

Koenig & Bauer AG BETEILIGUNG AN METRONIC

Die Koenig & Bauer AG (KBA), Würzburg, und die Metronic AG mit Sitz in Veitshöchheim bei Würzburg wollen ihre Zusammenarbeit vertiefen. Die entsprechende Vereinbarung sieht auch eine Mehrheitsbeteiligung der KBA zu Beginn des kommenden Jahres vor. Über die Details wurde Stillschweigen vereinbart. Metronic ergänzt die KBA-Produktpalette um Lösungen für wachstumsorientierte Nischenmärkte. Metronic stellt UV-Offsettechnik für das Bedrucken von Datenträgern wie CD, CDR und DVD sowie Plastikkarten und Kennzeichnungsgeräte (Inkjet, Heißpräge-, Laser- und Thermotransfertechnik) her. KBA und Metronic arbeiten seit über zwei Jahren bei der Bogenoffsetmaschine Genius 52 zusammen und unterhalten aufgrund der räumlichen Nähe langjährige gute Geschäftsbeziehungen. Die 1972 von Torald L. Rohloff gegründete Metronic AG beschäftigt aktuell gut 300 Mitarbeiter (Planumsatz 2003: 35 Mio. €). Signifikante Überschneidungen mit der weltweit agierenden Koenig & Bauer-Gruppe gibt es nicht. www.kba-print.de

Siegwerk ÜBERNAHME VON FARBENHERSTELLER CCI

Die Siegwerk-Gruppe hat den amerikanischen Verpackungsdruckfarbenhersteller Color Converting CCI gekauft. Die Siegwerk-Gruppe baut damit die Präsenz in den USA aus und stärkt ihre Position als weltweit tätiges Unternehmen. Mit einem addierten Jahresumsatz von 425 Mio. € (2002) in den Bereichen Verpackungsdruckfarben und Druckfarben für Print-Medien steigt die Siegwerk-Gruppe mit dem Kauf von CCI zum drittgrößten europäischen Druckfarbenhersteller auf. Der Konzern mit 1.200 Mitarbeitern gehört zu den international führenden Anbietern der Branche, die als Zulieferer der Druckindustrie weltweit ein Volumen von rund 15 Mrd. € erwirtschaften. www.siegwerk.com

Lizenzvertrag KBA BAUT KÜNFTIG EIGENE TROCKNER

Das KBA-Bogenoffsetwerk der in Radebeul hat mit der amerikanischen Air Motion Systems einen Lizenzvertrag geschlossen. Danach übernimmt KBA die Rechte für Herstellung, Weiterentwicklung, Vertrieb und Service der Trocknersysteme von Air Motion für den Einsatz in den Rapida-Bogenoffsetmaschinen. Alternativ zu den lizenzierten Trocknern wird KBA weiterhin Trocknersysteme anderer Hersteller im Programm haben. www.kba-print.de

MABEG ZURÜCK IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT

Im Rahmen eines Management Buy-Outs hat MAN Roland ihr bisheriges Tochterunternehmen MABEG Maschinenbau GmbH & Co. KG zum 1. Dezember an den bisherigen Geschäftsführer Dr.-Ing. Jochem Tietze verkauft. Beide Unternehmen setzen die enge Zusammenarbeit fort, nachdem MABEG mehr als 12 Jahre zu MAN Roland gehörte. MABEG erwirtschaftet mit 70 Mitarbeitern einen Umsatz von etwa 10 Mio. €. www.man-roland.de

Heidelberg und alphagraph ZUSAMMENARBEIT

Die Heidelberger Druckmaschinen AG und die Essener alphagraph team GmbH verstärken ihre seit drei Jahren bestehende Kooperation. Dazu wurde im Oktober ein langfristiger Vertrag unterzeichnet. Ziel ist der Ausbau der Entwicklung für das Management Informationssystem Prinance/Winkaar32. Winkaar ist ein Baustein des Heidelberg Prinect Workflows. www.heidelberg.com

Ist die Wende in Sicht?

Druckmaschinenbauer Heidelberg, Koenig & Bauer und MAN Roland hoffen auf ein anziehendes Geschäft

Nach den letzten Quartalszahlen weisen die drei großen Druckmaschinenhersteller zwar immer noch erhebliche Verluste aus, zugleich gibt es aber offensichtlich erste Hoffnungssignale auf Grund anziehender Auftragseingänge. Die Orderlage bei Heidelberg, KBA und MAN Roland nährt Erwartungen, das Druckmaschinen-geschäft könne langsam wieder aus der Talsohle herauskommen.

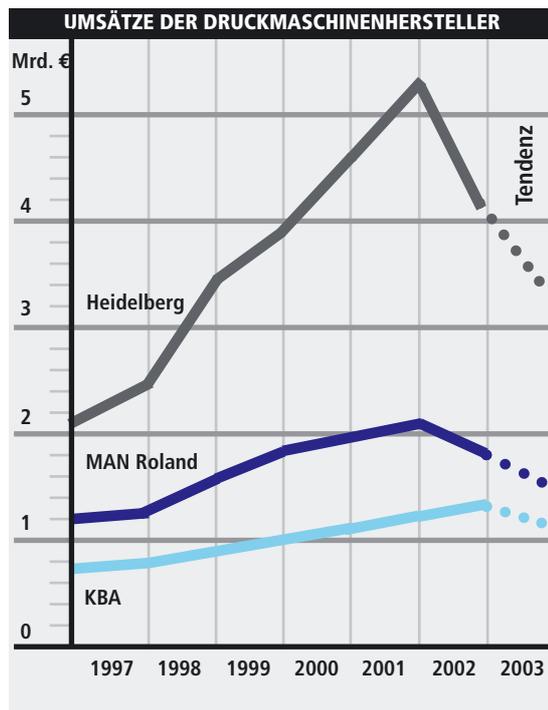
Die Druckindustrie leidet nach wie vor unter der schwachen Werbekonjunktur. Und die Druckmaschinen- und Gerätehersteller unter der geringen Investitionsneigung der Branche. Abzulesen in den jüngsten Quartals- und Halbjahres-Berichten der drei großen Druck-

maschinenhersteller. Analysiert man die Zahlen und verzichtet auf die Stellen hinter dem Komma, verzeichnen Heidelberg, KBA und MAN Roland im laufenden Geschäftsjahr bislang Rückgänge in der Größenordnung von 20% beim Umsatz. So liegt Heidelberg nach der Hälfte des Geschäftsjahres, das im April beginnt, bei einem Umsatz von rund 1,5 Mrd. € und damit 20% unter dem des Vorjahres. Auch KBA liegt nach neun Monaten mit fast 19% unter Vorjahresniveau und auch MAN Roland meldet einen Umsatzrückgang um ein Fünftel.

Hoffnungssignale

Während Heidelberg und MAN Roland keine Prognosen für den Geschäftsabschluss abgeben, hält KBA am gesteckten

Umsatzziel von gut 1,2 Mrd. € fest. Dies ist nicht einfach nur Pokern, sondern die Analyse der Zahlen aus dem 3. Quartal, in dem sich die Anzeichen für eine allmähliche Verbesserung der Investitionsneigung in der grafischen Industrie verstärken. Erstmals seit zweieinhalb Jahren ist der Auftragseingang bei KBA wieder zweistellig um 10,4% auf 854,3 Mio. € gestiegen, wobei der Zuwachs im Rollenmaschinenbereich 7%, bei den Bogenoffsetmaschinen 13,2% ausmacht. Mutig gibt sich darauf hin der Vorstand von KBA, der für 2004 aufgrund der verbesserten Auslastung bei Rollendruckmaschinen und des prognostizierten Aufschwungs der Weltwirtschaft mit einer wesentlich besseren Umsatz- und Ertragsentwicklung rechnet. MAN Roland meldete im Rahmen der Geschäftszahlen der Muttergesellschaft ebenfalls ein Plus im Auftragseingang um 5%. Und auch Heidelberg verzeichnete im Quartalsvergleich ein Plus und kann um gesamt 10,2% zulegen. Bernhard Schreier, Heidelberg-Vorstandsvorsitzender, mahnte bei der Verlage der Quartalszahlen jedoch zur Vorsicht: »Wir müssen die nächsten Wochen und Monate abwarten, inwieweit die positive Entwicklung aus dem zweiten Quartal nachhaltig ist.« Er hat »dem Braten« offensichtlich nicht getraut und legte Ende November ein Paket vor, das Heidelberg's Organisation komplett umkrempelt (siehe unseren Beitrag »Vom Sockel geholt« ab Seite 4).



