

**Werbung im 1. Halbjahr STEIGERUNG UM ÜBER 6%**

Die Ausgaben für Werbung sind im ersten Halbjahr 2004 um 6,5% angestiegen, hat Nielsen-Media ermittelt. Insgesamt wurden in Deutschland 8,8 Mrd. € für Werbung in den klassischen Medien ausgegeben. Nach wie vor sind der Automarkt (849 Mio. €) und der Handel (829 Mio. €) die größten Werber. Unter den Top 10 der stärksten Werber sind vier Handelsdiscontern (Lidl, Aldi, Plus und Penny) und zwei technische Handelsketten (Media Markt, Saturn). Deutlich steigende Werbeausgaben verzeichneten im ersten Halbjahr auch die Telekombranche sowie Finanzdienstleister. Nach oben korrigiert haben auch die deutschen Mediaeinkäufer ihre Prognose: Um 4,6% sollen die Ausgaben in diesem Jahr steigen, teilt der OMG (Organisation der Mediaagenturen im GWA) mit.

► [www.nielsen-media.de](http://www.nielsen-media.de) ► [www.omg-online.de](http://www.omg-online.de)

**Kataloge und Internet UMSATZFÖRDERND**

Kunden, die sich zusätzlich auf den Internetseiten von Geschäften umschauen, geben gewöhnlich mehr aus als jene, die nur ins Geschäft gehen. Eine Studie von Forrester Research hat herausgefunden, dass Kunden, die auf verschiedenen Wegen – direkt im Geschäft, mit Katalog und übers Internet – einkaufen, etwa vier mal so viel ausgeben wie Kunden, die nur einen dieser Kanäle nutzen. ► [www.forrester.com](http://www.forrester.com)

**Internet-User IN DEUTSCHLAND ÜBER 60%**

61% der deutschen Erwachsenen nutzten im zweiten Quartal 2004 einen Internet-Zugang – ein Zuwachs um 6% gegenüber dem Vergleichszeitraum 2003. Dies berichtet die Forschungsgruppe Wahlen Online GmbH in ihren aktuellen Internet-Strukturdaten. Nach wie vor gibt es in den alten Bundesländern (62%) mehr Erwachsene, die über einen Internet-Zugang verfügen, als in den neuen Ländern (53%). Mittlerweile sind 69% der Männer online, bei den Frauen etwas mehr als die Hälfte (53%).

► [www.forschungsgruppe.de](http://www.forschungsgruppe.de)

**technotrans NEUBAU IN GERSTHOFEN**

technotrans erweitert seine Fertigungskapazitäten am Standort Augsburg. Eine entsprechende Investition mit einem Volumen von rund 6 Mio. € soll in Gersthofen bei Augsburg neben dem Produktbereich Farbversorgung auch die Aktivitäten des neuen Produktbereiches Reinigungssysteme aufnehmen. »Wir werden uns den Markt der Reinigungssysteme mit einer Eigenentwicklung erschließen. Entsprechende Gespräche mit potenziellen Kunden sind sehr viel versprechend verlaufen,« sagt Heinz Harling, Vorstandsvorsitzender der technotrans AG. »Mit dieser Investition schaffen wir die Arbeitsbedingungen für das Team aus entsprechenden Spezialisten und können mit der Markteinführung sofort in die Serienfertigung einsteigen.« Als Systemanbieter verfügt technotrans in Deutschland über zwei Fertigungsstandorte, einen am Hauptsitz in Sassenberg und einen in Stadtbergen bei Augsburg. Im Konzern sind rund 600 Mitarbeiter beschäftigt, davon etwas mehr als zwei Drittel in Deutschland. Der Umsatz wird in diesem Jahr voraussichtlich 115 Mio. € erreichen. Der zukünftige Produktbereich Reinigungssysteme umfasst weltweit ein Marktvolumen von 120 bis 150 Millionen €. ► [www.technotrans.de](http://www.technotrans.de)

**Koenig & Bauer-Gruppe HALBJAHRESBERICHT**

Die von der Koenig & Bauer AG (KBA) für das erste Halbjahr 2004 vorgelegten Konzernzahlen zeigen einen verbesserten Auftragseingang auch dank der für KBA erfolgreichen drupa um 34,7% auf 731,6 Mio. € (2003: 543,3 Mio. €). Der starke Zuwachs bei den Bestellungen betraf Bogen- und Rollendruckmaschinen und bestätigt, dass sich die grafische Industrie sukzessive von ihrer Investitionsschwäche erholt.

Mit 534,9 Mio. € bzw. einem Plus von 6,7% gegenüber der Vergleichsperiode 2003 lag der Konzernumsatz im ersten Halbjahr lieferbedingt hinter der Jahresplanung zurück. Entsprechend weist die KBA-Gruppe per 30.06. noch einen Verlust vor Steuern in Höhe von 18,5 Mio. € aus. Aufgrund der geplanten Umsatzausweitung in den folgenden Monaten werden bis zum Jahresende jedoch positive Ertragswerte angestrebt.

Das Geschäft mit Bogenoffsetmaschinen profitierte überproportional von den zahlreichen Bestellungen im Umfeld der drupa. Insgesamt legte der Auftragseingang in den ersten sechs Monaten um 38,5% auf 426,7 Mio. € zu. Bei den Rollendruckmaschinen trug neben mehreren Zeitungsaufträgen die wieder gestiegene Investitionsbereitschaft im Akzidenz-Rollenoffset und Illustrations-tiefdruck zum Auftragsplus von 29,6% auf 304,9 Mio. € bei. Trotz der anspruchsvollen Marktbedingungen hält der Vorstand weiterhin an seinem Ziel fest, im Gesamtjahr 2004 mit rund 1,4 Mrd. € den bisher höchsten Konzernumsatz sowie ein positives Konzernergebnis zu erwirtschaften. Am Ende des zweiten Quartals beschäftigte die KBA-Gruppe

inklusive der 300 Mitarbeiter der Anfang 2004 mehrheitlich erworbenen Tochtergesellschaft Metronic AG 7.287 Mitarbeiter.

► [www.kba-print.de](http://www.kba-print.de)

**1. Quartal 2004/2005 HEIDELBERG LEGT ZAHLEN VOR**

Die Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg) hat im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2004/2005 (1. April bis 30. Juni) einen Umsatz von rund 710 Mio. € (741 Mio. € im Vorjahr) erzielt. Die Auftragseingänge betragen 1.286 Mio. € (Vorjahr: 783 Mio. €). »Im ersten Quartal verzeichneten wir wegen der drupa sehr erfreuliche Auftragseingänge aus allen Regionen. Das wird sich in den kommenden Quartalen im Umsatz widerspiegeln«, sagte Bernhard Schreier,



Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. Das betriebliche Ergebnis lag erwartungsgemäß bei minus 54 Mio. € und war belastet durch die Kosten der drupa sowie durch die im ersten Quartal noch angefallenen Verluste der Sparten Digital und Web Systems (minus 33 Mio. €), die in Zukunft wegfallen.

Im Bereich Press (Offsetdruck) lag der Umsatz im Quartal bei

513 Mio. €. Der Auftragseingang verzeichnete drupa-bedingt ein Plus von rund 82% auf 1,024 Mrd. €. In der Sparte Postpress (Weiterverarbeitung) zog der Quartalsumsatz auf 70 Mio. € an. Der Auftragseingang legte um rund 29% auf 98 Mio. € zu.

Zum 30. Juni 2004 beschäftigte Heidelberg weltweit rund 21.200 Mitarbeiter (Vorjahr: rund 24.100).

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

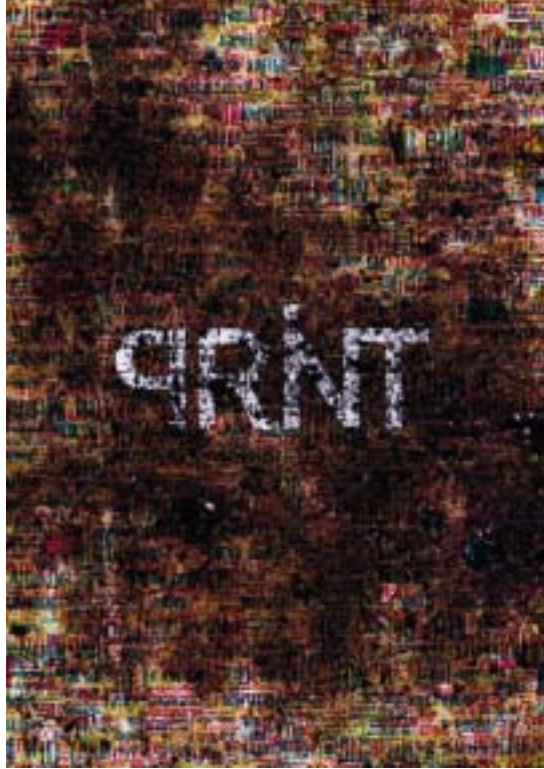
**Baldwin WIEDER MIT GEWINN**

Die Baldwin Technology Company konnte ihr Geschäftsjahr 2003/2004 (per 30. Juni 2004) mit erfreulichen Resultaten abschließen und Umsatzerlöse von 158,1 Mio. US-\$ erwirtschaften – ein Umsatzzuwachs von fast 18% gegenüber dem vorigen Geschäftsjahr. Baldwin erzielte dabei einen Nettogewinn von 7 Mio. \$ gegenüber einem Verlust von 11 Mio. \$ im Vorjahr. Die positiven Impulse aus dem Geschäftsjahr 2003/2004, die generelle Belebung der grafischen Industrie sowie die aktuellen Auftragseingänge lassen darauf schließen, dass Baldwin die positive Entwicklung auch im laufenden Geschäftsjahr fortsetzen kann.

► [www.baldwin.de](http://www.baldwin.de)

**FAZ WIEDER MIT »KLUGEN KÖPFEN«**

Etwa drei Jahre nach dem letzten Motiv der vielfach ausgezeichneten Anzeigen-Kampagne hat die Frankfurter Allgemeine Zeitung wieder »einen klugen Kopf« hinter der Tageszeitung versteckt. Auftakt der Serie war ein Motiv mit Michael Schumacher nach dessen erneutem Gewinn der Formel-1-Weltmeisterschaft.



