

Zeitung-Workflow AGFA ÜBERNIMMT PROIMAGE

Agfa-Gevaert hat Prolmage, Entwickler von browserbasierten digitalen Workflow-Lösungen für die Zeitungsproduktion und Druckindustrie, übernommen. Prolmage beschäftigt weltweit 29 Mitarbeiter und erzielte 2003 einen Umsatz von 6,7 Mio. \$. Agfa wird auch künftig die Marke Prolmage nutzen und will mit einem mehrgleisigen, auf mehreren Marken basierenden Ansatz individuelle Komplettlösungen mit Hardware, Software und Verbrauchsmaterialien anbieten. > www.agfa.com

Adobe Systems STARKER ANSTIEG

Adobe Systems hat im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2004 (Juni bis September 2004) einen Umsatz von 403,7 Mio. US-\$ erwirtschaftet. Dies entspricht einer Steigerung von 27% gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die im August 2004 erhöhte Zielvorgabe wurde damit übertroffen. Der Gewinn im dritten Quartal betrug 104,5 Mio. \$. Im Vergleich zum dritten Quartal des Vorjahres wurde ein Gewinnwachstum von 62% erreicht. > www.adobe.de

KBA METRONIC AG JETZT TOCHTERGESELLSCHAFT

Nach einer Mehrheitsbeteiligung von 73,9% zu Jahresbeginn hat die Koenig & Bauer AG jetzt die restlichen Anteile von 26,1% an der Metronic AG in Veitshöchheim bei Würzburg übernommen. Die nunmehr 100%ige KBA-Tochter stellt industrielle Kennzeichnungssysteme (Inkjet-, Laser-, Heißpräge-, Thermotransfertechnik) sowie UV-Offsettechnik für das Bedrucken von CD/CDR/DVD-Datenträgern und Plastikkarten her. Im laufenden Geschäftsjahr wird bei einem Umsatz von 36 Mio. € ein positives Ergebnis erwartet. > www.kba-print.de

**Fusion RINGIER UND NZZ IM DRUCK ZUSAMMEN**

Ringier und NZZ wollen ihre Bereiche Rollenoffset, Tiefdruck und Bogenoffset in der neuen Swiss Printers AG zusammenlegen. Nicht einbezogen sind die Zeitungsdruckereien in Schlieren und Adligenswil. Mit dem Schritt wollen die beiden Medienunternehmen ihre Druckaktivitäten und ihre Marktposition stärken, wie die Ringier AG und die NZZ-Gruppe mitteilten. An der Swiss Printers AG mit Sitz in Zofingen werden die Ringier Print Holding AG 70% und die Neue Zürcher Zeitung 30% halten. Die NZZ-Gruppe bringt in die neue Gesellschaft ihre Firmen Zollikofer AG in St. Gallen und NZZ Fretz AG in Zürich ein. Von der Ringier-Gruppe stoßen die Tochterunternehmen Ringier Print Zofingen AG und Zürcher Druck + Verlag AG in Rotkreuz ZG dazu. Die Unternehmen sollen weiterhin unter ihren bisherigen Marken am Markt auftreten und mit ihren Aktivitäten weitgehend eigenständig bleiben. Ziel sind die Koordination in strategischer Beschaffung und Marktbearbeitung, die Abstimmung der Investitionen und mittelfristige Synergien in der Administration. Mit 1.200 Beschäftigten soll die Swiss Printers AG jährlich etwa 300 Mio. CHF umsetzen.

UPM-Kymmene PREISANHEBUNGEN

Für das 3. Quartal meldet UPM erstmals seit drei Jahren ein besseres Ergebnis als im Vorjahresquartal. Die Papierlieferungen liegen um 6% über dem Vorjahresniveau, der Umsatz des Papierproduzenten bei 2.449 Mio. €. Papiernachfrage, Auftragslage und Auslastung seien gut. Jedoch sei die Rentabilität aufgrund des schwachen Papierpreisniveaus und des Kostendrucks unbefriedigend. Für Europa kündigte UPM eine Anhebung der Papierpreise im nächsten Jahr an. > www.upm-kymmene.com

