



WERTE SCHAFFEN!
Carly Fiorina, 48, Chefin von Hewlett-Packard, in einem Spiegel-Interview (7-2003) über Unternehmensführung:

Der Druck der Finanzmärkte auf Unternehmen, ständig steigende Gewinne auszuweisen, wächst. Dazu Carly Fiorina:

»Es ist ja gerade die Aufgabe eines Vorstandsvorsitzenden mit Druck umzugehen. Es ist aber nicht seine Aufgabe, den Aktienpreis zu managen und sich nur um die Geschäftsentwicklung im nächsten Quartal zu sorgen. Er sollte sein Unternehmen strategisch führen und sich um das nächste Jahrzehnt kümmern.« Und weiter: »Natürlich sind auch kurzfristige Ziele wichtig. Aber bei vielen Managern hat sich ein falsches Bewusstsein entwickelt, was die Arbeit einer Führungskraft ausmacht. Sie haben vergessen, dass sie nicht nur für ihre Aktionäre, sondern auch für ihre Kunden und für die Gesellschaft nachhaltige Werte schaffen müssen.«

HP beschäftigt weltweit etwa 140.000 Mitarbeiter und erzielte 2002 einen Umsatz von 72,3 Mrd. \$. Nach der vollzogenen Fusion mit Compaq stieg der Gewinn im Quartalsvergleich (4. Quartal 2001 und 2002) von minus 186 Mio. \$ auf + 425 Mio. \$

**Fujifilm
POSITIVE BILANZ**

»In Zeiten unsicherer konjunktureller Entwicklung sind wir besonders stolz darauf, dass unser Unternehmen ein gesundes Wachstum aufweist,« re-



sümiert Hirofumi Yanagida, Geschäftsführer der Fuji Photo Film (Europe) GmbH. Für das

Geschäftsjahr 2002 (bis Ende März 2003) prognostizierte Fujifilm weltweit ein Umsatzwachstum von 4% auf rund 22,5 Mrd. €. Fujifilm hat sich in rund 70 Jahren zum international erfolgreichen und mittlerweile größten Unternehmen der Branche entwickelt. Der Weltumsatz von 21,6 Mrd. € im letzten Geschäftsjahr wurde in drei Produktbereichen erzielt: Imaging (Filme, Kameras, Color-Papier, Minilabs), Information (grafische Systeme, medizinische Systeme, Speichermedien) und Dokumentation. In Deutschland werden Produkte aus den Segmenten Imaging, Medical Imaging und grafische Systeme vertrieben. Hiermit wurde im Finanzjahr 2002 (31.3.2002) ein Umsatz von 318 Mio. € erzielt, ein Anstieg um 5% zum Vorjahr. Für das laufende Finanzjahr hält Fujifilm einen Anstieg um rund 8% für realistisch.

» www.fujifilm.de

**Heidelberg kauft zu
TEILE DER JAGENBERG-GRUPPE ÜBERNOMMEN**

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat den Erwerb des Geschäftsbereichs Faltschachtelverarbeitung der Jagenberg-Gruppe, Düsseldorf, bekannt gegeben. Es handelt sich um die Aktivitäten der Jagenberg Diana GmbH in Neuss, die Faltschachtel- bzw. Wellpappeklebmaschinen herstellt und der Woschnik + Partner Maschinenbau GmbH, die

Bogenstanzenmaschinen in Mönchengladbach fertigt. Weiter werden die Anteile an der Jagenberg Slovensko in der Slowakei erworben, die die beiden anderen Firmen mit mechanischen Bauteilen und vormontierten Baugruppen beliefert. Der Jahresumsatz des Bereiches liegt bei 40 Mio. €, insgesamt sind derzeit zusammen 372 Mitarbeiter in den Firmen beschäftigt. Zu den Übernahmekonditionen wurde zwischen den Partnern Still-schweigen verabredet.