- www.kba-print.de
- www.man-roland.de
- www.heidelberg.com

Esko-Graphics AGFA ÜBERNIMMT ZEITUNGSBEREICH

Esko-Graphics und Agfa-Gevaert haben die Unterzeichnung einer Vereinbarung bekannt gegeben, wonach Agfa alle Service- und Supportverpflichtungen für den DMX-Plattenbelichter und den EskoNet-Workflow für den Zeitungsdruck gegenüber Kunden und Distributionspartnern von Esko-Graphics übernimmt. Esko-Graphics hatte Anfang des Jahres bereits angekündigt, dass sich das Unternehmen im Rahmen einer strategischen Neuausrichtung auf die Kerngeschäfte Akzidenz- und Verpackungsdruck konzentrieren und sich aus Aktivitäten wie dem Zeitungsmarkt, zurückziehen werde. Laut Vereinbarung werden die Mitarbeiter von Esko-Graphics zu Agfa wechseln. Kim Graven-Nielsen, Präsident und CEO von Esko-Graphics: »Wir sind überzeugt, dass wir in Agfa einen Partner gefunden haben, der unseren Zeitungskunden eine solide Plattform für fortlaufenden Support, Investitionsschutz und einen rentablen Weg zu künftigen Wachstum geben kann.« Damit ist Esko-Graphics, das Unternehmen, das aus Barco und Purup-Eskofot hervorgegangen ist, praktisch nur noch im Akzidenz- und Verpackungsbereich aktiv. Ein weiteres Standbein hat das Unternehmen im OEM-Bereich, wo es CtP-Systeme für andere Brands und Label liefert. [➤ www.agfa.com](http://www.agfa.com)

Zeitungsvorstufe IPA KAUFT PARASCAN

IPA, die Firmengruppe von Tullio Ponzi, zu der auch alfa, Scangraphic, PrePress und Monotype gehören, hat verlässlichen Quellen zufolge am ersten Ifra-Messtetag das englische Unternehmen Parascan gekauft. Damit bietet die Firmengruppe jetzt alles für die Zeitungsvorstufe und den Workflow in Verlagen an. [➤ www.alfa.de](http://www.alfa.de)

Agfa DRUCKPLATTEN-PRODUKTION IN CHINA

Agfa hat einen neuen Produktionsbetrieb im chinesischen Wuxi eröffnet. Hier wird Agfa digitale und analoge Druckplatten herstellen, um die Nachfrage in Asien zu befriedigen. Das neu errichtete Werk mit einer Investition von 50 Mio. € hat eine Produktionskapazität von 25 Mio. m². In Anbetracht der immer schnelleren Umstellung vom Computer-to-Film auf CtP, was sich in einer jährlich um mehr als 20% steigenden Nachfrage nach digitalen Druckplatten zeigt, kann Agfa mit diesem Werk flexibler auf die Umstellung der Industrie reagieren. [➤ www.agfa.com](http://www.agfa.com)

Papierindustrie MIT ERHOLUNG WIRD GERECHNET

Die deutsche Papierindustrie sieht für 2004 ein Anziehen der Papierkonjunktur. Dennoch erwartet der Präsident des Verbandes Deutscher Papierfabriken (VDP), Hans-Michael Galenkamp, ein schwieriges Jahr für die Branche. Durch steigende Rohstoff- und Energiekosten werde die Ergebnissituation auch im kommenden Jahr stark unter Druck stehen. Für das laufende Jahr 2003 erwartet die Branche einen Anstieg der Produktion von Papier, Karton und Pappe von 5% auf 19,4 Mio. Tonnen. Dies ist besonders auf die Inbetriebnahme neuer Produktionsanlagen in Deutschland zurückzuführen. Motor der Entwicklung war mit einem Plus von 8% der Export, der von 7,5 Mio. Tonnen auf 8,1 Mio. Tonnen anstieg. Der Inlandsabsatz konnte trotz der schwachen Binnenkonjunktur um 1% auf 11,2 Mio. Tonnen zulegen, wobei die Preise offensichtlich wiederum stark nachgaben. Mit einem Minus von rund 3% gegenüber dem Vorjahr muss die Branche den dritten Umsatzrückgang in Folge auf voraussichtlich 11,9 Mrd. € hinnehmen. [➤ www.vdp-online.de](http://www.vdp-online.de)



Talsole überwinden WERBUNG WÄCHST WIEDER

Nach einer Studie des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und der Boston Consulting Group (BCG) gehen die in einer Studie befragten Verlage davon aus, dass die Talsole der Werbekrise erreicht sei. 33% schätzen, dass es ab 2004 wieder aufwärts gehen wird. Bereits in den letzten drei Monaten sind nach Informationen des Deutschen Multimedia Verbandes (dmmv) die gesamten Werbeinvestitionen um rund 4,7% gegenüber dem Vergleichszeitraum 2002 gestiegen. In ihrer Studie »Zeitungen 2007« sieht auch die Schweizer Prognos AG die Talfahrt der Werbemärkte in den drei deutschsprachigen Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz mit dem Jahr 2003 zu Ende gehen. 2004 helle sich die Stimmung auf, was sich in Deutschland mit einem Wachstum des Gesamtwerbemarktes um 1,2% (2003) und 3,8% (2004) bemerkbar mache. Auch in Österreich habe sich die angekündigte Trendwende vollzogen. Der Werbemarkt wachse um 2003 um 2,0% und 2004 um 3,0%. In der Schweiz erweise sich die Marktflaute als hartnäckiger. 2003 sei mit einem nochmaligen Rückgang von 2,8% zu rechnen, 2004 Sorge dann auch in der Eidgenossenschaft die konjunkturelle Belebung für ein Wachstum von 2,3%.

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

Online-Werbung PLAKATWERBUNG BIS 2005 EINGEHOLT

Online-Werbung wird 2003 als einzige Mediengattung in Deutschland Zuwächse verbuchen können, prognostiziert der Deutsche Multimedia Verband (dmmv). Allein im ersten Halbjahr wurde ein Wachstum



INFORMATIONSFLOT: JÄHRLICH 5,4 MRD. GIGABYTE

Rund um den Globus werden jährlich bis zu 5,4 Mrd. Gigabyte (GB) neue Informationen produziert und gespeichert. Dazu kommen 17,3 Mrd. GB Informationen, die telefonisch (mobil und Festnetz) erzeugt und weitergeleitet, aber nicht gespeichert werden. Von dieser Schätzung geht eine Studie der Universität von Kalifornien in Berkeley aus. 92% der produzierten Daten werden auf magnetische Datenträger wie Video- und Audiokassetten sowie Festplatten gespeichert. Auf Festplatten wurden um 114% mehr Informationen gesichert als 1999. Die optischen Medien CD (+ 57%) und DVD (+ 99%) holen ebenfalls auf. Statistisch gesehen produziert jeder Mensch jährlich eine Datenmenge von rund 800 MB, wobei dieser Wert für US-Amerikaner und Europäer deutlich höher liegen dürfte. Alleine die USA produzieren jährlich über 40% der neuen Informationsdaten.

Die papierlose Gesellschaft ist dennoch nicht in Sicht. Die Menge der auf Papier gedruckten Informationen steigt weiter. Allerdings wird die überwiegende Menge der gedruckten Information von Einzelpersonen produziert (e-Mails etc.). Printprodukte in Form von Büchern, Magazinen und Zeitungen sind bereits in der Minderheit. Die Zahl der Bilder auf Fotopapier ging ebenfalls um 9% zurück. Digitale Bilder trugen wesentlich zum Wachstum der Datenmenge bei.

Den größten Teil der jährlich produzierten Datenmenge machen e-Mails aus: nämlich rund 400 Mio. GB. Im Internet sind geschätzte 170.000 GB an Information vorhanden. Radio und TV produzieren dagegen in einem Jahr nur rund 3,5 Mio. GB an neuer Information. Die Studie ist auf der Website der Universität als PDF-File verfügbar.

[➤ www.sims.berkeley.edu/research/projects/how-much-info](http://www.sims.berkeley.edu/research/projects/how-much-info)

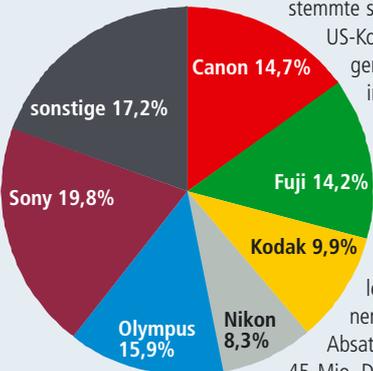
von 19,7% zum Vergleichszeitraum des Vorjahres erzielt. Der Anteil der Online-Werbung am gesamten Werbemarkt beträgt damit etwa 1,5%. Nachdem in den letzten Monaten die Umsätze des Gesamtwerbemarktes wieder gestiegen sind, wird sich dies auch positiv auf eine Steigerung bei der Online-Werbung auswirken. Experten rechnen mit einer Steigerung zwischen 15% und 20% in den kommenden Jahren, so dass der Anteil der Online-Werbung bis 2005 zu anderen Mediengattungen aufschließen

kann. Der dmmv erwartet bis zum Jahr 2005 einen Anstieg auf 3% an den Gesamtausgaben. Selbst bei moderater Steigerung der Ausgaben für Plakatwerbung würde die Online-Werbung mit dieser Gattung gleichziehen. Experten rechnen damit, dass sich der Wachstumstrend der Online-Werbung in den Folgejahren fortsetzt und diese Werbeform damit fester Bestandteil des Media-Mix wird.

[➤ www.dmmv.de](http://www.dmmv.de)

Digitalkameras JAPANISCHE VORHERRSCHAFT

Der Markt der Digitalkameras wird eindeutig von japanischen Konzernen beherrscht. Sie stellten 2002 mehr als 80% der weltweit verkauften Geräte. Mit einem nennenswerten Marktanteil stemmte sich praktisch nur der US-Konzern Kodak dagegen. Dies könnte sich im 2003 noch einmal zu Gunsten der japanischen Hersteller ändern, wobei sich die Marktanteile zwischen den einzelnen Herstellern verschieben können, da für 2003 ein Absatz von weltweit 40 bis 45 Mio. Digitalkameras erwartet wird. Dies käme einer Steigerung um über 60% gleich, nachdem im Vorjahr noch 28 Mio. digitale Kameras über die Ladentheke gingen. Alleine Canon hat seine Verkaufsprognosen in diesem Jahr drei mal angehoben und rechnet mit dem Verkauf von 9 Mio. Digitalkameras, was den Marktanteil erheblich steigern könnte.



