

technotrans und Baldwin KEINE FUSION

Nach der Ankündigung vom 12. Dezember 2003, technotrans werde Baldwin übernehmen, gab technotrans nun bekannt, dass man den beabsichtigten Kauf nicht mehr weiter verfolgen wolle. technotrans sei nicht bereit, die geforderte Summe für Baldwin zu zahlen. www.technotrans.de

Canon Deutschland VORJAHRESERGEBNIS GEHALTEN

2003 hat die Canon Deutschland GmbH 931,9 Mio. € umgesetzt und damit das Vorjahresergebnis von 932 Mio. € gehalten. Der Bereich der digitalen Druck- und Kopiersysteme und das Fotogeschäft wuchsen dabei am stärksten. Nach Angaben von Canon wurden im Bereich der Business Solutions fast 50% mehr Farbsysteme verkauft und mit anderen Systemen dieses Segments insgesamt ein Umsatz von fast 100 Mio. € erzielt werden. Im Bereich der Digitalkameras meldet Canon ein Wachstum von 26,5% auf 305 Mio. €. Im Consumerbereich musste Canon zwar entsprechend dem allgemeinen Markt rückgang ein Minus verzeichnen, ist bei Druckern jedoch weiterhin Nummer 2 im deutschen Markt. Auf Platz 1 ist Canon dagegen bei den Scannern. www.canon.de

Scitex Digital Printing AKQUISITION ABGESCHLOSSEN

Die Eastman Kodak Company hat den Kauf von Scitex Digital Printing SDP abgeschlossen. Kodak hatte SDP Ende letzten Jahres für 205 Mio. \$ übernommen. SDP wird jetzt unter dem Namen Kodak Versamark operieren. www.kodak.com

UMAX/Microtek ALLIANZ DER SCANNERHERSTELLER

Der Scannermarkt ist seit einiger Zeit rückläufig und zudem vom Preisverfall betroffen. Dies dürfte der wahre Grund sein, weshalb die beiden Scannerhersteller UMAX und Microtek jetzt eine strategische Allianz eingehen. Offiziell heißt es, das Ziel der Partnerschaft sei es, die Marktführerschaft im grafischen Bereich zu festigen und im Midrange-Bereich besser gegenüber HP und Epson antreten zu können. UMAX übernimmt europaweit die Distribution der Microtek-Produktserien ScanMaker und Artixscan sowie Logistik, Vertrieb und Marketing. www.umax.de

Konica und Minolta RECHTLICH VERSCHMOLZEN

Nach der im Januar 2003 angekündigten Fusion der beiden Unternehmen Konica und Minolta wurde die Integration jetzt auch rechtlich durch den Eintrag ins Handelsregister vollzogen. Die Namen der neuen Gesellschaften sind KonicaMinolta Business Solutions Europe GmbH mit Sitz in Langenhagen und KonicaMinolta Photo Imaging Europe GmbH in Hohenbrunn. Die Gesellschaften operieren in den Geschäftsfeldern Bürotechnologien, Photo-Imaging, Kameras und Messtechnik. Die Vertriebsgesellschaften in 23 europäischen Ländern beschäftigen etwa 6.000 Mitarbeiter. www.konicaminolta.de

KPG ÜBERNAHME VON REAL TIME IMAGE

Kodak Polychrome Graphics (KPG) hat Ende Januar das Graphic Arts Business der Real Time Image Inc. übernommen und damit das Produktportfolio seiner Proofsysteme um ein web-basiertes Proofsystem erweitert. Bereits im Herbst hatte KPG ein entsprechendes Produkt angekündigt. www.kpggraphics.com

Heidelberg stößt verlustreichen Digital- und Rollenoffset ab

Der Rollenoffsetbereich soll an Goss gehen, die Digitaldruck-Sparte geht an Kodak
Konzentration auf Bogenoffset soll Heidelberg in die Gewinnzone bringen

»Unserer Ende 2003 angekündigte Neuausrichtung sind wir deutlich näher gekommen«,



sagte Bernhard Schreier, Vorsitzender des Vorstands der Heidelberger Druckmaschinen AG. »Heidelberg wird sich auf den Bogenoffset konzentrieren und mit einem umfassenden Angebot kommerzielle Druckereien den Verpackungs- und Etikettendruck bedienen. Wir sind zuversichtlich, Heidelberg mit dieser Strategie kurzfristig wieder in die Gewinnzone bringen zu können.« Im Rahmen der angekündigten Neuausrichtung konzentriert sich Heidelberg neben dem Bogenoffsetdruck auf Druckvorstufe und Druckweiterverarbeitung inklusive dazugehöriger Workflowkomponenten sowie Serviceleistungen. Auch die Integration des Digitaldrucks in den Workflow soll nach wie vor Bestandteil des Angebotes sein.