## Zeitungen

### KONKURRENZ DURCH KOMMUNALE WEBSITES

Die deutschen Zeitungen sehen in den Internet-Auftritten und den Amtsblättern der Kommunen eine Konkurrenz für ihre Printprodukte. 80% der Zeitungsverlage fühlen sich durch »expansive Internet-Auftritte« und »eigene PR-Produkte« der Kommunen beeinträchtigt. Das teilte der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) im Rahmen seiner Jahrespressekonferenz mit. 2004 rechnen die Zeitungsverleger zum vierten Mal in Serie mit Umsatzverlusten. Dennoch sei Deutschland ein »Zeitungsland par excellence« und die Zeitung auch bei der jungen Generation beliebt. Zeitungen erreichen täglich 76% aller Deutschen über 14 Jahren und auch weit über die Hälfte der jüngeren Generation informiere sich über die Zeitung.

Dennoch mussten die Verlage auch im Vorjahr wieder ein Umsatzminus von 5,5% hinnehmen. Die Erlöse sanken 2003 auf 8,9 Mrd. €, wobei die Rückgänge vor allem beim Rubrikengeschäft zu suchen sind (Stellen-, Immobilien- und Kfz-Markt). Die wirtschaftliche Situation mache es vor allem kleinen Verlagen schwerer, Investitionen für neue Produkte und Services zu tätigen. Dies sei aber notwendig, weil die Kunden im Rubrikengeschäft komfortable Lösungen im Internet erwarten. (Siehe auch unseren Beitrag »Unter dem Diktat knapper Kassen«.)

➤ [www.bdzv.de](http://www.bdzv.de)

### Agfa Design-Wettbewerb THE POWER OF PRINT

Seit mittlerweile sieben Jahren inspiriert der Agfa Design-Wettbewerb für junge Kreative die Nachwuchs-Generation von Designern. Das allerdings ist nur ein Weg, wie Agfa unter anderem bei Designern in aller Welt das Bewusstsein aufrecht erhält, dass Drucksachen nach wie vor zu den attraktivsten Möglichkeiten zählen, Verbraucher zu erreichen. Denn Drucksachen kann man nicht nur anfassen, sondern sie weisen im Vergleich zu anderen Medien eine lange Haltbarkeit auf. Die Ausschreibung des 7. Design-Wettbewerbs hatte Studenten aus aller Welt aufgefordert, das Motto »The Power of Print« grafisch zu interpretieren. So sollte ein Poster im Format DIN A2 gestaltet und damit gezeigt werden, wie gedruckte Medien ihr Publikum beeinflussen. Insgesamt wurden mehr als 1.000 Poster mit Entwürfen von Anzeigen, Verpackungen, Zeitungen, Büchern und vielen anderen Motiven eingereicht. Die Arbeiten der Gewinner werden auf der Website von Agfa im Internet präsentiert. ➤ [www.agfa.com/aycc](http://www.agfa.com/aycc)

### Creo Sparprogramm STRATEGIE BESTÄRKT

Creo hat ein Programm zur Optimierung der operativen Prozesse angekündigt, durch das die Kostensituation des Unternehmens gestärkt und eine Plattform für die Steigerung der Unternehmensgewinne geschaffen werden soll. Durch dieses Programm werden weltweit über 200 Stellen (5% aller Mitarbeiter) wegfallen und die Aufwendungen jährlich um rund 24 Mio. US-

Dollar gesenkt werden. Amos Michelson, CEO von Creo, erklärt hierzu:



»Gestützt auf unser Kerngeschäft und die Umsetzung der Strategie im Bereich digitaler Bebilderungs- und Ausgabemedien arbeiten wir auf die positive Entwicklung des Shareholder Value und unsere Ertragsstärke hin«. Im Geschäftsjahr 2003/2004 habe Creo die Nachfrage nach

Verbrauchsmaterialien weiter ausbauen können und den Markt mit Thermoplaten versorgen können, führt Michelson aus. »Wir haben uns zum viertgrößten Anbieter der Welt von digitalen Druckplatten entwickelt. Dabei konnten wir allerdings das prognostizierte wirtschaftliche Ergebnis nicht erreichen. Im nächsten Geschäftsjahr erwarten wir eine Fortsetzung des Wachstums und dürften unsere Umsatzerlöse aus dem Verbrauchsmaterialgeschäft erneut um mehr als 50 Prozent steigern können.«

➤ [www.creo.com](http://www.creo.com)

### Heidelberg und Hiflex ZUSAMMENARBEIT BEI DER JDF INTEGRATION

Die Heidelberger Druckmaschinen AG und der Software-Anbieter Hiflex GmbH, Aachen, haben beschlossen, künftig auf dem Gebiet der JDF-Integration eng zusammenzuarbeiten und die offene JDF-Integration bei Kundeninstallationen abzusichern. »Ziel ist die effiziente Integration der gesamten Wertschöpfungskette. Dabei ist JDF die Schlüsseltechnologie«, so Jörg Bauer, Vice President Product Management Prinect. »Mit Hilfe unserer JDF-fähigen Prinect-Produkte wird eine offene und standardisierte Kommunikation zwischen dem Branchensoftwaresystem Hiflex und den Prinect-Systemen in der Printproduktion möglich.« Wie Heidelberg und Hiflex bekannt geben, haben die beiden Unternehmen bereits eine JDF Vernetzung ihrer Systeme implementiert. »Die nun realisierte JDF-Anbindung an die

Prinect-Systeme von Heidelberg bietet unseren Kunden einen erheblichen Mehrwert, denn zuvor völlig voneinander



getrennte Prozessabläufe greifen ineinander und werden automatisiert«, sagt Stefan Reichhart, Geschäftsführer der Hiflex GmbH.

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

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

### Axel Springer Verlag BETEILIGUNG AN INTERNET-STELLBÖRSE

Die Axel Springer Verlag AG beteiligt sich mit 49,9% an der Stepstone Deutschland AG, dem nach eigenen Angaben zweitgrößten Betreiber einer Internet-Stellenbörse in Deutschland. Damit will Springer seine Präsenz im Internet-Stellenmarkt ergänzen, nachdem man im Kfz-Bereich mit [autobild.de](http://autobild.de) bereits erfolgreich aktiv ist.

### Lüscher Flexo AKTIV IM FLEXOMARKT

Vier Monate nach dem Erwerb von ZED Instruments und der Umbenennung in Lüscher Flexo hat Hans Lüscher, Inhaber der Schweizer Lüscher AG, den neuen Geschäftssitz in Thame, westlich von London, eröffnet. Dabei stellte er fest, dass Flexo als Wachstumsmarkt attraktive Geschäftsmöglichkeiten für die Zukunft bietet. Lüscher wolle dieses Potential nutzen und mit dem FlexPose! den Markt bedienen. ➤ [www.luescher.com](http://www.luescher.com)

Diese Druckmarkt-Ausgabe erhalten Sie möglicherweise als kostenloses Exemplar, weil Sie zu einer bestimmten Unternehmenskategorie und damit Zielgruppe gehören. Um regelmäßig und sicher jedes Exemplar des Druckmarktes zu erhalten, empfehlen wir ein Abo. So sichern Sie sich Ihre Verbindung zu den aktuellen Themen, sind über durch einzigartige Marktübersichten stets bestens informiert und verpassen keine Entwicklung.

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)



## Agfa SCHWACHE HALB- JAHRESZAHLEN

Im ersten Halbjahr 2004 sank der Umsatz von Agfa-Gevaert um 11,8% auf 1,87 Mrd. €. Der Bruttogewinn reduzierte sich nach Angaben Agfas vor allem wegen höherer Rohstoffpreise, Währungsschwankungen und fallender Preise von

912 auf 782 Mio. €. Das Ergebnis fiel von 189 auf minus 320 Mio. €. Agfa hatte den Verkauf seines Fotobereiches bereits Ende Juni vollständig verbucht. Der Nettoverlust lag bei 235 Mio. € nach einem Gewinn von 99 Mio. € im Vorjahr. Ohne die Effekte auf Grund der Veräußerung wäre ein Gewinn von 56 Mio. €

erreicht worden. Trotz der schlechteren Halbjahreszahlen wurde der Trend aber wieder nach oben, teilte Agfa weiter mit. Im zweiten Quartal sei der Umsatz nach drei schwachen Jahren in Folge in allen Unternehmensbereichen wieder gewachsen.

Im ersten Halbjahr erreichte das Arbeitsgebiet Graphic Sys-

tems einen Anteil von 42,6% am Gruppenumsatz von Agfa, während auf HealthCare 34,6% entfielen und der Anteil von Consumer Imaging 19,4% betrug.

Im Arbeitsgebiet Graphic Systems erhöhte sich der Umsatz um 3,5% gegenüber dem zweiten Quartal 2003. Diese Wende nach drei schwachen Jahren in Folge zeige das allgemein verbesserte Marktumfeld in der grafischen Industrie. Die Rückkehr des Kundenvertrauens habe sich auch auf der drupa bestätigt, bei der Agfa über den Erwartungen liegende Bestellungen für Geräte und Software verzeichnen konnte, was den Umsatz in den kommenden Monaten weiter stützen wird.

Im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des Jahres 2003 ging der Umsatz im Arbeitsgebiet Graphic Systems um 2,8% auf 799 Mio. € zurück. Nach einem zögerlichen Start zu Jahresbeginn zog der Umsatz ab März wieder an. Dieser Trend hat sich während des zweiten Quartals fortgesetzt, weil sich die Marktbedingungen in der grafischen Industrie langsam bessern.