Zum Zukauf erklärte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg: »Mit den Faltschachtelklebe- und Bogenstanzenmaschinen schließen wir eine Lücke in unserem Portfolio und können unseren Kunden im Verpackungsdruck erweiterte Lösungen anbieten.« Der Markt für Verpackungsdruckmaschinen beträgt weltweit rund 1 Mrd. €. Das weltweite jährliche Marktvolumen für die Faltschachtelklebe- und

Bogenstanzenmaschinen beträgt ca. 600 Mio. €. Durch den Zukauf hält Heidelberg daran einen Anteil von rund 8%.
» www.heidelberg.com

**IT-Firmenergebnisse
DURCHWEGS GUTE
ZAHLEN**

Die großen IT-Unternehmen melden für das angelaufene Quartal durchwegs gute Zahlen und heben Umsatz- und Gewinnprognosen für das laufende Jahr zum Teil deutlich an. Sun steigerte seinem Umsatz um 168 Mio. US-Dollar bzw. 6% und machte 10 Mio. Dollar Gewinn. Bei IBM wuchs der Umsatz des 4. Quartals um 7% auf 23,68 Mrd. US-Dollar. Für das gesamte Jahr 2002 konnte IBM einen Nettogewinn von 3,58 Mrd. US-Dollar verbuchen. Microsoft konnte im 3. Quartal 2002 einen Nettogewinn von 2,55 Mrd. US-Dollar ausweisen. Der Umsatz stieg um 10% Prozent auf 8,54 Mrd. US-Dollar. Lediglich Apple machte beim Umsatzplus von 7% 8 Mio. Dollar Verlust. Hier waren

11 Mio. Dollar Sonderabschreibungen und Umstrukturierungskosten die Gründe, die den operativen Gewinn ins Minus drückten.

**Registerregelsysteme
QUAD TECH KAUF
PRESS TECH CONTROLS**

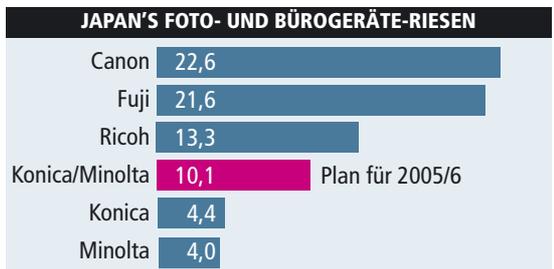
Die amerikanische Quad Tech Inc. (QTI) hat die Press Tech Controls Ltd. (Hemel Hempstead/GB) übernommen. Beide Unternehmen sind im Bereich der Registerregelsysteme für Druckmaschinen tätig. QTI betreut den Markt über eigene Niederlassungen und ist weltweit über ein Vertretungsnetz aktiv. Quad wolle mit diesem Schritt seine weltweite Präsenz stärken und im Tiefdruck und Verpackungsbereich eine breitere Lösungsplatte anbieten.

**Flint Ink und Sicpa
TRANSAKTIONEN
ABGESCHLOSSEN**

Die Flint Ink Corp. (Ann Arbor, USA) und die Sicpa-Gruppe (Lausanne/CH) haben diverse Transaktionen abgeschlossen. Danach erwarben die US-Amerikaner von den Schweizern das weltweite Geschäft mit Heat- und Coldset-Farben; im Gegenzug erhielt Sicpa Flint Inks weltweites Geschäft mit Farben für den Sicherheits- und Wertdruck (die Markenschutzaktivitäten verbleiben aber). In Europa soll die Produktion auf die Fabriken der Flint-Schmidt GmbH in Köln, 's-Gravenzande (NL), Wolverhampton (GB) und eine neue in Finnland verlagert werden.

KONICA UND MINOLTA: FUSION MITTE 2003

In der japanischen Elektronikbranche zeichnet sich eine Elefantenhochzeit ab. Die beiden Kamera- und Bürogerätehersteller Konica und Minolta wollen in der zweiten Jahreshälfte fusionieren. Die entstehende Gesellschaft setzt in diesem Jahr rechnerisch 8,4 Mrd. € um und will im Geschäftsjahr 2005/6 einen Umsatz von 10,1 Mrd. € erzielen; bis dahin sollen 4.000 der derzeit 38.500 Stellen wegfallen. Auf diese Weise soll dem Wettbewerb durch Canon (22,6 Mrd. €), Fuji (21,6 Mrd. €) und Ricoh (13,3 Mrd. €) standgehalten werden. Konica, der weltweit drittgrößte Hersteller von Kamerafilmen und Minolta, einer der führenden Produzenten von Spiegelreflexkameras, hatten bereits ein gemeinsames Zulieferabkommen bei Kopiergeräten geschlossen und kooperieren bei der Herstellung von Tonern.