Creo UMSATZSTEIGERUNG

Creo hat im am 30. September zu Ende gegangenen Geschäftsjahr 2002/2003 einen Umsatz von 578,0 Mio. \$ erzielt und damit eine Steigerung um 7% gegenüber dem vergangenen Geschäftsjahr erreicht. Damit arbeitet Creo wieder im Bereich der schwarzen Zahlen. www.creo.com

Fuji Photo PROFIT DURCH DIGICAM-BOOM

Fuji Photo Film hat im ersten Halbjahr seines Geschäftsjahres den Nettogewinn um 22% gesteigert. Der Umsatz wuchs um 0,6% auf 10,3 Mrd. €. Der Konzern hat in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres vor allem vom Erfolg seiner Digital-Kameras auf den ausländischen Märkten profitiert. Dennoch hat Fuji seine Prognosen für das Gesamtjahr zurückgenommen und erwartet nunmehr einen Umsatz von 20,5 Mrd. €. www.fujifilm.com

Weitere Absagen CEBIT OHNE OKI UND HP

Oki Systems (Deutschland) GmbH nimmt im kommenden Frühjahr nicht an der CeBIT teil. Mit eigenen Veranstaltungen will Oki eine größere Präsenz beim Kunden sowie eine engere Kooperation mit dem Fachhandel erreichen. Flagge zeigen will OKI etwa mit einer internationalen Kundenveranstaltung, die nur wenige Wochen nach der CeBIT stattfinden soll. Mit der Beteiligung an Fachmessen wie der drupa oder kleineren Spezialmessen wird Oki darüber hinaus seine Produkte und Lösungen gezielt in den jeweiligen Märkten vorstellen. www.oki.de

Auch Hewlett Packard wird zur CeBIT nicht mehr mit eigenen Messeständen vertreten sein, sondern nur noch auf Partnerständen. Begründet wird der Schritt mit einem veränderten Marketing-Konzept zugunsten von Werbekampagnen und direkten Kundenkontakten zum Beispiel auf Hausmessen. www.hp.com

Creo ANTEILE AN PRINTCAFE VERKAUFT

Creo hat seine verbleibende Beteiligung am Internet-Dienst Printcafe verkauft. Creo erhält für den Verkauf der 4,7 Mio. Stammaktien sowie durch die Ablösung eines Darlehens an Printcafe rund 22,1 Mio. \$. www.creo.com

Buchmarkt LEICHTER UMSATZ-RÜCKGANG

Der Umsatz der deutschen Buchbranche ist 2002 um 2% auf 9,22 Mrd. € gesunken. Dies sei jedoch nicht Ausdruck einer Branchenkrise, betont Dieter Schormann, Vorsitzender des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels. Die Buchbranche leide lediglich unter der schwachen Konjunktur und der anhaltend geringen Konsumbereitschaft in Deutschland. Positiv sei jedoch der Internetbuchhandel aufgefallen, dessen Umsätze um 52% auf 438 Mio. € gestiegen sind. Das Online-Geschäft macht nun rund 4,5% des Umsatzes aus.

2002 seien für 3,36 Mrd. € Belletristik, Sach-, Kinder- und Jugendbücher über den Ladentisch gegangen: 3,1% weniger als im Jahr davor. Zudem habe die Gruppe der wissenschaftlichen Bücher mit 3,23 Mrd. € ebenfalls einen Rückgang von 2,9% verzeichnet. Zulegen konnten dagegen audiovisuelle Medien inklusive Hörbücher.

Hier sei der Umsatz um 4,5% auf 217 Mio. € gestiegen. Die Umsätze der Verlage seien um 2,8% zurückgegangen, was sich auch auf die Zahl der Veröffentlichungen ausgewirkt habe. So seien im Jahr 2002 insgesamt 59.916 Erstauflagen auf den Markt gekommen; 7,3% weniger als im Rekordjahr 2001. Die Gesamtzahl der erschienenen Bücher habe sich ebenfalls um 7,3% auf 78.896 Titel verringert. Im Vergleich zu anderen Einzelhandelssparten liegt der Buchhandels-Umsatz deutlich über dem Durchschnitt. Für das laufende Jahr wird jedoch keine wesentliche Veränderung erwartet.

www.boersenverein.de

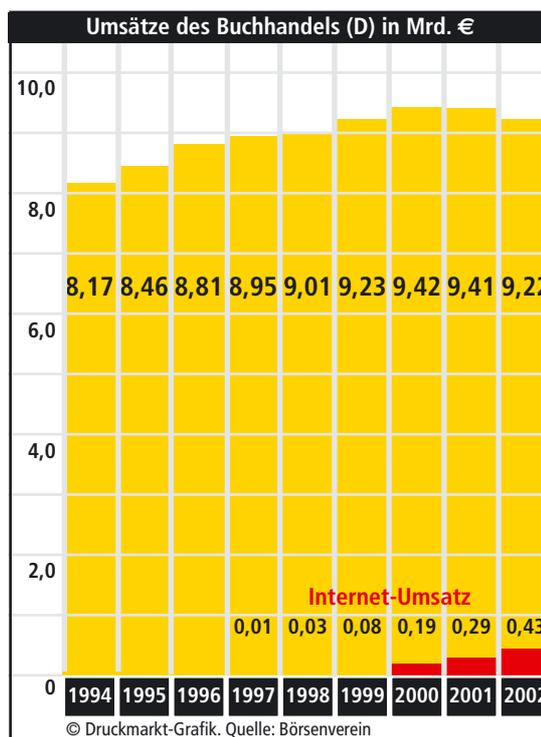
e-Commerce-Umsatz 2003 EIN DRITTEL MEHR

Der elektronische Handel wird in Deutschland 2003 ein Umsatzvolumen von 3,6 Mrd. € erreichen. Dies prognostiziert der Bundesverband des Deutschen Versandhandels e.V. (BVH). Gegenüber 2002 würde das eine Steigerung um 34% bedeuten. Im Jahr 2002 wur-

DRUCKMARKTZAHLEN

79,2% aller in einer Studie der Uni Karlsruhe befragten Online-Nutzer haben schon einmal Bücher im Internet bestellt. Damit sind die gedruckten Werke die meist verkauften materiellen Güter im Web vor Musik-CDs (56,4%) und Software (51%).

den noch 2,6 Mrd. € online umgesetzt. Gemessen am gesamten Versandhandelsumsatz, der sich 2003 laut BVH auf rund 21,3 Mrd. € belaufen soll, ist der durch Online-Shops getätigte Umsatz auf 17% gestiegen. Am Einzelhandelsumsatz von 365 Mrd. € hält der Bereich e-Commerce inzwischen einen Anteil von 1%. Neben Amazon.de und einigen anderen reinen Online-Shops haben sich vor allem die vormals reinen Katalog-Versender als die Top-Adressen im Internet etabliert. So nehmen sieben von zehn Plätzen der größten deutschen Online-Händler die klassischen Versandhändler ein; vier davon verkaufen vor allem Bücher (siehe Grafik). Die Top 10 der Online-Shops sind Amazon, Otto, Tchibo, Quelle, Weltbild, BOL, Neckermann, Conrad, Buch und Heine. Die BVH-Mitgliedsunternehmen rechnen damit, dass ihr Online-Anteil am diesjährigen Weihnachtsgeschäft bei knapp 40% liegen wird. Bei dem voraussichtlichen Weihnachtsgeschäft von gut 4 Mrd. € soll der Wert der Online-Geschenke rund 1,6 Mrd. € erreichen.



Um Gerüchten in der Branche vorzubeugen, haben technotrans und Baldwin bereits über eine bevorstehende Fusion informiert, bevor ein endgültiger Vertrag unterschrieben ist. Danach soll per Übernahme der weltweit führende Systemlieferant für die Druckindustrie entstehen: Die technotrans AG und die Baldwin Technology Company haben eine nicht-bindende Absichtserklärung unterschrieben, wonach technotrans alle Stamm- und Mehrfachstimmrechtsaktien von Baldwin übernehmen will.

Durch steigende Anforderungen der Anwender seien Zulieferer in der Druckmaschinenindustrie zunehmend gefordert, integrierte Lösungen anzubieten, heißt es in der Presseinformation. Die Kombination von Baldwins Know-how besonders im Bereich automatischer Reinigungsanlagen und die Flüssigkeiten-Technologie von technotrans könnten die Ansprüche der Kunden noch besser erfüllen, stellte der technotrans-Vorstandsvorsitzende Heinz Harling fest. Baldwin-Chairman Gerald A. Nathe sieht Baldwin zwar in einer führenden Position bei der Konstruktion und Herstellung von Peripheriegeräten für Druckmaschinen, dennoch sei man zu dem Schluss gekommen, dass – sollten Baldwin und technotrans zu einer abschließenden Einigung kommen – »die vorgeschlagene Transaktion im besten Interesse unserer Aktionäre wäre.«

Die neue Gesellschaft würde über eine breite Marktpräsenz in Deutschland, Japan und den USA verfügen, den wichtigsten Märkten der Druckindustrie. Durch die Kombination der beiden Produktpaletten sowie der Vertriebsorganisationen würden technotrans und Baldwin zusätzlich ihre Kundenbasis ausweiten. Es wird außerdem erwartet, dass der Wert der neuen Gesellschaft durch den optimierten Einsatz von Ressourcen steigen wird.

Der Abschluss der Transaktion steht jedoch unter dem Vorbehalt abschließender Unternehmensanalysen, der Erarbeitung endgültigen Vertragsdokumente, der Zustimmung entsprechender Gremien, der Finanzierung durch technotrans und der Erfüllung anderer, bei derartigen Transaktionen üblichen Anforderungen und Verpflichtungen. Eine endgültige Vereinbarung wird Ende Januar 2004 erwartet.

► www.technotrans.de

Creo Zeitungslösung DURCH ÜBERNAHME ERWEITERT

Creo meldet die Übernahme der IntelliNet NewsFlow-Produktions-Workflowsysteme und der integrierten PressSite-Druckmaschinen-Schnittstelle für Zeitungen von HiT Internet Technologies SpA aus Affi, Italien. IntelliNet NewsFlow wird in mehr als 700 Installationen in 32 Ländern eingesetzt. IntelliNet NewsFlow bringt der Zeitungslösung von Creo Produktionsmerkmale wie Seitenübertragung und -distribution, Anbindung an Maschinensteuerungen mit PressSite sowie die Möglichkeit, ältere Bebilderungssysteme

von Fremderstellern in eine Creo-Produktionsumgebung zu integrieren. Creo will das IntelliNet NewsFlow-System verbessern und in die Creo Prinergy- und Prinergy Newsrun-Zeitungsworkflow-Systeme integrieren. Seit der Markteinführung seiner Zeitungslösung vor zwei Jahren hat Creo inzwischen mehr als 150 Trendsetter NEWS Computer-to-Plate-Systeme weltweit installiert.