Geschäftsjahr 2004/2005 HALBJAHRESZAHLEN VON HEIDELBERG

Nach der Trennung von Digitaldruck und Rollenoffset legte Heidelberg die Zahlen für die weitergeführten Bereiche Press, Postpress und Financial Services vor. Danach erzielte der Druckmaschinenhersteller in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2004/2005 (1. 4. - 30. 9. 2004) einen Umsatz von 1,37 Mrd. € (Vorjahr: 1,26 Mrd. €). Dabei stieg der Umsatz im Bereich Press um 10% auf 1,2 Mrd. €, in der Sparte Postpress um rund 5% auf 150 Mio. €. Der Auftragseingang betrug im ersten Halbjahr 1,9 Mrd. € (Vorjahr: 1,55 Mrd. €). »Nach den schwierigen vergangenen drei Jahren geht es in der



Printmedien-Industrie wieder leicht aufwärts«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. Umsatz wie Auftragseingang sind zur Zeit vor allem durch die Zuwächse in den Regionen Osteuropa, Nordamerika und Asien geprägt. Zum 30. September beschäftigte die Heidelberg-Gruppe weltweit rund 19.000 Mitarbeiter (Vorjahr: 23.700). Die Beschäftigtenzahl sank im ersten Halbjahr um rund 3.700 Mitarbeiter, wobei der Großteil durch den Verkauf der Sparten Digital und Web Systems zu Kodak und Goss wechselte. Bis Ende des Geschäftsjahres wird die Anzahl der Heidelberg-Mitarbeiter um weitere 300 Stellen sinken.

> www.heidelberg.com

KBA WIEDER SCHWARZE ZAHLEN

Die Konzernzahlen der Koenig & Bauer AG zeigen im 3. Quartal gegenüber dem Vorjahr (854,3 Mio. €) einen um

21,7% auf 1,04 Mrd. € gestiegenen Auftragseingang. Der Umsatz des Druckmaschinenherstellers übertraf in den ersten neun Monaten mit 944,5 Mio. € den Vorjahreswert um 16,8%. Die kontinuierliche Ertragsverbesserung drückt sich auch darin aus, dass erstmals seit Ende 2002 im dritten Quartal 2004 mit 8,8 Mio. € wieder ein positives Ergebnis erzielt werden konnte. Aufgrund der vorliegenden Zahlen hält der KBA-Vorstand an seinem Ziel fest, mit rund 1,4 Mrd. € den höchsten Konzernumsatz in der 187-jährigen Unternehmensgeschichte zu erreichen. > www.kba-print.de

Creo Geschäftsjahr UMSATZ- UND GEWINNSTEIGERUNG

Creo gab die Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2003/2004 bekannt, das am 31. September 2004 endete. Danach beliefen sich die Umsatzerlöse auf 635,8 Mio. \$, was einem

Anstieg von 10% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Gewinn konnte auf 11,5 Mio. \$ gegenüber 5,5 Mio. \$ im Geschäftsjahr 2002/2003 verdoppelt werden. Der Umsatz aus Verbrauchsmaterialien stieg gegenüber dem Geschäftsjahr 2002/2003 um 62,3% auf 76,8 Mio. \$.



Amos Michelson, Chief Executive Officer von Creo: »Aufgrund des starken kanadischen Dollars und den mit dem Einstieg in den Druckplattensektor verbundenen Kosten sowie des Preisdrucks im CtP-Markt entwickelte sich der Gewinn in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres rückläufig. Daher wurde von uns im Oktober ein breit angelegtes Kostensenkungsprogramm angekündigt.« Das Programm soll bis zum dritten Quartal des Finanzjahres 2004/2005 ein Einsparvolumen von 24 Mio. \$ erreichen. > www.creo.com