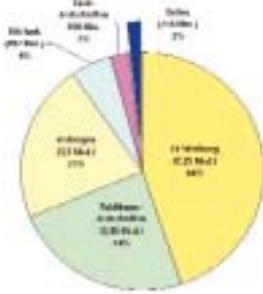




Rückläufig um 4,4%

WERBEUMSÄTZE 2002

Der Bruttowerbeaufwand in den klassischen Medien ist in Deutschland im Jahr 2002 um 4,4% gesunken. Damit ist die Werbung im zweiten Jahr in Serie rückläufig. Mit insgesamt 16,4 Mrd. € lag der Werbeaufwand laut einer Erhebung des Marktforschers Nielsen Media auf dem Niveau von 1999.



Die Umsätze im Fernsehen fielen mit 7,25 Mrd. € wieder am höchsten aus (- 4,2%), die Publikumszeitschriften setzten 3,85 Mrd. € um (-7,2%), Zeitungen belegen noch immer Rang 3 und kommen mit einem vergleichsweise geringen Rückgang um 2,9% auf 3,51 Mrd. €. 897,3 Mio. € wurden für Werbung im Radio, 400,8 Mio. € für Plakatwerbung ausgegeben.

➤ www.nielsen-media.de

Agfa-Gevaert-Gruppe ERTRAGSKRAFT STIEG IM JAHR 2002

Für Agfa-Gevaert war das Jahr 2002 einerseits von Umsatzrückgängen durch die anhaltende schwache Weltwirtschaft und andererseits von erheblichen Verbesserungen beim Ergebnis gekennzeichnet (von 260 Mio. € in 2001 auf 471 Mio. € im Geschäftsjahr 2002). Das operative Ergebnis und der Konzerngewinn nahmen beträchtlich zu, zugleich konnte die Nettoverschuldung kräftig verringert werden. Agfas Umsatz sank um 4,6% auf 4.683 Mio. €. Ohne das

zum Jahresbeginn 2002 eingestellte Geschäft mit digitalen Kameras und Scannern betrug der Umsatzrückgang sogar nur 2,8%.

Der Umsatz beim Technical Imaging betrug 1.822 Mio. € und blieb damit fast stabil, während beim Umsatz von grafischen Systemen (-4,1%) und beim Consumer Imaging (-12,5%) ein Rückgang verzeichnet werden musste. Der Anteil des Technical Imaging am Umsatz der Gruppe stieg von 37,1% im Jahr 2001 auf 38,9% in 2002 und übertraf damit zum ersten Mal den Anteil der Graphic Systems, der zum Jahresende 2002 auf 38,7% kam (2001: 38,5%).

2002 erzielte der Bereich Graphic Systems einen Umsatz von 1.813 Mio. €. Hier machte sich die schwache Nachfrage nach Verbrauchs- und Investitionsgütern bemerkbar. Dessen ungeachtet setzte sich jedoch die Verschiebung von Computer-to-Film-Systemen zu Computer-to-Plate mit unverminderter Geschwindigkeit fort. Agfa konnte ihren Umsatz im Bereich der digitalen Druckplatten und der Computer-to-Plate-Systeme um mehr als 20% steigern. Agfa schätzt, dass der Umstieg auf CtP für mehr als 20% des Marktes bereits vollzogen ist: ein Signal dafür, dass für die kommenden Jahre mit einem anhaltend starken Wachstum bei den Computer-to-Plate-Systemen zu rechnen ist. Um die besonders kräftige Nachfrage nach CtP-Druckplatten befriedigen zu können, hat Agfa umfangreich in einen neuen Produktionsstandort in Wuxi (China) investiert, der in der zweiten Hälfte des Jahres 2003 betriebsbereit sein soll und den asiatischen Markt bedienen wird.

➤ www.agfa.com

UNTERNEHMENS-STRATEGIE

Neue Formation für die Zukunft

Océ realisiert konzernweite Neustrukturierung: Der Schwerpunkt liegt auf »Digital Document Systems«

Océ hat seine Geschäftsbereiche neu strukturiert und damit den veränderten Erfordernissen des Marktes angepasst. Damit bildet Océ den produktübergreifenden Einsatz moderner Technologien, die wachsende Bedeutung vernetzter Datenverarbeitung, spezieller Software und die vielfältigen Möglichkeiten neuer Medien in seinen neuen Geschäftsbereichen ab. Fokus sind dabei kundenspezifische Lösungen. Neue, zusätzliche Schwerpunkte wurden auf Service und Dienstleistungen gelegt.