Rollenoffset an Goss

Heidelberg und Goss International haben sich nach Angaben beider Unternehmen bei ihren seit Monaten andauernden Verhandlungen deutlich genähert. Man habe sich bei wesentlichen Vertragsinhalten zur beabsichtigten Übertragung der Heidelberg Rollenoffset-Sparte an Goss geeinigt. Die Transaktion umfasst die Geschäftsfelder Commercial Web, Zeitungsdruckmaschinen und Weiterverarbeitungsanlagen für Rollendruckmaschinen. Heidelberg wird im Gegenzug als neuer Gesellschafter an

Goss knapp 20% der Anteile halten. Zu weiteren finanziellen Bedingungen wurde Stillschweigen vereinbart, doch lässt die Anteilignerschaft von Heidelberg an Goss vermuten, dass Heidelberg für die Veräußerung kein Geld bekommen wird. Die Vereinbarung mit Goss betrifft rund 2.100 Heidelberg Mitarbeiter überwiegend an Standorten in den USA, in Frankreich und den Niederlanden.

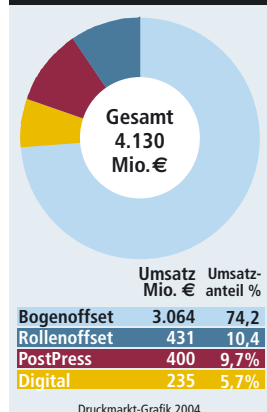
Heidelberg war 1988 durch den Erwerb von Harris in den Rollenoffsetdruck eingestiegen. Mit der Übernahme des holländischen Unternehmens Storck Contiweb bot Heidelberg seit 1996 auch Rollenwechsler und Trockner für den Rollenoffset an.

Digitaldruck an Kodak

Außerdem gibt Heidelberg seinen Digitaldruckbereich an Kodak ab. Dazu haben beide Unternehmen – vorbehaltlich der Zustimmung der Kartellbehörden – einen Vertrag unterzeichnet. Die Vereinbarung gilt für alle Digitaldruck-Aktivitäten

von Heidelberg. Diese umfassen die digitalen Schwarzweiß-Druckmaschinen als auch den 50%-igen Anteil an Nexpress, dem Gemeinschaftsunternehmen mit Eastman Kodak für digitale Farbdruckmaschinen sowie den 100%-igen Anteil an der NexPress GmbH in Kiel. Zur Zeit arbeiten in der Digitaldrucksparte von Heidelberg weltweit rund 2.000 Mitarbeiter.

Im Vertrag haben Kodak und Heidelberg eine leistungsbezogene Kaufpreisregelung vereinbart. Über einen Zeitraum von zwei Jahren wird Kodak periodisch Zahlungen an Heidelberg leisten, wenn vereinbarte Verkaufsziele erreicht werden. Werden alle bis Ende 2005 eingehalten, wird Kodak maximal 150 Mio. \$ in bar zahlen. Über einen Fünfjahreszeitraum nach Inkrafttreten des Vertrages werden zusätzliche Zahlungen an Heidelberg fällig, wenn weitere Verkaufsziele erreicht wurden. Kodak wird bei Inkrafttreten des Vertrages zunächst keine Barzahlung leisten. Zu weiteren finanziellen Bedingungen der Transaktion wurde Stillschweigen vereinbart. Heidelberg wird in den nächsten zwei Jahren nach Inkrafttreten des Vertrages keine wettbewerblichen Aktivitäten im Digitaldruckbereich ausüben. 1997 hatte Heidelberg mit Eastman Kodak das Joint Venture NexPress zur Entwicklung einer digitalen Farbdruckmaschine für den oberen Leistungsbereich gegründet. 1999 übernahm Heidelberg den Schwarzweiß-Digitaldruckbereich Office Imaging von Kodak.