► www.creo.com

MAN Roland stärkt Präsenz METZLER IN BADEN

Ab Januar 2004 übernimmt die MAN Roland-Tochtergesellschaft Metzler, bisher verantwortlich für das Verkaufs-

gebiet Württemberg, die Vertretung für Bogen- und Rollen-druckmaschinen in gesamt Baden-Württemberg und löst den bisherigen MAN Roland-Vertriebspartner für Baden (die Firma Grunert in Karlsruhe) ab. Seit 2001 gehört Metzler zu den Unternehmen der MAN Roland Gruppe.

► www.man-roland.de

Strukturwandel LICHT AM ENDE DES TUNNELS?

Die Unternehmensberatung Apenberg + Partner, Hamburg, kommt in einer aktuellen Studie zu dem Ergebnis, dass die

Mehrzahl der Verlags- und Druckunternehmen mit einer besseren Ergebnissituation in den kommenden zwölf Monaten rechnen. So erwarten 50% der Verlage und 45% der Druckereien, dass sich die Ergebnissituation bis Ende 2004 verbessern wird. »Im wesentlichen wird diese Ergebnisverbesserung durch weitere Kosteneinsparungen erreicht werden,« so Christoph Schlutz, Berater bei Apenberg + Partner. Insbesondere beim Personal wollen 35% der Verlage und Druckereien weitere Einsparungen vornehmen. Trotz des Drupa-Jahres, in dem die

Investitionen gewöhnlich zulegen, geben 32% der Druckereien an, weniger investieren zu wollen, 23% der befragten Unternehmen wollen ihre Investitionen erhöhen. Auf der Erlösseite rechnen 44% der Unternehmen mit einem weiteren Preisverfall. Wie bei Druckereien, bei denen 34% ihre Wertschöpfungskette ausweiten wollen, planen auch 20% der Verlage, ihr Dienstleistungsportfolio zu erweitern. 10% geben jedoch auch an, sich künftig stärker auf ihre Kernkompetenzen zu konzentrieren.

► www.apenberg.de

**Kompetenz erwächst
aus Verantwortung.**

Wir liefern Offsetdruckplatten
für alle Anwendungen. Unsere
Verantwortung geht aber
viel weiter.

Bis hin zur
Verarbeitung:
Kopiergeräte
Plattenentwicklungsmaschinen
Einbrennöfen
Komplette Verarbeitungslinien

Aus eigener Entwicklung und
Fertigung, ISO 9002-zertifiziert

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



**Neue ProofReady Software
FARBGENAUES PROOFEN**

Global Graphics, Entwickler und Hersteller von RIPs, PDF-Dokumenten-, Workflow- und Farblösungen, hat die Auswahl der Druckgeräte, die sein Harlequin RIP für Proof-Applikationen unterstützt, mit dem Erscheinen eines neuen Proof-Ready-Plugins für die Epson Stylus Photo 2100 und 2200 Desktop Farbdrucker im Mitelformat, erweitert.
 > www.globalgraphics.com

**One Bit Tiff Interface von KPG
OPTIMIERTE INKJET-
PROOFING LÖSUNG**

Kodak Polychrome Graphics hat das One Bit Tiff Interface (OBTi) für den Matchprint RIP realisiert. Die Schnittstelle ermöglicht, separiert gerasterte One-Bit-Tiffs auf großformatigen Inkjetdruckern zu proofen. In Verbindung mit Matchprint Color RIP können Anwender einen optimierten Proof- und Druckprozess nach dem ROOM-Prinzip (RIP Once Output Many) implementieren. Der Workflow stellt die Farbkonsistenz und die Datenintegrität sicher, da Farbproofs von derselben Datenbasis erstellt werden wie Druckplatten. OBTi bietet eine hohe Verarbeitungsgeschwindigkeit und die Unterstützung gleichzeitiger laufender Prozesse. Zudem liefert OBTi mit dem Matchprint Color RIP hochwertige Farbproofs. Schließlich unterstützt das Interface Spot Color mit Zugriff zur lizenzierten Pantone-Farbbibliothek.
 > www.kpgraphics.com

**HP Designjets
ERWEITERTE
LÖSUNGSPAKETE**

Hewlett-Packard bietet seine HP Designjets 10PS, 20PS und 50PS mit erweiterten Proofing-Lösungen an. Der neue Treiber für Macintosh OS X.1 und X.2 unterstützt Applikationen wie Quark XPress und Adobe Photoshop. Die Lösung liefert dem Anwender schnelle Ausdrücke und sorgt für hohe Farbgenauigkeit. Mit Hilfe des Updates kann der Anwender an Projekten arbeiten, während er parallel Aufträge an den Drucker sendet. Zusätzlich ist in allen Modellen die neue Remote Proofing Version 2.0 integriert. Kunden, die



bereits über eines der HP Designjet-Modelle verfügen, können die neue Software aus dem Internet downloaden.
 > www.designjet.hp.com

**Creo und GMG Weiing
LÖSUNG FÜR CREO
VERIS-PROOFER**

Creo Inc. und die GMG Weiing GmbH, Entwicklungs- und Vermarktungsunternehmen von Highend-Farbmanagementlösungen, sind übereingekommen, neue Lösungen für das digitale Proofen mit Farbmanagement zu entwickeln. Erstes Produkt dieser Koopera-

tion wird ein Frontend zur Ansteuerung des Creo Veris-Proofers sein. Der Veris ist mit einem Multi-Drop Array-Tintenstrahl Druckkopf ausgestattet, der bei einer Auflösung von 1.500 x 1.500 dpi einen kontrollierten Strom genau ausgeformter Tröpfchen produziert. Damit gibt der Veris Proofs aus, die eine Vorhersage des späteren Auflagen drucks liefern. Grundlage der Frontend-Lösung ist das GMG ColorProof-System, das aus einer Farb-Engine, einem Profil-Editor, einem RIP und einem Ausgabemodul für den Creo Veris besteht. Kernelement des ColorProof-Systems ist die 4D-

Farbtransformationsroutine, die eine höchstmögliche farbverbindliche Kontraktproofqualität auf zahlreichen Ausgabegeräten ermöglicht. Um das System zu kalibrieren, werden alle gängigen Standard-Testvorlagen automatisch mit einem Spektralfotometer ausgemessen. Durch die Möglichkeit der Abspeicherung von vierdimensionalen Farbprofilen und den Einsatz ausgefeilter Linearisierungswerkzeuge eignet sich das System auch für standortübergreifende Fernproofanwendungen.
 > www.creo.com

**HP und Best
HP COLOR LASERJET
5500 ALS PROOF**

Die HP Color LaserJet 5500-Modelle gibt es seit dem Sommer mit der Software Best Colorproof. Das Proofsystem ist einfach zu bedienen und erzielt eine hohe Farbverbindlichkeit. Best Colorproof nutzt den Standard des International Color Consortium (ICC), um das Druckverfahren auf dem HP Color LaserJet 5500 zu simulieren. Die DIN A3 Color LaserJet-Serie druckt sowohl im Farb- als auch im Schwarz-



PROOF, KARAT, ANIVA UND MINOLTA
 Im Sommer informierten KBA und Gloor Cross Media in München über die Möglichkeiten mit den Maschinen der Karat-Baureihe. Einer der Höhepunkte war die Demonstrationen auf der 46 Karat (Bogenformat 46 x 34 cm), die im Zusammenspiel mit dem Aniva-Farbsystem und dem Minolta-Farbkopierer CF 3102 als Proof-Lösung gezeigt wurde. Hierbei wurden fotorealistische Drucke in hohen Dichten durch die hochpigmentierten Farben des Aniva-Systems erzielt. Daneben wurde gezeigt, wie der Kopierer mit den Aniva-Farbprofilen einen farbrelevanten Proof in nur 10 Sekunden auf Auflagenpapier erzeugen kann, dessen Kosten sich unter 50 Cent bewegen. Bernd Lommatzsch demonstrierte im direkten Vergleich die Drucke der 46 Karat und Farbkopien auf dem CF 3102, die die exakte Übereinstimmung von Proof und Auflagedruck zeigten.
 > www.kba-print.de

weiß-Modus bis zu 22 Seiten pro Minute. Eine Auflösung von 600 x 600 dpi mit HP Image RET 2400 schafft die Voraussetzung für fotorealistische Bilder und gestochen scharfe Ausdrücke. Die HP Color Laserjets sind seit September 2002 zu Preisen zwischen 4.490 und 7.750 € erhältlich.
 > www.hewlett-packard.de
 > www.bestcolor.com

**Fujifilm
INKJET-PAPIER FÜR
PROOF-ANWENDUNGEN**

Zur Produktpalette der Graphic Arts Systems von Fujifilm gehört jetzt auch das Premium Inkjet Proofing Papier IPP-SG, ein Material mit Mikroporen-Beschichtung für Bubblejet- und Piezodrucker im Großformatdruck. Die mikroporöse Oberfläche eignet sich für fotorealistische Ausdrücke hoher Farbtreue und Kantenschärfe. Eine beidseitige Polyethylen-Beschichtung macht das Papier zudem resistent gegen klimatische Einflüsse.

