen:  
IRD: Das Knowledge-Institut  
Fasaneriestraße 12, D- 63456 Hanau  
Telefon: +49 - 61 81 - 96 40 6, Fax: +49 - 61 81 - 96 40 619  
[www.ird-online.de](http://www.ird-online.de)

### Krause CtP MARKTFÜHRER IN FERNOST

Im achten Jahr nach der Installation der ersten Zeitungslinie meldet Krause nun die 50. Installation in diesem stetig wachsenden Markt. Begonnen hat die Erfolgsgeschichte 1994 in Südkorea, wo Krause mittlerweile mit rund 40 installierten Zeitungslinien über 80% des Marktes abdeckt. Auch in Indien, Singapur und China ist Krause nach einer Pressemeldung erfolgreich und erwartet aufgrund des großen Marktpotenzials eine weiterhin kräftige Steigerung in den nächsten Monaten.

➤ [www.krause.de](http://www.krause.de)

### M-real alliance NEUORGANISATION DES VERTRIEBS

Nach sechs Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit in der gemeinsamen M-real alliance haben M-real und Myllykoski beschlossen, ihre Verkaufsaktivitäten zu trennen. Seit Gründung der gemeinsamen Verkaufsorganisation 1996 sind beide Unternehmen durch Fir-

menübernahmen erheblich gewachsen und wollen bis Ende des Jahres eigene Vertriebsorganisationen aufbauen.

### Online-Werbung KRÄFTIGE ZUNAHME

Während der Werbemarkt weiterhin stagniert oder zurückgeht, haben die Aufwendungen für die Online-Werbung im April erneut zugelegt. Nach Angaben der Nielsen-Mediaresearch wurden 22,3 Mio. € für die Werbung im Internet ausgegeben, 15% mehr als im Vorjahr und knapp 9% mehr als im Vormonat. Im Vergleich zum Vorjahr investierten vor allem Dienstleister größere Teile ihres Budgets ins Internet (der Anteil der Ausgaben für Internet-Werbung bei Dienstleistungen und Finanzdienstleistungen liegt bereits bei 6%), während IT-Unternehmen ihre Budgets zurücknahmen.

### SAP und Adobe AUTOMATISIERTE DIGITALE DOKUMENTE

SAP und Adobe arbeiten im Rahmen einer weltweiten Technologie- und Marketing-Allianz

zusammen. Ziel der Vereinbarung ist es, die auf Papier basierte Kommunikation von Geschäftsprozessen zu automatisieren, zu vereinfachen und zu beschleunigen. Dazu werden Adobe Acrobat und PDF in mySAP.com integriert. Mit der gemeinsamen Lösung können Unternehmen Informationen auch in organisationsübergreifenden Teams und zwischen unterschiedlichen Standorten austauschen. Die Integration wird durch die Infrastruktur der neuen mySAP.com eBusiness-Plattform ermöglicht, die auf der eBusiness-Konferenz Sapphire Anfang Juni 2002 angekündigt wurde.

➤ [www.adobe.de](http://www.adobe.de)

### technotrans-Zahlen BESSER ALS GEPLANT

Die technotrans AG, Hersteller von peripheren Anlagen an Druckmaschinen und Systemen für die Produktion von optischen Speichermedien, hat die zunächst reduzierten Zahlen für das Geschäftsjahr 2001 deutlich übertroffen. Der Umsatz stieg auf 131 Mio. € und legte damit um 25% gegenüber dem Vorjahr zu. Das Segment Print legte sogar um 29% auf 4,1 Mio. € zu.

➤ [www.technotrans.de](http://www.technotrans.de)

### AVT ÜBERNAHME VON GEIGER

Die israelische Advanced Vision Technology Ltd. (AVT), Anbieter optischer Beobachtungssysteme, übernimmt die Geiger Vision Systems GmbH (GVS). Das auf die industrielle Bildkontrolle beim Etikettendruck spezialisierte Münchener Unternehmen erzielte im vergangenen Jahr einen Umsatz von 700.000 €. AVT beschäftigt 104 Mitarbeiter und verweist auf mehr als 400 installierte Systeme. Für die Übernahme wollen die Israelis eine deutsche Tochter gründen, in der sämtliche Geiger-Aktivitäten eingebracht werden.