UMSATZANTEILE 2002/03

Agfa-Gevaert PLATTENHERSTELLER LASTRA GEKAUFT

Agfa-Gevaert hat bekannt gegeben, dass man alle Aktien von Microgran S.r.l. übernehmen wird, der Besitzerin von Lastra S.p.A. Das italienische Unternehmen Lastra stellt Druckplatten, Chemikalien und Geräte für den Offsetdruck her. Die Gruppe mit Hauptsitz in Manerbio hat 2003 ca. 240 Mio. € umgesetzt (siehe auch unseren Beitrag auf Seite 6). www.agfa.com www.lastra.it

Electronics for Imaging JETZT NUR NOCH EFI

Zukünftig werden alle Produkte, Lösungen und Dienstleistungen einheitlich unter dem neuen Namen EFI geführt. Unternehmenschef Guy Gecht sah es nach der Übernahme von Printcafe, T/R Systems und Best GmbH im letzten Jahr für notwendig, alle Unternehmen unter dem Firmendach EFI zu führen. Entsprechend der Strategie für Markenkonsolidierung wird Printcafe Hagen jetzt EFI Hagen OA und T/R Systems Digital StoreFront ab sofort EFI Digital StoreFront heißen. »Wenn Kunden an Drucken denken, sollten sie zuerst an EFI und unser Leitthema Essential to Print denken«, sagte Gecht. www.efi.com

Druckplattenfabrik CREO ÜBERNIMMT SPECTRATECH

Creo kündigte die Übernahme der Druckplattenfabrik Spectratech International, Inc. an. Die in Middleway, US-Bundesstaat West Virginia, ansässige Fabrik wird von Creo für rund 19,3 Mio. \$ übernommen. Der Kauf beinhaltet die Vertriebsorganisation, Fertigungstechnik sowie Fabrikations- und Lagereinrichtungen von Spectratech. Amos Michelson, CEO von Creo: »Mit dem Erwerb der Plattenfabrik in den USA kann Creo seine Fertigungskapazitäten mehr als verdoppeln.« (Siehe auch unseren Beitrag auf Seite 6.) www.creo.com

**Heidelberger 9-Monats-Zahlen ANLASS ZUR HOFFNUNG**

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat in den ersten neun Monaten (1. April bis 31. Dezember 2003) des laufenden Geschäftsjahres 2003/2004 einen Auftragseingang von 2,8 Mrd. € erzielt (Vorjahr 3,1 Mrd. €). Der Umsatz im Berichtszeitraum betrug rund 2,5 Mrd. € (Vorjahr 2,9 Mrd. €). Bereinigt um Währungseffekte ist dies ein Rückgang um 9% im Vergleich zum Vorjahr. Der Umsatz im 3. Quartal allein lag mit knapp 1 Mrd. € deutlich über den Umsätzen der Vorquartale. »Die sich langsam abzeichnende Belebung der Weltwirtschaftskonjunktur zeigt erste positive Tendenzen auch in der grafischen Industrie«, sagte Bernhard Schreiber, Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG. »Wir gehen davon aus, dass sich nach drei Jahren stark rückläufiger Entwicklung die Umkehr des Trends bestätigt. Leicht anziehende Werbebudgets geben Anlass zur Hoffnung.«



Die endgültigen Zahlen für das Geschäftsjahr 2003/2004 wird Heidelberg Anfang Mai veröffentlichen. www.heidelberg.com

Xerox ERWARTUNGEN ÜBERTROFFEN

Xerox meldet für das 4. Quartal 2003 einen Gewinn, der über den Erwartungen liegt. Als Gründe für diese positive Entwicklung sieht das Unternehmen in erster Linie die hohen Umsätze mit Farbsystemen und digitalen Office-Produkten. Im Geschäftsjahr 2003 lag der Umsatz bei 15,7 Mrd. \$, das entspricht einem Rückgang von 1% gegenüber dem Wert von 2002. Der Geräteumsatz stieg dabei um 7%. www.xerox.de

Kodak wird zum Big Player im Digitaldruck

Nach der Übernahme von Scitex Digital Printing und dem Heidelberg-Digitaldruckgeschäft konzentriert sich Kodak ganz auf digitale Technik

Als neuen »Big Player« im Digitaldruckbereich muss man Kodak wohl spätestens seit dem 8. März einordnen, nachdem bekannt wurde, dass Kodak das komplette Digitaldruckgeschäft von Heidelberg übernehmen wird. Das heißt, das Joint-Venture mit Heidelberg (Nexpress) wird aufgelöst und alle Aktivitäten werden in eine neue Kodak-Gesellschaft eingebracht. Das betrifft auch die Schwarzweißsysteme, die Kodak erst 1999 an Heidelberg verkauft hatte.