EINIGUNGEN BEI MAN ROLAND: BOGENOFFSET BLEIBT

MAN Roland hat für seinen Standort Augsburg mit den Arbeitnehmern eine Produktionskostensenkung vereinbart. Als Gegenleistung verzichtet das Unternehmen auf betriebsbedingte Kündigungen bis Ende 2008 und gibt Investitionszusagen. Der Geschäftsbereich Rollenmaschinen in Augsburg verfügt zwar über einen guten Auftragseingang, der die Auslastung in den nächsten Jahren sichert, jedoch seien wegen der geringen Erlöse nachhaltige Kostensenkungen notwendig. Auch die Ausgliederung des Bogenbereiches in Offenbach ist vom Tisch, nachdem sich Arbeitnehmer und Unternehmen über neue Modelle der Arbeitszeit geeinigt haben. > www.man-roland.de



Das Geschäftsergebnis von Agfa-Gevaert im 3. Quartal bestätigt nach Angaben des Konzerns die Verbesserung des Handelsumfelds für die Bereiche Graphic Systems und HealthCare. Dennoch erreichte der Umsatz von Agfa im 3. Quartal 8,7% weniger Volumen (953 Mio. €) gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Der Umsatz Graphic Systems stieg gegenüber dem 3. Quartal des Vorjahres um 5,2% und erreichte 406 Mio. €. Auch das Zeitungssegment habe sich ausgezeichnet entwickelt. Die Auswirkungen des Preisverfalls wurden, so Agfa, durch die verbesserten Marktbedingungen und die Ergebnisse des italienischen Druckplattenherstellers Lastra, den Agfa übernommen hat, mehr als wettgemacht (die Übernahme von Lastra hat Agfa nach eigenen Angaben zum weltweit führenden Hersteller von Druckplatten gemacht). Daneben hat Agfa mit der Übernahme von Prolmage (Workflow-Lösungen) ihr Angebot an Software ausgeweitet. Mit der Veräußerung des Typografie-Geschäfts (48 Mio. \$ Einnahmen 2003) erzielte Agfa 169 Mio. \$. Der Umsatz des Geschäftsbereichs HealthCare lag bei 331 Mio. € (-2,9%). Auch hier hat Agfa zugekauft. Das Geschäft mit Special Products (Kinefilm, Mikrofilm) belief sich auf 31 Mio. €.

Neun-Monats-Ergebnis: In den ersten neun Monaten 2004 erreichte der Umsatz von Agfa 2,827 Mrd. € und lag damit 10,8% niedriger als im Vorjahr. Nach einem schwachen Start in den ersten beiden Monaten verzeichneten Graphic Systems und Health Care einen Aufwärtstrend im Umsatz. Consumer Imaging habe sich jedoch weiter verschlechtert. Dieser Bereich wurde zwar veräußert, verschlechterte aber bis zum 1. November, dem Abschlussdatum der Transaktion, die Bilanz und trug zu einem Buchverlust in Höhe von 430 Mio. € bei. Das operative Ergebnis von Agfa belief sich daher auf minus 270 Mio. €, der Gewinn vor Steuern betrug minus 311 Mio. €.

Ausblick: Agfa erwartet eine anhaltende Verbesserung des positiven wirtschaftlichen Umfelds für Graphic Systems und ein gut gefülltes Auftragsbuch lassen Agfa auf starke Umsätze im Bereich HealthCare für das letzte Quartal hoffen. Neben den laufenden Maßnahmen zur Optimierung der Produktion ist eine Senkung der Vertriebs- und allgemeinen Verwaltungskosten auf 22% des Umsatzes bis zum Jahresende 2005 geplant. In der Konsequenz wird der Abbau der Belegschaft um ca. 1.050 Mitarbeiter (6% auf dann etwa 16.000 Mitarbeiter) weltweit vorgenommen. > www.agfa.com

**Grafischer Fachhandel
WACHTER KÜNFTIG BEI
WIFAG**

Im grafischen Fachhandel Südwestdeutschlands bahnt sich eine Veränderung an. Die Wifag GmbH wird ihr Engagement im Handelsgeschäft ausbauen und die Wachter GmbH zum 1. Januar 2005 als Tochtergesellschaft übernehmen. Das Unternehmen soll jedoch eigenständig weitergeführt werden. Hannspeter Wachter hat sich im Sinne einer Nachfolgeregelung zur Veräußerung des 1987 gegründeten Handelsunternehmens entschlossen.