Anfang des Jahres hatte Agfa die Übernahme von Lastra bekannt gegeben, dem italienischen Hersteller von Druckplatten, zugehöriger Chemie und Geräten für den Offsetdruck. Lastra hat rund 900 Mitarbeiter und erreichte 2003 einen Umsatz von 226 Mio. €. Die Transaktion basiert auf einem Unternehmenswert von 155 Mio. €. Im August konnte Agfa melden, dass alle nötigen aufsichtsbehördlichen Genehmigungen für die Übernahme vorliegen. Die Transaktion ist daher Ende August 2004 zum Abschluss gebracht worden; ab diesem Zeitpunkt fließen die Ergebnisse von Lastra voll in das Ergebnis von Agfa ein.

► [www.agfa.com](http://www.agfa.com)

## ZUKUNFTSMARKT PRINT

Was vor gut drei Jahren schon einmal erwogen wurde, ist jetzt in die Tat umgesetzt worden: Agfa trennt sich von seinem defizitären Fotogeschäft und kappt damit die Wurzeln des Unternehmens, da das Traditionsgeschäft immer mehr zur Last wurde. Das Filmgeschäft, in dem Agfa hinter Kodak und Fuji nur einen Anteil von 10% am Weltmarkt hielt, geht seit Jahren zurück und leidet unter einem massivem Preisverfall sowie dem Vordringen der Digitalfotografie. Inwieweit das neu gegründete Unternehmen AgfaPhoto diesem Druck standhalten kann, ist allerdings mehr als offen. Zwar glaubt man, als kleinere Einheit flexibler am Markt agieren zu können, als unter der Decke des Konzerns, doch werden sich dadurch die Marktbedingungen nicht verändern. Denn auch alle anderen Wettbewerber kämpfen mit dem Problem, dass sich der klassische Foto-Markt verändert und den digitalen Weg eingeschlagen hat.

Agfa will sich künftig auf die grafische Industrie und die Medizintechnik konzentrieren. Aber auch in diesen Märkten herrscht großer Wettbewerbsdruck und ein gnadenloser Verdrängungswettbewerb. Der Bereich der grafischen Systeme mit Hard- und Software sowie Druckplatten wird beim geschrumpften Agfa-Konzern dann wohl der größte Umsatzträger werden. Doch selbst wenn dieser Bereich Agfa in der jüngsten Zeit nicht gerade mit positiven Zahlen verwöhnt hat, sieht Agfa hier nach wie vor einen starken Zukunftsmarkt. ni

## AGFA VERKAUFT FOTOBEREICH

dann soll eine eigenständige Gesellschaft unter dem Namen AgfaPhoto das Fotogeschäft weiterführen.

Agfa selbst will sich jetzt auf grafische Systeme für die Druckindustrie und Medizintechnik konzentrieren. In den vergangenen Jahren war bereits mehrfach der Verkauf des Fotogeschäfts im Gespräch.

### TRADITIONSMARKE AGFA

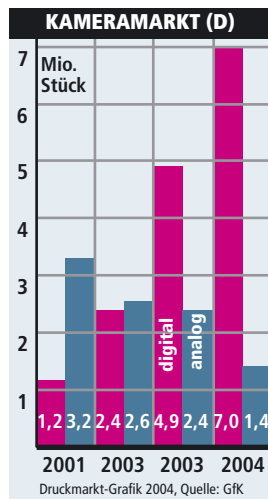
Die verkaufte, mehr als 100 Jahre alte Fotosparte ist der Ursprung von

Agfa. Heute gehört Agfa zu den bekanntesten Marken Deutschlands. Seit 1897 ist Agfa eingetragenes Warenzeichen und steht als Kürzel für »Actien-Gesellschaft für Anilin-Fabrikationen«. Erste Fotoprodukte waren Fotopapiere und ab 1900 Kameras. Der Fotopionier brachte 1936 den ersten modernen Farbfilm auf den Markt. Im Jahr 1964 schloss sich die deutsche Agfa mit der belgischen Gevaert Photo-Producten zur Agfa-Gevaert-Gruppe zusammen.

Agfa verkauft seine traditionsreiche Fotosparte. Das Arbeitsgebiet Consumer Imaging mit den Bereichen Film, Fotopapiere und Laborgeräte wird an das bisherige Management und Finanzinvestoren für 175,5 Mio. € verkauft. Die neuen Eigentümer übernehmen weltweit knapp 2.900 Mitarbeiter (die Mehrzahl ist in Deutschland tätig). Die Transaktion soll zum 1. November 2004 abgeschlossen werden. Ab

Aus dem Kamerageschäft hat sich Agfa längst verabschiedet. Auch mit Digitalkameras war Agfa nicht erfolgreich und gab auf. Jetzt folgte die endgültige Trennung vom verlustreichen Filmgeschäft.





### Digitalfotografie STÜRMISCHES WACHSTUM

Die Nachfrage nach digitalen Kameras nimmt weiter zu. Nach 2003, als 4,9 Mio. Digitalkameras verkauft wurden, sollen es 2004 mehr als 7 Mio. Kameras sein, schätzt der Photoindustrie-Verband. Gleichzeitig soll der Umsatz mit Fotografie und Zubehör von 9,5 auf über 10 Mio. € steigen. Das Geschäft mit

### IMMER WENIGER FILME

Schneller als erwartet sinken die Verkaufszahlen für herkömmliche Foto-Filme. Nach einer Studie der US-Marktforschers Information Resources haben sich die Zahlen 2004 schneller nach unten entwickelt als prognostiziert. Der Marktforscher stellte im Mai dieses Jahres einen Rückgang der Verkäufe um 16% im Vergleich zum Vorjahr fest. Experten sehen diese Entwicklung aufgrund der schnellen technischen Weiterentwicklung durch Digitalkameras. Im Januar hatte Kodak Verkaufszahlen für Foto-Filme und Einwegkameras veröffentlicht, wobei von einem Rückgang von 10 bis 12% ausgegangen wurde. Der Druck auf Kodak, Fuji Photo Film und andere Hersteller wird aber immer größer. Bei Kodak sanken die Verkäufe im letzten Jahr insgesamt um 20%, bei Fuji soll es nicht besser aussehen. Kodak ist seit einiger Zeit gezwungen, Stellen abzubauen und schließt Standorte bzw. Großlabors. Agfa hat seinen defizitären Fotobereich jetzt abgestoßen (siehe Kasten links) und Ilford, der englische Hersteller von Schwarzweißfilmen, steht vor dem Konkurs.

Analogkameras geht indes weiter zurück. In diesem Jahr sollen voraussichtlich nur noch 1,4 Mio. Apparate verkauft werden. Parallel dazu soll der Absatz an Filmen um weitere 14% auf 133 Mio. Stück sinken.

### Canon Deutschland UMSATZ GESTEIGERT

Die Canon Deutschland GmbH, Krefeld, hat im ersten Halbjahr 2004 Umsätze in Höhe von rund 504 Mio. € generiert, was einer Steigerung von über 13% im Vorjahresvergleich entspricht. Das Unternehmen beschäftigt zur Zeit 950 Mitarbeiter. Die besten Umsatzergebnisse konnten nach wie vor im Bereich digitaler Produkte erzielt werden, wodurch sinkende Erlöse im analogen Segment aufgefangen wurden. Der digitale Kopiererbereich sowie das Foto-Segment erzielten im ersten Halbjahr auf bereits hohem Niveau die größten Umsatzzuwächse. Weiterhin im Aufwärtstrend befindet sich das Canon Solution Business, das mit professionellen IT-Lösungen eine starke Umsatzsteigerung verbuchen konnte. Damit sieht sich Canon auch weiterhin auf seinem Weg zum Solution Provider bestätigt.

➤ [www.canon.de](http://www.canon.de)

### NexPress UND Digimaster KPG ÜBERNIMMT VERTRIEB

Kodak Polychrome Graphics (KPG) wird die NexPress- und Digimaster-Produkte weltweit vertreiben. Die Vertriebsvereinbarung betrifft sowohl die Digitalfarbdruckmaschine Kodak NexPress 2100 als auch die Schwarzweiß-Digitaldrucksysteme Kodak Digimaster E125 und E150.

Damit bietet KPG nun CtP, Direct Imaging-Drucklösungen und den Digitaldruck an. Jeff Jacobson, CEO von KPG: »Die NexPress- und die Digimaster-Systeme eröffnen unseren



Kunden den Zugang zu einem umfangreichen Portfolio und ermöglichen ihnen den Übergang zu digitalen Produktionsabläufen sowie deren Ausbau.« Wie das Abkommen vorsieht, wird NexPress weiterhin den Kundendienst und Service für alle installierten Systeme leisten.

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

### BASF VERKAUFT DRUCKSYSTEME UND -FARBEN

Der Chemiekonzern BASF hat seine Tochtergesellschaft BASF Drucksysteme GmbH nach Angaben der Financial Times Deutschland an den Finanzinvestor CVC verkauft. CVC erwarb zudem das frühere Druckfarbengeschäft von Akzo Nobel, um aus beiden ein 830 Mio. € starkes neues Unternehmen zu formen. Dies soll dann hinter dem japanisch-amerikanischen Anbieter Sun Chemicals und dem US-Konzern Flint, zu dem auch die Druckfarbenfabrik Schmidt gehört, weltweit drittgrößter Anbieter werden. BASF war im Druckplattengeschäft für Hoch- und Flexodruck weltweit zweiter der Rangliste, bei den Druckfarben (nach dem Zukauf von K+E Kast + Ehinger im Jahr 1970) weltweit auf Rang sechs. Der Druckfarbenmarkt ist trotz einiger Übernahmen in den letzten Jahren noch immer relativ stark zersplittert. Zu den Wettbewerbern in Deutschland zählen beispielsweise Siegwerk und die Huber Group.

Sichtweisen können sich ändern.

Nicht aber die Qualität unserer Offsetdruckplatten.