Mit diesem Hin und Her hat Kodak jedoch offenbar keine Probleme. Erst Ende letzten Jahres kaufte Kodak auch Scitex Digital Printing, der Nachfolger des Unternehmens, das Kodak 1993 an Scitex verkauft hatte. Das frisch akquirierte Unternehmen heißt inzwischen Kodak Versamark. Aber während man für die ehemalige Scitex-Tochter richtiges Geld (250 Mio. \$) bezahlte, bindet Kodak Heidelberg durch eine Vereinbarung an sich, nach der nur dann Zahlungen an Heidelberg erfolgen, wenn entsprechende Verkaufserfolge vorzuweisen sind. So steht Heidelberg nach wie vor bei digitalen Druckmaschinen unter Erfolgsdruck.

Kodak unter Erfolgsdruck

Und Erfolge braucht auch der gelbe Riese, der bei Analysten seit längerer Zeit als angeschlagen gilt. So plant der US-Filmhersteller den Abbau von bis zu 15.000 Arbeitsplätzen im Konzern bis Ende 2006 – eine Kürzung der Stellen um 21%, mit deren Hilfe Kosten von 800 Mio. \$ bis zu 1 Mrd. \$

reduziert werden sollen. Grund ist der Gewinneinbruch im 4. Quartal des laufenden Geschäftsjahres um 83% auf 19 Mio. \$. Im vergleichbaren Vorjahreszeitraum wurde noch ein Ergebnis von 113 Mio. \$ gemeldet. Die Umsätze wurden im 4. Quartal jedoch um 10% auf 3,8 Mrd. \$ gesteigert. Die positiven Umsatzzahlen seien auf die starken Umsätze im digitalen Bereich zurückzuführen, ließ Kodak wissen.

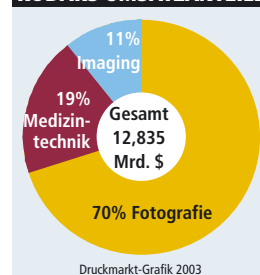
Die angekündigte Kürzung der Jobs in den Kernbereichen des Unternehmens ist ein weiterer Schritt in der Neuausrichtung Kodaks in die digitale Welt. Kodak hatte bereits im Spätsommer 2003 einen kompletten Schwenk seiner Unternehmensstrategie angekündigt. So hat Kodak im Januar seinen Rückzug aus der Herstellung analoger Kameras bekannt gegeben und die Produktion der analogen APS-Filme gestoppt. Doch dieser Umstieg kommt für Branchenkenner reichlich

spät. Bereits Mitte der 90er Jahre hatte Kodak eine dicke Ohrfeige erhalten, als man im Prozess gegen Polaroid (es ging um Patentrechtsverletzungen) das Geschäft der Sofortbildkameras einstellen musste und Millionenbeträge an Polaroid hatte zahlen müssen. In der Folge wurden Teile des »Tafelsilbers« verschербelt, die man offensichtlich nach und nach zurückkauft.



Für den Umstieg in die digitale Welt hält der Konzern nach Angaben von Kodak-Chef Daniel Carp rund 3 Mrd. \$ für den Zukauf von Technologien und die Akquisition von Unternehmen bereit. In den vergangenen Monaten hatte Kodak bereits Scitex Digital Imaging für 250 Mio. \$ gekauft und im Bereich der Medizintechnik für rund 500 Mio. \$ zwei Unternehmen übernommen. Die Hinzunahme des Digitaldruckbereiches von Heidelberg wird die »Kriegskasse« also kaum schmälern. Damit könnte sich Kodak im Bereich der digitalen Techniken wieder stärken, nachdem man als Pionier der Digitalfotografie den Markt fast verschlafen hatte. Wenn die Berichte der Wirtschaftspresse stimmen, will Kodak, um sich im Markt der Digitalkameras besser zu positionieren, den japanischen Kamerahersteller Chinon übernehmen.

Dass Kodak weiter dazukaufen wird, daran gibt es wohl keine Zweifel. Bleibt nur die Frage, in welchem Bereich die nächste Akquisition erfolgt. www.kodak.com

KODAKS UMSATZANTEILE

2002 setzte Kodak fast 13 Mrd. \$ um. Der Anteil im Bereich Imaging, zu dem auch Encad und Kodak Polychrome gehören, lag bei nur 11%. Mit den Zukäufen im Bereich Digitaldruck wird sich dieser Anteil erhöhen.