Die Fujifilm Inkjet Proof Papiere sind einsetzbar in den meisten aktuellen Inkjet-Proof-Systemen, unabhängig ob Dye- oder Pigmenttinten verwendet werden. Die Eigenschaften wurden nach Aussage des Herstellers so weit optimiert, dass bei Farbabweichungen eines Proofs das Papier als Fehlerquelle ausgeschlossen werden könne. Durch die garantierte Qualität des Proof Papiers ist eine Standardisierung des digitalen Workflows auf unterschiedlichen Inkjet-Druckern möglich. Das Premium Inkjet Proof Papier ist im autorisierten Fachhandel ab sofort als Blattware und als Rollenmaterial erhältlich. Passende ICC-Profile für unterschiedliche Inkjet-Proofsysteme können von der Fujifilm-Website geladen werden.
 > www.fujifilm.de



ENTSCHEIDUNGEN

■ Franchisekette druckt mit Printmaster QM 46

Die amerikanische Schnelldruck-Franchise Kette AlphaGraphics schwört auf die Printmaster QM 46 der Heidelberg Druckmaschinen AG. Inzwischen sind mehr als



170 Druckmaschinen des Typs QM 46 in den 285 Franchisebetrieben in den USA und weiteren Regionen installiert.

■ KBA auf dem Schweizer Zeitungsmarkt

KBA setzt seinen Erfolgskurs im Schweizer Zeitungsmarkt fort. Nach den Großaufträgen aus Basel, Zürich und Bern gab die Merkur Druck AG in Langenthal im Kanton Bern eine einfachbreite Achterturmrotation KBA Continent in Auftrag. Die 2/1-Maschine wird im Sommer 2004 eine 1992 gelieferte KBA Compacta 213 ablösen.

■ Komplettlösung steigert Produktivität

Die beiden Produktionsstandorte der zur WAZ gehörenden Zeitungsgruppe Thüringen in Erfurt und Löbichau haben ihre 2002 mit 13 beziehungsweise 8 Druckeinheiten erweiterten KBA Express-Rotationen komplett mit vollautomatischen Oxy-Dry-Gummituchwaschanlagen nachgerüstet. Insgesamt 158 Wascheräte für 158 Gummituchzylinder und 32 Gegendruckzylinder kommen zum Einsatz. Auch die Kieler Nachrichten haben ihre neue MAN-Colorman-Produktionslinie mit einer vollautomatischen Gummituch- und Gegendruckzylinder-Waschanlage der Oxy-Dry GmbH ausgestattet.

■ ROLAND 900 im XXL-Format

Seit Juli 2003 läuft die erste ROLAND 900 im XXL-Format 7b (120 x 162 cm) im Druckhaus Götz mit Firmensitz in Ludwigsburg. Drei Wochen nach Produktionsaufnahme waren bereits 1,3 Millionen Bogen gefertigt. In der Schweiz ist die 1987 gegründete Plakat-Siebdruckerei Setaprint AG in Bachenbülach mit einer Vierfarben ROLAND 900 im Format 8 (130 x 185 cm) in den Offsetdruck eingestiegen. Der 20 m lange, 8 m breite und annähernd 4 m hohe 100-Tonnen-Koloss ersetzt ab Mai 2004 eine Siebdruckmaschinen bei der Herstellung von Plakaten bis zum F200- beziehungsweise City-Format. Mit inzwischen rund 1.500 Druckwerken bewährt sich die ROLAND 900 im Verpackungs- und Akzidenzdruck.

■ IMPACT für Le Monde

Die größte landesweite Tageszeitung Frankreichs entschied sich für die Baldwin Technology Company als Lieferant der automatischen IMPACT Global-Gummituchwaschanlage für ihre neue Zeitungsdruckmaschine Wifag OF7 370 GTD. Die Installation der 24 IMPACT Global-Doppelsprühkopf-Reinigungsanlagen schließt sich an die erst vor kurzem abgeschlossene Installation des LithoSpray Optima-Sprühfeuchtwirks von Baldwin auf den neuen Vierfarb-Druckmaschinen mit sechs Einheiten an.

■ Versandraumvertrag von Delaroché

IDAB WAMAC, der zur Heidelberg-Gruppe gehörende Anbieter von Versandraumsystemen, hat von der französischen Verlagsgruppe Delaroché einen Großauftrag über 10 Mio. € erhalten. Die Modernisierung betrifft die Druckereibetriebe in Grenoble, Saint Etienne und Chassieu bei Lyon.

■ 15 Grad mit Broschürenstraße

Auf dem Weg zur Full-Service-Agentur hat die Agentur 15 Grad nach der Anschaffung einer Xerox DocuColor 6060 in eine Nagel Broschürenstraße mit Robo-Feeder, Foldnak 8 und Trimmer investiert.

■ PostPress von Rima

Kürzlich wurde bei Hansaprint im finnischen Turku hinter einer 64-Seiten-Rotation eine Post-Press-Anlage in Betrieb genommen. Vier Linien werden alternativ über zwei Kreuzleger oder zwei Stangenstapler zu einer von Rima-System installierten Palletierstation geführt.

Heidelberg, BASF und Sappi ENTWICKLUNG FÜR MEHRFARBMASCHINEN

Die drei Anbieter Heidelberger Druckmaschinen AG, BASF und Sappi bündeln ihre Erfahrung und ihr Know-how, um ihre Produkte für die Technologie der Acht- bis Zwölf-Farben-Druckmaschinen weiter zu verbessern. Diese Projektzusammenarbeit bekräftigt das Bestreben der Industrie, Produkte anzubieten, die sich den ständig wandelnden Anforderungen anpassen. Das Zusammenspiel von Sappi-Papieren, BASF-Farben und Druckmaschinen von Heidelberg erlaubt aufgrund der aufeinander abgestimmten Parameter qualitativ höherwertige Druckergebnisse, heißt es in einer Mitteilung. Erste Ergebnisse dieser Zusammenarbeit werden bis zur drupa erwartet.

➤ www.heidelberg.com

KBA-Sonderdruck ALLE WEGE DER ZEITUNGSPRODUKTION

Auf die in der Fachwelt teils kontrovers geführte Diskussion um das nach wirtschaftlichen und qualitativen Kriterien ge-



eignetsten Verfahren für den farbigen Zeitungsdruck antwortet KBA mit einem von der Motivauswahl anspruchsvollen Sonderdruck »All the Ways to Future-Oriented Newspaper Production«. Der farbige Vierseiter im Berliner Format wurde parallel auf einer Commander-Satellitenrotation im Nassoffset, auf der Kompaktmaschine KBA Cortina im wasserlosen Offset und auf der Flexo-Courier-Großanlage bei der Daily Mail in London im Flexoverfahren produziert, um die qualitativen Möglichkeiten und Grenzen der einzelnen Techniken auf 48,8-Gramm-Zeitungspapier darzustellen. Zusätzlich wurde auf der KBA Cortina der Vierseiter auf aufgebessertem

Mit dem im Nassoffset-, Wasserlos-Offset- und Flexoverfahren produzierten Sonderdruck »All the Ways to Future-Oriented Newspaper Production« leistete KBA zur IfraExpo einen objektiven Argumentationsbeitrag zur anhaltenden Qualitätsdiskussion im Zeitungsdruck

Zeitungspapier produziert, um das Qualitätspotenzial des wasserlosen Offsetdrucks im 60er Raster für akzidenzähnliche Produkte zu zeigen. Koenig & Bauer ist der einzige unter den großen Druckmaschinenherstellern, der in den vergangenen 15 Jahren alle für die Zeitungsproduktion denkbaren Druckverfahren permanent weiterentwickelt hat und mit dem Cortina-Projekt nach über 30 Jahren Nassoffset der Branche einen neuen Weg aufzeigt.

HEIDELBERG ENVIRONMENTAL INFORMATION CENTER



Ende Oktober 2003 eröffnete die Heidelberger Druckmaschinen AG das neue Environmental Information Center (EIC) im Foyer der Hauptverwaltung in Heidelberg. Damit erhalten Kunden und Interessenten anschauliche Informationen zum Thema Druck und Umwelt. Direkt nebenan befindet sich das Print Media Center, in dem die praktischen Vorführungen der Druckmaschinen inklusive Vorstufe und Weiterverarbeitung stattfinden. »Umweltfreundliches Drucken schont nicht nur Umwelt und Natur. Es ermöglicht den Druckereien auch, systematisch Geld zu sparen«, erklärte Dr. Klaus Spiegel, Heidelberg-Vorstand (rechts im Bild) und zuständig für den Bogenoffsetbereich bei der Einweihung. Bei der Eröffnung verlieh die Berufsgenossenschaft Druck und Papierverarbeitung das Zertifikat »Optimierter UV-Druck« für die Speedmaster CD 74 UV. ➤ www.heidelberg.com

Siegwerk-Innovation NEUE FARBESERIE FÜR PAPIER UND TISSUE

Mit der neu entwickelten Farbserie ZWPT 76 für Papier und Tissue stellt die Siegwerk Druckfarben AG eine neue Farbserie vor. Die wasserbasierte Farbserie zum Bedrucken von Papier und Tissue im Flexodruckverfahren hat einen niedrigen Geruchslevel, gute drucktechnische Eigenschaften, hohe Farbkraft und sehr gute Abriebbeständigkeit. Papier- und Tissueprodukte können damit attraktiv und optisch anspruchsvoll gestaltet werden.

➤ www.siegwerk.de

BasicLiner

Globale Feuchtwassergeräte
für eine neue Zeit

Faszination Drucksache

Erfahrungsaustausch über erfolgsorientierten Digital-Offset beim zweiten Treffen der 74 Karat-Anwender

Gemeinsam mit Typon Graphic hatte die Gamma Druck + Verlag im Oktober zum zweiten 74Karat-Anwendertreffen nach Altdorf im Kanton Schwyz eingeladen. Anwender aus England, Holland, der Schweiz, Österreich und Deutschland diskutierten Modelle für den geschäftlichen Erfolg.

Im Mittelpunkt des Treffens standen verfahrenstechnische Neu- und Weiterentwicklungen der 74 Karat sowie Marketingkonzepte von Anwendern für Anwender. Viel Interesse fand der Beitrag von Dirk Winkler, Leiter Verfahrenstechnik bei KBA, der die seit September verfügbare Ausstattung für den Plastik- und Folienruck vorstellte. Die neue Option erlaubt das Bedrucken einer Vielfalt synthetischer Materialien mit der 74 Karat. Viele Anwender sehen darin großes Potenzial für den Ausbau ihres Angebotsspektrums.