Für Positivkopie:

- *Sonic* – die Schnelle
- *Matrix* – die Neue

Für Negativkopie:

- *Nitio Dev* – die Zuverlässige

LASTRA DEUTSCHLAND GMBH

Porschestraße 8      Tel. 0 61 82.78 27-0

63512 Hainburg      Fax 0 61 82.78 27-20

info@lastragroup.de      www.lastragroup.de

### Kompaktkurs NACHFOLGE IM FAMILIENBETRIEB

Zum dritten Mal bietet die Print Media Academy der Heidelberger Druckmaschinen AG das Management-Programm »Nachfolge im Familienbetrieb« an. In sieben Themenveranstaltungen mit insgesamt 20 Programmtagen wird die fachliche Fitness zum Meistern des Nachfolgeprozesses vermittelt. Referenten trainieren Managementtechniken sowie betriebswirtschaftliches und juristisches Basiswissen. »Nachfolge im Familienbetrieb« ist in sieben Module aufgeteilt, die über einen Zeitraum von 15 Monaten durchgeführt werden. Der erste Termin findet am 10. November 2004 in Heidelberg statt. [www.print-media-academy.com](http://www.print-media-academy.com)

### IRD und HZW CROSSMEDIA-FORSCHUNG

Die Schweizer Media Research Group erforscht mit Hannes Zaugg seit einigen Jahren die Crossmedia-Entwicklung in der Schweiz. Dabei sucht sie nach Veränderungen im Medienproduktions-Workflow. Aufgrund dieser Erkenntnisse lässt sich die Medienproduktion festlegen und weitere Rationalisierungspotentiale können angepackt werden. Solche Erkenntnisse sind nicht allein für die Schweiz wichtig, sie gelten in den umliegenden Ländern ebenso. Aus diesem Grund haben das IRD und die Hannes Zaugg Wirtschaftsberatung beschlossen, die Crossmedia-Forschung im deutschsprachigen Raum künftig gemeinsam zu betreiben. Für Deutschland und Österreich ist das IRD zuständig, in der Schweiz ist es Hannes Zaugg. [www.ird-online.de](http://www.ird-online.de)

### Ifra, WAN und FIPP NICHT DEN ANSCHLUSS VERLIEREN

Die 12. World Electronic Publishing Conference »Beyond the Printed Word« (BTPW), die von Ifra, WAN (dem Weltverband der Zeitungen) und FIPP (Internationaler Verband der Zeitschriften) veranstaltet wird, findet am 3. und 4. November 2004 in Prag statt. Unter dem Titel »Nicht den Anschluss verlieren!« steht die Fragmentierung der Verbrauchermärkte zur Diskussion, es werden Preismodelle für Online-Anzeigen analysiert und das Publizieren auf Mobilgeräten erörtert. [www.ifra.com](http://www.ifra.com)

### Unternehmensfinanzierung ALTERNATIVEN

Die Finanzierung über Bankkredite ist für Klein- und Mittelbetriebe der Druckindustrie schwieriger geworden. Basel II und Ratings ermöglichen nur unter Anstrengungen oder ungünstigen Konditionen Fremdkapital. Neben der klassischen Finanzierung über Bankkredite gibt es weitere Wege der Kapitalbeschaffung: Leasing, Factoring, Förderprogramme. Was bei diesen alternativen Finanzierungsformen zu beachten ist, beschreibt der neue Informationsdienst des bvdM überblickartig für sieben verschiedene Finanzierungsformen. Die Druckschrift ist bei den Druck- und Medienverbänden zu beziehen. [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

### Neuer Microsoft-Partner PRINECT SYSTEMHAUS

Das Beratungs- und Softwareunternehmen Prinect Systemhaus ist neuer Partner für die Unternehmenssoftware Microsoft Business Solutions-Navision. Prinect Systemhaus, Intergrationspartner der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH, ist auf die Optimierung der Produktion von Printmedien spezialisiert und bietet in diesem Umfeld Consulting, Geschäftsprozessanalysen sowie die Implementierung von Managementsystemen und deren Vernetzung mit Produktionssystemen an. Neu im Portfolio ist die Lösung Print Vis, die auf Microsoft Navision basiert. Das Managementinformationssystem ermöglicht die Integration aller Geschäftsprozesse inklusive Management und Produktion und bietet branchenspezifische Funktionalitäten.

### Esko-Graphics NEUORIENTIERUNG OHNE AKZIDENZ?

Esko-Graphics hat eine Richtungsänderung seiner Geschäftsstrategie angekündigt, nach der sich das Unternehmen ab sofort auf den Verpackungsmarkt konzentrieren und Mehrwertlösungen aus Hardware und Software anbieten will. Im Akzidenzbereich setzt Esko-Graphics seinen Schwerpunkt auf den Scope-Workflow, CtP-Geräte für Polyester- und Violett-Druckplatten in kleineren Formaten und Espresso, das 4-up Computer-to-UV-Plate-System (CtUP).



Kim Graven-Nielsen, Präsident und CEO von Esko-Graphics: »Wir beobachten die sich schnell verändernde Marktdynamik in der Grafikbranche. Jetzt treffen wir die Entscheidungen, die dafür sorgen werden, dass Esko-Graphics weiter zu den Top-Unternehmen der Branche gehören wird.« Derzeit erzielt Esko-Graphics 60% des Umsatzes mit Aktivitäten im Verpackungsmarkt. Verkaufszahlen zeigen in allen Regionen starkes Wachstum und sind im Vergleich zum ersten Halbjahr 2003 um 11% gestiegen. »Der Verpackungsmarkt ist unser Vorzeigebereich«, kommentiert René Delbar, Senior Vice-President Marketing. »Wir haben entschieden, mehr Ressourcen in diesen Teil zu verlegen und uns auf die Erweiterung dieses Bereiches zu konzentrieren.« Der Akzidenzdruckmarkt wird von vielen Herstellern bedient und zeigt nach Aussagen von Graven-Nielsen wenig oder kein Wachstum. Starke Konkurrenz führe zu Preisdruck und geringen Margen. Für Esko-Graphics sei es schwer geworden, einen kontinuierlichen Anteil zu sichern. »In Anbetracht dieser Aspekte

haben wir entschieden, weitere Investitionen in unsere PlateDriver Violet CtP-Produktreihe zu stoppen«, schließt Graven-Nielsen. Esko-Graphics wird die Distribution für den Akzidenzdruck auf die OEM- und Händlerkanäle fokussieren. Die veränderte Strategie wird eine Reihe von Entlassungen in verschiedenen Bereichen des Unternehmens nach sich ziehen, hauptsächlich im Bereich Violet CtP. Insgesamt werden bis zu 15% – etwa 130 der rund 850 Mitarbeiter – betroffen sein.

[www.esko-graphics.com](http://www.esko-graphics.com)

### BASF PRODUKTIONSANLAGE FÜR FLEXOPLATTEN

Nach einjähriger Vorplanungszeit hat die BASF Drucksysteme GmbH im Juli 2004 mit dem Bau einer neuen Anlage zur Herstellung von Flexodruckplatten im badischen Willstätt begonnen. Die positive Geschäftsentwicklung der letzten Jahre und weiterhin günstige Absatzprognosen für Flexodruckplatten führten zu der Entscheidung, in eine weitere Produktionsanlage zu investieren, die 2006 in Betrieb gehen soll und die Produktionskapazität deutlich erhöht. Bei den vorhandenen Anlagen war die Kapazitätsgrenze erreicht.

[www.basf-drucksysteme.de](http://www.basf-drucksysteme.de)

### HP-Ankündigungen DIGITAL LIFESTYLE

Auf einer Pressekonferenz in South Beach (Florida) stellte Carly Fiorina, Chairman und Chief Executive Officer von HP, Produktneheiten aus der digitalen Unterhaltungstechnik und Digitalfotografie vor und bekräftigte HPs Zielsetzung für die Entwicklung von Digital Entertainment Produkten: »Im Januar haben wir deutlich gemacht, dass es bei der digitalen Revolution nicht darum



geht, immer neue technische Spielereien auf den Markt zu bringen. Es geht darum, dem Anwender ein digitales Gesamterlebnis zu bieten,« so Fiorina. Zu den vorgestellten Produkten gehören neue Digitalkameras und Fotodrucker, Heimkino-Projektoren, Fernsehgeräte mit Plasma- und LCD-Flachbildschirmen, für Entertainment-Anwendungen optimierte Notebook- und Desktop-PCs sowie der Apple iPod von HP.

[www.hp.com](http://www.hp.com)

### technotrans ZURÜCK AUF WACHSTUMSKURS

technotrans, Systemanbieter von Anlagen für die Druckindustrie und die Mikrotechnologie, blickt auf ein erfreuliches zweites Quartal 2004 zurück. Das Umsatzwachstum gewann weiter an Dynamik. Ursächlich für das Plus von 15,5% auf einen Umsatz von 28,1 Mio. € (Vorjahr: 24,3 Mio. €) war das Printsegment, das sich alleine gegenüber dem Vorjahresquartal um knapp 3,5 Mio. € oder 21,5% verbesserte. Mit einem Konzernumsatz von insgesamt 54,8 Mio. € zur Jahresmitte 2004 (Vorjahr 50,1 Mio. €) erreichte das Wachstum 9,3%. Der Umsatzanstieg schlug sich in einer deutlichen Ergebnisverbesserung nieder. So stieg das Bruttoergebnis um 15,4% auf 18,8 Mio. €. Durch die drupa erhöhten sich zwar die Vertriebskosten, dennoch stieg trotz dieser Belastung das Betriebsergebnis zur Jahresmitte um 62,6% auf 4,7 Mio. €.