Kurt Herschel (Geschäftsführer Wifag GmbH), Hannspeter Wachter, Jürgen Latus (Geschäftsführer Wifag Grafischer Fachhandel GmbH und designer Geschäftsführer der Wachter GmbH) und Elisabeth Kraxner (Wachter GmbH).

**Werbemarkt wächst
MEHR PRODUKT- STATT
IMAGEWERBUNG**

Der Wandel in vielen Wirtschaftsbereichen führt zu einer Zunahme der Produktwerbung auf Kosten der Imagewerbung, stellte der Hamburger Werbemarktforscher Nielsen Media fest. So habe die Autoindustrie zwar 40 Mio. € weniger für Imagewerbung, dafür aber 60 Mio. € mehr für neue Produkte ausgegeben. Auch die Telekommunikations- und Finanzbranche investiere weniger in Imagewerbung, gäben

aber durch zusätzliche Produktwerbungen 230 Mio. € mehr aus als im Vorjahr. Dabei wuchsen die Ausgaben in den klassischen Medien bis Ende September um 5,7% im Vergleich zum Vorjahr, was insgesamt ein Bruttowerbevolumen von 12,7 Mrd. € ausmachte. Nach Mediengattungen entfallen 5,3 Mrd. € (41,5% der Gesamtinvestitionen) auf das Fernsehen, was ein Plus von 3,2% bedeutet. Tageszeitungen erhalten 3,25 Mrd. € oder ein Viertel des Werbekuchens. Mit einem Plus von 11,7% im Vergleich zum Vorjahr verbuchen Tageszeitungen das kräftigste Wachstum. Publikumszeitschriften kommen auf knapp 2,8 Mrd. € (21,7%), ein Plus von 4,3%. Radiowerbung wächst um 7% auf knapp 698.000 € (5,5%). > www.nielsen-media.de

**Jenoptik und Sinar
PARTNERSCHAFT BEI
DIGITALFOTOGRAFIE**

Die Jenoptik Laser, Optik, Systeme GmbH und die Schweizer Sinar AG bündeln ihre Kompetenzen im Bereich der professionellen digitalen Fotografie. Beide Unternehmen wollen nach eigenen Angaben ab sofort bei der Entwicklung, Fertigung und Erschließung des Marktes zusammenarbeiten und ihre Produkte zukünftig aufeinander abstimmen. > www.jenoptik.com

**Handelwege
STARKE VERÄNDERUNGEN
IN DER SCHWEIZ**

Zum Jahreswechsel verändern sich in der Schweiz die bisherigen Handelsbeziehungen gra-

vierend. Creo ändert seine Vertriebsstrategie und verkauft über einen eigenen Vertriebskanal. Der bisherige Handelspartner, die Typon AG, kooperiert nun mit Agfa beim Verkauf von CTP-Systemen, Software und Druckplatten. Auch Lüscher wird ab Januar 2005 seine CTP-Systeme an Schweizer Kunden direkt statt über die Händlerschiene verkaufen.

AGFA OHNE SCHRIFTEN

Agfa-Gevaert hat am 5. November die Agfa Monotype Corporation an den in Risiko-Kapitalanleger TA Associates, Boston, veräußert. Die Transaktion hat einen Gesamtwert von 169 Mio. US-\$. Die Agfa Monotype Corporation, die künftig unter dem Namen Monotype Imaging, Inc. firmieren wird, ist führenden Anbieter von Schriften und Software für deren Darstellung. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Wilmington im US-Bundesstaat Massachusetts und beschäftigt 144 Mitarbeiter. Agfa will sich nach der Trennung vom Fotogeschäft auf den Druckvorstufenmarkt und den Aufbau einer Wachstumsplattform im Bereich des industriellen Inkjetdrucks konzentrieren. Das Geschäft mit Schriften stelle keine Kernaktivität mehr dar, heißt es in einer Mitteilung von Agfa. > www.agfa.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.