Verkauf, Technik, Marketing, Werbung, Unternehmensstrategie, Marktprofilierung, ökologisches Drucken sind nur einige Schlagworte, die Moderator Hans-Georg Wenke (Bild unten) in die Diskussion einbrachte. Mit dem Appell »Von Drucksachen geht Faszination aus. Sie können missionieren!« spornte er die Karat-Anwender an, die Möglichkeiten des digital integrierten wasserlosen Offsetdrucks auszuschöpfen und zu vermarkten.

Erwin Oberhänsli, Feldegg AG, stellte das von seinem Unternehmen vorangetriebene Projekt »equalprinting« vor. Zusammen mit verschiedenen Partnern wurde das Drucken auf der 74 Karat so standardisiert, dass das verteilte Drucken innerhalb einer schmalen Toleranzbereite und somit in gleicher Qualität möglich ist. Verteilte Aufträge in exakt der gleichen Qualität weltweit herzustellen, sind damit keine Vision mehr. Interessierten Karat-Anwendern wird im Rahmen eines Franchising-Modells die Möglichkeit gegeben, sich an dieser Initiative zu beteiligen und Geschäftserfolg nachhaltig zu sichern.

Josef Inauen, Leiter Marktentwicklung der Sihl + Eika Papier AG, begründete die Beteiligung seines Unternehmens am Projekt equalprinting mit dem Anspruch, im Verbund mit Maschinenherstellern und Druckereien der Rolle als innovativer Papierhändler gerecht zu werden. Zielsetzung sei es, über Standardisierungsprozesse im Druck Spezialpapiere mit minimalstem Zuschuss an jedem Ort in Europa in gleicher Qualität anbieten zu können. Damit steht Auftraggebern die Möglichkeit offen, hochwertige Druckprodukte mit kreativen Papieren aufzuwerten. Bernhard Escher von Gloor Cross Media in München stellte das neue Kommunikationskonzept für die 74 Karat vor. Inhaltlich und optisch ansprechende Vorlagen für Mailings, Anzeigen, das Internet und Openhouse Events stehen nun auch den 74 Karat-Anwendern für eigene Werbezwecke zur Verfügung. Zusätzlich wird ein Druckmusterbuch unter dem Titel »Kamasutra« fertig gestellt. Dieses Musterbuch wird die Möglichkeiten der 74 Karat auf eindrucksvolle Weise darstellen.

- www.deltafuture.net
- www.feldegg.ch
- www.techniken-der-meister.de
- www.kba-print.de



Innovative BALDWIN-Feuchtwassertechnik in attraktivem, ergonomischem Design

Maßgeschneiderte Anpassung an alle Bogen- und Rollenoffsetmaschinen

Vielfältige Optionen für die automatische Dosierung und Konzentrationsmessung von Zusätzen und 2-Propanol

BALDWIN®

Baldwin Germany GmbH

Derchinger Straße 137, D-86165 Augsburg
Tel. +49(0) 8 21/79 42-0, Fax +49(0) 8 21/79 42-2 22
baldwin@baldwin.de, www.baldwin.de

**US-Druckereien fusionieren
DONNELLEY KAUFT ZU**

In der US-Druckindustrie bahnt sich eine Fusion an, aus der ein neuer Branchenführer bei Druckereien hervorgehen wird. RR Donnelley will den Wettbewerber Moore Wallace kaufen. Damit wird RR Donnelley mit 8 Mrd. \$ Umsatz und 50.000 Angestellten den bisherigen Branchenführer Quebecor (Umsatz 7,6 Mrd. \$) überholen. RR Donnelley druckt Zeitschriften, Kataloge, Telefonbücher und Werbedruck-sachen.

**Kostenlose Tageszeitungen
GERICHT ERLAUBT
GRATISZEITUNGEN**

Die Verbreitung von Gratiszeitungen verstößt nach Feststellung des Bundesgerichtshofs BGH nicht gegen das Wettbewerbsrecht. Damit wies das Gericht eine Unterlassungsklage des Kölner Verlags M. Du Mont Schauberg gegen die (vor zwei Jahren eingestellte) unentgeltliche Tageszeitung »20 Minuten Köln« des norwegischen Schibsted-Verlags ab. Nach den Worten der Richter sind lokale und regionale Blätter in Deutschland häufig keinem oder nur einem schwachen Wettbewerb ausgesetzt. Auch die von DuMont ins Feld geführte Pressefreiheit führt laut BGH zu keinem anderen Ergebnis. Das Argument, bei einer ausschließlich über Inse- rate finanzierten Publikation könne die Wirtschaft Einfluss auf die Inhalte nehmen, wollte das Gericht zwar nicht von der Hand weisen. Dieses Risiko bestehe aber auch bei der mischfinanzierten Presse. In Zürich, wo »20 Minuten« erfolgreich erscheint, hat sich die Tamedia-Gruppe (»Tages-anzeiger« und andere Publikationen), an der Zeitung beteiligt. Wir veröffentlichen in der aktuellen Ausgabe unserer Schwesterzeitschrift



»Druckmarkt Schweiz« ein Interview mit dem Verwaltungsrat der Tamedia, Dr. Coninx, über die Historie der Entwicklung und der aktuellen Situation.

► www.druckmarkt-schweiz.ch

**Komori Lithrone S40
GATF AWARD 2003**

Die Lithrone S40 Bogenoffsetdruckmaschine wurde mit dem GATF InterTech Technology Award ausgezeichnet. Es ist dies bereits die vierte Auszeichnung für die Maschine in diesem Jahr.

► www.komori.com

**Novaspace
VOGUE BRILLIERT**

Die britische Frauenzeitschrift Vogue gehört zu den ganz Exklusiven ihrer Branche. Monatlich kann sich die Damenwelt über die neuesten Modetrends vom Make-up, übers Outfit bis hin zu Wohnideen informieren. Eindrucksvoll und farbtintensiv sind die Bilder, anspruchsvoll ist der Druck. Und nun wurde zum ersten Mal eine Titelseite mit Novaspace Druckfarben der BASF Drucksysteme GmbH gedruckt. Diese Titelseite ist das Ergebnis einer engen Zusammenarbeit des Reprohause Colorlux in Verona, der Druckerei St. Yves Roche und der BASF Drucksysteme GmbH. Bisher wurde Vogue im Vierfarbsatz mit konventionellen Skalenfarben gedruckt. Eine komplette Umstellung der Titelseite ist zwar nicht vorgesehen, aber von Zeit zu Zeit soll Novaspace für besondere Highlights eingesetzt werden.



Novaspace mit der dazugehörigen Software Hyperspace ermöglicht, so BASF, eine Farbraumerweiterung um 30% mit zusätzlich ca. 600.000 Farbtönen. Und dies mit vier Skalenfarben und ohne den Einsatz zusätzlicher Schmuckfarben. Spezielle Pigmente, gedruckt mit hohen optischen Dichten, erzielen reinste Farbtöne und höchste Brillanz. Das System wird deshalb häufig im Bogenoffset für besonders hochwertige Druckerzeugnisse eingesetzt.

► www.basf-drucksysteme.de

**Schischke
UMROLLER GS ROLLY**

Das Ergebnis eines Joint Venture zwischen JF Machines Ltd. und Grafische Systeme Volker Schischke GmbH ist ein Umroller, der Etikettenrollen, Folien oder Textilbänder mit einer minimalen Bahnbreite von 20 mm (max. ist 250 mm) und einer maximalen mechanischen Geschwindigkeit von 120m/Min. verarbeitet. Das Gerät ist auch als Basis für Inspektionssysteme zur Qualitätskontrolle einsetzbar. Die softwaregesteuerte Kameraüberwachung von Formscan kontrolliert Qualität und Quantität von beispielsweise auf Etiketten gedruckten Barcodes oder Datamatrix, vergleicht mit den vorgegebenen Daten und reklamiert jede Nichtübereinstimmung.

► www.schischke.de

**VBF-Hausmesse
BUCHFERTIGUNG**

Auf der VBF-Hausmesse von Müller Martini in Bad Mergentheim nahmen mehr als 250 Besucher die Gelegenheit



wahr, das neue Inline-Hardcover-System von Müller Martini/VBF als Weltpremiere live zu erleben. Sie wurden Zeugen, wie die Buchlinie Diamant ein Buch im Format A6 rundet und einhängt, während gleichzeitig auf derselben Inline-Produktions-Anlage über das VenturaConnect-System ein anderes Produkt im Format A5 hergestellt wurde.

► www.mullermartini.com

**WAN und MAN Roland
PARTNERSCHAFT
VERLÄNGERT**

Um weitere vier Jahre haben der MAN Roland und die World Association of Newspapers (WAN) kürzlich ihre seit 1999 bestehende strategische Partnerschaft verlängert. Im Zentrum der Kooperation steht dabei nach wie vor das WAN-Projekt »Shaping the Future of the Newspaper«.

► www.man-roland.de

**KBA und Sun Chemical
WASSER-WASCHBARE
FARBEN**

KBA und Sun Chemical haben zur IfraExpo in Leipzig eine auf drei Jahre befristete exklusive Kooperationsvereinbarung für die Entwicklung und Markteinführung wasser-waschbarer Druckfarben für die wasserlose Zeitungsoffsetrotation KBA Cortina geschlossen. Mit diesem Abkommen unterstreichen beide Partner ihren Einsatz für eine stärker umweltorientierte Zeitungsproduktion. Unter dem Namen »SHARK W« hat Sun Chemical in den vergangenen Jahren eine mit Wasser (ohne chemische oder sonstige Zusätze) bei Reinigungsarbeiten abwaschbare Druckfarbe entwickelt, die auf der KBA Cortina erfolgreich getestet wurde und in den nächsten Monaten die Praxisreife erreichen wird.