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



**Creo NEUER HANDELSPARTNER**

Die Creo Deutschland GmbH, München, hat den Fachhandelsvertrieb für die digitale Vorstufenproduktion und den Druck im Norden Deutschlands neu geregelt und die media solutions D&K Gerke GmbH als Partner gewonnen. Das Fachhandelsunternehmen mit Hauptsitz in Hamburg hat Filialen in Hannover, Hilden und Bielefeld. > [www.creo.com](http://www.creo.com) > [www.mediasolutions-dkg.de](http://www.mediasolutions-dkg.de)

**apc-prepress KPG MATCHFLOW VERTRIEBSPARTNER**

Kodak Polychrome Graphics (KPG) hat die apc-prepress GmbH als österreichischen Vertriebspartner für seine RIP- und Dateikonvertierungssoftware MatchFlow Composer gewonnen. Das im niederösterreichischen Neunkirchen ansässige Unternehmen ist spezialisiert auf Workflowmanagement-Produkte und Apple-Lösungen. > [www.kpgraphics.com](http://www.kpgraphics.com)

**Canon und GretagMacbeth FARBMANAGEMENT**

Seit September sind Canon und GretagMacbeth Kooperationspartner im Bereich Farbmanagement. Beide Unternehmen wollen professionellen Anwendern umfassende Farbmanagement-Lösungen für eine einheitliche Farbwiedergabe bieten. Dazu wird die Eye-One Hard- und Software (Spektralphotometer, ICC Profile) angeboten. > [www.canon.de](http://www.canon.de)

**Partnerschaft DALIM UND XITRON**

Dalim Software und Xitron haben ein Abkommen über den Verkauf des Xitron Navigator RIP, der unter Linux läuft, an Dalim Software-Kunden, geschlossen. Den Xitron Navigator RIP, der auf dem Global Graphics'Harlequin PostScript 3 Interpreter basiert, gibt es bereits seit 1991. > [www.xitron.com](http://www.xitron.com) > [www.dalim.com](http://www.dalim.com)

**Real Time Proof von KPG INTEGRATION IN WORKFLOW**

Um Zeit im Proofing-Workflow zu sparen, integriert Heidelberg die Online-Prooftechnologie RealTimeProof von Kodak Polychrome Graphics (KPG) in ihren JDF-basierenden Druckvorstufen-Workflow Prinect Printready System. Das neue Modul Remote Access für Prinect Printready nutzt die RealTimeProof-Technologie. Beide Seiten haben auf der drupa einen entsprechenden Vertrag unterzeichnet. > [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)

**Apple PRODUCTION SUITE**

Apple hat mit der Production Suite eine Komplettlösung für Film und Video vorgestellt, die Echtzeit-Produktionstools in einem Paket zusammenfasst. Die Production Suite besteht aus der Schnittsoftware »Final Cut Pro HD«, »Motion« für Grafikanimation und der DVD Authoringsoftware DVD Studio Pro 3. Die Production Suite bietet dem Anwender für 1.349 € eine vollständig integrierte Produktionsumgebung. > [www.apple.de](http://www.apple.de)

**CleverPrinting PDF UND CMS**

Cleverprinting hat im Sommer ein ambitioniertes Nachschlagewerk zunächst im Internet, danach als Broschüre publiziert und einen enormen Erfolg eingefahren. Für den Ratgeber »PDF und Color Management« haben sich zig-tausende Fachleute interessiert, so dass das Projekt weiter verfolgt und ausgebaut wird. Die komprimierten, einfach dargestellten Themen sind selbst für Fachleute ein wertvolles tägliches Werkzeug. > [www.cleverprinting.de](http://www.cleverprinting.de)

**Trotz Strategiewechsel ESPRESSO KOMMT**

Das Espresso 4-up Computer-to-UV-Plate-System von Esko-Graphics, das auf der drupa sein Debüt gab, soll trotz des Strategiewechsels von Esko-Graphics (siehe Seite 5) im zweiten Quartal 2005 auf den Markt kommen. Espresso kann herkömmliche, für UV-Licht sensibilisierte Platten digital belichten. Das Entwicklungsteam für Espresso arbeite derzeit noch an letzten Anpassungen in Bezug auf Qualität, Zuverlässigkeit und Leistung. Testläufe würden in Kürze gestartet, teilt Esko-Graphics mit. > [www.esko-graphics.com](http://www.esko-graphics.com)

**callas process|webPDF VOM PRINT-PDF ZUR WEB-VARIANTE**

Mit process|webPDF präsentiert callas software einen neuen Workflow zum Konvertieren von Druckvorlagen-PDFs zu schlanken, Internet-geeigneten Web-PDFs. Geeignet ist der PDF-Automat vor allem für Verlage und Kataloghersteller, die Print-Publikationen produzieren und diese auch im Internet bereitstellen wollen. > [www.callassoftware.com](http://www.callassoftware.com)

**GMG ColorProof 04-Software QUALIFIZIERT FÜR CREO VERIS-PROOFER**

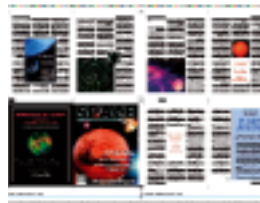
Creo bietet zur Ansteuerung des Veris-Proofers eine weitere Wahlmöglichkeit. Der kürzlich sowohl von SWOP als auch von der FOGRA zertifizierte Veris-Proofer gibt mit seinem Multi-Drop Array-Tintenstrahl-Druckkopf hochaufgelöste Halbtonproofs aus und kann nun von der GMG ColorProof 04-Software angesteuert werden. Das ColorProof-System besteht aus der GMG Color-Engine, dem ProfileEditor, dem SpotColor Editor und dem GMG RIPServer. Kernelement des Pakets ist die 4D-Farbraumtransformation, die auf



zahlreichen Ausgabegeräten für größtmögliche Farbverbindlichkeit und Proofqualität sorgt. > [www.creo.com](http://www.creo.com)

**Creo Synapse UpFront 3.0 PLANUNG VON DRUCKAUFTRÄGEN**

Creo UpFront ist eine Software für die Planung von Druckaufträgen und schließt die Lücke zwischen Produktionsplanung und Druckvorstufe. UpFront ermöglicht es dem Jobplaner direkt mit der Vorstufe zu kommunizieren. Er erhält eine Aus-



wahl aller in der Weiterverarbeitung möglichen Druckbogenformate, exakt vermaßte Standbögen und Druckmarkensets, die über eine Datenbank miteinander verbunden sind. UpFront erstellt aus den Vor-

gaben automatisch Einteilungsbögen für die Bogenmontage-Software Creo Preps bzw. für Workflowsysteme, die mit Preps-Ausschießmustern kompatibel sind. UpFront ist bei Impressed erhältlich. > [www.impressed.de](http://www.impressed.de) > [www.creo.com](http://www.creo.com)

**HP Scanjet 5590 EFFIZIENTER HELFER PLANUNG VON DRUCKAUFTRÄGEN**

Das HP Scanjet 5590 ist mit automatischem Dokumenteneinzug für das Scannen bis zu 50 Seiten auch doppelseitig mit einer Geschwindigkeit von bis zu 8 Seiten/Minute ausgestattet. Eine Vorschau steht in weniger als sieben Sekunden zur Verfügung. Für die Qualität der Scans sorgt eine Auflösung von 2.400 dpi bei 48-Bit-Farbtiefe. Damit bietet er Voraussetzungen für das Scannen von Dias und 35-mm-Negativen über die integrierte Durchlichteinheit. Zur Ausstattung gehört die Dokumenten-Management-Software NewSoft Presto! Der HP Scanjet 5590 verfügt über eine USB-Schnittstelle und ist zu einem Preis von 449 € erhältlich. > [www.hp.com](http://www.hp.com)

**DIAMANT-VERLOSUNG**

Vor der drupa hatte die Techno-Grafica GmbH an ihre Kunden etwa 8.000 Diamant-Gewinnspiel-Karten verschickt, die während der Messe in einen überdimensionalen Glücks-Diamanten eingeworfen werden mussten. Unter der Aufsicht von Rechtsanwalt Dr. Heinz und unter der »Patenschaft« von Peter Hanosek (2.v.r.) sowie den Glücksfeen Belkis Karaman und Sonja Becker. Gewinner ist die Familie Dewitte aus Brüssel. Herr Dewitte ist Mitarbeiter von MAN Roland in Belgien. Anlässlich der Überreichung war die Familie Dewitte für ein Wochenende im Pforzheimer Parkhotel Gast von Techno-Grafica. > [www.techno-grafica.de](http://www.techno-grafica.de)

# Einfacher Umstieg von Film auf Platte

Creo Trendsetter 800 Quantum plus Lastra LT-2: für Hinckel-Druck in Wertheim die Formel für Qualität bei CtP und im Druck

Ursprünglich entstand unter dem Dach des alt eingesessenen Unternehmens die »Wertheimer Zeitung«, heute produziert die Hinckel-Druck GmbH im unterfränkischen Wertheim anspruchsvolle Kataloge, Geschäftsberichte, Broschüren, Poster und Geschäftsdrucksachen.

Gedruckt wird im 3B-Format auf einer Fünffarben-Roland 700 im Mehrschichtbetrieb. Die Bogenoffsetmaschine ist mit vollautomatischem Platteneinzug, densitometrischer CCI-Farbregelanlage und PECOM CIP3-Anbindung für die Farbzonenvoreinstellung auf der Basis von Daten aus der Druckvorstufe ausgestattet. Broschüren mit Rückendrahtheftung, Klebebindungen und Sonderfaltungen werden in der hauseigenen Industriebuchbinderei gefertigt.