Medienkonsum KEINE VERDRÄNGUNG VON PRINT

Das Internet ist aus dem Alltag der Deutschen nicht mehr wegdenken und wird im Durchschnitt 58 Minuten pro Tag genutzt. 1999 waren es noch neun Minuten. Der Aufstieg des Internet hat aber entgegen vielen anderen Studien nicht zu einer Verdrängung der klassischen Medien geführt: Die Zeit, die die Deutschen im Internet surfen, ist zusätzliche Mediennutzungszeit, die nicht zu Lasten von TV, Radio oder Print geht. Die Mediennutzung hat signifikant zugenommen und 2004 mit mehr als acht Stunden pro Tag einen Rekordwert erreicht. Damit beschäftigen sich die Deutschen nach einer Studie von SevenOne Media heute 1,5 Stunden länger mit Medien als 1999 und auch Tageszeitungen (26 Minuten) und Zeitschriften (18 Minuten) haben in der Nutzungsdauer noch zugelegt.

Markenzeichen EINHEITLICHES LOGO FÜR MAN

Das alte Logo hat ausgedient. MAN Roland Druckmaschinen wird bis zur IPEX 2006 nach und nach ein neues Markenzeichen einführen. Das neue Logo ist moderner, stillvoller und plastischer – und drei Buchstaben reichen aus, um eine Botschaft zu definieren, teilt das Unternehmen mit. MAN steht in Zukunft unter einem dreidimensionalen silber-metallischen Bogen. Für den Druckmaschinenhersteller ist das ein klares Bekenntnis zu einer starken Gruppe, der Muttergesellschaft MAN AG. ➤ www.man-roland.ch

Coates Lorilleux ÜBERNAHME DURCH SUN CHEMICAL

Nach der bereits auf Konzernebene im Jahr 2000 erfolgten Übernahme der Coates Lorilleux durch Sun Chemical folgt nun auch der rechtliche Zusammenschluss der beiden Unternehmen in der Schweiz. Die ehemalige Niederlassung Coates Lorilleux wird infolge der Übernahme zur Sun Chemical AG, Zweigniederlassung Coates Lorilleux. ➤ www.coates-lorilleux.ch

Online-Werbemarkt ZEITSCHRIFTEN GEWINNEN

Sehr gut entwickeln sich nach den Angaben des VDZ (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger) die Anzeigenumsätze der Zeitschriftenverlage im Bereich New Media. So seien die Online-Werbearumsätze von Zeitschriften-Websites im vergangenen Jahr mit über 30% überproportional gestiegen und wiesen damit ein größeres Umsatzwachstum als TV oder reine Portalseiten auf. Fast alle Verlags-Websites, die als Profitcenter geführt werden, hätten 2004 den operativen Break-even geschafft. Der VDZ geht davon aus, dass der Online-Werbemarkt im kommenden Jahr um mindestens 15% wachsen wird. ➤ www.vdz.de

Södra ERHÖHTE ZELLSTOFFPREISE

Am 1. Dezember erhöhte Södra Cell den Preis für Langfaserzellstoff um 5%. Sowohl beim Zellstoff als auch beim Papier steige derzeit die Nachfrage: So stark wie heute sei der Papiermarkt schon lange nicht mehr gewesen, erklärte ein Unternehmenssprecher. ➤ www.sodra.com

learn4print LERNEN IM INTERNET JETZT AKTIV

Learn4print, die Initiative der beiden Partnerverbände Verband der Investitionsgüterindustrie (VDMA) und Verband der Schweizer Druckindustrie (VSD) ist jetzt freigeschaltet. Seit 1. Oktober 2004 ist es möglich, sich fehlendes Wissen in Modulen auf der Lernplattform im Internet jederzeit, überall und auf ganz persönliche Weise anzueignen. ➤ www.learn4print.com