## DIE VIER GROSSEN MEDIEN

### Online-Medien etablieren sich als vierte Kraft

Online-Medien sind drauf und dran, sich zur vierten Kraft neben Fernsehen, Radio und Print zu etablieren. Dies ist ein Ergebnis des Prognos Mediareports »Online-Medien – ein Medium schärft sein Profil«. Die Basler Prognos hat jetzt in ihrem zweiten Themenreport der Prognos mediareports Reihe die Perspektiven der Online-Medien bis 2005 untersucht.

Erstes Kernergebnis des Online-Reports: Online-Medien etablieren sich als »4. Medium« und werden bis 2005 ihren festen Platz im Medienmix das Publikum erobern. »Ebenso wie Ende der 1990er Jahre die Marktperspektiven von Online-Medien maßlos überschätzt wurden, werden die Aussichten heute im allgemeinen unterschätzt«, so Dr. Josef Trappel, Leiter des Beratungsbereiches Medien bei Prognos, »dabei bieten sich gerade jetzt, nach dem Ausscheiden prominenter Portale, ausgezeichnete Chancen für das Etablieren von Online-Medien bei einem Online-Publikum, das beständig wächst.

Allerdings hinterlässt der Einbruch der Werbemärkte in der Zweiten Hälfte des Jahres 2001 deutliche Spuren: Der Kreis der Online-Anbieter mit publizistischer Leistung im Internet wurde merklich ausgedünnt und hat die verbleibenden Medien erheblich Verunsichert.

Zweites Kernergebnis: Online-Medien, die sich an ein breites Publikum richten, haben weitaus besser Chancen an dem Werbemarkt, als bisher angenommen. Die Werbewirtschaft hat in einem irrationalen Reflex auf den schleppenden Wirtschaftsgang reagiert und ist in die sichere Werte Fernsehen und Print geflüchtet. In den nächsten Jahren wird das Pendel zurückschlagen, so Prognos. Mit dem Nachweis der Effektivität der Online-Medien und der Marktreife neuer Werbeformen kommen die Werbebetats zurück und sorgen für ein überdurchschnittliches Wachstum der Online-werbung.

Drittes Kernergebnis: Der Verkauf publizistischer Inhalte an Enduser im Internet bleibt auf kleine Marktnischen beschränkt. General-Interest-Inhalte haben kaum eine Chance auf direkte Finanzierung durch die Internetuser. Prognos warnt daher vor einem übereilten Umstieg auf ein Pay-Modell, das viele User verärgert und im schlimmsten Fall das Image der Offline-Marke beschädigen kann. Längerfristig wird im Erlösmix von Online-Medien der Anteil der Werbeeinnahmen den Anteil der direkten Erlöse (Pay-Content) um ein Vielfaches übersteigen.

Als wichtigste Verhaltensregel empfiehlt Prognos das Bewahren der Ruhe in dieser turbulenten wirtschaftlichen Phase. Online-Medien stellen ein überzeugendes Medienprodukt mit einzigartigen Eigenschaften dar, das bis 2005 von 60% der Haushalte nachgefragt werden wird. Bis 2005 werden in den drei Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz die Online-Medien zum viertwichtigsten Werbeträger aufsteigen. Aus dem Konzentrationsprozess gehen die Online-Auftritte der etablierten Offline-Medien als Sieger hervor. General-Interest-Portale hingegen werden nur in Einzelfällen im Wettbewerb bestehen können, kaum eine Marktchance haben in der Einschätzung von Prognos neu etablierte Online-Marken im Medienbereich.

➤ [www.prognos.com](http://www.prognos.com)

### 100.000 GTO-DRUCKWERKE



Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat am 4. Juni das 100.000. Druckwerk der GTO-Baureihe übergeben. Es ist Teil einer Vierfarben-Printmaster GTO 52 für das brasilianische Unternehmen Logus Editora Gráfica. GTOs stehen inzwischen bei etwa 60.000 Druckern in aller Welt. Der Erfolg der branchenweit meistverkauften Bogenoffsetmaschine begann vor 30 Jahren, als Heidelberg die Umstellung von Buchdruck auf Offset vollzog. Die von Kunden als flexibel und gutmütig bezeichnete Baureihe erlebte eine Vielzahl von Entwicklungsschritten, so zum Beispiel 1977 eine Vierfarbenversion, 1980 die Formaterweiterung von 32 x 46 auf 36 x 52 cm, 1990 wurde die GTO zum Vorreiter der heutigen Speedmaster SM 52, 1991 gab es die erste Direktbebilderungsvariante (DI) und 1999 die Wiedereinführung des Fünffarbenmodells mit Wendeeinrichtung.

➤ [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)