## CtP statt Kopiermonotonie

Bisher stellte Hinckel-Druck die Druckplatten per konventioneller Kopie her. Die benötigten Ganzbogenfilme wurden auf einem Creo Dolev-Imagesetter belichtet. Geschäftsführer Martin Kunze blickt zurück: »Wir standen vor der Wahl, entweder einen neuen Mitarbeiter einzustellen, der ausschließlich Filme prüft und in monotoner Arbeit Druckplatten kopiert, oder die herkömmliche Plattenkopie komplett zu ersetzen.«

Hinckel-Druck entschied sich für die Investition in Computer-to-Plate und nahm im Februar 2004 einen halbautomatischen Creo-Trendsetter 800 Quantum mit vorgeschaltetem Brisque-Workflow in Betrieb. Als Druckplatte wurde die von der Lastra Deutschland GmbH gelieferte, hochauflösende Lastra LT-2-Thermoplatte ausgewählt. Aufgrund der guten Erfahrungen mit digitaler Druckvorstufentechnik gab Hinckel-Druck Creo erneut den Zuschlag. Dazu Martin Kunze: »Seit vielen Jah-



Seit der Einführung von CtP druckt die Roland 705 immer öfter Aufträge mit der Staccato-FM-Rasterung. Der Trendsetter 800 Quantum hat den Hinckel-Druck den Abschied von Computer-to-Film leicht gemacht. Ständige Prozessüberwachung wird auch nach dem Übergang zur digitalen Druckplattenbelichtung groß geschrieben.

ren arbeiten wir mit dem Brisque-Workflow und sind mit den Funktionen bestens vertraut. Deshalb stand für uns fest, dass wir auch unser neues CtP-System über Brisque ansteuern wollten.«

## Plug & Play beim Workflow

Dazu musste lediglich die laufende Brisque-Version aktualisiert und eine leistungsstärkere Hardware-Plattform aufgerüstet werden. Die Verbindung des Trendsetters mit dem vorhandenen Workflow kam einer Plug & Play-Installation nahe. Und weil in puncto Datenhandling alles beim Gewohnten blieb, gab es für die Mitarbeiter auch keinen nennenswerten Lernaufwand – bis auf die Bedienung des neuen Plattenbelichters und den Umgang mit der Lastra LT-2. Aber schon am zweiten Installationstag wurden auf dem System Platten für die laufende Produktion ausgegeben.

## FM-Raster kommt an

Die Möglichkeiten der Staccato-FM-Rasterung gaben laut Martin Kunze mit den Ausschlag zu Gunsten von Creo: »Wir arbeiten für zahlreiche Kunden aus dem Möbel- und Einrichtungsbereich, die unsere FM-Fähigkeit ausgesprochen positiv aufgenommen haben. Dank der

verblüffenden Detailwiedergabe, die das FM-Rasterverfahren Staccato ermöglicht, können wir feine Holzmaserungen und Stoff- oder Lederstrukturen brillant und ohne Störeffekte drucken. Das schätzen die Kunden sehr.«

## Prozesse überwacht

Die unterschiedlichen Punktzuwachscharakteristika von konventioneller Rasterung und Staccato wurden mit Hilfe diverser Testformen erfasst und im Workflow in entsprechenden Kompensationskurven und Profilen hinterlegt. Immer wenn die Kunden ihre Drucksachen mit Staccato realisieren wollen, ist der Prozess vom Datenhandling über den Proof und die Belichtung der Platte bis zur Druckmaschine darauf abgestimmt.

Für Martin Kunze ist es nunmehr ein Leichtes, seinen Kunden maximale Qualität bei absoluter Prozesssicherheit zu versprechen. Mit der digitalen Druckformherstellung kann dieses Versprechen problemlos eingelöst werden.

➤ [www.creo.com](http://www.creo.com)  
➤ [www.lastra.it](http://www.lastra.it)

## Fuji ColorManager 04 HÖHERE QUALITÄT, EINFACHER EINSATZ

Die im Mai vorgestellte Proof-Software ColorManager 04 von Fujifilm ist jetzt verfügbar. Die neue Version bietet neben der Unterstützung aktueller Inkjet-Drucker zahlreiche Funktionen, die das Arbeiten wesentlich vereinfachen und die Qualität der Proofs in vielen Fällen signifikant verbessern. So wurde die Zeit bis zum ersten Proof verkürzt, das Kalibrieren von Geräten und das Editieren von Profilen durch eine neue Menüführung vereinfacht. Für Proofs nach Fogra-Standard enthält jede Version den Ugra/Fogra-Medienkeil, der auf Wunsch mit jedem Proof ausgegeben wird. Mitgelieferte Profile ermöglichen ISO-konforme Proofs ohne individuelle Profilierung.  
➤ [www.fujifilm.de](http://www.fujifilm.de)

## Apple NEUER IMAC G5

Apple hat im August den iMac G5 vorgestellt. Er besitzt einen schnellen G5-Prozessor und ein atemberaubendes Design, das den ganzen Computer in einen Flachbildschirm integriert. Der iMac G5 verpackt ein



komplettes Computer-System in einen rund 5 Zentimeter dünnen Rahmen – der schmalste Computer der Welt. Die neue Produktlinie verfügt über 17" oder 20" Breitbild-LCD-Displays, G5-Prozessoren mit bis zu 1,8 GHz und ist ab 1.369 € inkl. MwSt erhältlich.  
➤ [www.apple.com](http://www.apple.com)



## Creo Scanner mit Archiv SCAN UND ARCHIVIERUNG

Creo hat die Farbflachbettscanner EverSmart Supreme II und EverSmart Select II mit höherer Produktivität und Qualität sowie einem Archivierungs-Workflow ausgestattet. Der EverSmart Supreme II erreicht mit einer Leistung von



120 Scans in der Stunde eine um 25% höhere Produktivität als das Vorgängermodell. Der EverSmart Select II kommt auf 100 Scans, was einem Plus von 15 % entspricht. Beide Modelle sind mit einer FireWire-Schnittstelle ausgestattet und unterstützen über die neueste Version der oXYgen-Scan- und Bildbearbeitungssoftware echtes 16-Bit-Scannen und den Digital Transparency-Archivierungs-Workflow (»Digitales Dia«).  
➤ [www.creo.com](http://www.creo.com)

## FotoWare und Funkinform GEMEINSAME SCHNITTSTELLE

Mit der Option »Job Request« bietet Color Factory eine offene Schnittstelle zur Integration mit Software von Fremdherstellern. Diese Schnittstelle nutzend, wurde nun eine Bildausschnittfunktion mit dem Redaktionssystem Dialog von Funkinform realisiert. Das Redaktionssystem bietet die Möglichkeit Bildausschnitte, Skalierungen und Bildgrößen direkt im Layout zu bestimmen. Diese Informationen werden aus dem erweiterten Redaktionssystem an FotoWare Color Factory übergeben, die nach diesen Vorgaben alle Operationen wie Bildbeschnitt, Größe, Format, Unschärf-Maskierung und Color Management ausführt.  
➤ [www.fotoware.de](http://www.fotoware.de)

**Xerox DocuColor iGen3 ÜBER 400 MILLIONEN SEITEN**

Mit der DocuColor iGen3 haben Kunden von Xerox bereits über 400 Millionen Seiten gedruckt. Die DocuColor iGen3 ist in Nordamerika und Westeuropa erhältlich und wird zunehmend auch in weiteren Märkten installiert. Nahezu die Hälfte der vorhandenen Systeme produziert mehr als 500.000 Ausdrücke im Monat – ein Wert, der die bisherigen Erwartungen hinsichtlich Druckvolumen und Zuverlässigkeit übertrifft. Xerox hat das System seit der Markteinführung der DocuColor iGen3 im Jahr 2002 immer wieder ergänzt, beispielsweise mit neuen Funktionen für das Papierhandling und zusätzlichen Finishing-Optionen. Inzwischen kann die DocuColor iGen3 auch Papiergrößen von bis zu 364 mm x 571 mm verarbeiten. Die Option für Großformate wurde speziell von Kunden angefragt, die Werbetafeln für den Einzelhandel und Poster drucken. > [www.xerox.de](http://www.xerox.de)

**Farbe für alle OKI SENKT PREISE**

OKI macht mit seinen LED-Farbseitendruckern C3100 und C5200n Neulingen den Einstieg ins Farbsegment nun noch leichter. Die Preisoffensive lässt Kunden von einem bis zu 10% niedrigeren Anschaffungspreis profitieren. Die Monochrom-Serie B4000 und das OKIFAX OF 4510 werden ebenfalls günstiger. Der C3100 ist künftig zum Listenpreis von 555 € zu haben: damit ist ein Straßenpreis von unter 500 € inkl. Mehrwertsteuer zu erwarten. Der kompakte und schnelle Windows-Drucker liefert 12 Farbseiten und 20 Seiten s/w in der Minute. Für kleine Arbeitsgruppen ist der netzwerkfähige C5200n zum Preis von jetzt nur noch 699 € eine ideale Anschaffung: Mit einer Geschwindigkeit von 16 Farbseiten und 24 Schwarz-Weiß-Seiten pro Minute produziert er hochwertige Farbdokumente, sogar im Bannerformat bis 1,20 m. > [www.oki.de](http://www.oki.de)

**Utax POSITIVE ENTWICKLUNG**

Die Utax GmbH hat im Geschäftsjahr 2003 ihre positive Entwicklung fortgesetzt. Mit einem Umsatz von 85,7 Mio. € verzeichnete das Unternehmen eine Steigerung von über 7%. Im November hatte Utax zudem die Kühling Consulting GmbH erworben, die sich auf die elektronische Archivierung, Dokumenten-Management und Workflow spezialisiert hat. > [www.utax.de](http://www.utax.de)

**Xerox PLASTIK-CHIPS AUS DEM DRUCKER**

Viele Unternehmen arbeiten an kostengünstigen Alternativen zu traditionellen Schaltkreisen. Die momentan erfolgversprechendste Technik baut auf flexible, druckbare Plastikchips. Mögliche Anwendungsgebiete sind preiswerte Flachbildschirme, biegsame Displays oder mikroelektronische Schaltungen. Durch die Entwicklung halbleitender Tinten und neuer Materialien hat Xerox einen Schritt zur Produktion solcher Produkte wie flexible, aufrollbare Computerdisplays gemacht. Xerox stellte eine Tinte vor, die es erlaubt, halbleitende Bahnen von Transistoren bei niedrigen Temperaturen und in normalem Umgebungsklima auszudrucken. Neben der speziellen Tinte ist es dem Xerox Forschungslabor gelungen, besondere Materialien zu erzeugen, die für den Druck der Leiterbahnen sowie für di-elektrische Komponenten benötigt werden. Alle drei Elemente zusammengenommen können nun über Inkjet-Verfahren ausgedruckt werden. > [www.xerox.com](http://www.xerox.com)

**Xeikon erreicht Jahresziel 60 XEIKON 5000 VERKAUFT**

Während der Vorstellung der Xeikon 5000 im Februar dieses Jahres kündigte Xeikon an, bis Jahresende mindestens 60 dieser neuen Drucksysteme zu verkaufen. Knapp sieben Monate später hat Xeikon sein ehrgeiziges Ziel erreicht.