Heidelberg feiert Jubiläum 125 JAHRE DRAHTHEFTEN AUS LEIPZIG

Die Heidelberger Druckmaschinen AG feierte am 29. Oktober an ihrem Standort Leipzig »125 Jahre Drahtheften«. Die Erfinder der Technologie, Hugo und August Brehmer, gründeten 1879 die Fabrik in Leipzig, die Heidelberg 1999 von der Stahl GmbH übernahm. »Mit Leipzig haben wir einen Standort, der absolut wettbewerbsfähig ist. Mit den hier hergestellten Produkten können wir zusammen mit unseren Workflowsystemen und Druckmaschinen die komplette Wertschöpfungskette in der Printmedien-Industrie abdecken,« sagte Dr. Jürgen Rau-



tert, Heidelberg-Vorstand Technik. Hergestellt werden neben Sammelheften Klebebinde und Fadensiegelmaschinen. Der Standort Leipzig gehört zum Bereich Postpress der Heidelberger-Gruppe, beschäftigt rund 300 Mitarbeiter und erzielte im letzten Geschäftsjahr einen Umsatz von rund 360 Mio. €. ➤ www.heidelberg.com

Branion und Deutsche Papier GEMEINSAME WEGE

Die Branion eG, Overath, hat ab Januar die Deutsche Papier als neuen Vertragslieferanten gelistet. Den Branion-Mitgliedern steht damit ein noch reichhaltigeres Angebot an BüroPapieren zur Verfügung. ➤ www.deutsche-papier.de

HABSELIGKEITEN: DAS SCHÖNSTE DEUTSCHE WORT?

Eine Jury aus Künstlern und Journalisten, Verlegern und Wissenschaftlern hat »Habseligkeiten« zum schönsten deutschen Wort gewählt. Ins Leben gerufen hatte diese Aktion der Deutsche Sprachrat und das Goethe-Institut. In der Begründung des Begriffs »Habseligkeiten« hieß es, er bezeichne mit einem »freundlich-mitleidigen Unterton« die bescheidenen Besitztümer beispielsweise eines Kindes oder Obdachlosen und lasse den Eigentümer »sympatisch und liebenswert« erscheinen.

Kommentar: Habseligkeiten sind die Sachen, die bleiben, wenn nichts mehr bleibt. Nur noch das letzte, nicht selten etwas Erbärmliches. Etwas, an das sich Emotionen klammern können. Habseligkeiten: Bettler und Ausgebombte haben sie, Mönche und alte Arme.

Das passt doch gut in die Landschaft, die politische. Den Hartz-IV-Empfänger bleiben, nach Ausfüllen des Antrages, Habseligkeiten. Den Bankrotteuren auch, also der Unternehmer-Elite. Auch dem Manager, dem national-internationalen. Er muss sich mit einigen Millionen Abfindungs-Habseligkeiten begnügen, wenn sein Unternehmer-Posten an feindliche Übernehmer fällt. Insofern ist die Wahl gut: in der Habseligkeit sind wir vereint. Der Politiker als solcher steuert geistige Habseligkeiten hinzu, Reste der Moral, zerbrochene Schwüre und die Habseligkeit eines ehemaligen Wissens-Schatzes.

Die verbale Habseligkeit der Jugend schützt ohnehin eine ganze Generation davor, sich mit solchen Worten auseinanderzusetzen, denn wem, wer jung ist, ist es noch vergönnt, mehr als 10 Sätze hintereinander zu lesen und – bleiben wir bescheiden – fünf davon zu verstehen?

Also habt selig die Zeiten, da Sprache noch stolz, Gedanken noch klug, Ausdrücke noch bewusst und bedacht waren, was – von Ausnahmen abgesehen – irgendwie seit Goethes Zeiten (Goethe, Göte, wer war Gö-Te?) ohnehin immer mühdenn habseliger wurde. Selig sind die Armen, sagt die Bibel, und alle haben sich lieb und sind selig. Habselig.

Gremien, die solche Worte küren, sollten nun ihre Habseligkeiten packen und in die Wortwüste wandern. Wir haben Idioten genug im Land. Gott hab sie selig. Wer darüber hinaus die Begründung liest, auf die die Juroren abgefahren sind wie der pubertäre Jüngling auf das erste Angebot eines Schäferstündchens, der weiss spätestens ab dann: Realität und Sprache sind heute weiter entfernt als jemals zuvor. Wir schwätzen nur noch dummes Wortzeug und finden es cool, geil oder hip. Nimmt es da wunder, dass der Geist keine Nahrung mehr findet?

Hans-Georg Wenke