► www.kba-print.de

**Zukauf von Aigner
PLANATOL ERWEITERT
PRODUKTPALETTE**

Die Planatol Unternehmensgruppe hat das Know-how und die Produkte der Aigner Graphische Maschinen und Service GmbH, Puchheim, übernommen und damit ihre Produktpalette von Klebstoffauftragesystemen auf die Bereiche Bogenfalzautomaten, Mailinganlagen, Faltschachtel-Klebbemaschinen und Verpackungsanlagen erweitert.



Aigner Leimauftragesysteme gelten als besonders zuverlässig und leistungsfähig. Unter dem Warenzeichen Opi-matic Spotjet bietet Planatol jetzt eine komplette Systemfamilie an Auftrageköpfen und Steuergeräten an. Je nach Anwendung können verschiedene Arten gewählt werden: Eine Standardausführung, eine in den Abmessungen minimierte Ausführung, eine Kontakt-Nonkontaktausführung, mit der auch kontaktlos gearbeitet werden kann, und eine Ausführung mit Nadelventil, bei dem das Intermittieren von feinsten Linien gewährleistet ist. Die Auftrageköpfe sind für Leistungen bis zu 1.000 Punkte pro Sekunde ausgelegt. Planatol rundet mit dieser Produkterweiterung sein Programm der Klebesysteme ab. Vertrieb und Service erfolgt weltweit über Planatol.

► www.planatol.de



Océ DIGITALER ZEITUNGSDRUCK

Océ hat in Valencia eine weitere Niederlassung des weltweiten »Digital Newspaper Networks« etabliert. Zuvor haben vier norwegische Verlagshäuser ein Konsortium gegründet, um ihre Titel für den spanischen Markt gemeinsam bei Edimark, dem Partner des Systemlieferanten in Valencia, digital zu drucken. In Spanien wachse der Markt für norwegische Zeitungen jährlich um etwa 5%. Die Daten werden von den Verlagshäusern an den Druckdienstleister übertragen; ein Digital-Newspaper-System 7000 von Océ erstellt dann die Ausgaben vor Ort. Was Inhalt und Griffigkeit betrifft, seien die digital gedruckten Zeitungen mit herkömmlich produzierten vergleichbar und sind damit schon am Erscheinungstag in Städten Spaniens verfügbar. Auch die japanische Tageszeitung Asahi Shimbun produziert seit Sommer in Johannesburg, Südafrika. Océ Digital Newspaper Network ermöglicht eine Ausgabe der Zeitung, die täglich frühmorgens am selben Tag wie in Japan an Abonnenten und Zeitungskioske geliefert wird. Von der auf traditionellem Weg in Japan gedruckten Ausgabe unterscheidet sich die Tageszeitung weder vom Aussehen noch vom Inhalt. Die Produktion erfolgt in der Druckerei Ince Ltd. in Johannesburg, die bereits seit Anfang 2002 auch

die Financial Times herstellt. Ince arbeitet mit dem Hochgeschwindigkeits-Digitaldruck-System Océ Digital Newspress 7000.

► www.oce.de

Intel und Xerox PROZESSOREN FÜR DRUCKSYSTEME

Intel und Xerox haben gemeinsam Mikroprozessoren entwickelt, die speziell in digitalen Systemen wie Digitalkopierern, Scannern, Druckern und Multifunktionsgeräten zum Einsatz kommen. Die Prozessoren haben die Leistungsstärke von anwendungsspezifisch integrierten Chips, so genannten ASICs (Application Specific Integrated Circuits). Gleichzeitig können sie – anders als ASICs mit hoher Entwicklungsdauer – wie herkömmliche Mikroprozessoren programmiert werden, um neue Funktionen zu integrieren. Damit lassen sich Entwicklungskosten und Designzyklen trotz der hohen Leistung der Prozessoren signifikant reduzieren. Die Prozessoren MXP5800 und MXP5400 sind ab Ende des Jahres erhältlich.

► www.xerox.de

Ricoh 2090/2105 HOCHGESCHWINDIGKEIT

Mit den Highvolume-Drucksystemen Aficio 2090/2105 meldet sich Ricoh mit neuen Leistungen im Digitaldruck. Entwickelt für Hausdruckereien, Copy-Shops und Anwendungsbereichen in Industrie, Wirtschaft und Dienstleistung

gen drucken die neuen Modelle 95 bzw. 105 Seiten pro Minute. Das Arbeitstempo lässt sich durch den Einsatz von Tandemsystemen verdoppeln. Doppelseitige Dokumente werden mit der standardmäßigen Duplexfunktion in der gleichen Geschwindigkeit produziert wie Einzelseiten. Neben der hohen Produktivität bieten die Systeme eine Ausgabequalität von 1.200 x 1.200 dpi. Besonders effizientes Arbeiten ermöglicht der optionale Fiery EB-105EX Controller. Auch personalisierte Dokumente in hohen Auflagen können mit den Aficio-Systemen 2090 und 2105 auf einfache Weise erstellt und produziert werden. Die Software-Lösung Newleaf (PrintSoft Systems) macht jede Windows-Datenbank zu einer Basis für das 1:1-Marketing (die Nenngeschwindigkeit des Druckers wird dabei eingehalten).

► www.ricoh.de

Xerox-Druckserver EFI UND CREO ERWEITERN LEISTUNG

Mit drei neuen Druckservern kann der Einsatzbereich der Xerox DocuColor 3535 erweitert werden. Das farbfähige Multifunktionssystem ist mit den Funktionen Drucken, Kopieren, Scannen und Scan-to-Email ausgestattet. Die drei neuen Druckserver Creo Spire CPX3535, EFI Fiery EX3535 und EFI Splash G3535 verbessern die Bedienbarkeit und den Workflow des Systems und machen die DocuColor 3535 noch attraktiver für den professionellen Einsatz und hochwertigen Farbdruck in den Bereichen Grafik, Print-on-Demand, Büro-Umgebungen und in heterogenen Netzwerken (Mac und PC).

► www.xerox.com/officeprinting

NexPress NEUE ANSICHTEN ODER ZURÜCKKRUDERN?

Mit der Aussage, seine eigene Branche habe den Digitaldruck zu komplex erscheinen lassen, hat Venkat Purushotham, Präsident und CEO von NexPress Solutions LLC, die Fachwelt zum Umdenken aufgefordert, um eine stärkere Integration im Digitaldruck zu fördern. Auf der PIRA-Konferenz Digital Print World 2003 hat Purushotham herkömmliche Ansichten zum Digitaldruck in Frage gestellt.



Die Druckmarkt-Redaktion will weder die Statements, noch den Zeitpunkt der Statements kommentieren und stellt die Äußerungen des NexPress-Chefs (laut Pressemitteilung) zur Diskussion. In Frage stellte Purushotham:

- die Vorstellung, dass 1:1-Marketing mit vollständig variablen Daten der Heilige Gral des digitalen Farbdruks sei. Purushotham: »Fakt ist, dass es sich bei der Mehrzahl der digitalen Druckaufträge um Kleinauflagen mit schneller Auftragsabwicklung handelt, wobei das automatische Fulfillment per Internet wesentlich an Bedeutung gewinnt.«
- dass das Hindernis für Wachstum im Digitaldruck in der geringen Bekanntheit bei Drucksacheneinkäufern liege. Richtig sei vielmehr, »dass sich die mangelnde IT-Fähigkeit als Hindernis erweist. Während dank der Fortschritte in der Computertechnik nahezu alles – vom Einkauf bis zum Finanzwesen – automatisiert wurde, sind die IT-Möglichkeiten nicht auf den Bereich der Marketing-Kommunikation ausgedehnt worden.«
- dass die Auflagenhöhen die Art der Drucktechnologie bestimmen. »Tatsächlich spielen bei der Entscheidung für ein Druckverfahren bei jedem Auftrag Faktoren eine Rolle wie Auftragsart, Bearbeitungszeit und Zielgruppe.«
- dass die Digitaltechnik den Rückgang im Medium Druck verlangsamen würde. »Technische Entwicklungen wie Mobiltelefone, Satellitenfernsehen und das Internet tragen sogar eher dazu bei, den Bedarf an Drucksachen zu steigern.«

In seiner Rede vor Druckdienstleistern, Einkäufern, Designern und Marketing-Profis äußerte sich Purushotham auch zu der neuen Rolle von Full-Service-Druckdienstleistern bei der Förderung des digitalen Drucks. In der Vergangenheit seien viele Experten der Meinung gewesen, der digitale Druck habe zwei unterschiedliche Arten von Druckereibetrieben entstehen lassen – digitale Dienstleister und Offsetdruckereien. In der Praxis, so Purushotham, werde schon bald eine dritte Art von Druckerei die Industrie dominieren – eine, die beide Technologien anbiete. Diese werden digitale Druckmaschinen ebenso wie Offsetdruckmaschinen einsetzen. Sie werden Designer und Drucksacheneinkäufer als Kunden haben, und sie werden alle Wünsche im Hinblick auf Volumen und Fertigstellungstermine erfüllen können. Sie werden Druckdienstleistungen anbieten, zusammen mit Fulfillment, Internet-Design, Datenbankmanagement und Herstellung von CDs. »Was wir früher über Digitaldruck gegen Offsetdruck gedacht haben, hat sich verändert«, so Purushotham. »In dem Maße, wie sich die Aufgabe des Drucks erweitert und entwickelt, wird die Nachfrage nach Drucksachen mithalten, da den Kunden mehr Optionen zur Verfügung stehen.« Noch vor wenigen Jahren hätten die Probleme im digitalen Druck mit der Technik zu tun gehabt – Druckqualität, Maschinenverfügbarkeit und RIP-Geschwindigkeit. Heute seien diese Barrieren überwunden. Die nächste Herausforderung bestehe folglich darin, diese Systeme in wirtschaftlich erfolgreiche Unternehmen und Hausdruckereien zu integrieren.