Guido Dumarey, CEO von Punch International, der Muttergesellschaft von Xeikon, ist durchaus zufrieden: »Xeikon



hat in den letzten zwei Jahren enorm viel erreicht. Dieses Ergebnis übertrifft die Erwartung aller, nicht nur der Skeptiker. Wir dürfen zurecht stolz darauf sein, was wir mit diesem Unternehmen bereits erreicht haben. Die Xeikon 5000 verzeichnet weltweit Erfolge. In Belgien, den Niederlanden, Frankreich, Österreich, Griechenland, Schweden und Großbritannien laufen bereits Xeikon 5000er auf vollen Touren. Demnächst werden sieben Maschinen in die USA geliefert, Spanien und Portugal folgen. Die Produktion wird nun systematisch erhöht, um die Bestellungen fristgerecht ausliefern zu können. > [www.xeikon.com](http://www.xeikon.com)

**Berliner Koebcke GmbH DRUCK FÜR BUNDESTAG UND BUNDES RAT**

Die Berliner Koebcke GmbH übernahm am 1. September die Funktion der Hausdruckerei des Deutschen Bundestages und des Bundesrates. Das Unternehmen ist damit verantwortlich für die Herstellung, Konfektionierung und Auslie-

ferung von Druckerzeugnissen des Deutschen Bundestages und der Drucksachen des Bundesrates. Um das erwartete Volumen fristgerecht herstellen zu können, setzt Koebcke insgesamt 57 neue digitale Hochleistungsdrucksysteme von Canon ein. Täglich können damit fast acht Millionen Seiten gedruckt werden. > [www.koebcke.de](http://www.koebcke.de)

**Canon Digitaldrucksysteme EFI BALANCE WORKFLOW**

Canon Digitaldrucksysteme im Zusammenspiel mit EFI Balance 3.0 sind Lösungen für den optimierten Workflow in zentralen Digitaldruckumgebungen. Damit können Produktionszeiten und Ausgaben für Verbrauchsmaterialien reduziert werden. EFI Balance stellt eine Steuerungszone dar, mit der die Verwaltung der Druckumgebung und die Arbeitsabläufe optimiert werden. > [www.canon.de](http://www.canon.de)

**Ringier DIGIMASTER FÜR VERKAUFSFÖRDERUNG**

Ringier, Verleger von mehr als 70 Publikationen in neun Ländern und eines der größten Verlagshäuser der Schweiz, investierte kürzlich in zwei Kodak Digimaster 9110, die bis zu 20.000 Verkaufsposter pro Nacht produzieren. Diese Poster werden zur Bewerbung der Zeitungen eingesetzt und an Verkaufsstellen aufgehängt. > [www.nexpress.com](http://www.nexpress.com)

**Bähren Druck DIGITALER ETIKETTENDRUCK**

Die Wilhelm Bähren GmbH in Mönchengladbach ist mit dem Kauf einer HP Indigo press ws4000 in den digitalen Etikettendruck eingestiegen. Mit dem Drucksystem wurde auch eine Lösung für Offline-Beschichtung und -Finishing von Nilpeter erworben. > [www.hp.com](http://www.hp.com)

**HP-Laserdrucker NEUE LASERJETS UND COLOR LASERJETS**

Gleich ein Dutzend neue leistungsfähige Schwarzweiß-Laserdrucker hat HP vorgestellt. Die Modelle LaserJet 1160 und 1320 sowie die Serien 2400 (sechs neue Modelle) und 4250/4350 (vier Modelle) sind ab 349 € zu beziehen und bieten Leistungen von 19 Seiten/Minute bis 43 Seiten im Format A4. Außerdem ergänzt HP sein Portfolio um die Farblaserdrucker Color LaserJet 3550 und 3550N sowie die A3-Drucker der Color LaserJet 5500-Serie. Je nach Ausstattung sind die fünf Modelle ab ca. 3.400 € zu beziehen und leisten 28 Seiten/Minute in Schwarzweiß und Farbe. > [www.hp.com](http://www.hp.com)





Creo VI Toolbox

**PERSONALISIERTER DRUCKJOBS AM PC**

Creo bringt eine Windows-Softwarelösung zur Erzeugung einfacher Jobs für den Druck variabler Informationen (VI) in Verbindung mit Microsoft Word, Adobe PageMaker und weiteren gängigen DTP-Programmen auf den Markt. Die VI Toolbox ist ein flexibles, leicht zu bedienendes und kostengünstiges Paket, das eine rationelle Produktion von Direktwerbemitteln wie Mailings, Briefen und individualisierten Werbematerialien ermöglicht. Die Werkzeugkollektion der VI Toolbox unterstützt die Erstellung farbtintensiver VI-Jobs, eine unbeschränkte Anzahl von Datensätzen, einen effizienten Digitalfarbdruck-Workflow und das Softproofen personalisierter Dokumente. Mit der Software können grafikintensive VI-Dokumente für die Verwendung mit der Microsoft-Seiendruckfunktion erstellt wer-



den. Die VI Toolbox eignet sich ideal für Druckereien und Digitaldruckdienstleister, die variable Daten in Offset-vorbedruckte Materialien eindringen müssen. Dies ermöglicht einen volldigitalen Eindruck-Workflow bei gewohnter Arbeitsweise. Ein leistungsfähiges Softproof-Werkzeug, das in Offsetdruckereien häufig für das Proofen vor der Produktion auf Digitaldrucksystemen verwendet wird, verkürzt Durchlaufzeiten und senkt Kosten. [www.creo.com](http://www.creo.com)

# Mehr als Copy & Print

Océ VarioPress 2110 für den digitalen Schwarzweißdruck

**»Uns geht es in erster Linie um den Geschäftsprozess des Kunden, nicht nur um's Drucken«, so ein Océ-Statement. Auch Andreas Contzen hatte seinen Geschäftsprozess im Sinn, als er sich zur drupa aufmachte. Die Begegnung mit Océ und der VarioPrint 2110, die auf der Messe ihr Debüt gab, war für den Chef von Copy & Print in Neuss überzeugend. Er sicherte sich eines der ersten Exemplare des monochromen Einzelblattsystems in Kombination mit einem Bookletmaker.**

Copy & Print ist noch keine zehn Jahre alt. Trotzdem passt der Name nicht mehr. Denn Drucken steht heute an erster Stelle. 1997, als sich Andreas Contzen selbständig machte, hatte er es zu 90% mit dem Kopieren von Vorlagen zu tun. Heute bilden zu 90% digitale Daten die Basis der Arbeiten. Rund ein Viertel des Umsatzes erwirtschaftet Copy & Print mit Privat- und Laufkundschaft. Der Rest wird mit gewerblichen Auftraggebern abgewickelt, für die Schulungsunterlagen, Geschäftsdrucksachen, Bücher, Broschüren, Kataloge und Werbeflyer hergestellt werden. Dabei sind kleine Auflagen mit hohem Aktualisierungsbedarf und kurzen Vorlaufzeiten an der Tagesordnung.

**Komplettangebot**

Die Komplettfertigung schließt das Schneiden, Falzen, Binden und Konfektionieren ein. In das Angebotspektrum fallen auch



Satz- und Layoutarbeiten sowie die Aufbereitung von Daten für den digitalen Druck. Gerade kleinere Firmen und Gewerbetreibende nehmen das Angebot gerne in Anspruch, ist ihnen doch der Weg über eine spezialisierte Werbeagentur häufig zu weit und kostspielig. Bei der Zusammenarbeit mit gewerblichen Kunden sind der Lieferservice und die qualifizierte Beratung Leistungen, mit denen das Unternehmen punkten kann. Gerade in Folge der Digitalisierung ist fachkundige Information wichtig, damit auf Seiten der Auftraggeber optimale Voraussetzungen für eine reibungslose Verarbeitung der Jobs geschaffen werden. Copy & Print stellt den Kunden einen Leitfaden zur Verfügung, der die Erstellung einer druckoptimierten PDF-Datei Schritt für Schritt erklärt.

**Prozessoptimierung**

Der Löwenanteil des Digitaldruckgeschäfts bei Copy & Print fällt im Schwarzweiß-Bereich an. Hier bestand Handlungsbedarf: Ersatzinvestition und Prozessoptimierung. Dass die Entscheidung letztlich zu Gunsten der neuen Océ

VarioPrint 2110 fiel, hat diverse Gründe. Das produktionsorientierte System ist im mittleren Leistungsbereich angesiedelt und traf mit 105 DIN-A4-Seiten in der Minute die Vorstellungen Contzens. Als Mehrzwecksystem mit Kopier- und Scan-to-File-Funktionalität bietet die Océ VarioPrint 2110 große Anwendungsflexibilität, die den Bedürfnissen des Dienstleistungs-Unternehmens entgegenkommt. Andreas Contzen: »Bei der Entscheidungsfindung war die Produktivität aber nur ein Aspekt. Ebenso wichtig war die direkt ankoppelbare vollautomatische Broschürenherstellung per Bookletmaker. Die Automatisierung dieser Schritte, die wir bislang in Handarbeit bewältigen mussten, bedeutet eine echte Rationalisierung bei Zeit- und Arbeitsaufwand.« Der Bookletmaker ist über eine Brücke mit dem Drucksystem verbunden und erstellt klammergeheftete A5- oder A4-Broschüren, kann bis zu 22 Blatt sammeln und der Trimmer führt einen Frontbeschnitt aus.