WAS BEI FLEUROP FUNKTIONIERT ...

... haben Drucker bislang noch nicht geschafft: Verteiltes Produzieren und Liefern. »Distribute and Print« heißt die Fachvokabel und steht im Gegensatz zu »Print and Distribute«. Letzteres ist die konventionelle Methode. Man druckt und fährt die fertigen Drucksachen spazieren. Die moderne Logik und Logistik: elektronisch als druckfertige Datenfile (z. B. PDF-Seiten) über das Netz verteilen und dann an verschiedenen Orten drucken.

Von Druckern mehrheitlich als Theorie abgelehnt (weil sie Angst haben, die Lufthöhe über den Auftrag zu verlieren), haben die Anbieter von Digitaldruckmaschinen zur Selbsthilfe gegriffen und organisieren solche Verbände. Einer davon ist erfolgreich, effektiv und längst »normaler Alltag«: die Handelsblatt News wird am Abend an Bahnhöfe und Flughäfen geliefert und dort verteilt. Océ stellt die Technik, gedruckt wird auf gewerblich installierten Maschinen bei Kunden.

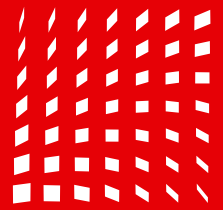


Das Handelsblatt hat für diesen Service sogar eine eigene Redaktion gebildet. Die Annahme, so etwas könne man »nebenbei« erledigen, hat sich als Irrtum erwiesen. Ein Beleg dafür, dass die Idee des automatischen Generierens von beliebigen Bildschirm- und Druckseiten aus einer sogenannten medienneutralen Datenbank ein logischer Irrtum sein könnte. Richtig ist, dass die Rohdaten dorthin stammen können. Und ebenso richtig, dass jedes

Medium, jedes Layout einer Bearbeitung der Texte und Bilder durch Redakteure und Gestalter bedarf. Denn Spaltenbreite und Bildgröße nehmen sehr wohl Einfluss auf Erscheinungsbild und Wording. Und nicht jeder Text lässt sich automatisch im Umfang auf »Kastenfällung« trimmen.

Gedruckt wird das Handelsblatt News am Abend unter anderem in Köln im Druckzentrum der Bahn. Auch dies ein Beweis, dass Digitaldruck vor allem in den Office- und Organisations-nahen Bereich diffundiert und weniger bei freien Dienstleistungs-Druckereien. Die Gestalter arbeiten mit viel Raffinesse im Detail und liefern Tag für Tag ein handwerklich sauberes Produkt ab. Farben sind vorgedruckt (auch Anzeigen); die offsetgleiche Schwärzung des Digitaldrucks, der positionssichere Stand und die Hochofauflösung bei Bildern führen jegliche Diskussion, ob man eine Zeitung überhaupt digital drucken kann, ins Absurde: Man kann sie sogar besser drucken als im (oft schmutzig daherkommenden) Großauflagen-Offset. Und dass die »Zeitung« mit Doppelseiten A4 ein handliches Lese- und Transportformat hat, wirkt haptisch äußerst angenehm. Merke: Die Zeitung der Zukunft ist nicht die Zeitung von heute.

Fazit: So sehr sich eine einzelne Druckerei darüber beklagen mag, die Geschäfte liefen schlecht, so wenig darf es die Branche insgesamt. Jahrelang sind Xerox und Océ, Agfa und Indigo und viele andere mit dem Gedanken durch Land gezogen und haben ihn anbieten müssen wie »sauer Bier«. Schon 1995 wurde darüber diskutiert, die Druckereien bedrängt – und sie weigerten sich mit heller Empörung. Bis auf wenige Ausnahmen. Warum die Druckereien nicht von Fleurop lernen, gehört zum Kapitel »Noch geht es mir nicht schlecht genug ...«. Doch Schwamm darüber. Gut, dass es wenigstens doch geschieht und gut, dass sich die Anbieter nicht davon abbringen lassen, die Idee auch gegen den Widerstand des eigenen Kundenpotentials durchzusetzen. > wenke@druckmarkt.com



print media messe
drupa

world market print
media, publishing &
converting

düsseldorf, germany
06.-19.05.2004

Einladung zum Klassentreffen.