► www.nexpress.com



Spende für Museum**DER SCHWARZEN KUNST ZUM BESTEN**

Als Anbieter eines ebenso umfangreichen wie innovativen Produktportfolios für die grafische Branche fühlen sich Kodak Polychrome Graphics (KPG) und Sun Chemical nicht allein der zukünftigen Entwicklung der Druckindustrie, sondern auch deren Geschichte verpflichtet. In Leipzig, dem Schauplatz der diesjährigen IfraExpo, hat das Buch- und Verlagswesen eine besonders lange und reiche Tradition (bekanntlich ist Leipzig die Wiege der Zeitung). Hier gab der Drucker und Buchhändler Timotheus Ritsch 1650 unter dem Titel Einkommende Zeitungen die erste aktuelle Tageszeitung der Welt heraus.

Die IfraExpo gab KPG Anlass, das Engagement einer Einrichtung zu würdigen, die sich in einzigartiger Weise um die Bewahrung der historischen Techniken und der Kunst des Druckens und Schriftgießens widmet. KPG und Sun Chemical fördern die Aktivitäten des Museums für Druckkunst Leipzig mit einer bedeutenden Geldspende. Das auf Initiative des Unternehmers und Sammlers Eckehart Schumacher-Gebler um den Kern der historischen Offizin Haag-Drugulin aufgebaute Museum genießt international einen hervorragenden Ruf. Nicht nur weil es Druckgeschichte und die Entwicklung der Schriftkultur konserviert, sondern weil es auch durch seine Werkstattangebote die beruflichen Fertigkeiten



der traditionellen Setzer und Buchdrucker in lebendiger Weise nachwachsenden Generationen vermittelt. Den Bogen von der digitalen Moderne der grafischen Produktion bis zu den mehr als 350 Jahre zurückreichenden Wurzeln des Zeitungsdrukwerbes schlug KPG auch auf dem IfraExpo-Stand: auf einer historischen Druckpresse des

Museums für Druckkunst wurde ein aus Fraktur-Lettern im doppelten Maßstab nachgesetztes Replikat der ältesten erhaltenen Ausgabe der »Einkommenden Zeitungen« gedruckt. Das mehr als 350 Jahre alte Original befindet sich in der Königlichen Bibliothek in Stockholm. Das Original ist etwas größer als eine Postkarte und wurde auf handge-

schöpftem, rauem Büttenpapier in einer Auflage von 200 Exemplaren gedruckt. Die Übergabe der Spende erfolgte im Rahmen einer Veranstaltung mit rund 500 Gästen. Dr. Peter Trampler, General Manager der Kodak Polychrome GmbH, überreichte den auf 20.000 € ausgestellten Spendenscheck an Eckehart Schumacher-Gebler.

Redaktion und Verlag wünschen ein erfolgreiches Jahr 2004.



**Zweitägiger Fachkongress
VERNETZTE DRUCKEREI**

Knapp zwei Monate vor der drupa bieten der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) und das Institut für rationale Unternehmensführung in der Druckindustrie (IRD) einen zweitägigen Fachkongress zum Thema »vernetzte Druckerei«. Der bvdm und das IRD wollen Entscheidern im Vorfeld der drupa eine handfeste Orientierungshilfe zu diesem komplexen Thema anbieten. Zwar sind die Begriffe JDF, CIP4 und Vernetzung in aller Munde, doch eine systematische Einordnung ist dringend notwendig, um in der Informationsflut nicht die Orientierung zu verlieren. Im Zentrum der Veranstaltung stehen verfügbare und praxis-

bewährte Lösungen. Ergänzt durch Fachvorträge und Diskussionsrunden werden die Bausteine erklärt, hinterfragt und eingeordnet. Um die Begrifflichkeiten und Produkte auch greifbar zu machen, werden exemplarisch vier Anwendungsbeispiele live vorgestellt und ein Produktions-Workflow simuliert. Eckhard Bölle vom IRD erläutert die Zielsetzung: »Mit unserem Kongress möchten wir die Teilnehmer stärker mit der Thematik und den Lösungen vertraut machen, damit diese in ihrer Konzeption und Planung sicherer und systematischer agieren können.

➤ info@print-media-forum.de

**Agfa startet Wettbewerb
THE POWER OF PRINT**

Agfa startet den 7. Design-Wettbewerb für Studierende im Alter von 17 bis 30 Jahren. Das diesjährige Wettbewerbsthema heißt »The Power of Print«. Die Teilnehmer sollen jeweils ein Poster im Format DIN A2 (420 x 594 mm) gestalten, das zeigt, wie der Druck sie und ihr Publikum beeinflusst hat. Einsendeschluss ist der 29. Februar 2004. Die sechs besten Arbeiten werden während der drupa auf großformatigen Maschinen gedruckt und ab Mai 2004 auf der Web-Site von Agfa im Internet präsentiert. Die Gewinner werden außerdem zu einer Fortbildungsreise im Mai 2004 nach Belgien eingeladen. Mit dem

Thema des Wettbewerbs »The Power of Print« will Agfa die Printmedien fördern und ihren Kunden helfen, ihr Geschäft neu zu beleben. Agfa will Designer in aller Welt erinnern, dass der Druck nach wie vor zu den besten Möglichkeiten zählt, Verbraucher zu erreichen. Denn Drucksachen kann man anfassen und sie besitzen eine größere Beständigkeit als andere Medien. »Alternative Medien mögen attraktiver und aufregender erscheinen, aber der Druck bietet immer noch die vielseitigsten und kostengünstigsten Möglichkeiten, unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen«, so Ronald Marien, bei Agfa Leiter Marketing-Kommunikation. Einzelheiten zum Wettbewerb im Internet. ➤ www.agfa.com/aycc/2003

**Paperworld 2004
ORDNER SELBST
FERTIGEN**

Die Constantin Hang GmbH stellt auf der Paperworld in Halle 4 Lösungen für die automatische Orderfertigung vor. Besucher können die einfache Handhabung der Maschinen selbst testen. Mit nur wenigen Handgriffen befestigt die Maschine des Typs 65-01 Hebelmechaniken an die Ordnerdecken. Die selbst gefertigten Ordner dürfen Interessenten und Kunden mitnehmen. Hang ist auf die Herstellung von Nietanlagen und Papierbohrmaschinen spezialisiert. ➤ www.hang.de

TERMINE 2004

Datum	Veranstaltung, Messe, Event	Ort	Informationen
31. 01. - 04. 02. 04	Paperworld The World of Office & Paper Products	Frankfurt	www.messefrankfurt.de
11. 03. - 13. 03. 04	Graflex Association européen des graveurs et flexographes	Paris	www.bvdm-online.de
18. 04. - 24. 03. 04	CeBIT Messe der ICT-Branche	Hannover	www.cebit.de
06. 05. - 19. 05. 04	drupa 2004 Internationale Fachmesse für Druck und Papier	Düsseldorf	www.drupa.de
20. 09. - 24. 09. 04	DIMA	Düsseldorf	
28. 09. - 03. 10. 04	photokina Weltmesse des Bildes	Köln	www.photokina.de
06. 10. - 11. 10. 04	Buchmesse Weltmesse des Buches	Frankfurt	www.buchmesse.de
11. 10. - 14. 10. 04	Ifra Messe für Medientechnologie	Amsterdam	www.ifra.com
18. 10. - 22. 10. 04	Systems Fachmesse für Informationstechnik, Telekommunikation, Medien	München	www.systems.de
03. 11. - 06. 11. 04	Druck+Form	Sinsheim	www.druckform-messe.de
18. 11. - 20. 11. 04	Pro Sign 2004 Fachmesse für Werbetechnik & Digitaldruck	Frankfurt	www.prosign.de

TERMINE 2005 - 2006

08. 09. - 15. 09. 05	Print 2005 Fachmesse für die grafische Industrie	Chicago	www.gasc.org
17. 10. - 20. 10. 05	Ifra Messe für Medientechnologie	Leipzig	www.ifra.com
20. 02. - 25. 02. 06	Imprinta 2006 Fachmesse für Premedia mit print & media Congress	Düsseldorf	www.imprinta.de

IMPRESSUM

»Druckmarkt« ist eine unabhängige Fachzeitschrift, Kompendium und Marktführer durch Prepress, Print und Publishing. Druckmarkt erscheint 6 mal pro Jahr (etwa alle zwei Monate). Eine dieser Ausgaben erscheint als Markt- und Einkaufsführer »Druckmarkt Investitionskompass«.

Alle Angaben in unseren Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig

aufbereitet. Für die Vollständigkeit oder aktuelle Richtigkeit wird keine Gewähr übernommen. Die Redaktion bittet jedoch, Irrtümer oder Fehler zu melden. Herzlichen Dank.

Druckmarkt-Jahres-Abo:
(6 Ausgaben pro Jahr: 60 € (Inland) und 76 € (Ausland) inkl. Porto und Versandkosten.
Einzelverkauf:
12 € plus Versandkosten.

Redaktion und Anzeigen:
Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay (Chefredakteur, Herausgeber)
e-Mail: nico@druckmarkt.com
Petra Nicolay (Redaktion Marktübersichten)
e-Mail: petra@druckmarkt.com
Ahornweg 20
D-56814 Fankel/Mosel
Telefon: 0 26 71 - 38 36
Telefax: 0 26 71 - 38 50
e-Mail: info@druckmarkt.com

Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke (Chefredakteur und Online-Redaktion)
Hasselstraße 182
D-42651 Solingen
Telefon: 02 12 - 25 40 110
Telefax: 02 12 - 5 60 65
e-Mail: wenke@druckmarkt.com

www.druckmarkt.com

Druckmarkt ist eine Zeitschrift der
arcus design & verlag oHG



© by Druckmarkt 2003