»Durch eine stärkere Fokussierung auf für uns spezifische Marktsegmente und dem Er-schließen von Synergien in der Produktentwicklung wollen wir in allen unseren Marktsegmenten unter den besten drei Mitbewerbern sein und Umsätze und Gewinne um mindestens 10% pro Jahr steigern.« bekräftigt Océ-Chairman Rokus van Iperen.

druck sowie technische Dokumentationen fallen in dieses Océ-Segment ebenso wie Print on Demand. Océ bietet hier eine große Palette von Einzelblatt- und Endlosdrucksystemen sowie die Prisma+POD-Software zur Steuerung des gesamten Workflows an.

Als Anbieter von Infrastruktur-Dienstleistungen und Druckstätten spricht Océ im Marktsegment digitaler Zeitungsdruck vor allem Zeitungsverleger an, die in verschiedenen Regionen weltweit nahezu zeitgleich produzieren wollen. In diesem hochspezialisierten Segment geht es um die weltweite Koordination und Distribution von Zeitungsdruckvolumen zwischen Verlegern und Druckern. Océ hat dazu das

Digital Newspaper Netzwerk (DNN) entwickelt.

Der Bereich Copy Shop & Druck-Dienstleister stellt einen Wachstumsmarkt dar, in dem Océ auf Basis neuer Einzelblattdrucksysteme, Software und Finishing-Integration segmentspezifische Lösungen verbindet.

Im zweiten großen Bereich Corporate Printing werden unter anderem Kunden aus dem Bank- und Versicherungswesen, der öffentlichen Verwaltung und dem Handel betreut. Als Partner für Komplettsysteme hat Océ für diese Kunden ein breites Angebot an Dienstleistungen – von der Beratung über die Systemintegration bis hin zum professionellen Service. Zum Produktportfolio gehören intelligente Scan- und Texterkennungs-lösungen sowie Drucksysteme, über die sich auch im Endlosdruck Firmen-Logos oder spezielle Textstellen farblich hervorheben lassen.

Der Industrie und dem Handel bietet Océ spezialisierte Hochleistungsdrucksysteme für das Drucken von kundenindividuellen Versandpapieren oder Systeme zur Erfassung unterschiedlichster Geschäftsdokumente, wie sie etwa in einer Unternehmens-Poststelle auflaufen. Die Dokumente werden gescannt, klassifiziert und als elektronisch bearbeitbare Informationen an die richtigen Abteilungen versandt oder archiviert.

Das Océ-Angebot im Bereich Direktmarketing umfasst Consulting, Soft- und Hardware. Dazu gehören Marketingkonzepte und Verkaufsinstrumente wie Kundenpräsentationen, Produktschulungen, Verkaufs- und Entscheidungshilfen.

➤ www.oce.de



LESETIPP


**Zum Sammeln empfohlen
EXPRESSIS VERBIS**

MAN Roland hat im Dezember die Kundenzeitschrift «expressis verbis», Edition 2002, versandt. Viele Kunden, Freunde und Partner erhielten so von ihren Ansprechpartnern bei MAN Roland ein jeweils exklusiv produziertes Heft mit persönlichen Grüßen im Editorial. Inhaltlich ist die Zeitschrift ein nützliches Grundlagen- und Nachschlagewerk für die grafische Industrie: Berichtet wird aus den Segmenten Verlags-, Werbe- und Verpackungsdruck, beispielsweise über die Entwicklung der Werbeausgaben nach Regionen und Medien, über neue Chancen und Anwendungen für die Wellpappe und über Druckprodukte, die für den Digitaldruck prädestiniert sind. Wie immer zieht expressis verbis interessante Vergleiche, dieses Mal zwischen Automobil- und Druckindustrie. Wissenswerte Anregungen liefern darüber hinaus unter anderem die Artikel über Nachhaltigkeitsberichte und die bedeutendsten Buchmessen weltweit.

► www.manroland.de

auf 835 Mio. €. Für das laufende Jahr sieht CEO Juha Niemelä Anzeichen für eine Verbesserung des Werbemarktes in den USA. Ansonsten sei 2003 von ökonomischer Unsicherheit geprägt.