**Materialvielfalt**

Mitentscheidend für die VarioPrint 2110 waren auch die große Bandbreite der verwend-

Die Océ-VarioPrint 2110 ist bei Copy & Print das neue Produktionszentrum für die Broschürenfertigung. Der gravierende Wandel zum Digitalen vollzog sich in den letzten drei Jahren. Dennoch gibt es im Copy & Print-Ladengeschäft nach wie vor einen SB-Kopierbereich.

baren Bedruckstoffe in Grammaturen zwischen 60 und 200 g/m<sup>2</sup> und die Papiervorratshaltung. »Diese Eigenschaften sind wichtig, weil die Maschine durch längeres unbeaufsichtigtes Produzieren Arbeitsaufwand ersparen soll«, erläutert Contzen. »Außerdem können wir dadurch das eine oder andere Produkt schneller fertigen als bisher.« Im Offsetdruck vorproduzierte Deckblätter, Zwischenblätter oder Registerkartons können mit Hilfe des Interposers während des laufenden Betriebes zugeschossen werden. Die vier Papierfächer sind in der Lage, insgesamt 4.600 Blatt bis zum A3-Überformat vorzuhalten. Andreas Contzen weiß auch um die Bedeutung der »inneren Werte« von Digitaldruckmaschinen. »Ich bin überrascht, wie kurz die Papierwege in der Maschine sind. Das begünstigt einen reibungslosen Materialfluss. Zudem wird das Papier zur Tonerfixierung weder stark erhitzt, noch mit Silikonöl bearbeitet. Dadurch wirken Raster in Bildern und Grafikengleichmäßig matt.«

[www.copy-and-print.de](http://www.copy-and-print.de)  
[www.oce.de](http://www.oce.de)



Die Printmaster PM 74 mit Ecocolor kommt ohne Alkohol im Feuchtmittel aus und sorgt damit für umweltgerechtes Drucken.

#### Printmaster PM 74 ECOCOLOR DRUCKT ALKOHOLFREI

Auf den Herbstveranstaltungen der Heidelberger Druckmaschinen AG wird erstmalig die Printmaster PM 74 mit Ecocolor vorgestellt. Das neu entwickelte Ecocolor-Feuchtmittel ermöglicht den Verzicht auf Isopropylalkohol (IPA) im Feuchtmittel und damit den umweltfreundlichen Druck. Damit entspricht die Printmaster PM 74 den Marktanforderungen nach umweltfreundlichen Druckprozessen. Das Arbeitsumfeld für den Drucker verbessert sich, da luftbelastende Emissionen durch Alkoholverdunstung entfallen. Außerdem stellt die Alkoholerparnis bare Münze für die Druckerei dar. Anders als Alkohol-Feuchtmittel arbeitet das Ecocolor mit farbführenden Walzenoberflächen, die mikroskopisch feine Wassertropfen durch Einemulgieren des Wassers in die Farbe erreichen. Für hohe Qualität zu erreichen, arbeitet Ecocolor mit kennliniengesteuerter Geschwindigkeitskompensierung. Die Vor- und Nachfeuchtphase, wie auch die schaltbare Verbindung zum Farbwerk mittels Zwischenwalze, können vom

Bediener individuell eingestellt werden.

Die Markteinführung der Printmaster PM 74 mit Ecocolor erfolgt über einen Stufenplan ab dem Frühjahr 2005.

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

#### BWH trotz Branchentrend UMSATZZUWACHS UM ÜBER 30%

Die deutsche Druckindustrie hat im Halbjahr 2003/2004 die Talsohle überwunden. Die Belebung brachte einen bescheidenen Zuwachs um 0,3%. Die Buchdruckwerkstätten Hannover GmbH legte nach eigenen Angaben einen gegenüber dem Branchendurchschnitt äußerst beachtlichen Umsatzzuwachs von über 30% hin. Günter Riedel, Geschäftsführer der BWH, sieht die kontinuierliche Entwicklung seines Unternehmens vor allem darin begründet, dass neben Qualität und Service ein umfassendes Angebot steht. »Wir wollen nicht nur Druckerei, sondern ein Kommunikationsunternehmen sein, das ganzheitliche Lösungen bietet.«

► [www.bw-h.de](http://www.bw-h.de)

#### be EFFECTive MUSTERBUCH FÜR DRUCKVEREDELUNG

»be EFFECTive«, das vom Bundesverband Druck und Medien gemeinsam mit dem Deutschen Institut Druck erarbeitete Musterbuch zeigt, wie Druckerzeugnisse wirkungsvoll unter Verwendung verschiedener Druckeffekte veredelt werden können. »be EFFECTive« wurde der Fachöffentlichkeit im Rahmen des diesjährigen Siebdruck-Symposiums an der



Hochschule der Medien in Stuttgart vorgestellt. Das Musterbuch bietet sowohl Siebdruckern als auch anderen Herstellern von Druckerzeugnissen die Möglichkeit, offensiv für Effektdrucke zu werben. Gerade durch die Kombination verschiedener Druckverfahren lassen sich Effektdrucke wirkungsvoll realisieren. Designer und Werbeagenturen werden durch das Musterbuch über die vielfältigen Veredelungsformen aufgeklärt und zum Einsatz von Druckeffekten animiert. Auf 17 Musterseiten werden Beispiele für optische Effekte (Matt-Glanzackierungen, Metallicfarben, Tages- und Nachtlichtfarben, Glitter- und Farbfloppereffekte), technische Effekte (Spiegelfarbe, Malfarben, Magnet- und Tafelfarbe, Thermochrome Farben, Klebstoffdruck, Reibeeffekt und Rubbelfarbe), fühlbare Effekte und Dufteffekte dargestellt. Passend gestaltete Overlay-Seiten geben Erläuterungen und informieren über die technische Besonderheiten der verwendeten Farben, Lacke und Bedruckstoffe.

► [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

#### Druckweiterverarbeitung KOSTEN- UND LEISTUNGSKATALOG

Vor dem Hintergrund technischer Innovationen und veränderter Arbeitsweisen wurden die Kosten- und Leistungskataloge für die Druckindustrie überarbeitet und nach Fertigungsbereichen getrennt. Nachdem der erste Katalog für den Bereich Druck erschienen ist, folgen nun die Kosten- und Leistungswerte für die Druckweiterverarbeitung. Die Publikation enthält umfangreiche Leistungsangaben für die gängigsten Tätigkeitsbereiche sowie die Kostensätze. Anhand von Durchschnittswerten wird die derzeitige Kostensituation vollständig abgebildet. Bezug: Verbände der Druck- und Medienindustrie.

► [www.bvdm-online.de](http://www.bvdm-online.de)

#### Heidelberg Open Houses NEUE PERSPEKTIVEN

Die traditionellen Herbst Open Houses der Heidelberg-Niederlassungen finden dieses Jahr unter dem Motto »Neue Perspektiven. Für Ihren Erfolg.« statt. Neben aktuellen Themen wie der Inlinerveredelung liegt der Fokus auf der vernetzten Druckproduktion. Bei



der Prinect Experience Tour lässt sich ein Druckauftrag virtuell durch die komplette Produktion verfolgen, Vorführungen und Workflowdemos runden das Programm ab. Die Open Houses sind bereits angelaufen. Die noch ausstehenden Termine und Themen:

**Leipzig:** 28. bis 30. Oktober, »Steigerung der Wirtschaftlichkeit durch intelligente Prozessautomatisierung«. **Hamburg:** 4. bis 6. November, »Vernetzte Druckproduktion mit Prinect«. **Düsseldorf:** 11. bis 13. November, »Erfolg durch Differenzierung«. **Hannover:** 25. bis 27. November, Neue Produkte und Lösungen.

► [www.heidelberg.com/openhouse](http://www.heidelberg.com/openhouse)

#### KBA-Tiefdruck ERHEBLICHE INVESTITIONEN

Erfolgreich verlaufen offensichtlich die Geschäfte im europäischen Tiefdruck. Die Lenglet Gravure im französischen Cambrai investiert schon zwei Jahre nach dem Neueinstieg in die europäische Tiefdruckszene wieder. 2005 und 2006 sollen zwei weitere baugleiche Tiefdruck-Rotationen von KBA die beiden Schwestermaschinen in Cambrai bei der Bewältigung der Auftragsflut unterstützen. Mit der Auftragserteilung für eine neue KBA TR10B bestätigt auch die Tiefdruck Schwann-Bagel GmbH & Co. KG (TSB) ihre Stellung im Markt. Die neue KBA-Tiefdruckrolle mit einer Papierbahnweite von 3,68 Metern soll im Mai 2005 anlaufen und seitenstarke und großauflagige Publikumszeitschriften und Kataloge produzieren. TSB ist eine der größten verlagsfreien Druckereien Europas. Schwerpunkt der Aktivitäten liegt im Bereich Tief- und Rollenoffsetdruck mit allen damit verbundenen Dienstleistungen. Rund 1.500 Mitarbeiter verarbeiten jährlich an 13 Tiefdruckrotationen und fünf Rollenoffsetmaschinen über 300.000 Tonnen Papier. Auch die Hubert Burda Media hat für den Standort Offenburg eine TR10B-Tiefdruckrotation mit einer Druckbreite von 3,68 m bestellt. Die Maschine soll ab Januar 2005 aufgestellt werden und Ende April nächsten Jahres in Produktion gehen. Der vom Medienverband maul-belser, Nürnberg, und KBA Anfang letzten Jahres angekündigte Quantensprung im Illustrationstiefdruck wird nun Realität. Die erste der beiden TR12B-Tiefdruck-Jumbos für max. 4,32 m Papierbahnweite geht bald in Produktion und leitet bei maul-belser, eine der größten Tiefdruckereien Europas, ein neues Zeitalter ein. Das renommierte Druckhaus schafft mit einer Großinvestition von 60 Mio. € die Voraussetzungen, um auch in Zukunft für wachsende Kunden- und Marktanforderungen hinsichtlich Produktivität und Wirtschaftlichkeit gerüstet zu sein.

► [www.kba-print.de](http://www.kba-print.de)

#### Patentstreit ENTSCHEIDUNG ZU GUNSTEN BALDWIN

Das Bundespatentgericht in München hat die Gültigkeit des Kühlkombi-Patentes der Baldwin Germany GmbH bestätigt, das Gegenstand einer von der technotrans AG eingereichten Patentnichtigkeitsklage war. Damit wurde die Wirksamkeit des Patentes zunächst bestätigt. ► [www.baldwin.de](http://www.baldwin.de)