one world - one drupa

www.drupa.de

Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 1010 06
40001 Düsseldorf
Germany
Tel. +49 (0) 211/45 60-01
Fax +49 (0) 211/45 60-6 68
www.messe-duesseldorf.de


Messe
Düsseldorf

Agfa-Abschluss 2003**WENIGER UMSATZ – MEHR GEWINN**

Der Umsatz von Agfa-Gevaert ging 2003 um 10% auf rund 4,2 Mrd. € zurück. Agfa führt dies auf den starken Euro, den zunehmenden Preisverfall und die schwachen Märkte zurück. Die grafische Industrie verzeichnete das dritte schwache Jahr in Folge, dennoch habe sich der Bereich Graphic Systems im schwachen Markt gut behauptet, während der Medizin-Bereich erneut einen Zuwachs verzeichnete. Der Nettogewinn stieg auf 323 Mio. €. Der Anteil der graphischen Systeme am Gesamtumsatz blieb mit 38,5% nahezu unverändert, wobei der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 10,5% auf 1,622 Mrd. € zurückging. Ohne Währungseffekte, so Agfa, mache dieser Rückgang nur 3,5% aus.

➤ www.agfa.com

Profit steigt**FUJI MIT GEWINNPLUS**

Der japanische Fotoriese Fuji Photo Film hat seine Gewinne in den vergangenen Monaten stark steigern können. Nach Angaben des Unternehmens stieg der Profit im 3. Quartal um 18% auf 231 Mio. €. Vor allem der anhaltende Run auf Digitalkameras machte sich dabei positiv bemerkbar. Dagegen entwickelte sich der traditionelle Papierfilm-Bereich schlecht. Fuji musste hier ein Umsatz-Minus von 6,1% gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres verzeichnen. Für das Gesamtjahr hat der Konzern trotz der positiven Bilanz die Aussichten beim Gewinn etwas zurückgenommen. Das Geschäftsjahr läuft noch bis Ende März.

➤ www.fujifilm.com

PAPIERINDUSTRIE MIT ABSATZ ZUFRIEDEN

Die deutsche Papierindustrie hat beim Absatz und der Produktion ein zufriedenstellendes Ergebnis für das Jahr 2003 erreicht. Trotz guter Mengenkonzunktur musste die Branche jedoch im Vergleich zum Vorjahr aufgrund fallender Papierpreise einen Umsatzrückgang von 3% auf 11,9 Mrd. € hinnehmen. Bei vielen Betrieben seien die Betriebsergebnisse deutlich zurückgegangen, sagte der Präsident des Verbandes Deutscher Papierfabriken, Hans-Michael Gallenkamp, auf der Jahrespressekonferenz in Düsseldorf.



2004 werde unter anderem durch hohe Energie- und Rohstoffkosten wieder ein schwieriges Jahr werden. Laut Gallenkamp hat die deutsche Papierindustrie trotz ungünstiger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen mäßig besser abgeschnitten als erwartet. Die Produktion von Papier, Karton und Pappe stieg um 4% auf 19,3 Mio. Tonnen. Der Gesamtabsatz betrug 19,4 Mio. Tonnen und legte damit ebenfalls um 4% zu. Motor der Entwicklung war dabei mit einem Plus von 9% auf 8,2 Mio. Tonnen der Auslandsabsatz. Die Investitionen der Branche haben sich 2003 gegenüber dem Vorjahr um 20% auf 770 Mio. € erhöht.

Grafische Papiere konnten mit einem Absatzzuwachs von 6% auf 9,5 Mio. Tonnen eine deutliche Erholung gegenüber dem Vorjahr verzeichnen, Verpackungspapiere wuchsen mit 2% auf 7,4 Mio. Tonnen gegenüber dem Vorjahr deutlich schwächer, Spezialpapiere legten um 7% zu. ➤ www.vdp-online.de

technotrans**TALSOHLE DURCHSCHRITTEN**

technotrans, Systemanbieter von Anlagen für die Druckindustrie und die Mikrotechnologie, hat Mitte 2003 die Talsohle durchschritten. Dem neuerlichen Umsatzrückgang in der ersten Jahreshälfte 2003 folgten zwei bessere Quartale, zuletzt mit Wachstumsraten von über 9%. Im Gesamtjahr wurden 106,7 Mio. € erwirtschaftet (Vorjahr 117 Mio. €). Mit 35,9 Mio. € liegt das Bruttoergebnis 2003 nur 4,7% unter dem Vorjahr (37,7 Mio. €). Die positive Tendenz zeigt sich insbesondere im Segment Print, wo zwei Drittel der Umsätze von technotrans generiert werden. Bis Mitte 2003 fielen die Umsätze, erholten

sich dann jedoch signifikant und erreichten zum Jahresende 2003 insgesamt 70,6 Mio. €. Mit 20,1 Mio. € stiegen die Umsätze im 4. Quartal 2003 sogar um 13,1% gegenüber