► www.upm-kymmene.com

**GretagMacbeth
FINANZIELLE LAGE
POSITIV**

Gretag Macbeth, Tochtergesellschaft der Amazys Holding AG mit Sitz in Regensdorf bei Zürich, berichtet für das Geschäftsjahr 2002 über eine signifikante Steigerung der Rentabilität und des Gewinns.

Gretag-Macbeth ist ein eigenständiges Unternehmen und steht nicht im Zusammenhang mit der insolventen Gretag Imaging.

► www.gretagmacbeth.com

**Huber-Gruppe
JETZT HUBERGROUP**

Um seinem internationalen Anspruch auch vom Namen her gerecht zu werden, hat sich der Druckfarbenhersteller Huber-Gruppe offiziell in »hubergroup« umbenannt. Die Gruppe besteht aus 27 eigenständigen Unternehmen (davon 23 in Europa) und zählt zu den Top 10 auf dem Druckfar-

benweltmarkt. Das 1765 gegründete Stammhaus Michael Huber in München befindet sich im Familienbesitz. Neben Farben für fast alle Druckverfahren werden Lacke, Feuchtmittelzusätze und Toner produziert.

► www.hubergroup.de

**Nach Insolvenz
QUATOGRAPHIC MELDET
SICH ZURÜCK**

Nach Insolvenz der Faqtor Distributions AG übernimmt die neu gegründete Quatographic Vertriebs GmbH die gleichnamige Imaging-Produktlinie, die Scanner, Moni-

re, Farbmessinstrumente für die Profilierung und Farbmanagementlösungen umfasst. Darüber hinaus übernimmt das Braunschweiger Unternehmen im deutschsprachigen Raum Vertrieb und Marketing für die Bildschirme des belgischen Herstellers Barco.

► www.quatographic.de

Canon Deutschland
MEHR ALS 6% ZUWACHS

Die Canon Deutschland GmbH, Krefeld, schloss das Geschäftsjahr 2002 erfolgreich mit einem Umsatz von 932 Mio. € ab. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Wachstum von 6,6%. Nach wie vor behauptet sich das Foto- und IT-Unternehmen damit in einem schwierigen Umfeld und sichert seine Position trotz sinkender Märkte. Das Unternehmen beschäftigt zur Zeit rund 1.000 Mitarbeiter.

► www.canon.de

Zusammenschluss
**APRION DIGITAL UND
SCITEX VISION**

Scitex Vision Ltd. gab Anfang Januar den Zusammenschluss mit der Aprion Digital Ltd. bekannt. Das neue Unternehmen mit Sitz in Netanya, Israel, wird unter dem Namen Scitex Vision firmieren, während der Name Aprion für die Piezo-Drop-on-Demand-Technologie verwendet wird. Mit dieser Technologie ausgestattete Produkte werden das Logo »Powered by Aprion« tragen. Ken Levy, ehemals Chairman, und Dr. Miki Nagler, ehemals President und CEO von Aprion, werden dem Board of Directors von Scitex Vision als Chairman angehören. Dr. Miki Nagler: »Wir haben ein Team



von mehr als 500 hochkreativen Mitarbeitern zusammengestellt, das den Erfolg

unseres Unternehmens und unserer Kunden sicherstellt.«

► www.scitexvision.com

UPM-Kymmene
**STEIGENDER UMSATZ,
SINKENDER GEWINN**

UPM-Kymmene berichtet in seiner Bilanz für das vergangene Jahr von einer Umsatzsteigerung um rund 6% auf 10,5 Mrd. €. Gleichzeitig sank der Gewinn des finnischen Papierkonzerns von 1,1 Mrd. €

Auch wenn alles in
Bewegung ist, trifft
man irgendwann ins **Ziel**.

Schon möglich. Angesichts
der Umwälzungen bei

**Computer-
to-Plate**

ist es aber gut zu
wissen, dass Lastra
konsequent auf
Thermo-CTP setzt.

Mit unseren Thermoplatten landen
Sie bei jedem CTP-Job einen Treffer.



**LASTRA
GROUP**

LASTRA PLURIMETAL GMBH

Porschestraße 8

63512 Hainburg

info@lastragroup.de

Tel. 0 61 82/78 27-0

Fax 0 61 82/78 27-20

www.lastragroup.com