DRUCKMARKTZAHLEN

Auf 58% ist die Zahl der Internetnutzer im vergangenen Jahr in Deutschland gestiegen. Genutzt werden vor allem Online-Banking, Online-Preisvergleiche und Abschlüsse von Versicherungen. Das hat die »Forschungsgruppe Wahlen« ermittelt.

dem vierten Quartal 2002. Angesichts der verbesserten wirtschaftlichen Rahmendaten geht der Vorstand davon aus, dass die Krise der Druckindustrie 2004 zu Ende geht – alleine die Dynamik und die Frage der Nachhaltigkeit dieser Erholung bleibe noch unklar.

➤ www.technotrans.de

**TV-Alternativen boomen
US-WERBEMARKT ALS TRENDSETZER?**

In den USA sind im abgelaufenen Jahr die allgemeinen Werbeausgaben um über 6% auf 128,3 Mrd. \$ angestiegen. Dabei hat sich ein Trend weg von der Werbung in den TV-Netzwerken hin zu kostengünstigeren Alternativen gezeigt. Während die Fernsehsender ihre Einnahmen lediglich um 1,8% auf 20,4 Mrd. \$ steigern konnten, legte das Internet gleich um 15,7% auf 6,5 Mrd. \$ zu. Angesichts der immer noch steigenden Preise für Werbung im TV weichen die Werbetreibenden verstärkt auf andere Medien aus. Überdurchschnittliches Wachstum haben im vergangenen Jahr in den USA auch die Printmedien aufgewiesen. So stiegen die Einnahmen regionaler Zeitungen um 13,4% auf 22,8 Mrd. \$. Nicht ganz so erfolgreich haben sich die überregionalen Printmedien entwickelt, die um 5,8% auf 3 Mrd. \$ zugelegt haben. Für Deutschland rechnen Agenturen und Werbeverbände mit einem Wachstum von 3,3% in diesem Jahr nach 3,25% Zuwachs im Jahr 2003. Überdurchschnittliche Steigerungen erwarten die Mediaagenturen beim Fernsehen (+3,6%), Plakat (+4,6%) und auch bei den Tageszeitungen (+4,0%) und Online-Medien (+9,1%).

**MAN Roland und Presstek
DISTRIBUTIONSVEREINBARUNG**

Presstek Inc., Hersteller digitaler Bebilderungstechnik, und MAN Roland Österreich haben

KONJUNKTURTELEGRAMM

In seinem im Februar veröffentlichten Konjunkturtelegramm für die westdeutsche Druckindustrie hat der Bundesverband Druck und Medien bekannt gegeben, dass 33% der Betriebe ihre Lage für schlecht, 57% für befriedigend und 10% für gut halten. Die Produktion habe saisonbedingt leicht abgenommen, die Nachfragesituation habe sich dagegen weiter leicht gebessert. Allerdings setze sich der Preisrückgang fort. Der Entwicklung ihrer geschäftlichen Lage blicken die Unternehmen weniger zuversichtlich als im Vormonat entgegen. Eine rasche, nachhaltige Besserung der Geschäftslage sei demnach kaum zu erwarten.

➤ www.bvdm-online.de

eine Distributionsvereinbarung für Österreich, die Tschechische Republik, die Slowakei, Polen, Ungarn, Slowenien, Kroatien, Mazedonien, Bosnien Herzogowina, Serbien, Bulgarien und Rumänien geschlossen. MAN Roland Österreich erweitert damit die Angebotspalette um CTP-Geräte und chemiefreie Thermoplatten. Im DI-Bereich arbeitet MAN Roland Österreich schon länger mit Presstek. Bei der Ryobi 3404 DI wird Presstek-Technik bereits eingesetzt. Jetzt können auch diese Platten für alle anderen Digitaldruckmaschinen angeboten werden.

➤ www.man-roland.de

➤ www.presstek.com